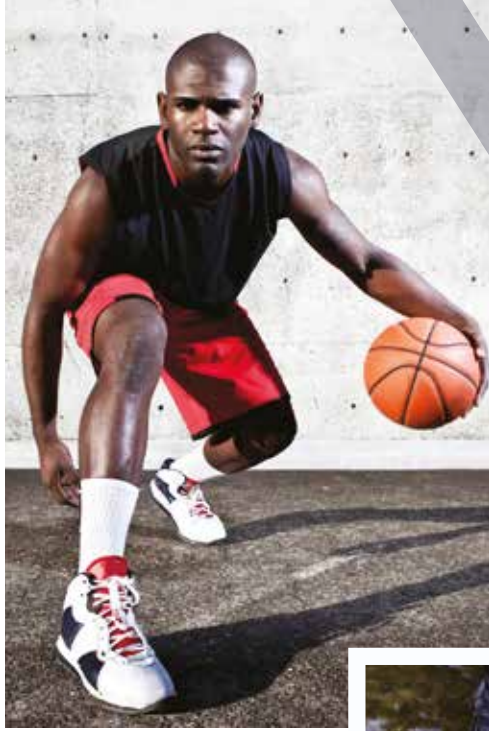


ÇORAPLAND

ÇORAP SANAYİCİLERİ DERNEĞİ'NİN RESMİ YAYIN ORGANI

SAYI 88 / 2020



Her spora
uygun bir
çorap var



SANKO Tekstil

www.sankotextile.com

Ring Penye İplik - Ring Karde İplik - Compact Penye İplik - Compact Karde İplik - Ring Melanj İplik
Open End Melanj İplik - Vorteks Viskon İplik - Vorteks Polyester viskon ipliği - Vorteks Pamuk polyester ipliği
Vorteks Tencel iplik - Vorteks Tencel pamuk ipliği - Ring Penye Core Spun iplik - Ring Karde Core Spun iplik
Ring Penye Şantuklu iplik - Ring Karde Şantuklu iplik



EUROTEX®
SYNTHETIC YARNS & SEAMLESS WEAR

TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜK NYLON İPLİK ÜRETİCİSİ

- TEKSTURE NYLON 6 İPLİKLER
- NYLON POY İPLİKLER
- TEKSTURE NYLON 66 İPLİKLER

- NYLON SARGILI GİPELER
- POLYESTER SARGILI GİPELER
- NYLON PUNTALI GİPELER
- LYCRALI GİPELER
- POLYESTER PUNTALI GİPELER

- DESENİP
- BURUNFİL DİKİŞ İPLİĞİ
- LASTİK GİPELER-NYLON



İLETİŞİM:

Serkan Sey: 0 533 381 20 81
Şenol Özbek: 0 533 667 93 42
Serkan Cihan: 0 533 613 58 28

Merkez: 0 212 438 54 25 -1730

info@eurotex.com.tr

Bayrampaşa Bobin Market: 0 212 501 21 93

Bayrampaşa Bobin Market : 0 539 269 82 34



İMTİYAZ SAHİBİ
ÇORAP SANAYİCİLERİ DERNEĞİ (CSD) ADINA
İlker ÖZTAS

**SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ VE
GENEL YAYIN YÖNETMENİ**
Necip ÖZTAS

YAYIN KURULU
İlker ÖZTAS
Tuğçe İYİKÜLAH ARIK
Perran YEŞİL
Ceyda ÖZDOĞANCI

REKLAM SORUMLUSU
Mehmet Kamil YUSUF
REZERVASYON: +90 212 438 32 08

YÖNETİM ADRESİ
ÇORAP SANAYİCİLERİ DERNEĞİ ORUÇ REİS
MAH. GİYİM KENT 11. SOKAK NO: 59
ESENLER / İSTANBUL
WWW.CSD.ORG.TR



**YAYINA HAZIRLIK
GENEL YAYIN YÖNETMENİ**
Selda YEŞİLTAS

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ
Murat ERDOĞAN

ŞEF EDITÖR
Peri ERBUL

GÖRSEL YÖNETMENLER
Ercan YAVUZ, Erkan ALTINDAĞ,
Yılmaz MERMER

EDİTÖRLER
Deniz İYİDOĞAN
Emel ALTAY
İlker YAGMUR
Zeynep TUTUNCU GÜNGÖR

MUHAİR
Gizem İRİS

FOTOĞRAF EDITÖRÜ
Fatih YALÇIN

REKLAM MÜDÜRÜ
İlknur ULUSOY

REKLAM VE KURUMSAL SATIŞ
Nisa ÖZTÜRK, Serdar GEREN

İLETİŞİM
RUMELİ CADDESİ RUMELİ PAŞA YUNUS APT.
NO: 45 KAT: 3 NİSANTASI - SİSİLİ / İSTANBUL
+90 212 236 00 50
www.viyamedya.com, viya@viyamedya.com



BASKI
ÖZGÜN OFSET

YAYIN TÜRÜ

Çorapland Dergisi T.C. Yasalarına uygun olarak CSD tarafından 2 ayda bir yayınlanmaktadır. Dergide yayınlanan imzalı yazılar, yazarın kişisel görüşleridir ve CSD'ye bağlıdır. Dergide yayınlanan reklam ve sayıların sorumluluğu reklam verenine aittir. Editör ve yayın kurulu her türlü yazıda düzeltme ve yaygın teknikleri yönlerinde değişiklik yapabilir. Gönderilen her türlü yazı, resim ve doküman yayınlanmaz ya da yayınlanmazın geri verilmez. Karınak göstermek koşuluyla izin alınmaksızın her türlü alıntı yapılabilir.

İçindekiler



20

ANALİZ
Çorap ihracatçıları
gelecekte umutlu

06

BAŞKANDAN
Yeni Pazarlama Stratejileri
Geliştirmeliyiz

08

HABERLER
Busi Giovanni Maske
Üretimine Başladı

16

DERNEKTEN
“Paydaşlar toplantısı”
hazır giyim sektörünün
sorunlarına çözüm aradı

24

RÖPORTAJ
“Türkiye çorapta Çin’i
geride bırakacak güce
sahip”

28

GÜNDEM - E-FUAR
Pandemi kısıtlamalarının
çıkış kapısı: Sanal fuarlar

36

KAPAK KONUSU
Türkiye COVID-19
darboğazını aşma yolunda

42

TASARIMCI
“Modanın Değişimine Uyum
Sağlamak Gerekiyor”

48

KÜLTÜR
Her spora uygun
bir çorap var

54

NOSTALJİ
Moda
Tekerrürden
İbaretir

62

BAKIŞ
Söylemeye Cesaret
Edemiyorsan Ayağına Giy!

67

2017-2020
Yönetim Kurulu
Faaliyet Dönemi



Mussan'da Her Renk Var.

50 yıllık tecrübe...

- › 70/24/1 - 2 - 3 - 4 TEKSTÜRE NYLON 6 RENKLİ İPLİK
- › TEKSTÜRE 78/68/2 NYLON 6.6 MİKROFLAMENT RENKLİ İPLİK
- › RECYCLE NYLON 6.6 RENKLİ İPLİK
- › RECYCLE POLYESTER İPLİK
- › TEKSTÜRE VE FDY BÜKÜMLÜ POLYESTER İPLİKLER
- › TEKSTÜRE RENKLİ POLYESTER İPLİK
- › 70/24/2 NYLON 6 DESEN İPİ
- › 30/2 BURUN İPİ

240 RENK SÜREKLİ STOK
ÖZEL RENK SİPARİŞLERİNİZE HIZLI TERMİN



MUSSAN
İPLİK SAN. TİC. A.Ş.

**CONFIDENCE
IN TEXTILES**
Tested for harmful substances
according to Oeko-Tex® Standard 100
09.HTR.69198 HOHENSTEIN HTTI

GENEL MERKEZ (Naylon Satış)
Çiftahavuzlar Cad. No: 52
Bayrampaşa / İstanbul
Tel: 0212 612 68 42 pbx

FABRİKA (Üretim Merkezi)
ÇOSB Gazi Osman Paşa Mh. 19. Sok
No: 2 Çerkezköy / Tekirdağ
Tel: 0282 758 12 61 - 4 hat

MERTER MAĞAZA (Polyester Satış)
Keresteciler Sitesi Fatih Cad. Zakkum
Sok. No: 18 Merter / İstanbul
Tel: 0212 637 82 64 pbx

www.mussan.com

Başkandan



İlker ÖZTAŞ
Çorap Sanayiciler Derneği
Yönetim Kurulu Başkanı

Yeni pazarlama stratejileri geliştirmeliyiz

Hazır giyim ve konfeksiyon sanayimizi, diğer sektörlerden ayıran en önemli özelliği, gelecek sezonlar için sipariş alma avantajıyla öngöründe bulunabilmesidir. Fakat şu dönemde sektör ve firmalar olarak bu öngörü avantajımız körleşti. Nedeni de küresel ticaretten eğitime tüm alanlarda ciddi tahribat yaratan COVID-19 salgınıdır.

Tüm dünyada haziran ayında başlayan normalleşme süreci, küresel ticareti canlandırmış olsa da geçen yılki seviyelerin hâlâ çok gerisinde. Hazır giyim sektörü özelinde ise toparlanma biraz daha hızlı oluyor, çünkü mart-mayıs döneminde sektörün ihracatında yüzde 70'e varan düşüşler yaşandı. Bundan

Öngöründe bulunmanın adeta imkansız hale geldiği bir süreç yaşıyoruz ve gelecek dönemde işlerin daha zor olacağını düşünüyorum. Bu nedenle yeni pazarlama ve satış kanalları için harekete geçmeliyiz.

dolayı da temmuz ve ağustos aylarında hazır giyim ihracatında ciddi artışlar oldu. Hazır giyim, ağustos ayında 1,54 milyar dolar ile en fazla ihracat yapan sektör oldu. Ağustos ayında çorap ihracatındaki artış yüzde 1,6 ile oldukça sınırlı oldu. İlk sekiz ay ihracatımız ise maalesef yaklaşık yüzde 14 düştü ve bu yıl yapılan ihracat tutarı 594 milyon dolar oldu. Yılın kalan dönemi ve 2021 yılı için tahminde bulunmak ise oldukça zorlaştı. En büyük ihracat pazarlarımız yılın ilk çeyreğinden sonra ikinci çeyreğinde de çift haneli küçülme yaşadı ve küçülmenin kalan dönemde de devam etmesi bekleniyor. Dünya

genelinde vaka sayılarının artıyor olması ve ikinci dalga beklentisi, firmaların yeni sipariş vermelerinde temkinli davranmasına neden oluyor. Bu da önümüzü görmemizi engelliyor. Diğer yandan en büyük ihracat pazarımız Avrupa Birliği ile Vietnam arasında STA'nın devreye girmesi bizim ihracatımızı oldukça olumsuz etkileyecektir. Tedarik zincirinde yaşanan sıkıntılar nedeniyle alıcıların Çin'den uzaklaşmasını ve Türkiye'ye yönelmesini beklerken, daralan pazarlarımız için Vietnam gibi yeni rakiplerin oluştuğunu görüyoruz. Bu açıdan sektör olarak yeni pazarlama stratejileri geliştirmemiz lazım. Eylül ayı itibarıyla bazı ülkelerde fiziki fuarlar düzenlenmeye başladı. Türkiye'de ise bu yıl bir fuar düzenlenmesi oldukça zor görünüyor. Aynı durum hedef pazarlarımızın olduğu ülkeler için de geçerli. Dünya genelinde salgının artarak devam etmesi nedeniyle 2021 yılının ilk çeyreğine dair de bir netlik yok. Bu açıdan sektörümüze özel, sanal bir fuar ve dijital pazarlamayı kısa sürede hayata geçirmemiz gerekiyor. Belki de yeni bir yol haritası çıkarma zamanıdır, çünkü önümüzdeki dönem için söyleyebileceğimiz tek şey, her şey daha zor olacak.

Bu dönemde bizleri üzen bir diğer konu da kaybettiğimiz büyüklerimiz oldu. Eylül ayında derneğimizin kurucu üyesi ve ilk başkanı Sayın Süleyman Örmeci'yi kaybetmenin üzüntüsünü yaşadık. Kendisine Allah'tan rahmet, ailesi ve sektörümüze de başsağlığı diliyorum.

Tüm dostlarımızla sağlıklı uzun yıllar birlikte yol almak dileğiyle...

...Since
Net İplik
1940
Pamüça Hayat Veriyoruz...

PAMUK MELANJ / COTTON MELANGE

NET İPLİK

1940 yılından beri edindiğimiz tecrübe ve geleceğe yönelik vizyonu ile Türkiye'nin en genç ve ileri teknolojisine sahip üretim tesisimizde, Türkiye ve Dünya'daki Tekstil sektörüne kaliteli ürün anlayışı ile hizmet vermekteyiz.

ÜRETİM KAPASİTEMİZ

En son teknoloji Rieter Ring makinelerimiz ile aylık 410 Ton Ring iplik üretimi.

Son teknoloji Saurer Schlafhorst Autocoro 9 makinelerimiz ile aylık 450 Ton Open-End iplik üretimi.

Uster Test 5 Laboratuvar ve Kalite kontrol sistemi ile hiç bir hataya pay bırakmayan tekonoji.



Kocatepe Mh. Yağ İskelesi Cd. Mega Center Kuru Gıda C 26 Blok

Kat: 1 No: 15 Bayrampaşa / İSTANBUL

Tel: 0212 437 36 36 pbx Fax: 0212 437 35 61

www.netiplik.com

Busi Giovanni Maske Üretimine Başladı



İtalyan çorap örme makinesi üreticisi Busi Giovanni, COVID-19 salgını ile mücadele amaçlı, koruyucu yüz maskeleri üretmek adına İtalyalı bir çorap örgü firması ile ortaklık kurdu.

Ürettikleri maskelerin yıkanıp yeniden kullanılabilir özelliğe sahip olduğunu açıklayan firma, maskelerin pamuk, yün, polyester, poliamid iplikler gibi malzemelerden üretildiğini söyledi.

Maskelerin tıbbi cihaz yerine geçmeyeceğini ve insanların kendisini korumak için alternatif sunduğunu özellikle belirten Busi Giovanni, amaçlarının küresel maske talebine çözüm sunmak olduğunu ifade etti.

İtalya'da kendi ürün üretimlerini durdurup çorap üretimine başlayan diğer markalar arasında dev isimler Lonati ve Calzedonia da bulunuyor.



İntiharsavar Çoraplar!

"Thomp2" çoraplarının, down sendromlu sahibi Thomas Barry, intihar olaylarının önüne geçmek adına ilginç bir kampanya başlattı.

"Dünya Sağlık Örgütü" intihar olaylarına dikkat çekmek adına, her yılın 10 Eylül tarihini "Dünya İntiharı Önleme Günü" olarak belirledi. İrlanda'nın Tallaght şehrinde ikamet eden Thomas Barry (34), bu özel güne destek olan özel kişilerden biri... Barry, ailesinin desteğiyle kurduğu "Thomp2 Socks" isimli çorap markasıyla "Dünya İntiharı Önleme Günü" için önemli bir katkı sunuyor. Down sendromlu yerel girişimci Barry, babası Finbar Barry ve kuzeni Shane'in yardımlarıyla ürettiği çorapları, çevrimiçi çorap şirketi üzerinden satıyor. Thomas, sattığı her çorap için, "Dünya Sağlık Örgütü"ne, intiharları önlemesine yönelik çalışmaları için 2 Euro bağışta bulunuyor.

Vefat ve Başsağlığı

Çorap sektörünün değerli ismi Süleyman Örmeci vefat etti



Çorap Sanayicileri Derneği'nin kuruluşunda ve faaliyetlerinde büyük katkıları olan, Örmeci Çorap'ın sahibi Süleyman Örmeci, 16 Eylül Çarşamba günü vefat etti.

Çorap Sanayicileri Derneği Yönetim Kurulu adına bir taziye mesajı yayınlayan Başkan İlker Öztas; "Çorap Sanayicileri Derneği Kurucu Üyesi ve ilk Yönetim Kurulu Başkanımız Sayın Süleyman Örmeci Beyefendi (Örmeci Çorap) Hakk'ın rahmetine kavuşmuştur. Merhuma Allah'tan rahmet, yakınlarına başsağlığı dileriz" sözleriyle üzüntülerini ifade etti.



STYLE
çorap

CORUP
classic

50 yılı aşkın
süredir çorap
üretiyoruz!

*We have been
producing socks,
for more than
50 years...*

STYLE, özel çizgisi ve yenilikçi tasarımları ile sizlere geniş bir ürün yelpazesi sunmaktadır. Kaliteden ödün vermeden üretilen çoraplarımız, modern kıyafetlerimizin vazgeçilmez bir aksesuarıdır.

STYLE socks essential fashion accessories, with its unique style.

The finest material quality and perfectness in its form, completes your wardrobe.

CELİK ÇORAP
SANAYİ ve TİCARET A.Ş.

Terazidere Mah. Güneş Cad. No: 56 34035 Bayrampaşa / İstanbul Tel: +90 (212) 453 00 00 Fax: +90 (212) 576 57 18
www.celik.com.tr e-mail: info@celik.com.tr

Lorpen ISPO'da teknik çoraplarını sergiledi

Teknik çorap üretimi ve tasarımında uzman markalardan biri olan İspanyol Lorpen, 26-29 Ocak tarihlerinde gerçekleşen ISPO Münih 2020 fuarında sonbahar-kış 2021 koleksiyonunu sundu. Modern ve teknik bir imaja sahip koleksiyon, SLS teknolojisi sayesinde akıllı bir tasarımla üretildi. İşlendiği teknoloji sayesinde "dağ kayağı çorabı" hissi veren ürünler, teri önleme, esneklik, hava alma ve soğu engelleme özelliklerine sahip. Modern ve çekici bir görüntüyle tasarlanan çoraplar, farklı renk seçeneklerini barındırıyor.



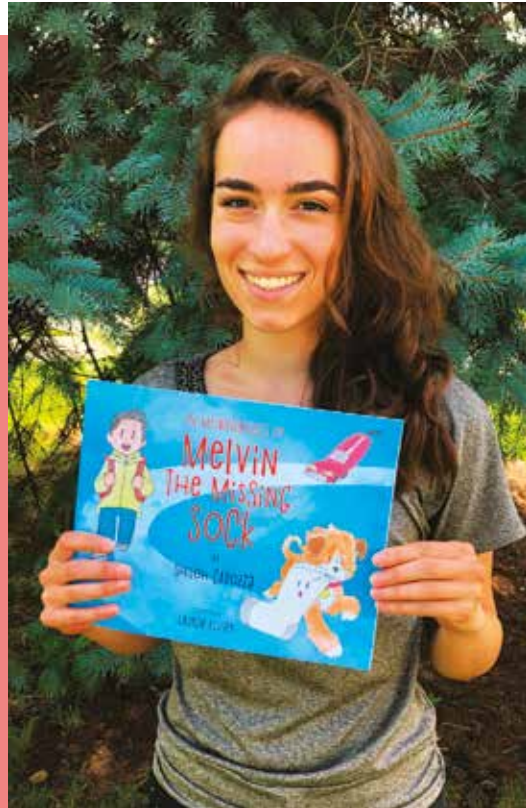
Bollywood yıldızının çorapları dudak uçuklattı

Söz konusu Hint sineması olduğunda akıllara gelen ilk isimlerden biri olan Ranveer Singh, giyim tarzıyla da İngiltere ve Hint basınının ilgisini üzerine çekiyor. 2012 senesinden bu yana Forbes India'nın en ünlü 100 isim arasında gösterdiği Bollywood yıldızı, son olarak çoraplarıyla objektiflere yakalandı. Singh 34 bin Rupî tutarındaki (3 bin 400 TL) çoraplarıyla mağazincilerin objektiflerine takıldı. Hindistan'ın en çok okunan haber sitelerinden olan "timesofindia.indiatimes.com" söz konusu haber için "Singh, çoraplarına ayakkabılarından daha fazla para harcıyor" başlığını kullandı.



Dünyanın en savurgan çorabı "Melvin"

Dünya çocuk literatürüne bir kitap daha eklendi. ABD'nin Michigan eyaletinde yaşayan 19 yaşındaki genç yazar Shiloh Carozza, çocuklar için bir çorabın hikayesini kitap haline getirdi. Carozza, Kayıp Çorap Melvin (The Misadventures of Melvin the Missing Sock) ismini verdiği eserinde, kaybolan çorapların, neler yaşadıklarını fantastik bir dille çocuklara aktarıyor. Hırslı bir beyaz çorap olan Melvin ve başından geçenleri anlattığını ifade eden yazar Carozza, "Bu aynı zamanda, Beyaz Çorap Melvin üzerinden anlatılan bir savurganlık ve dağınıklığın hikayesi... Melvin'in maceralarını okuyan çocuklar eminim ki, savurganlık ve dağınıklık noktasında kendilerine çeki düzen vereceklerdir" ifadelerini kullanıyor.



Tekstil Dünyası'nda kendimizi evimizde hissediyoruz

Hem kökleri merkezinin bulunduğu bölgede çok sağlam hem de bütün dünyada kendini evinde hissediyor. Groz-Beckert'i farklı yapan özellik bu. Endüstriyel makine iğnelerinin, hassas makine parçalarının ve sistemlerin dünyada lider üreticisi olarak, ürünlerimizin ve servislerimizin kalite ve hassasiyet standartlarını mümkün olan en yüksek seviyede tutuyoruz. Yaklaşık 9.000 çalışanımız ve örme, dokuma, keçe, tafting, tarak ve dikiş alanlarında kullanılan yaklaşık 70.000 adet ürün çeşidimiz ile tekstil endüstrisine en ideal desteği sunuyoruz. Ve 1852'den beri bu şekilde sizi hedeflerinize ulaştırıyoruz.

Ücretsiz myGrozBeckert Uygulaması



Haber Bülteni
Online kayıt olabilirsiniz



Groz Beckert Turkey Tekstil Makine Parç.Tic.Ltd.Şti.

Gen.Ali Rıza Gürcan Cad.
Alparslan İş Merkezi No: 29 / 1-2-3
34169, Merter, İstanbul, Türkiye

T: 0212-9246868 | F: 0212-9246869

info.turkey@groz-beckert.com www.groz-beckert.com

KNITTING , WEAVING , FELTING , TUFTING , CARDING , SEWING

GROZ-BECKERT

*Matbaacılıkta inovasyon, hız, kalite
ve sürdürülebilir memnuniyet.*

www.ibaypack.com

Profesyonel Matbaacılık

Darn Tough'dan hastanelere çorap bağışı



Amerika merkezli çorap markası Darn Tough, faaliyet gösterdiği Vermont Eyaleti'ndeki hastanelere 10 bin çift çorap bağışında bulundu. Sağlık çalışanlarının zor koşullar altında gösterdiği performansı takdir etmek adına böyle bir girişimde bulunan firma, "Biz, çorap üretiyoruz ve onların bu mücadelesine böyle katkı sunmaktan mutluluk duyuyoruz" açıklamasında bulundu.

Walmart'tan çorap ve iç çamaşırlarına özel koruma



Dünya perakende devi Walmart'ın, ABD'nin Minnesota Eyaleti'ndeki St. Cloud ilçesinde yer alan şubesinde, çoraplarını ve iç çamaşırlarını kilitli cımbızların içine aldığını gösteren paylaşımı, sosyal medyada viral oldu.

Marka, şubat ayında yayınladığı ve binlerce paylaşım ile beğeni alan post'un altına, "Bazı ürünler ek güvenliğe tabidir, bu tespitler mağaza bazında yapılır" notu düşüldü. Walmart'ın çorap ve iç çamaşırlarını ek güvenliğe alınmasının altındaki sebebin ise "hırsızlık" olduğu belirtildi.

Lycra'dan 2021 trend tahminleri

Ayakkabı segmenti için pazar odaklı yeniliklerin geliştirilmesinde endüstri lideri olan Lycra Company, sonbahar-kış 2021 için beklenen küresel trend tahminlerini yayınladı. Her yıl Stijlinstituut Amsterdam'ın moda uzmanları tarafından, içinde Lycra, Coolmax, Thermolite'nin de yer aldığı şirketin marka portföyünden, en son ayakkabı yeniliklerini sergileyen bir kapsül koleksiyon hazırlanıyor. Çorap ve ayakkabı meraklıları için değerli bir ilham kaynağı olan koleksiyon hem yeni trendleri hem de teknolojileri ve giyim çözümlerini sunuyor.

Koleksiyonun bu seneki hikayesi, boyut çeşitliliğini, ayakkabı konfor ve performansında nasıl çorap seçimleri yapılmasını gerektiğini anlatıyor. Aynı zamanda tüketici ihtiyaçlarını karşılamak için geliştirilen yeni teknolojileri de sunuyor.

Gökkuşağı renklerinde diz üstü çoraplar, neon renkler, zengin ve dramatik tonlar, nem tutmayan ve kızılötesi teknolojiye sahip çoraplar, bacağın doğal parlaklığını artıran ürünler, bacağı daha iyi oturan ve şekil veren külotlu çoraplar, kapsül koleksiyonun içerdiği ürün ve özelliklerden bazıları.



Available on the App Store

ANDROID APP ON Google play

TUV CE

www.heliotinternational.com

GENİŞİNİZ

* KNITHYDRO

* SOCKSTEAM HS

* KNITCALENDER

* SOCKSTEAM MIDI

* KNITCOMPACT

* SOCKMAGIC

* KNITCOMPACT XL

* SOCKSPEED

* KNITDRY

* PANTYSTEAM

* ROLLSET

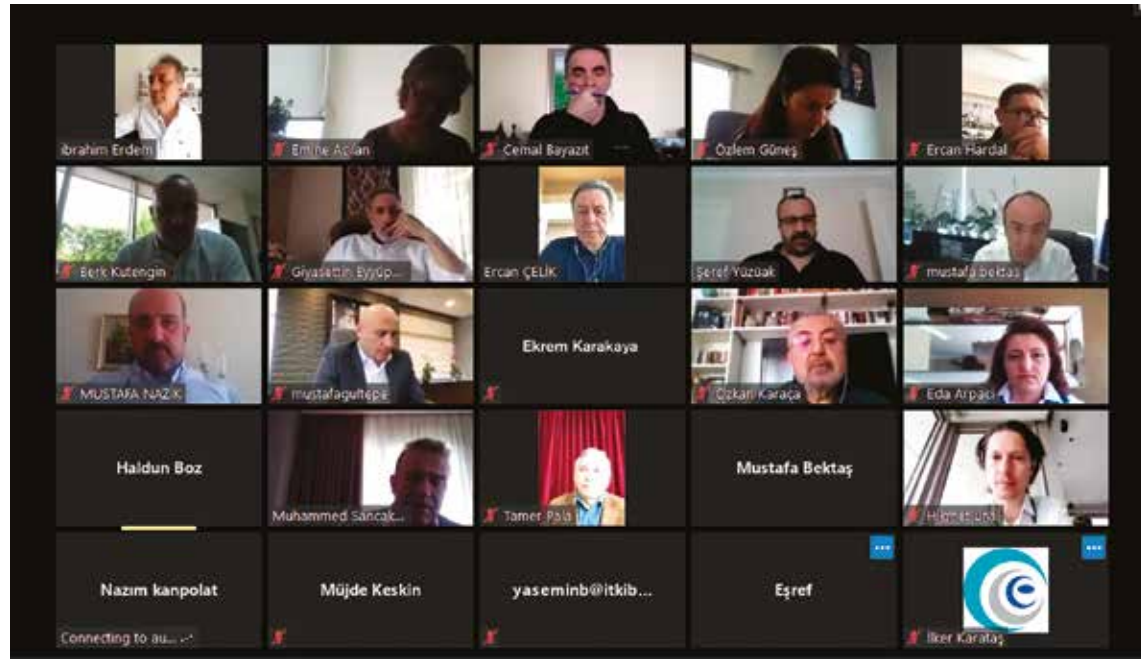
* DRUMFINISHER

GENİŞİNİZ

SOCKS

“Paydaşlar toplantısı” hazır giyim sektörünün sorunlarına çözüm aradı

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün tüm paydaşlarının katılımıyla gerçekleşen “Paydaşlar toplantısı”nda, dernek yöneticileri sektörün ve üyelerinin sorunlarını dile getirerek, çözüm yollarının oluşturulması adına fikirler sundu. Toplantıda söz alan ÇSD Başkanı İlker Öztaş da yaptıkları anketin sonuçlarını paylaşarak sektörün sorunlarının aciliyetine dikkat çekti.



30 Nisan tarihinde iki oturum şeklinde gerçekleşen “Paydaşlar toplantısı” webinar’ı Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD) Yönetim Kurulu Başkanı İlker Öztaş, Başkan Yardımcısı Ceyda Özdoğan, ÇSD Yönetim Kurulu Üyesi Tuğçe İyikülah Arık, İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Gültepe ve diğer dernek başkanlarının ve yönetim kurulu temsilcilerinin katılımı ile gerçekleşti.

Prof. Dr. Oğuz Babüroğlu moderatörlüğünde gerçekleşen video konferansın ana gündem maddesini, COVID-19 sürecinde yaşanan sorunlar ve bunlara yönelik çözüm önerileri oluşturdu.

İLKER ÖZTAŞ “SEKTÖRÜN %50’Sİ FAALİYETLERİNİ DURDURDU”

Tüm dernek temsilcilerinin gündeme dair durum tespiti yapıp önlem planlarını paylaştığı e-toplantıda söz alan Çorap Sanayicileri Derneği Yönetim Kurulu Başkanı İlker Öztaş, konuşmasına, üyeleri ile yaptıkları anket çalışmasını değerlendirerek başladı. Sektördeki firmaların yüzde 50’sinin faaliyetlerini durduğunu,

geri kalan yarıninsa kısmi çalışmaya döndüğünü aktaran Öztaş, firmaların yüzde 66’sının ise çalışanlarını ücretsiz izne çıkardığını ve firmaların birçoğu için üretime dönme tarihinin ancak haziran ile mümkün görülebildiğini söyledi.

Öztaş, pandemi sürecinin olumsuzlukları ile baş etmek adına firmaların Eximbank ve Kredi Garanti Fonu’na (KGF) başvurduğunu ancak olumsuz sonuçlar alındığını ifade ederek şöyle devam etti: “Eximbank ve KGF’den olumlu sonuç alan firmaların büyük bir kısmı ise istediği rakamı temin edemedi. Sektördeki siparişlerin yarısına yakını ertelendi ya da iptal edildi. Bu kaybın oranı ise sektör cirosunun yüzde 20-30’unu oluşturuyor. Bunun bir yansıması olarak alacaklarımız da

Yıl sonu itibarıyla sektörde yüzde 20-40 arası bir küçülme tahmin ettiklerini ifade eden İlker Öztaş, “Sürecin böyle devam etmesi durumunda, firmalarımızın yaklaşık yüzde 65’i destek almadan devam edemeyeceklerini söylüyor” dedi.

beklemede. Müşterilerimizin yüzde 80’e yakını ödemelerinde 30-90 gün ertelemeye gitti. Diğer yandan ABD, Almanya, İngiltere Rusya siparişler-de yüzde 25 indirim talebinde bulundu.”

Yıl sonu itibarıyla sektörde yüzde 20-40 arası bir küçülme tahmin ettiklerini ifade eden Öztaş, “Sürecin böyle devam etmesi durumunda, firmalarımızın yaklaşık yüzde 65’i destek almadan devam edemeyeceklerini söylüyor. Diğer yandan sektörün aktörlerinin yaklaşık yüzde 85’i, devlet desteklerini yeterli görmüyor” şeklinde konuştu.

“SEKTÖRÜN AYAKTA KALMAK İÇİN KREDİYE İHTİYACI VAR”

Çorap sektörünün 100 bin kişilik bir istihdam oluşturduğunu belirten Öztaş, yüzde 20-40’lık bir küçülmenin 20-40 bin kişilik bir kayıp olduğu anlamı taşıdığına dikkat çekti. Şirketlerin kredi başvurularında karşılaştıkları ilk şartın çalışan azaltımına gidilmesi yönünde olduğunu vurgulayan Başkan Öztaş, sektörün buna sıcak bakmadığını ancak kredilere de ihtiyaç duyduğunun altını çizdi.

Öztaş konuşmasını sektörün devletten beklentilerini aktararak tamamladı: “Kısa çalışmadan yararlanan firmalarımıza devlet yüzde 60 oranında ödeme yapacak. Aradaki farkı ise üyelerimiz tamamlamak istiyor ancak bunun için devletten beklentimiz, bu iş yerlerinden vergi almaması. Diğer yandan tüm ihracatçılar ve sektörler gibi biz de ihracat ödemelerinin garanti altına alınmasını istiyoruz.”

MUSTAFA GÜLTEPE “BİRLİK OLARAK ELİMİZDEN GELENİ YAPIYORUZ”

Başkan Mustafa Gültepe ise konuşmasına salgın sürecinde İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) olarak yaptıkları çalışmaları anlatarak başladı. Kısa çalışma ödeneğinin şartlarının kolaylaştırılması adına taleplerini ilgili bakanlığa ilettiklerini ve bu taleplerin kabul gördüğünü dile getiren Gültepe; “KDV alacaklarının teminat karşılığının ödenmesi ve ihracata hazırlanmış ancak yüklemesi yapılamamış ürünlerin stok maliyetinin karşılanması için ilgili kurumlarla temas sağladık. Maske ve medikal giysi ihracatına getirilen ön iznin kaldırılması için girişimlerde bulunduk. Sipariş iptalleri nedeniyle Türkiye’den alım yapan 500 alıcıya mektup yazıp beş farklı dilde video hazırlayarak birlikte hareket etmenin önemini vurguladık. Eğitim komitemizle sektöre faydalı olacak dijital eğitimleri uygulamaya koyduk. Sanal fuarlar ve sanal B2B’ler konusunda TİM ve Ticaret Bakanlığı ile birlikte çalışmalar yapıyoruz. Şu an test aşamasında olan bu projeleri en yakın zamanda devreye alacağız.” şeklinde konuştu.

İhracat rakamlarına da değinen Gültepe,

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, aylık bazda yaşanan yüzde 60 civarındaki düşüşler göz önüne alındığında, bu yılı yüzde 25’in altında bir azalma ile kapatmanın sektör için iyi bir sonuç olarak ele alınması gerektiğine dikkat çekti.

aylık bazda yaşanan yüzde 60 civarındaki düşüşler göz önüne alındığında bu yılı yüzde 25’in altında bir azalma ile kapatmanın sektör için iyi bir sonuç olarak ele alınması gerektiğine dikkat çekti. Almanya ve diğer ülkelerdeki normalleşme hareketleri ile siparişler noktasında olumlu gelişmelerin yaşanmaya başladığını ifade eden Gültepe, “Haziran ayında piyasanın daha da iyi olacağını düşünüyorum” dedi.

SEKTÖRÜN EN CİDDİ SORUNU “SİPARİŞ”

Toplantının katılımcıları arasında yer alan Laleli Sanayici ve İş İnsanları Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Gıyasettin Eyyüpkoca, Osmanbey Tekstil İş İnsanları Derneği (OTİAD) Başkanı Rıdvan Kandaş, Bayrampaşa Tekstil ve İş İnsanları Derneği Başkanı Bekir Taner Ateş, Merter Sanayici ve İş İnsanları Derneği Başkanı Yusuf Gecü, Türkiye Triko Sanayicileri Derneği Başkanı Mustafa Balkuv, Zeytinburnu Tekstil Sanayici İş İnsanları Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Sartık da azalan üretim, artan stok, azalan/iptal edilen siparişler, istihdam sorunu, devlet desteklerinin yetersizliği, kira/faturalar konusunda atılması gereken adımlar gibi konular üzerinden sektörün ve üyelerinin sorunlarını dile getirdiler.

İptal edilen ya da ertelenen siparişlerin sektördeki en önemli sorun olduğuna değinen üyeler, bu konuda üst makamlarla temas kurulması ve çözüm üretimi gerektiğinin altını çizirken ödemelerini yapmayan firmalara devletin müdahale etmesi gerektiğini belirtti. Kısa çalışma ödeneğinin altı aya uzatılması, sipariş ve sevkiyat sigortasının başlatılması, ihracat ödemelerinin garanti altına alınması, Ar-Ge çalışmalarına hız verilmesi konuları da sektörün çözüm önerileri arasında yer aldı. Özellikle sanal fuar faaliyetlerinin başlaması ve yurt dışındaki müşterilerle iş akışının devam ettirilmesi için dijitalleşme çalışmalarına ağırlık verilmesi gerektiğinin altını çizen dernekler, SGK ve vergi ödemelerinde ötelemeden ziyade, yıl sonuna kadar bu giderlerin af kapsamına alınmasını önerdi.

Toplantı, tüm paydaşların sesini aktarabilmesi ve sorunlara ortak akıl ile çözüm sunulması adına, ilerleyen tarihlerde “Paydaşlar Toplantıları” çerçevesinde yeniden bir araya gelmesine karar verilmesiyle sona erdi.

%50
faaliyetlerini
durduran firma
sayısı

%20-30
sipariş iptal/
ertelemelerinin
sektörel ciroda
yaşattığı kayıp

%80
ödemede ertelemeye
giden alıcı oranı

%65
desteksiz devam
edemeyeceğini
söyleyen firma
oranı

%20-40
yıl sonu için
tahmin edilen
küçülme oranı

Düzelme başlasa da 2020 daralmayla kapanacak

İHKİB istişare toplantılarında konuşan Çorap Sanayicileri Derneği Başkanı İlker Öztaş; üretim konusunda kapasite artışına giderek ve teknolojiye yatırım yaparak artıya geçen firmalar olmasına rağmen şirketlerin birçoğunun seneyi daralma ile kapatmalarını beklediklerini ifade etti.



İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği öncülüğünde düzenlenen sektörel istişare toplantısında bir araya gelen sektör paydaşları, hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe yaşanan güncel gelişmeleri ve beklentileri değerlendirdi. İki ayaklı toplantıların ilki 8 Eylül'de, ikincisi ise 10 Eylül'de gerçekleştirildi. Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD), Tüm İç Giyim Sanayicileri Derneği (TİGSAD) ve Türkiye Triko Sanayicileri Derneği'nin (TRİSAD) katılımıyla düzenlenen toplantıların ev sahipliğini İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe yaparken, İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri ile İTKİB Sekreteryası da organizasyonda hazır bulundu.

SEKTÖRDEKİ DÜŞÜŞ HACMİ GERİLİYOR

İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Gültepe, sektörün son dönem faaliyetlerini anlattığı sunumunda hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün 2020 yılına iyi bir başlangıç yaparak ihracatını ocak ayında yüzde 5,8, şubat ayında yüzde 7,8 artırdığına dikkat çekerken; özellikle nisan ve mayıs aylarında ise yüzde 60'lara varan düşüşler görüldüğü bilgilerini verdi. Sunumda salgın nedeniyle hızla daralan ihracat hacminin; haziran, temmuz ve ağustos aylarında toparlanarak düşüş eğilimini yüzde 12,3 gerilettiğine de değinildi.

ÇORAP SANAYİCİLERİ DERNEĞİ SANAL FUARLARI ÖNEMSIYOR

Toplantıda konuşma yapan Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD) Başkanı İlker Öztaş, ilk gündem

maddesi olarak fuarlardan bahsetti. Öztaş; "Sanal da olsa sektör olarak fuar düzenlemek istiyoruz" diyerek bu konuda İHKİB'ten de destek beklediklerini vurguladı.

Öztaş konuşmasına sektörün güncel durumuyla devam etti: "Üretim konusunda kapasite artışına giderek ve teknolojiye yatırım yaparak artıya geçen firmalar olmasına rağmen; şirketlerin birçoğunun seneyi daralma ile kapatmalarını bekliyoruz."

"TERCİHİM TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİ PROJESİ ÇOK DEĞERLİ"

Tercihim Tekstil Mühendisliği projesinin sektörün geleceği adına çok değerli olduğunu belirten Öztaş; tekstil mühendisliği bölümlerinde yabancı dil ağırlıklı eğitimin önemine de dikkat çekti. Meslek liselerinin artırılması ve geliştirilmesi için destek beklediklerini ifade eden Öztaş; "Çorap sektörü başarılı adımlarla ilerlemeye devam ediyor. Sektörümüz istihdam sağlama noktasında da yeterli hacme sahip ancak makine kullanımı konusunda donanımlı eleman bulmakta zorlanıyoruz. Bu nedenle eğitim alanında yapılan tüm çalışmaları önemsiyoruz" dedi. Vietnam STA'sı ile çorap sektörünün AB pazarındaki sektör ikinciliğini kaybederek üçüncülüğe gerileyeceğini belirten Öztaş, sektörün en önemli problemlerinden birinin 'açık hesap' olduğunu vurguladı. AB'li alıcılarla bu nedenle sorunlar yaşadıklarını belirten Öztaş, konuya çözüm getirilmesinin sektörün yararına olacağını dile getirdi.



FEEDERS FOR WEAVING
AND KNITTING MACHINES



KNITTING



VISIT US

Hall 8.1 Stand C109



ITMA 2019

Türkiye Temsilcisi: Agent Tekstil Ltd.Şti

Çorap ihracatçıları gelecekte umutlu “PANDEMİYİ FIRSATA ÇEVİRECEĞİZ”



Çoğu sektör gibi pandemi nedeniyle sipariş ve ciro kaybı yaşadıklarını açıklayan Türk çorap sektörü paydaşları, tüm olumsuzluklara rağmen geleceğe umutla bakıyor.

Türk ekonomisinin amiral gemilerinden tekstil ve hazır giyim sektörünün üyeleri, en önemli paydaşları olan çorap üreticileri ile birlikte COVID-19 pandemisinin yaralarını sarmak adına yoğun çaba sarf ediyor. Çin ile birlikte dünyanın en büyük çorap tedarikçisi durumunda olan Türk çorap ihracatçıları, yaşanan tüm kayıplara karşın geleceğe umut ve güvenle bakıyor. 2019'da dünya genelinde yapılan 15 milyar dolarlık çorap ihracatının yüzde 10'unu gerçekleştiren Türk şirketleri, tüm olumsuzluklara rağmen çalışmalarını sürdürüyor. Tüm bu gelişmelerin ışığında Türk çorap sektörünün önemli paydaşlarına COVID-19 sürecinde yaşadıklarını ve gelecek hakkındaki iş planlarını sorduk.



ATLAS ÇORAP İHRACAT DEPARTMAN MÜDÜRÜ TUĞBA ÖZÜREN
“LİDERLİĞİ ÇİN'DEN ALACAĞIZ”

Atlas Çorap İhracat Departman Müdürü Tuğba Özüren, pandemi sürecinden herkes gibi etkilendiklerini söyleyerek başlıyor sözlerine ve aldıkları tedbirleri ve yeni normal planlarını şu sözlerle anlatıyor: “Ülkemizde ilk vakaların ortaya çıkmasıyla birlikte, uzaktan çalışma modeline geçtik. Haziran ayına kadar dönüşümlü olarak faaliyetlerimizi devam ettirdik. Yeni normalleşme düzeniyle birlikte eski düzenimize geri geldik fakat tedbirlerimizi gevşetmedik. Sağlık Bakanlığı'nın yayınladığı tüm direktifleri fabrikamızda uyguladık ve aynı özenle uygulamaya devam ediyoruz.”

“EN DEĞERLİMİZ ÇALIŞANLARIMIZDIR”

Atlas Çorap, fabrikalarında bir “Pandemi Kurulu” da oluşturmuş. Özüren; “En önemli ilkemiz olan “En Değerlimiz Çalışanlarımız” düşüncesiyle hareket ettik ve etmeye devam edeceğiz. Kurumumuz; fabrikamızda bir vaka yaşanmaması adına tüm süreçlerle bire bir ilgileniyor. Fabrikamızda herhangi bir vaka yaşanmaması da kurumumuzun bu süreci ne kadar doğru yönettiğinin göstergesidir” diyor. Tuğba Özüren, oluşturdukları pandemi kurulunda Türk Standartları Enstitüsü (TSE) kılavuzuna uygun hareket ettiklerini söylüyor: “TSE bir kılavuz yayınlayarak fabrikaların pandemi sürecinde nasıl tedbirler aldığını, sağlık bakanlığının yayınladığı rehberlere ne kadar uyum sağladığını denetleyeceğini ve bu denetim sonucunda ise Güvenli Üretim Belgesi vereceğini açıkladı. Pandemi Kurulumuz rehberi inceleyerek gerekli başvurularda bulundu ve fabrikamız bu denetimden geçerek; Türkiye'deki ilk ve tek Güvenli Üretim Belgesi olan çorap fabrikası olarak tescillendi.”

“İNSANLARIN ÇİN'E TAHAMMÜLÜ KALMADI”

Tuğba Özüren yeni dönemi değerlendirdiğinde dünya liderliğini Çin'in elinden alacaklarına inandığını söylüyor. Özüren; “Yeni normalde çorapta dünya liderliğini Çin'in elinden alacağımıza inanıyorum. Çünkü insanlar gerek kişisel gerekse iş hayatlarında Çin'e tepkililer. Dünyayı sarsan bu salgının sebebini Çin olarak görüyorlar. “Made in China” etiketini dahi görmeye tahammülleri kalmadı” diyor.

“2020'NİN ACISINI ÇIKARTACAĞIZ”

Son olarak 2020 yılı ve sonrasını yorumlayan Özüren'e göre yeni yıl çok daha iyi geçecek: “2020 elbette 2019 kadar parlak geçmedi bizim için ancak çok kötü olduğunu da söyleyemem. Online çalışan bir firma olarak yeni düzende sanal alışverişin ön plana çıkmasının avantajlarını da yaşadık. 2021'de ise insanların bu senenin acısını çıkartmak için alışverişe yöneleceğini, sadece çorap sektöründe değil tüm sektörlerde çok parlak bir yıl yaşayacağını düşünüyorum. Türkiye özelinde ise insanların Çin'den elini eteğini çekeceğine, taleplerini ülkemize yönlendireceklerine inanıyorum.”

BROSS TEKSTİL GENEL MÜDÜRÜ FURKAN YAVUZARSLAN
“PANDEMİYİ FIRSAT OLARAK GÖRÜYORUZ”

Türkiye'nin önemli çorap imalatçılarından

Bross Tekstil Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu Üyesi Furkan Yavuzarslan, pandemi sürecinde sektörün genel durumu ve şirket olarak yeni hedefleri hakkında Çorapland'e açıklamalarda bulundu. COVID-19'un tüm dünyada olduğu gibi Türkiye sanayisine de olumsuz yansımaları olduğuna dikkat çeken Furkan Yavuzarslan, “Biz yaşanan her şeye rağmen pandemiye, hem ülkemiz hem de şirketimiz adına bir fırsat olarak görüyoruz” ifadelerini kullandı. Bross Tekstil olarak üretime ara vermeden devam ettiklerine, bu durumu sürdüreceklerine vurgu yapan Yavuzarslan, “Biz sanayiciler çalışmalarımızı kesintisiz bir şekilde sürdürmeliyiz. Bross Tekstil de bu süreçte, büyüme hedeflerine ulaşmak için çalışmalarına devam ediyor. Kısa vadedeki hedeflerimiz arasında Ar-Ge bölümümüzü büyütmek yer alıyor. Günün endüstri şartlarına ayak uyduran makine parkurumuz ve kalifiye elemanlarımızla, katma değeri yüksek ürünleri tüketicilerle buluşturmak için sürekli kendimizi yeniliyor ve çalışmalarımızı aralıksız sürdürüyoruz” dedi.

“SANAL FUARLARA ALIŞMALIYIZ”

Pandemi'nin, sektör özelinde ve genel endüstri anlamında ülke ihracatını, Avrupa ülkeleri başta olmak üzere, tüm dünya nezdinde daha da yukarıya taşınmasını beklediğini ifade eden Bross Tekstil Yönetim Kurulu Üyesi Furkan Yavuzarslan, “Çin gibi büyük bir pazarın bir kısmı Türkiye'ye kayıyor” diye konuştu. Pandemiden kaynaklanan kısıtlamalar nedeniyle fuarların yapılamadığına da dikkat çeken Yavuzarslan, “Bross Tekstil olarak ekim ayında sanal fuarlara katılmaya başlıyoruz. Bu süreçte sanal dönüşümlere de alışmamız gerekecek. Çünkü bizler duramayız. Yatırımlarımız devam etmeli, gerek sanal fuarlar olsun gerek diğer yeni ortamlar olsun, ürünlerimizi tanıtmak adına çeşitli organizasyonlarda yer alacağız” açıklamasıyla sözlerini tamamladı.



ELİGÜL ÇORAP GENEL MÜDÜRÜ ERHAN ELİGÜL

“İŞ GÜCÜ VE CİRO KAYBIMIZ BÜYÜK”

Eligül Çorap Genel Müdürü Erhan Eligül, COVID-19'un sektöre etkileri hakkında çarpıcı açıklamalarda bulundu. Erhan Eligül, sürekli olarak çalışanlarının yakınlarında ya da kendilerinde koronavirüs tanısına rastlanması nedeniyle, üretimi eksik bir kadro ile sürdürmek zorunda kaldıklarını açıkladı. Genel siparişlerde yüzde 60-65 oranında bir kayıp yaşadıklarını vurgulayan



Eligül, piyasalarda haziran sonrasında yaşanan kırıktanmaya karşın, siparişlerde yüzde 30 geriden geldiklerine dikkat çekti. Ciro olarak ise yüzde 15 geriden geldiklerini belirten Eligül, ekonomik daralma nedeniyle müşterilerinin ödeme vadelerini uzatıp siparişlerin büyük bir bölümünü iptal ettiklerini açıkladı.

“ŞU AN İÇİN ÇİN’DEN CİDDİ MÜŞTERİLER GELMEDİ”

Dış ticaret noktasında Türkiye’nin, Çin karşısında avantajlı bir konuma geçeceği beklentileri hakkında da önemli açıklamalar yapan Eligül, “Şu anda Çin’den bize geçiş yapan önemli bir müşteri oranı yok. Belki bu söylenen olacaktı, ancak COVID-19 Avrupa ve Türkiye’de de patlak verince sektör olarak yüzde 45’lere varan kayıplar yaşadık. Şu sıralar yavaş yavaş fiyat kontrolü için arayan müşteriler oluyor” dedi.

“SANAL FUARA KARŞI DEĞİLİZ AMA...”

COVID-19 pandemisi ile birlikte müşterilerin, katma değer oranı yüksek ürünlerden uzaklaştıklarına dikkat çeken Eligül sözlerini sanal fuarlar hakkındaki şu ifadelerle noktaladı: «Sanal fuarlara karşı olumsuz bir önyargımız yok. Ancak, fiziksel fuarlarda dahi ürünlerimizi tanıtırken zorlandığımız müşterilerimizle, sanal ortamda iletişim kurmak ilk etapta zor olacaktır. Ayrıca, sanal fuarlarda ‘tektekçi’ diye tabir edilen ziyaretçileri gerçek alıcılardan ayırmak da çok zor olacak.”



HOBİ ÇORAP İHRACAT PAZARLAMA MÜDÜRÜ TUĞÇE İYİKÜLAH ARIK
“ÖNÜMÜZÜ GÖRMEKTE HALEN GÜÇLÜK ÇEKİYORUZ”

Hobi Çorap İhracat Pazarlama Müdürü Tuğçe İyikülah Arık,

pandemi yasaklarının en yoğun olduğu mart-haziran dönemini tüm dünyada olduğu gibi üretim faaliyetlerini durdurarak geçirdiklerini söylüyor. Üç aylık dönemdeki endişe nispeten azalsa da belirsizliğin halen etkisini sürdürdüğünü ifade eden Arık; “Her yıl ilerlediğimiz gibi sezonluk planlar yapamadığımız için önümüzü görmekte güçlük çekiyoruz. Bu durum, tüm dünya için böyle. Bu nedenle herkes tedbirli hareket etmeye devam ediyor” diyor.

Arık, firma olarak önlemleri üst düzeyde alsalar da iş gücünü etkileyen sağlık durumlarıyla karşılaşabildiklerini, bunların da tam kapasite çalışmalarının önünde engel olduğunu söylüyor.

“SEKTÖR YÜZDE 10 İLA 20 ORANINDA DARALACAK”

2020 yılını hem Hobi Çorap, hem de üyesi olduğu Çorap Sanayicileri Derneği üzerinden değerlendiren Arık, yıl sonunda sektör genelinde yüzde 10 ila 20 oranında bir daralma yaşanacağını öngördüğünü belirtiyor. 2021 yılının bu yıldan kat kat iyi olacağını ifade eden Arık, çorap sektörünün de dünyadan aldığı payı artıracığını söylerken, Çin’in önüne geçmenin başta popülasyonlar arasındaki uçurum nedeniyle pek de mümkün olamayacağını belirtiyor. Arık, yine de Türkiye’nin Çin’in ihracatından belli ölçüde pay alacağına inandığını ekliyor.

“2020 firmaların hanelerine eksi olarak yazılacak”



Pandeminin üyeleri ve sektörün ihracatına etkisini daha iyi analiz edebilmek adına bir anket çalışması yaptıklarını ifade eden Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD) Yönetim Kurulu Başkanı İlker Öztaş, “Üyelerimizin yarısı üretimlerini tamamen durdururken diğer yarısı da kapasitelerini azaltarak süreci yönetti. Yaklaşık 100 bin kişiyi istihdam eden sektördeki firmalarımızın yüzde 66’sı çalışanlarını ücretsiz izne çıkarmak

durumunda kaldı. Anket sorularına verilen cevaplarda, firmaların 1 milyon doları aşan sipariş iptalleriyle karşı karşıya kaldıklarını gördük” dedi.

Normalleşme sürecine dönüşmesiyle birlikte siparişlerin de eski seviyelerini yakalamaya başladığına dikkat çeken Öztaş, ihracatta büyük kayıplar yaşandığının altını çizdi. İlker Öztaş, “Bu zararlar 2020 yılı ciroları için firmaların hanelerine eksi olarak yazılacaktır. İhracatçı firmalarımızın 2020 yılı cirolarında yüzde 20 ila 40 arası bir küçülme öngörülüyor. Biz hiçbir zaman Çin’e alternatif olmadık. Sektör ve ülke olarak farklı bir konumdayız. Bölgenin en büyük üretim gücüne sahip ülkesiyiz. Avrupa’nın en büyük tedarikçisiyiz ve pazar payımızı daha da artırma şansımız var. ABD’ye yapılan çorap ihracatında da bir artış söz konusu. Çin’i bırakan ABD’li yatırımcıları ülkemize çekebilmemiz halinde sektörün hızlı bir büyüme yakalayacağına inanıyorum. Dernek olarak genleri eğiterek, sektöre kalifiye elemanlar kazandırarak kendimizi hazırlıyoruz” diye konuştu.



“MARKANIZ MARKAMIZDIR”

Siz işinize odaklanın, hava üretimi bizde...



“Türkiye çorapta Çin’i geride bırakacak güce sahip”

Yeni yatırımları ‘çorap basınç ölçüm cihazı’ ile sektörde daha hijyenik ve sağlıklı corapların üretimine ön ayak olacaklarını söyleyen Ekoteks İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir, pandemi sonrasında Türkiye’nin Çin’den aldığı payı artıracığını öngörüyor ve çorap üreticilerinin ihtiyaç duydukları her aşamada yanlarında olacaklarını ifade ediyor.

Ekoteks, İHKİB’in iştiraki olarak kurulduğu 1998 yılından beri hazır giyim ve tekstil sektörünün katma değerini ve ihracat rakamlarını artırmak için Ar-Ge, inovasyon ve test hizmetleri sunuyor. Ekoteks İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir ile kurumlarının tekstil ve çorap sektörüne sunduğu faydaların yanında sürdürülebilirlik çalışmaları üzerine kapsamlı bir söyleşi gerçekleştirdik. Özdemir, Ekoteks’in İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe’nin de katkı ve yönlendirmesi ile sunduğu çorap basınç ölçüm cihazının getireceği faydaları detaylandırırken, İHKİB ile yürüttükleri IPA 2 projesi ve pandemi döneminde maske ve koruyucu giyside Türkiye’nin yakaladığı başarıda Ekoteks’in yadsınamaz rolleri gibi güncel meseleler hakkında da önemli bilgiler paylaştı. Sürdürülebilirlik konusunda ödülleri olan ve dünyada aktif görevler üstlenen Özdemir, pandeminin sürdürülebilir bir dünyaya geçişi hızlandıracağını umuyor.

Ekoteks, hazır giyim ve tekstil sektörü başta olmak üzere tüm sektörlerin ithalat ve ihracat



kalemlerinde oldukça önemli rol üstlenen bir test merkezi. Yapılanmanızı ve günümüzdeki faaliyetlerinizi bizlerle paylaşır mısınız?

Ekoteks Laboratuvarı, 1998 yılında İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği iştiraki olarak sektöre destek vermek amacıyla, İstanbul Teknik Üniversitesi içerisinde kuruldu. Sonrasında şu anda da faaliyet gösterdiğimiz İstanbul Avcılar’daki yerimize taşındık. İTÜ’de akademisyen olan Profesör Bülent Özipek hocamız ilk günden bu yana bizimle birlikte çalışıyor. Sektörden gelen Ar-Ge çalışması ve doğrulama testleri gibi taleplerin her aşamasında onların yanında olarak çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

Ekoteks bünyesinde kimya laboratuvarı, fizik laboratuvarı, elyaf laboratuvarı, ekoloji laboratuvarı ve mikrobiyoloji laboratuvarı faaliyet gösteriyor.

Sektörün ihtiyacı olan doğrulama testlerinin tümünü bünyemizde yapabiliyoruz. Laboratuvarımız, 2012 yılından bu yana TÜRKAK’tan TS EN ISO 17025 standardına göre akredite, bağımsız ve güvenilir bir laboratuvar olarak hizmet veriyor. Buna ek olarak; Arcadia Groups, Inditex Group, Next gibi özel müşteri akreditasyonlarına da sahibiz.

Hazır giyim ve tekstil sektörünün yanı sıra hizmet sunduğunuz diğer sektörler nelerdir?

Kurulduğumuz dönem sadece hazır giyim ve tekstil sektörüne hizmet sunuyorduk. İlerleyen süreçte sahip olduğumuz ekipman ve cihaz donanımının her sektör için uygun olduğunu fark ettik. Aynı cihazlarla tekstil ürünlerine bakılabildiği gibi oyuncaktan kırtasiye ürünlerine her ürünü test edebiliyoruz. Bünyemizdeki donanım ve tecrübeyle, çok geniş bir yelpazede test yapabilmemiz mümkün. Şu an 300’den fazla testten akrediteyiz. Halen de kendimizi geliştiriyoruz.

Son dönemde nelerle meşgulsünüz, hangi ürün grupları öne çıktı?

Ekoteks, faaliyet gamını adım adım ilerletirken koruyucu giysileri de gündemimize almıştı. Pandemi de tam bu döneme denk geldi. Böylelikle çok hızlı biçimde aksiyon alabildik. Bilindiği gibi pandemi ile birlikte talebin zirveye çıktığı maske ve koruyucu giysilerde, ülkemiz büyük başarılar elde etti. Biz de maske ve koruyucu giysi alanında Türkiye’deki tek akredite test merkezi olmanın gururunu yaşıyoruz. Buna ek olarak; TSE’nin cerrahi maskelerin yanında bez maskelerle ilgili de bir standardı var, orada da tek referans laboratuvarıyız. TSE belge vermeden önce ürünleri bize gönderiyor, sonra belge veriyor. Bu da bizim için değerli bir iş birliği.

Maske ve koruyucu ekipmanda Türkiye’deki tek akredite test merkezi olmanız ve süreci büyük bir hız ve kaliteyle yürütmeniz ülkeye büyük katma değer sağlayan değerli bir başarı. Siz bu başarınızı nasıl değerlendiriyorsunuz?

Şu an maske ve koruyucu giysilerde yarım milyar dolardan fazla ihracatımız var. Bu başarıdaki pay sahiplerinden biri de Ekoteks’tir. Çünkü ürünleri ihraç edebilmeyiz en temel şartı, testten geçebilmiş olması. Laboratuvarımızın yeni döneme hiç vakit kaybetmeden adapte olması sonucu elde edilen hız ve kalite, ihracat rakamlarımızı zirveye taşıdı. Bundan da gurur duyuyoruz. Her zaman olduğu gibi pandemi sürecinde de hem hızımızla hem de ücretlerimizle ihracatçımızın yanında olduk. Yurt dışındaki bir laboratuvarın birkaç ayda alacağı sonucu biz birkaç haftada elde ederek ihracatçılarımızın elini kolaylaştırdık. Fiyat avantajı da sağlıyoruz çünkü biz ticari kaygıyla yürütülen bir kurum değiliz.

Bünyemizdeki donanım ve tecrübeyle, çok geniş bir yelpazede test yapabilmemiz mümkün. Şu an 300’den fazla testten akrediteyiz. Halen de kendimizi geliştiriyoruz.

Sadece yurt içinde üretilen ürünlere mi test yapıyorsunuz? İhracatın yanında ithal edilen ürünlere yönelik de bir hizmetiniz bulunuyor mu?

Elbette. Ülkemize giren, haksız rekabet yaratan ürünlerin de kontrole ihtiyacı var. Bu konuda Ticaret Bakanlığı bünyesindeki İthalat Genel Müdürlüğü’yle çalışmalar yaparak bu doğrulamaların ülkemize girerken de yapılmasına ön ayak olduk.

Bilindiği gibi dünyamızda artık serbest piyasa ekonomisi kuralları işliyor. Ticaret adı altında her yerden ürün alabiliyoruz. Ancak bu ürünler bizim ihraç ettiğimiz kadar kaliteli mi, fiyat ölçeği nedir; bunların da kontrol edilmesi gerekiyor. İhracat - ithalat dengesi, bir ülke stratejisiyle belirlenecek kapsamda bir konudur; bununla birlikte İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği olarak haksız rekabeti önleme çabası, Ekoteks Laboratuvarı olarak ise sosyal sorumluluk çalışması olarak gördüğümüz bir alan bu. Dolayısıyla ülkeye gelen her türlü tekstil ürününe yönelik Ticaret Bakanlığı Ürün Güvenliği Genel Müdürlüğü’nün



Tareks (Dış Ticarete Risk Esaslı Kontrol Sistemi) uygulamalarında etkin biçimde rol alıyoruz.

Türkiye, çorap ihracatında dünya ikincisi konumunda. Bu başarıyı nasıl değerlendiriyorsunuz ve Ekoteks'in bu başarıdaki katkıları nelerdir?

Türkiye çorapta Avrupa'nın arkasındaki iş gücü konumunda. İhracatta Çin'den sonra dünyada ikinci sırada geliyoruz. Bu sektördeki inovasyon çalışmalarını her zaman desteklemeye hazırız. Çorap sektörü özel olarak ilgilendiğimiz alanlardan biri inovasyon çalışmalarımız ve testlerimiz aralıksız devam ediyor.

Türkiye, bu sektörde dünyanın en iyileri arasında zirveye oynuyor. Çorap ihracatının artmasında inovatif çalışmalar çok önemli. Antibakteriyel ürünlerden biyosidal ürünlere geniş bir inovasyon sahası var. Sektörü yakın takipteyiz, çorapçılarımızın ihtiyacı olan her türlü çalışmada yanlarındayız. Bizimle istedikleri gibi temasa geçebilirler, ne gerekiyorsa yapmaya hazırız. Ar-Ge çalışmalarına üçüncü göz olarak destek vermeye talibiz.

Çorap Sanayicileri Derneği'nin de takdirle karşıladığı bir inovasyon olan çorap basınç ölçme cihazını sektöre tanıttınız. Cihaz, çorap üreticilerine ve sektörün gelişimine ne tür faydalar sunacak?

Başta spor ayakkabı imalatçıları olmak üzere spora yönelik kıyafet ve ekipman üreten büyük firmaların çorap sektöründen talep ettikleri arasında çorap basınç ölçüm testlerinin de olduğu bilgisini aldık. Bu nedenle sektöre fayda sunma adına standardı inceleyerek bu cihaza yatırım yaptık.

Bu cihaz, hijyen ve sağlık üzerinde çok önemli faydalar sağlayacak. Özellikle pandemi dönemiyle birlikte cihazın sunduğu avantajların önemi de artacak. Çünkü evden çalışma, uzaktan eğitim gibi yenilikler sebebiyle kapalı ortamlarda ve daha hareketsiz geçirilen vakitler artış gösterdi. Yeni normalde fonksiyonel çorapların öne çıkacağına inanıyorum. Örneğin basınç ölçüm cihazıyla üretilcek çoraplar varis sahibi kişilerde kan basıncını daha homojen dağıtarak dolaşımı düzenleyecek ve sağlık açısından olumlu etkiler yapacak. Sağlık ve hijyen bundan sonra hayatımızın vazgeçilmezi olacak. Çorap sektörünün de bundan ayrı düşünülmesi mümkün değil.

Pandemi süreci sürdürülebilirlik konusuna verilen önemini daha da artırdı. Siz de bu konularda aktif görevler alıyorsunuz, bu alanda ödüllerinizi de bulunuyor. Hazır giyim ve tekstil sektörü özelinde sürdürülebilirlik nasıl bir önem taşıyor? Sektör sürdürülebilirliğe ne kadar hazır?

Sürdürülebilirlik, hayatın her alanında olduğu gibi hazır giyim ve tekstil sektörü için de önemli bir başlık. Ülke ekonomilerinden aldığı paya bakınca hazır giyim ve tekstil sektörünün dünyadaki



kaynakların kullanımı, yeşil ve temiz üretim ve sürdürülebilirlik için kritik bir noktada yer aldığını görüyoruz. Pamuğun büyümesinden kullanılan suya, elektriğinden nakliyesine, karbon ayak izine kadar her adımın hassasiyetle ölçülüp biçilmesi gereken bir sektör. Bu anlamda sektörün tüm paydaşlarının çok dikkatli ve duyarlı olması gerekiyor.

İHKİB ile birlikte Ekoteks olarak sürdürülebilirlik konusunu çok önemsiyoruz, çalışmalarımızdan biri de karbon ayak izinin kontrolüne yoğunlaşıyor. Bununla ilgili firmalarımıza nasıl destek olacağımızı düşünüyoruz. Sektörde sürdürülebilirlik alanında nasıl farkındalık yaratabiliriz, kalitemizi, altyapımızı nasıl geliştirebiliriz, bunlar üzerine çalışıyoruz. Bu konuda yakın zamanda duyurulacak çok önemli bir projede son aşamalara gelmek üzereyiz.

Ekoteks olarak yaptığımız denetimler ve eğitim çalışmalarıyla çevreye farkındalığı artırmayı hedefliyoruz.

Konuyu tekstilden alıp çok daha genel manada değerlendirmek gerekirse; sürdürülebilir olmayan hiçbir şeyin etkisi olamaz. Sadece sanayi ya da üretim ve tüketim modelleri için değil, hayatımızdaki her şey için geçerli bu. Sürdürülebilirlik bir anlayış yapısı, bir kültür meselesidir. Pandeminin bu konuda farkındalık yaratma adına fayda sağlayacağını umuyoruz.

AB'nin yeni duyurduğu ekonomi desteği paketi European Green Deal Call (Avrupa Yeşil Muta-bakat Çağrısı) adını taşıyor ve yeşil üretimi öne çıkarıyor. Bu konudaki görüşleriniz nelerdir?

Sürdürülebilirlik, çevre dostu üretim prosedürleri, tüm sektörlerle birlikte tekstili ve çorap üreticilerini yakından ilgilendiren çok derin bir konu. Green Deal 2050'ye kadar yaptırımını olan bir anlaşma esasen. Eurotex'te bununla ilgili olarak İHKİB'i temsilen çalışma komitesindeyim. OECD'de de sürdürülebilir toplantılarına katılıyorum. Ekoteks olarak sosyal sorumluluk bilincimiz nedeniyle de sürdürülebilirlik bizi doğrudan ilgilendiriyor.

Şu an Ekoteks'in gündeminde neler var? Hangi projeler üzerine yoğunlaşmış durumdasınız?

2020 sonrası için yeni proje hazırlıklarımız devam ediyor, İHKİB'in Sanayi Bakanlığımız ve Avrupa Birliği Delegasyonu ile yürüttüğü İPA II adlı projede biz de yer alıyoruz. Bu proje ile Digital Dönüşüm ve Avrupa Birliği Sıfır Atık (ZDHC) yönetmeliği programı çerçevesinde kirli atık suların testlerinin yapılabilmesini sağlamayı ve akredite olmayı hedefliyoruz.

Şu günlerde İHKİB'in almış olduğu İPA 2 projesi üzerine ciddi çalışmalar yürütüyoruz. Sanayi Bakanlığı ile Avrupa Birliği Delegasyonu'nun birlikte yürüttüğü, Ekoteks'in de faydalanıcısı olduğu çok ciddi bir proje olacak. Proje, sürdürülebilirliğin yanında pandemiyle birlikte hayatımızdaki önemi artan dijitalleşmeyi de içeriyor. Ekoteks olarak da Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC) sertifikasyonu programı uyarınca atık suların testlerini yapabilmeyi hedefliyoruz. Bu test şu an için yerli bir firma tarafından yapılamıyor. Onun akreditasyonlarına odaklandık, böylelikle firmala-

İHKİB'in Sanayi Bakanlığımız ve Avrupa Birliği Delegasyonu ile yürüttüğü İPA II adlı projede biz de yer alıyoruz. Bu proje ile Digital Dönüşüm ve Avrupa Birliği Sıfır Atık (ZDHC) yönetmeliği programı çerçevesinde kirli atık suların testlerinin yapılabilmesini sağlamayı ve akredite olmayı hedefliyoruz.

rimıza büyük kolaylık sunmayı amaçlıyoruz. İPA 2 projesinde dijitalleşme konusu da ön plana çıkıyor. Bu projeye birlikte dijitalleşerek nasıl hız kazanılır ve nasıl sürdürülebilir bir kalitede üretim yapabiliriz, bunları sağlamayı hedefliyoruz.

Üzerine eğildiğimiz bir diğer önemli konu da audit fatigue yani denetim yorgunluğu meselesi. Firmalardan ürünleri için istenen birçok belge, sertifika var. Bunların armonize edilmesi gerekiyor. Türkiye bu kadar yoğun ve kaliteli üretim yaparken, firmalarımızın bu denetim yorgunluğu altında boğulmamasını sağlamamız gerekiyor. Maliyet olarak da ciddi bir yük bindiriyor bu durum. Dolayısıyla bu karışıklığın armonize edilip bir belgeye inmesi üstüne İHKİB'le çalışmalarımız sürüyor.

Son olarak, hem çorap sektörü için yeni dönem öngörüleriniz nelerdir?

Türkiye'nin çorap sektöründe yeni dönemde Çin'den çok ciddi oranda pay alacağını öngörü-yorum. Amerika'nın Çin ile olan ilişkilerinin gerilmesi sebebiyle de Amerika pazarının Türkiye'ye döneceğini düşünüyorum. Çorapçılara güvenimiz tam. Kullandığımız malzeme ve işçilik dünya standartlarında.

“Yeni normalde fonksiyonel çoraplar ön plana çıkacak”

Çorap basınç ölçüm cihazı, hijyen ve sağlık üzerinde çok önemli faydalar sağlayacak. Özellikle pandemi dönemiyle birlikte cihazın sunduğu avantajların önemi de artacak. Çünkü evden çalışma, uzaktan eğitim gibi yenilikler sebebiyle kapalı ortamlarda ve daha hareketsiz geçirilen vakitler artış gösterdi. Yeni normalde fonksiyonel çorapların öne çıkacağına inanıyorum. Örneğin basınç ölçüm cihazıyla üretilcek çoraplar varis sahibi kişilerde kan basıncını daha homojen dağıtarak dolaşımı düzenleyecek ve sağlık açısından olumlu etkiler yapacak. Sağlık ve hijyen bundan sonra hayatımızın vazgeçilmezi olacak. Çorap sektörünün de bundan ayrı düşünülmesi mümkün değil.

Pandemi kısıtlamalarının çıkış kapısı Sanal fuarlar



Küresel ticaret ağının yeniden şekillendiği, e-ticaret ve dijital uygulamaların pandemi kısıtlamalarına karşı en güçlü çözüm olduğu bugünlerde sektörlere nefes aldırان bir yenilik de sanal fuarlar oldu. Ticaret Bakanlığı'nın açıkladığı destek programının da katkısıyla sanal fuarların, özellikle tekstil ve hazır giyim sektörüne büyük katkı vermesi bekleniyor.

C OVID-19 salgını, insan sağlığı üzerindeki etkilerinin yanında küresel ve yerel ekonomilerde yarattığı tahribatla da dünyanın gündemini meşgul etmeye devam ediyor. Ticaret, turizm, ulaşım ve kültür-sanat; pandemi için yeniden tasarlanan şartların ağırlığını en çok hisseden sektörler oldu. Bu darboğazdan çıkış için çözümler ise teknoloji sektöründen geliyor. E-ticaret imkanlarıyla nefes alan ülke ekonomileri, dijital dünyanın getirdiği olanakları her sektörde maksimum verimle kullanma arayışında. Bu arayışlardan biri de fuar organizasyonlarını ilgilendiriyor. Dünya genelinde bulaşma riskini azaltmak için alınan önlemler neticesinde her türlü fuar düzenlemesi iptal edildi. Bu noktada devreye giren dijital çözümler, sektörlerin vitrini konumundaki fuarların sanal da olsa yapılmasına imkan sunuyor.

COVID-19'UN FUAR SEKTÖRÜNE ETKİLERİ BÜYÜK OLDU

Pandemi için alınan önlemler kapsamında, fiziksel olarak bir araya gelerek yapılacak her türlü organizasyon iptal edilirken, ülkelerin sınırlarını kapatmasıyla yabancı katılımcılarla yürütülen uluslararası etkinlikler kendiliğinden yapılamaz duruma geldi. Bu süreç online toplantılar, sanal etkinliklerle aşılmaya çalışılsa da özellikle yılın ikinci çeyreğinde yaşanan zararlar büyük oldu.

Şirketlerin yeni ürünlerini tanıtır ve diğer firmalar ve potansiyel müşterilerle etkileşime geçebildikleri fuarlar, vitrin vazifelerini bu senenin ikinci çeyreğinden itibaren gösteremedi. Normalde dünya genelinde yılda ortalama 31 bin fuar gerçekleştiriliyor ve toplamda 4,4 milyon katılımcı ve 260 milyonun üzerinde ziyaretçi bir araya geliyordu.

Fuar Endüstrisi Küresel Birliği (UFI), Bağımsız Fuar Organizatörleri Derneği (SISO) ve Oxford Economics'ın yaptığı ortak araştırmaya göre, fuarcılık sektörünün yıllık 350 milyar dolarlık bir iş hacmi var ve dünyada 3 milyon

kışıye istihdam sağlıyor. TradeValley tarafından UFİ'nin verilerinden derlenerek oluşturulan raporda, fuarcılık sektöşünün 2020'nin ikinci çeyreğinde, 325 fuarın iptali gerçekteştirildiği bilgisine yer verildi. Bu iptallerin yaratacağı ekonomik kaybın 88 milyara ulaşacağı öngörü-lüyor.

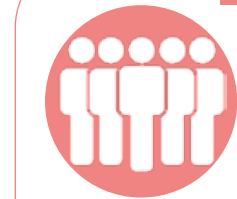
Türkiye’de 2020’nin ikinci çeyreğinde bin 19 fuar organizasyonunun sadece yüzde 15’i yapılabildi. Özellikle mart-nisan-mayıs aylarında Türkiye’de ertelenen fuar sayısı 110’u buldu. Planlanan fuarların 16’sı ise tamamen iptal edildi.

PANDEMİ KISITLAMALARI SANAL FUARLAR İLE AŞILIYOR

Küresel olarak her sektörün yaşadığı olumsuzluklar, dijital gelişmelerin sunduğu avantajlarla bir nebze olsun hafifledi. Tıpkı eğitim ve iş hayatının online olarak sürdürülmesi, alışverişin e-ticaret üzerinden ilerlemesi gibi fiziksel olarak gerçekleşme imkanı bulamayan fuarlar da sanala taşındı.

Pandemi döneminde ise ilk olarak otomotiv sektöründe örnekleri görüldü. Türkiye’de sanal fuarların açılışı ise 1-3 Haziran tarihlerinde Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği’nin fuarı Shoedexpo ile başladı. Sanal fuarlar Agrivirtual-Sanal Tarım Makineleri Fuarı, Sanal Sanayi Fuarı, yükseköğretim sistemindeki ilk sanal fuar olarak öne çıkan “Study in Turkey YÖK Sanal Fuarı 2020” ve Hometextile&Decoration Sanal Fuarı gibi etkinliklerle devam etti. Sanal fuarlara katılım hayli yüksek. Örneğin Agrivirtual Sanal Tarım Makineleri Fuarı, üç günde 100 bin kişi tarafından görüntülenirken, standlarda 45 bin kişi ağırlandı.

“SANAL FUARLARDA 10 KAT DAHA FAZLA DATA TOPLANIYOR”
Türkiye’de sanal fuar organizasyonları düzenleyen Endless Fairs şirketi, sanal fuarlara son bir ayda yüzde 80 oranında talep artışı olduğunu söylüyor. Şirketin CEO’su Gökmen Özdemir,



100

Bin kişi
Agrivirtual Sanal
Tarım Makineleri
Fuari'nın üç
gündeki ziyaretçi
rakamı

**“Sanal da olsa fuarları
çok önemsiyoruz”**

Çorap Sanayicileri Derneği Başkanı İlker Öztaş, İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin 10 Eylül'de gerçekleştirilen sektörel istişare toplantısında yaptığı konuşmada sanal fuarları önemsediklerine vurgu yaptı. Dernek olarak gündemlerindeki en önemli maddelerden birinin fuarlar olduğunu belirterek; "Sanal da olsa sektör olarak fuar düzenlemek istiyoruz. Pandemi nedeniyle sektörümüz sekiz aylık dönemde yaklaşık yüzde 13 zarara uğradı. Sene sonunu yüzde beş zarar ile kapatacağımızı öngörüyoruz" dedi.



sanal fuarlarda fiziki fuarlara göre 10 kat fazla data toplanabildiğini söylüyor ve fiziki fuarların ayakta kalabilmesi için dijital altyapılarını artırmaları gerektiğini vurguluyor.

Sanal fuarlar, yapay zeka donanımıyla dijital platformlarda gerçekleştiriliyor. Sanal fuarların fiziki fuarlara göre ziyaretçilere sunduğu avantajları arasında seyahat ya da fiziki mekan zorunluluğu olmadığı için daha ekonomik olması, 7/24 açık yapıları sebebiyle isteyen her an stantları ziyaret edip ürünleri istediği süreyle inceleyebilmesi gibi faktörler sayılabilir. Firmalar içinse standı kaç kişinin ne kadar süreyle ziyaret ettiği, kişi bilgileri gibi data'lara ulaşmak çok daha kolay ve hatasız oluyor. Bunlara ek olarak sanal fuarlar da tıpkı fiziki fuarlar gibi oturum, konferans B2B görüşmeleri, iş toplantıları gibi toplu etkinliklere imkan sunuyor. Stant sahibi ve ziyaretçiler ise dijital olarak yazılı ya da görüntülü olarak iletişim kurabiliyorlar.

SANAYİ VE TİCARET BAKANLIĞI SANAL FUARLARI DESTEKLİYOR

Pandemi, tüm ekonomik faaliyetleri durdurup dengeleri bozunca yeni çözüm arayışlarına yönelenler sadece sektörler ya da şirketler olmadı. Ülkeler de ekonomilerini düzeltmek, sektörleri canlandırmak için her türlü teşvik ve destek programlarına ağırlık verdi. Bu bağlamda iptal edilen fiziki fuarlara bir çözüm olması adına Ticaret Bakanlığı'ndan sanal fuar atağı geldi. Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, 17 Mayıs'ta yaptığı



**Yüzde
80**

Koronavirüs
döneminde sanal
fuarlara olan
ilgideki artış oranı



**3
milyon**

Fuar sektörünün
dünya genelinde
yarattığı istihdam

açıklamada sanal fuarlara her türlü desteği vereceklerini duyurdu. "Döviz Kazandırıcı Hizmet Sektörlerinin Pazara Girişte Dijital Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Cumhurbaşkanı Kararı" adıyla duyurulan yönetmelik ile sanal ticaret heyeti faaliyetleri ile sanal fuarlara katılım ve iş birliği kuruluşlarının yapacağı sanal fuar organizasyonlarına destek verilmesi planlandı.

100 BİN TL'YE KADAR DESTEK VERİLECEK

Resmi Gazete'de yayınlanan karar uyarınca firmaların e-ticaret ve sanal fuar faaliyetlerini artırmaları amacıyla bir dizi teşvik verilecek. Buna göre e-ticaret sitelerine üyelik giderlerinin yüzde 80'inin bu yıl için, devam eden yıllarda ise yüzde 60'ının devlet tarafından karşılanması kararlaştırıldı. Sanal fuar organizasyonları giderlerinde ise yüzde 50 oranında devlet desteği veriliyor. Sanal fuarlara katılacaklara destek miktarları 8 bin - 100 bin TL bandında tutuldu. İş birliği kuruluşları tarafından yapılacak sanal organizasyon faaliyetleri içinse faaliyet başına 100 dolara kadar destek sunulabiliyor.

Sanal fuarlara devlet kanalından gösterilen bu olumlu yaklaşım, sektörlerin baş aktörleri olan birlikler tarafından da memnuniyetle karşılandı. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Güllü, sanal fuarlara verilen desteklerden memnun olduklarını söylerken, 2022 yılına kadar bu sektörün 7-10 kat arasında büyüyeceğini öngördüklerini ifade etti.

Stretching Beyond

Fresh

creora® Fresh spandex helps neutralizing body odor causes to keep you feeling fresh.

PowerFit

creora® Power Fit spandex is engineered for higher levels of power and compression.

www.creora.com

creora® is registered trade mark of the Hyosung Corporation for its brand of premium spandex.

creora® hakkında daha fazla bilgi için
Mr.Song (Chang Seok Song)
cssong@hyosung.com
Tel: +90-212-284-1601

creora®
it's in our every fiber



DOĞU'NUN PICASSO'SU HAYDAR EKİNEK “Sanat her zaman zorluklardan beslenir”

Mercan Yokuşu'nda Kırmızı Çorap sergisi ile büyük beğeni toplayan “Doğu'nun Picasso'su” adıyla tanınan sanatçı Haydar Ekinek, kadına yönelik farkındalığı bir çorap üzerinden anlatıyor.

Sanatın sınırlarının olmadığını gözler önüne seren sıra dışı bir ressam Haydar Ekinek. Fırça yerine çivi, boya yerine tandır ismi kullanarak geliştirdiği tekniğiyle, 30 yılı aşkın süredir sanatını icra ediyor. Bugüne dek Londra'dan Dubai'ye dünyanın birçok yerinde kişisel sergilere imza atan Vanlı ressam, “Doğu'nun Picasso'su” olarak anılıyor. Çocukluğunda yaşadığı imkansızlıkların etkisiyle kendine has bir tarz yaratan 50 yaşındaki sanatçı, geçtiğimiz Aralık ayında sanatseverlerle buluşturduğu sergisinde, resim çalışmalarını yürüttüğü “Mercan Yokuşu” ruhuna gönderme yapıyor, her tablosunda farklı bir kadın hika-

“

Çorap aslında bir tarihtir. Çok eski çağlardan günümüze gelmiştir ve şekilden şekle girse de hep hayatımızda vardır ve olacaktır da.

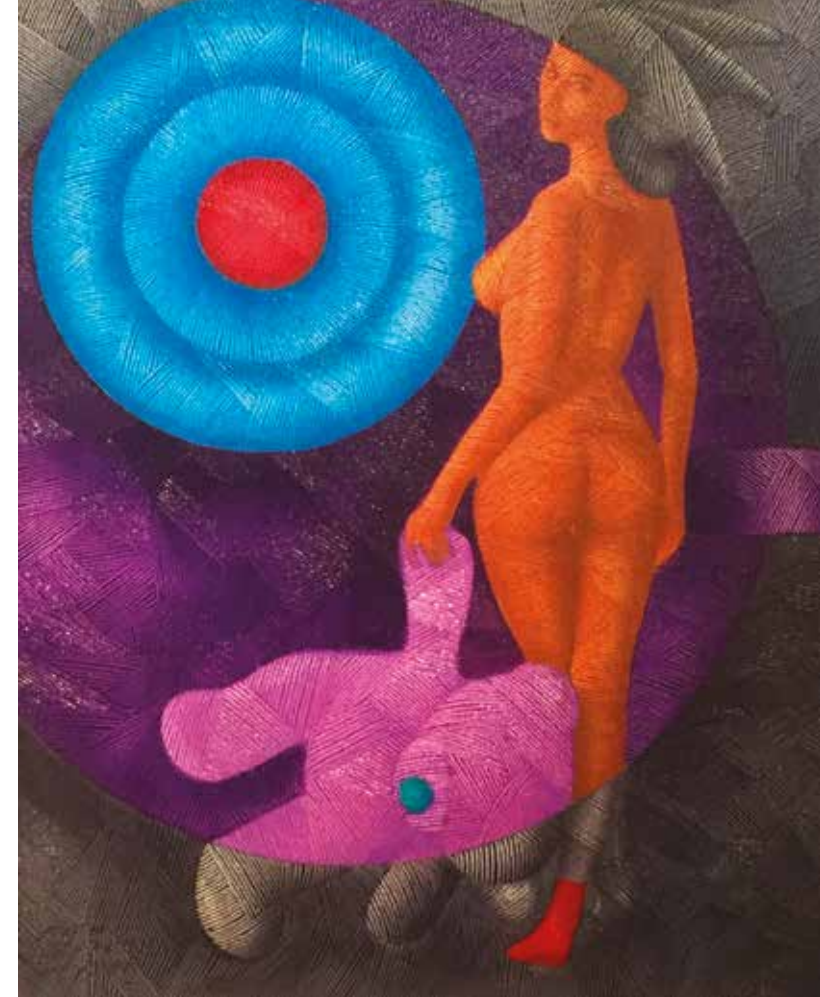
”

yesini gözler önüne seriyor. Doğu'nun Picasso'su Vanlı ressam Haydar Ekinek ile “Mercan Yokuşu'nda Kırmızı Çorap” adlı sergisi üzerine konuştuk. Bir çorabın hikayesini sürdürdük.

Sıra dışı bir hikayeniz var. Biraz bundan bahseder misiniz?

Ben, Van'ın bir köyünde doğup büyüdüm. O dönemlerde imkanlarımız kısıtlıydı. Çocukluğumda yaptığım topraktan, çamurdan, kilden resim ve heykeller, sanatımın temelini oluşturuyor. Yeteneğimi fırça yerine çivi, boya yerine tandır ismi kullanarak geliştirdim. Okul yıllarımda resim yarışmalarında birçok kez dereceye girdim. Bu, tabii ki daha çok heveslenmemi sağladı. Sonrasında ise İstanbul'a geldim, sanatçı olmaya.

Geçmişte sadece çivi ile resim yapma imkanına sahip olduğum için çok üzülüyordum. Ancak bu teknik bana dünyada bir ilki yaşattı. Çivi ile resim yapmak hem sanat ışığım hem de yolum oldu. 30 yılı aşkın süredir de yağlı boya tablolarımı kendime has tekniğimle yapıyorum.

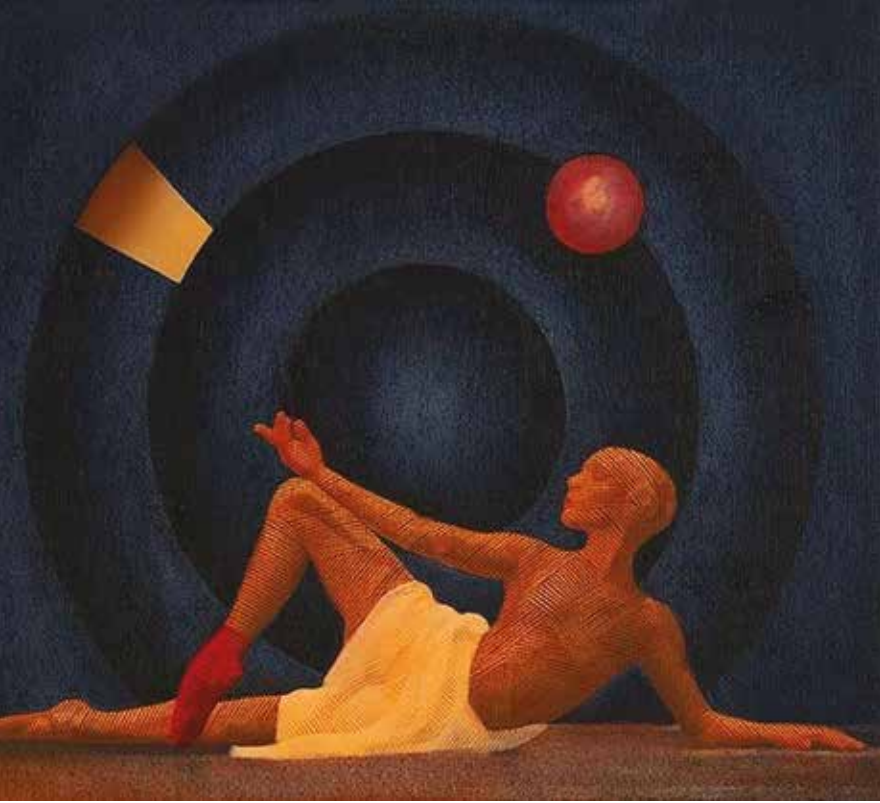


Sizi sanatsal kariyer yapmaya iten motivasyon ne oldu?

Ben her zaman umutları, hayalleri olan bir insandım. Sanat, zorluklardan beslenir. O zamanlar sıkıntılı hayatımın içinde çizimlerle kendime farklı bir dünya yaratıyordum. İnşaat çivileriyle kazıma sistemi ile kendi tarzımı belirledim. Yoksullukta bulduğum çivilerle sanat yaptım. Bence bir ressamın eli, ayağı dahil her şey fırçası olabilir. Ben, iyi bir ressamın etrafındaki tüm materyallerden faydalanabileceğini düşünüyorum.

“Mercan Yokuşu'nda Kırmızı Çorap” sergisinin hikayesi nedir? Çorap ve kırmızı bize nasıl bir mesaj veriyor?

Kırmızı rengi ve çorabı ayrı ayrı ele almamız gerekiyor aslında. Kırmızı; tutkuyu, gücü, aşkı simgeler. Hayatta kalma azmini aşıl原因an pozitif, sıcak bir renktir. Çoğu insanın algıladığı gibi tehlikenin rengi değildir. Aksine bizi tehlikeye karşı uyarır ve güvende kalmamızı sağlar. Kadındır yani. Çorap ise aslında bir tarihtir. Çok eski çağlardan günümüze gelmiştir ve şekilden şekile girse de hep hayatımızda vardır ve olacaktır da. Öte yandan insanın hayatı boyunca tükettiği ve kullandığı giyim eşyaları arasında ömrü en kısa olandır. En çok ihtiyaç duyulan eşya olmasına rağmen çoğu zaman en değersiz sayılanıdır. Nitekim kadınlarımızın kaderi de maalesef yıllardır çoraba benzemiştir. Ben sergimde kadınlarımızın tutkusunu, aşkını, gücünü, fedakarlığını, önemini, ru-



hunu, ezilmişliğini ama buna rağmen hiç pes etmemişliğini biraz olsun anımsatmak istedim, buradaki en büyük destekçim de çorap oldu.

Çorabın ve kadının ardındaki sanatsal çalışma nasıl ortaya çıktı?

Kadınlar değişime ayak uydurabilen ve sürprizlerle dolu varlıklar. Bu açıdan onlardan daha zengin bir esin kaynağı düşünemiyorum. Kadınların erkekler tarafından yıllardır ezilmesi de aslında bu özelliklerinden korkulduğu için. Karmaşıktır kadın. Her birinin ruhunda farklı renkler yakalarsınız. Bir ressam için bu müthiş bir zenginliktir.

İzleyicilerin Kırmızı Çorap sergisinden ne almasını umuyorsunuz? Ne gibi geri dönüşler aldınız?

Elbette ilk olarak iletmek istediğim mesajları ve çorap üzerinden oluşturmaya çalıştığım 'kadın' farkındalığını alabilmelerini umuyorum. Bu hem ressamın başarısını ortaya koyar hem de sanatseverlerin duygularını başarılı bir şekilde temsil edebildiğini gösterir.

Sergiden aldığım geri dönüşlerde kiminin ruhunu beslediğini kimini de rahatsız ettiğini gördüm. Bu da benim doğru yolda ilerlediğimi gösterir. Çünkü sanatçı muhaliftir, tarafsızdır. Sanatseverlerin dışı vuramadıkları duygularını besleyebilmelidir.

Sanatçıların eğiten, eleştiren veya izah eden bir iş yapmak için duyusal ifadenin ötesinde bir sorumluluğu olduğunu da düşünüyor musunuz?

Sanatçı, ruhu ve dimağının birlikteliğiyle çalışır. Amacı tek başına eğitmek, eleştirmek ya da görsel bir şölen sunmak olmamalıdır. Hepsini harmanlayıp bir arada sunabilmelidir. Başarı ancak böyle gelir. Bu açıdan tabii ki duyusal ifadenin ötesinde bir sorumluluğu var sanatçının. Zira gerçek dünyanın sıkıntılarından birkaç saat bile uzaklaşabilmek lüksünü, sanattan başka bir şeyin sağlayabileceğini sanmıyorum. Sanat dediğimiz şey, müthiş bir ilaçtır.

Serginizin dünya turnesine çıkacağı söyleniyordu. Koronavirüsün etkisi kaybolduktan sonra serginin ilk durağı neresi olacak?

İngiltere'nin başkenti Londra. Aynı zamanda Ankara CerModern'de fikirlerine çok güvendiğim arkadaşım Dr. Özge Balçın ile birlikte bir projemiz olacak. Kadın olmasının yanı sıra sıkı bir sanatsever olmasından dolayı sergiye çok şey katacağına inanıyorum. Birlikte "kadına şiddet" konusunda enstalasyon çalışması yapacağız.

Yakın zamanda başka sergileriniz ya da projeleriniz olacak mı?

Bir sanatçı nefes aldığı sürece üretmelidir. Fırçalarımı boyasız, tuvalerimi esersiz bırakmam. Değişik projelerle yola devam ediyorum. Bu sene Deyim Sanat Galerisi ile İstanbul Sanat ve Antika Fuarı'na katıldık. Orada en çok ses getiren ve ziyaretçi çeken stantlardan biri bizdik. Standımızı ziyaret eden birçok değerli sanatçı ve politikacının takdirini kazandık. Kısımse bundan sonra her yıl buna benzer fuarlara birlikte katılmaya devam edeceğiz.

"Çorap, en çok ihtiyaç duyulan eşya olmasına rağmen çoğu zaman en değersiz sayılanıdır. Kadınlarımızın kaderi maalesef yıllardır çoraba benzemiştir. 'Kırmızı Çorap' sergisiyle kadınlarımızın tutkusunu, aşkını, gücünü, fedakarlığını, önemini, ruhunu, ezilmişliğini ama buna rağmen hiç pes etmemişliğini biraz olsun anımsatmak istedim."

Kaliteyi belirleyenlerin tercihi!



Soket Çorap

İnce Çorap

Seamless



TEKSEL TEKSTİL ÜRÜNLERİ PAZARLAMA SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
15 Temmuz Mah. Bahar Caddesi No: 6 Polat İş Merkezi C Blok Kat: 4 D: 41 Bağcılar / İSTANBUL
T.: 0 212 269 82 82 - F.: 0 212 325 77 69 / info@tekselteksil.com.tr - www.tekselteksil.com.tr

Türkiye COVID-19 darboğazını aşma yolunda



İnsanlığa kabus yaşatan COVID-19 salgını tehlikesi sürüyor. Bazı bilim insanları ikinci dalga senaryoları hakkında dikkatli olunması gerektiğine vurgu yaparken, aşı çalışmaları da aralıksız bir şekilde devam ediyor. Türkiye, Çin bilim insanlarının geliştirdiği aşının ilk denemelerine başladı. Peki, bilim ve sağlık cephesinde bu gelişmeler yaşanırken, tekstil sektörü ve önemli dışlilerinden biri olan çorap üretimi ve ihracatı için rakamlar ne diyor?



Dünyayı bir korku filmi setine dönüştüren COVID-19 pandemisi, kısıtlamaların kaldırılmasına karşın, dünyayı etkilemeye devam ediyor. Ülke ve bölgelere göre koronavirüs vakalarının değerlendirildiği ve konu ile ilgili verilerin güncellendiği “Worldometer” isimli internet sitesinin 17 Eylül 2020 notları da tehlikenin devam ettiğini gözler önüne seriyor. 17 Eylül itibarıyla, vaka sayısı dünya genelinde 30 milyon 53 bin 44’e çıkarken, dünya genelinde de 945 bin 376 kişinin COVID-19 nedeniyle yaşamını yitirdiği bildirildi. Dünyada tedavisi süren 7 milyon 292 bin 75 aktif vaka bulunduğu, koronavirüs salgınının başladığı günden bu yana hastalığa yakalanan 21 milyon 815 bin 593 kişinin sağlığına kavuştuğu açıklandı. En fazla vaka ve ölümün kaydedildiği ABD’de, 6 milyon 828 bin 301 kişide COVID-19 tespit edilirken, ülke genelinde salgın nedeniyle 201 bin 348 kişi hayatını kaybetti.

AŞI SAVAŞLARI DEVAM EDİYOR

Ağustos ayı içerisinde Rusya’nın ‘COVID-19 aşısını bulduk’ açıklaması, önce büyük bir heyecanla karşılandı da sonrasında tedaviyi tam olarak karşılamadığı ortaya çıktı. Aşı çalışmalarına başlayan ilk ülkelerden olan İngiltere ise Oxford Üniversitesi ve dünya ilaç devi AstraZeneca ile aşı çalışmalarına devam ediyor. Hatta, Avustralya Başbakanı Scott Morrison, İsveç-Britanya merkezli AstraZeneca şirketi ile anlaşmaya vardığını ve ilaç devinin Oxford Üniversitesi ile birlikte geliştirdiği potansiyel aşırı temin ederek vatandaşlarına uygulayacaklarının müjdesini verdi.

TÜRKİYE’NİN İLK TERCİHİ ÇİN AŞISI

Dünya Sağlık Örgütü’nün 3 Eylül tarihli açıklamasına göre koronavirüse karşı geliştirilen aşı adayları içerisinde şu anda dünyada sekiz firma faz 3, yani aşının üretime geçilmeden önceki son aşaması olan binlerce kişilik gönüllü insan çalışmalarına başlamış durumda. Türkiye ise dünya genelindeki tüm aşı çalışmaları arasından ilk tercihini Çin bilim insanlarının ürettiği COVID-19 aşısından yana kullandı. Çin’in geliştirdiği bu aşı, Türkiye’de ilk olarak Hacettepe Üniversitesi Tıp Fakültesi’nde gönüllüler üzerinde denendi. Bilim Kurulu üyesi Prof. Dr. Serhat Ünal ve Hacettepe Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Murat Akova, Dünyada faz 3 çalışmasında dokuz aşı çalışmasının yer aldığını açıkladı. Prof. Dr. Murat Akova ise Türkiye’de 13 bin kişinin aşılanacağını, ilk denemelerin bin 200 sağlık çalışanı üzerinde yapılacağını açıkladı.

Bilim insanları, COVID-19 ile mücadele

etmek adına ilaç ve aşı çalışmalarını aralıksız bir şekilde sürdürürken, endüstri ve ekonominin paydaşları ise Büyük Buhran’dan bu yana insanlığın gördüğü en büyük iktisadi çıkmazdan bir an önce kurtulmak için sürekli reçeteler yazıyorlar. IMF Başkanı Kristaline Georgeiva ve baş ekonomist Gita Gopinath, piyasaların, pandeminin sebep olduğu ekonomik krizin etkilerinden tamamen kurtulması için biraz daha zamana ihtiyacı olduğunu vurgularken, kimi bölgelerin pandemi deşetinden avantajlı bir şekilde çıkacağını öne sürenler de var.

OECD ARA RAPORU YAYINLANDI

Dünya ekonomisinin pandemi öncesi günlerine dönmek için biraz daha zamana ihtiyacı olduğu yadsınamaz bir gerçek. Ancak, global ekonominin nabzını tutan kuruluşlar, COVID-19 kısıtlamalarının kademeli olarak kaldırılmaya başlanmasıyla birlikte, ülke ekonomilerinde ve pazarlarda hareketlenmenin başladığına da vurgu yapıyorlar. Son olarak Eylül ayının ortasında hazırladığı “Ara Dönem Ekonomik Görünüm Raporu”nu kamuoyu ile paylaşan Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Örgütü’nün (OECD) verilerinde de dikkat çekici gelişmeler göze çarptı.

TÜRKİYE VERİLERİ GÜNCELLENDİ

OECD, söz konusu raporda, küresel ekonomik görünümün, COVID-19 salgını nedeniyle büyük ölçüde belirsizliğini korumaya devam ettiğine dikkat çekerken, dünya genelinde, haziran ayında yüzde 6 olarak açıkladığı küçülme tahminini, yüzde 4,5 olarak revize etti. Raporda, Türkiye ekonomisi için de en azından haziran ayına göre kıyaslandığında moral verici ifadeler yer aldı. Haziran’da yüzde 4,8 olan daralma tahmini yüzde 2,9’a revize edildi. Türk ekonomisinin 2021’de ise yüzde 3,9 büyüyeceği öngörüldü. Raporda, 2020’de Türkiye, Çin, ABD ve Avrupa ekonomileri için yukarı yönlü bir hareketin söz konusu olduğuna dikkat çekilirken; Arjantin, Hindistan ve Meksika ekonomilerine yönelik aşağı yönlü düzenleme yapıldı.

PANDEMİYE ‘HÜKÜMET DESTEĞİ’ VURGUSU

Raporda imzası olan OECD Başekonomisti Laurence Boone ise dünyanın ağır bir kriz dönemi ile mücadele ettiğini, İkinci Dünya Savaşı’ndan beri en büyük ekonomik yavaşlamayla karşı karşıya olduğuna dikkat çekti. 2008 finansal krizi sonrası, hükümetlerin iktisat politikalarını çabuk sıkılaştırma hatasından kaçınmaları gerektiğine



%2,9

Türk ekonomisi için 2020 daralma beklentisi

%3,9

Türk ekonomisi için 2021 büyüme beklentisi

%4,5

Dünya ekonomisi için 2020 daralma beklentisi

%4,1

Euro bölgesi için 2020 daralma beklentisi



vurgu yapan Boone, “Hükümetler, desteklerini sürekli hale getirirse iflaslar ve işsizliğin önüne geçilebilir” ifadelerini kullandı.

“2019 VERİLERİ YAKALANAMAYACAK”

Global ekonomi için 2020 yılı GSYH daralma tahminini haziran ayındaki yüzde 6'dan yüzde 4,5 seviyesine indiren OECD, G20 ülkeleri için GSYH daralma beklentisini yüzde 5,7'den 4,1'e, Euro Bölgesi için küçülme tahminini ise yüzde 9,1'den 7,9'a revize etti. 2021'de yaşanacak toparlanmaya rağmen ekonomilerin çoğunun 2019 sonundaki GSYH seviyesinin altında olmaya devam edeceğini öngören OECD, ekonomilerin pandemi öncesi öngörülenden kayda değer şekilde daha aşağıda olmasının beklendiğini de vurguladı.

Dünyada ve ülkemizde COVID-19 nedeniyle bu gelişmeler yaşanırken, ilgili kurumlar

Euro bölgesinde tekstil ve konfeksiyon alanında hizmet veren 10 şirketten sekizi iş gücünü en azından geçici olarak azalttı. Bu durum pandemi süreci netlik kazanana kadar yüz binlerce kişinin işinin tehlikeye girmesi anlamına geliyor.

sektörel bazda çıkış önerilerini de bir bir sıralıyorlar. Tekstil ve konfeksiyon sektörünü mercek altına alan EURATEX, adeta bir 'kurtuluş reçetesi' olarak kamuoyuyla paylaştığı raporunda çarpıcı istatistikleri gözler önüne serdi. Euro Bölgesi'nde faaliyetlerini sürdüren 10 şirketten yedisinin önümüzdeki süreçte ciddi mali zorluklarla karşı karşıya kalabileceğinin vurgulandığı EURATEX raporunda “2020'de şirketlerin yüzde 60'ından fazlasının satışlarının yarı yarıya düşmesi bekleniyor. Her 10 şirketten 3'ünün satışlarında ise yüzde 80 oranında bir düşüş öngörülüyor” ifadelerine yer verildi.

“AVRUPA'DA TEKSTİL İSTİHDAMI DÜŞTÜ”

Tekstil ve konfeksiyon alanında hizmet veren 10 şirketten sekizinin iş gücünü en azından geçici olarak azalttığı, bunun da yüz binlerce kişinin işinin tehlikeye girmesi anlamına geldiğine vurgu yapılan EURATEX raporunda, sadece EURO bölgesinde Avrupa'da tekstil ve konfeksiyon sektörü içerisinde 1 milyon 700 bin kişinin tekstil ve konfeksiyon alanında istihdam edildiği belirtildi. Tekstil şirketlerinin cirolarının 2012-2013 döneminin ardından ilk kez negatife döndüğüne dikkat çekilen raporda, kıta genelinde sektörel istihdamın ise yüzde 20 oranında düştüğü bildirildi.

WWW.DORE.COM.TR

DORE®



DORECORAP



Çorap ihracatına aylar bazında bakıldığında 2020 ağustosta bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 1,6'lık bir artış kaydedildi. Ağustos 2019'da 97 milyon 128 bin dolar olan çorap ihracatı, Ağustos 2020'de 98 milyon 650 bin dolara ulaştı.

TÜRKİYE YARALARINI SARMAJA BAŞLADI

COVID-19 nedeniyle dünya genelinde her sektörde kontak kapatan dünya endüstrisi, ayakta kalmak için çaba sarf ederken, Türk sanayiciler de yaralarını sarmak adına yoğun bir şekilde çalışmalarını sürdürüyorlar. Türk tekstili ihracat oranlarını yukarıya taşımaya devam ediyor. 2020 yılı haziran ayında Türkiye, 1,4 milyar dolar değerinde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı yaparken, ihracat 2019 yılının haziran ayına kıyasla yüzde 25 oranında artış gösterdi. Öte yandan, 2020 haziran ihracat rakamı değer olarak 2020 yılı için hesaplanan 1 milyar 167 milyar dolarlık aylık ortalama ihracat değerinin de üzerinde yer aldı.

PANDEMİ SONRASI ÇORAP ÜRETİCİLERİ NE YAPTI?

2019 yılının ocak-ağustos döneminde 11 milyar 776 milyon 268 bin dolar olan hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı, 2020 yılının aynı döneminde yüzde 12,3'lük bir düşüş

yaşayarak, 10 milyar 330 milyon 733 bin dolar bandına geriledi. Yine 2019 yılının ocak-ağustos döneminde 689 milyon 453 bin dolar tutarında ihracat gerçekleştiren Türk çorap üreticileri ise 2020 yılının aynı döneminde 593 milyon 942 bin dolarlık ihracat miktarıyla yüzde 13,9 gerileme yaşadı. Çorap ihracatı oranlarına aylar bazında bakıldığında ise 2020 ağustos ayında bir önceki yılın ağustos ayına göre yüzde 1,6'lık bir artış tespit edildi. ağustos 2019'da 97 milyon 128 bin dolar olarak gerçekleşen çorap ihracatı, Ağustos 2020'de ise 98 milyon 650 bin dolara ulaştı. Çorap ihracatının, toplam hazır giyim ve konfeksiyon ihracatındaki payı ise 2020 yılının ağustos ayı itibarıyla yüzde 6,40 olarak belirlendi.

Çorap ihracatının toplam hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı içindeki yeri

Birim: 1.000 \$	2018	2019	Değişim	2019 Ağustos	2020 Ağustos	Değişim	2019 Ocak Ağustos	2020 Ocak Ağustos	Değişim
TOPLAM HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI	17.628.348	17.700.869	%0,40	1.394.152	1.545.731	%10,90	11.776.268	10.330.733	%-12,30
ÇORAP İHRACATI	1.087.065	1.100.607	%1,20	97.128	98.650	%1,60	689.453	593.942	%-13,90
ÇORAP İHRACATININ PAYI	%6,20	%6,20		%7,00	%6,40		%5,90	%5,70	

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıt Sistemi

Viskon - Yün Penye - Yün Viskon - Keten Gaze Merserize Penye - Modal Bambu Modal



*Yabancı Elyaf Temizleyicili
Otomatik Splayzerli Üretim Yapılmaktadır.*

Exclusive Kartela İsteyiniz



KUMAŞ DIŞ. TEKSTİL SAN. PAZ. A.Ş.'nin BOYALI İPLİK MARKASIDIR.



“Modanın değişimine uyum sağlamak gerekiyor”

*İçinde bulunduğumuz küresel pandemi probleminin modanın geleceğinde değişimlere yol açmaya başladığını dile getiren tasarımcı Tanju Babacan, moda-
nın, teknoloji sahasından sağlı-
ğa yansımalarına ve işlevselliğe
kadar pek çok değişimden geç-
ceğini söylüyor.*



Moda dünyasında kırmızı sakalları ile bir ikon olan tasarımcı Tanju Babacan, adını kırmızı sakallarından aldığı haute couture markası Red Beard çatısı altında zamansız ve günümüz kadını temsil eden modern ve güçlü tasarımlara imza atıyor. Red Beard'ın yanında bir sosyal sorumluluk projesi olarak hayata geçirdiği çorap markası Buddypa için de tasarımlar yapan Babacan, bu aralar ilhamını mandalalardan alan kreasyonun çalışmalarını yürütüyor.

Pandemi salgınının modayı ve modanın aktörlerini baskıladığı ve kısıtladığı bu süreçte yaptığı çalışmalar-
dan bahseden Babacan, sürecin modaya, markalara, ta-
sarımcılara ve tüketiciye nasıl yansıtacağını da dergimiz
Çorapland'e değerlendirdi.

**Öncelikle, global gündem ile başlamak isteriz, COVID-19. Bu salgının moda endüstrisini baskı-
mış olması, siz tasarımcılar için de bir bekleme dö-
ne mi yaratmış durumda. Süreç, sektörde nasıl bir ruh
hali yarattı? Bu süreci nasıl değerlendiriyorsunuz?**
Bir yandan kış sezonu için yeni kreasyonun çalışmalarına
yaz koleksiyonumuzun satışına hazırlanırken, bir pandemi
sorunsalının içerisinde kendimizi bulmak, her sektörde
olduğu gibi moda için de ticari ve ruhsal çöküntüler
yarattı. Yarınlara ile ilgili hâlâ daha net bir bilgimiz mevcut
değil, baş vurmuş olduğumuz mesleki devlet mecralarından
bir geri dönüşüm alamadık. Elbette ülkemiz, hazır giyim
ve tekstil endüstrisinin sürdürülebilir devamlılığı doğrultu-
sunda harekete geçecektir. Biz tasarımcıların yapabileceği
ise, önümüzdeki sezonların trendlerini ve kreasyonlarını
çizimlere dökmek ve bu salgın problemi ortadan kalkıp
atölyelerimize kavuştuğumuzda ise kumaşlara şekil vermek
için iş başına geçmek olacak.

**Salgının etkisi, modayı nasıl bir forma sokacak, radi-
kal bir değişimden bahsedebiliyor muyuz? Şüphesiz
ki, tüketici alışkanlıklarında bazı değişimler olacak,
bunlar modaya nasıl yansıtacak?**

30 yıllık meslek tecrübeme dayanarak söyleyebilirim
ki, evveliyatı çok eskilere dayanan haute couture, daha
uzun yıllar, her türlü koşul altında hizmet vermeye
devam edecektir. El işçiliği, sanat ve zanaatın yoğun
bir şekilde iç içe geçtiği haute couture anlayışı için bir
tehlike söz konusu değil.

Ancak bu sürecin tasarımlarımızı etkileyeceği kaç-
ınılmaz bir gerçek. Benzeri olmasa da yaşanan salgından
sonra yer yer podyumlarda ya da showpiece parçalarda
“maske” gibi detaylara yer vereceğiz. Gelecek koleksi-
yonlarımızda belirsiz günler adına kıyafeti tamamlayan
bazı koruyucu (o günün belirsizliğine denk gelecek)
unsurlara da daha ciddi yer vereceğimize kesin.

Bugünkü küresel pandeminin öncelikli etki alanı-
nı sağlığın oluşturmaması, benzeri dönemler için nano
teknolojiyi daha hazırlıklı hale getirecek. Teknoloji
sadece ticari ya da iletişim alanında değil, kullanımsal
ve kıyafetin işlevselliği noktasında da modayı daha fazla
meşgul edecek.

Sürdürülebilirlik konumunu korurken “sağlıklı” ve “rahat” etiketleri de moda için yeni rotanın anahtarları mı olacak?

Kesinlikle öyle olacak ancak giyimi ve kullanımı çok daha hassas olsa da gece kıyafetlerinin ışıltı ve şaşaasından kadınların hiçbir zaman vazgeçeceğini düşünmüyorum. Ancak sağlık etiketinin gösteriş alanını da etkileyeceği de bir başka gerçek.

Moda haftalarının, tanıtımlarının ve fuarların peşi sıra ertelenmesi, modayı dijital tarafa biraz daha sürükledi. Şu dönemde sanal defileler varlığını ortaya koymaya başladı. Bu bir kurtarıcı model mi yoksa olması gereken sürecin hız kazanması mı? Sanal defileler, fiziksel defilelerin yerini alabilir mi?

Ben, sanal defilelerin kusurların üzerini daha fazla örteceğini düşünüyorum. Bu kulağa güzel bir şey gibi gelebilir ancak alıcı tarafından kuşku yaratması büyük bir olasılık; zira bir kuşaşın akışını, gramajını görmek, dokunmak, denemek, alıcıyı çok daha emin kılar.

Diğer yandan bir defilede en az 100 kişilik ekipten oluşan bu büyük sinerji ve enerjinin dijital platformda sunulmasının -her ne kadar dijitalin bir albenisi olsa da- aynı duyguyu asla yansıtmayacağı inancındayım fakat “bu olmaz ve ben bunu yapmam” demiyorum. Modanın yapısı bu yöne kayarsa uyum sağlamak gerekir.

Modanın dijitalleşmesi sadece işin görünür olması anlamında değil, ekonomik boyutunda da önemini daha da artırır hale geldi. Bu durum tasarımcı endüstri tarafında ne gibi yeni oluşumlar, zorunluluklar yaratıyor? Kendi adınıza nasıl bir etkilenebilirlik içinde olabilirsiniz?

Tasarımdan üretime, pazarlamaya ve satışa kadar birçok alanda dijital dönüşüm yaşanıyor sektörde. 10 yıl öncesindeki iş kalıplarını takip etmenin riskli olduğu bir dönemdeyiz. Sürekli olarak gelişmelere dikkat kesilip, pozisyonumuzu ona göre tekrardan değerlendirmek zorundayız. Tasarım süreçlerinde alışkın olduğumuz yöntemlerin yerini yenileri alıyor. Bu durum, birçok artı ile beraberinde bazı

Tasarımdan üretime, pazarlamaya ve satışa kadar birçok alanda dijital dönüşüm yaşanıyor sektörde. 10 yıl öncesindeki iş kalıplarını takip etmenin riskli olduğu bir dönemdeyiz. Sürekli olarak gelişmelere dikkat kesilip, pozisyonumuzu ona göre tekrardan değerlendirmek zorundayız.



adaptasyon sıkıntıları da getirebiliyor.

Tüm gelişmeler ışığında ofis olarak, tasarım süreçlerini geleneksel yöntemlerle sürdürmeye devam ederken, arşiv çalışmalarımızı dijitalize etmeye karar verdik. Pazarlama ve satış konusunda farklı markalarımız için farklı dijital stratejiler izliyoruz.

Koronavirüs sizin moda yolculuğunuzda ne gibi değişiklikler yarattı/yatacak? Yakın zamanda yeni bir proje var mı?

İçinde felsefeyi barındıran, içe yolculuğu bazen de içten yolculuğu ifade eden “mandala”dan esinlenerek bir koleksiyon hazırlıyorum. Pandemi sürecinde de desenlerini ve renklerini belirlediğim mandalalarımı elbiselerime uyarladığım yeni bir koleksiyon sunumuna hazırlanıyorum.

Peki, 2013 yılında hayata geçirdiğiniz markanız Red Beard, aradan geçen süre zarfında nasıl bir yerde duruyor?

Son yıllarda Red Beard’ın yurt dışındaki bilinirliğini artırmak adına projeler ve çalışmalar içinde bulunuyoruz. Bu bağlamda,

Vipser
Turizm



**KALİTELİ VE
EKONOMİK
TAŞIMACILIĞIN
ADRESİ**

PERSONEL TAŞIMA HİZMETLERİ

Cumhuriyet Mah. Işık Sk. No:23 / B Beykent - Büyükçekmece / İstanbul

Tel: 0212 854 35 51

Faks: 0212 854 35 57 e-mail: info@vipser.com.tr

www.vipser.com.tr

modanın başkenti Milano'da birkaç girişimde bulunduk, koleksiyonumuzu yurt dışı fuarlarında tanıttık. 2013 senesinde hazırladığımız koleksiyondan üç parça, dünya markalarının ürünleri ile beraber bir sene boyunca "Virtual Fashion Museum" sergilendi. Bu bizim için başarılı bir PR çalışması oldu, dünya çapında bir marka olma yolunda, bilinirliğimizin artmasına büyük katkı sağladı. Red Beard, her yıl kendini daha da geliştirerek yolculuğuna devam edecek.

Hızlı moda, inovatif yaklaşımlar, cinsiyetsizlik akımı, sürdürülebilir moda, teknolojik gelişmeler gibi kavramlar ışığında hem moda hem de tüketici büyük bir hızla değişiyor. Bu değişimi global moda ve Türkiye modası için nasıl okuyorsunuz?

Moda, tüm bu kavramlarla ve daha fazlasıyla dün olduğu gibi bugün de etkileşim içinde olacak ve hiçbir zaman tek bir kalıba girmeyecek. Ancak çok uzak olmayan bir gelecekte daha duyarlı ve faydalı bir tekstil/moda sektörü görmek şaşırtıcı olmaz.

Tüm bunlar sizin tasarımlarınıza nasıl yansıyor?

Elbette bu değişimler bizi de etkiliyor. Modanın sürekli güncellenmesi, kadınların da değişmesini sağlıyor. Biz de hem uygulama tekniklerimizi yeniliyoruz hem de hayatın içinde her geçen gün ayakları yere daha sağlam basan kadınlar için çizip, tasarlıyoruz. Ayrıca sürdürülebilirliğin bir yansıması olarak, koleksiyonlarımızda kullanılabilirliği daha uzun soluklu, modası çabuk geçmeyen parçalara yöneliyoruz.

ÇORAPLA FARKINDALIK YARATMAK "1 AL 1 VERELİM"

Kurulmasında rol aldığınız bir marka da Buddypa. Bu aynı zamanda bir sosyal sorumluluk projesi. Bu projede neden çorabı tercih ettiniz? Çorabın "farkındalık"taki karşılığı ne oldu?

Kâr amacı gütmeyen yardım kuruluşlarının araştırmalarına göre çorap çok hızlı tüketilen ve çok ihtiyaç duyulan bir ürün. Fayda faktörü yüksek. Üretimden satışa kolaylıkla işlenebiliyor. Lojistik olarak avantajlı. Depolaması ve paketlenmesi kolay ve hafif. Tüm bunlar bir araya gelince çorabı seçmek çok normal.

Türkiye'de ihtiyacı olan çocuklara ulaşabilmek için bu projeyi Burçin İnan Özel ile birlikte geliştirmeye başladığımızda, TOMS markasının yarattığı etkiyi inceliyorduk. Türkiye'ye nasıl modelleyebileceğimizi planlarken yaptığımız araştırmalarda gördük ki; çocukla-



Modada çorap sizin için ne ifade ediyor?

Buddypa öncesinde de bazı koleksiyonlarımızda çorap vazgeçilmez dayanaklarımızdan oldu.

Farklı farklı türlerinin yanında mizahi anlatımlarıyla da dikkat çeken çoraplar, modanın vazgeçilmez unsurlarından biri benim için.

rın ihtiyaç kalemi birden fazla ve sürekli olarak desteklenmeleri gerekiyor. Özellikle haneye giren gelirden fertlere düşen payın düşük olduğu bölgelerde çocuklar asgari gereksinimlerinden yoksun yaşamak zorunda kalıyorlar. Bu bilgiler ışığında çorap satarak, sattığımız her çorap için çocuklara çorap hediye etmeye, bunun yanında çocukların okul sezonu boyunca ihtiyaç duyabilecekleri malzemeler ve giyim ürünlerini de hediye paketlerine eklemeye karar verdik. Bir çocuğa ulaşabilmek için beş çorap satmayı hedefledik. Bir çocuğa verdiğimiz hediye paketi içinde beş çorap ve başka hediyeler bulunuyor.

Şanlıurfa, Ağrı, Mardin, Van, ekip olarak gidip hediyelerimizi dağıttığımız bazı iller. İlköğretim okulları içinde dağıtım yapıyoruz. Milli eğitim müdürlüklerinden izin aldıktan sonra öğretmenler ve okul müdürleri ile dağıtımını organize ediyoruz. TÜİK istatistiklerinden dezavantajlı bölgeleri tarıyoruz ve bu bölgeden öğretmenler ile iletişime geçiyoruz. Bazen de onlar bizle iletişime geçiyor. Genel anlamda, Buddypa'nın "1 Al 1 Verelim" projesine duyulan ilgi sevindirici. Bizi de teşvik ediyor ve daha fazla zaman ayırıyoruz bu markaya. Çocuklarla buluşmanın, onların hayallerini dinlemenin, bir eksiği giderebilmenin verdiği duyguyu tarif edebilmek imkansız.

Çorapların modanın ve kombinin içindeki önemi hakkında ne söylersiniz?

Çorap, bir kıyafetin kombin görevinden sıyrarak, kendi başına kullanıcısının karakterini yansıtan, ufak alanda çok şey anlatan ve ifade edebilen bir ürüne dönüştü. Bugün sadece çoraplar üzerinden ifade edilen tarzlara denk geliyoruz sokakta. Renkleri ve desenlerindeki artış her geçen gün artıyor. Çorap bundan sonrası için vazgeçilmez bir ürün olmaya devam edecektir.

SEKTÖRDE
60.YIL

**60 YILLIK MAZİMİZ
HEDEFLERİMİZE
ULAŞMAKTAKİ
EN BÜYÜK
AZMİMİZDİR.**



0 (212) 672 81 70

Orhangazi Mah. Mercedes
Bulvarı No:7 Esenyurt / İstanbul

   /oztasocks
www.oztassocks.com

Öztas
ÇORAP

amfori  BSCI
Trade with purpose

Higg
Index

OEKO-TEX®
CONFIDENCE IN TEXTILES
STANDARD 100

Sedex

GLOBAL ORGANIC TEXTILE STANDARD
GOTS



Her spora uygun bir çorap var



Gündelik olarak giyilen standart üretim bir çorabın, spor sırasında giyilmesi çok da uygun değildir. Seçilen doğru bir çift çorap, sporcunun müsabaka boyunca rahat ve konforlu hissetmesini ve yüksek performans göstererek fark yaratmasını sağlar.

Günlük hayatımızın vazgeçilmezi haline gelen çoraplar, artık basit bir aksesuar olmaktan çıkarak hayatımızda önemli bir yer almaya başladı. Çorap seçiminde yelpazenin oldukça genişlediği şu günlerde özel, günlük ya da spor gibi her anı tamamlayan, farklı tarzlarda tasarlanmış çorap modelleri bulmak mümkün. Ancak artık çorapların, kıyafeti tamamlayan bir aksesuar ya da bir ihtiyaç olmanın yanı sıra, ayak sağlığını korumak gibi daha önemli görevleri var.

Günümüzde çorap tasarımlarında, en çok çeşitlilik spor çoraplarında görülüyor. Bu alana bu denli hassasiyetle yaklaşılmasının sebebi ise çorabın sporcu ile ayakkabı arasında sağlayacağı konforun, oyun performansını etkileyen önemli bir unsur olması. Bu sebeple spor konusunda yapılan çorap seçimlerinin önemi büyük ve spor çorabı dediğimiz başlık da oldukça geniş. Günümüzde gelişen teknolojilerle beraber her spor dalı için farklı özellikler olan, farklı kumaş yapısında çoraplar üretiliyor. Normalde gündelik olarak giyilen standart üretim bir çorap, kişinin yapacağı spor sırasında giymesi için uygun değil çünkü profesyonel spor çorapları, ayağı korumak üzerine tasarlanıyor. Yapılan spora uygun, profesyonel bir çorabın tercih edilmemesi, sporcunun performansına negatif etki edebileceği gibi sakatlanmalara da yol açabiliyor. Profesyonel spor çorapları, destekleyici yastıkları bulunan, darbe emici, yüksek korumalı ve dri-fit teknolojisiyle tasarlanan özel ürünlerden oluşuyor. Çorabın kumaş yapısı, mevsimsel şartlara ya da sporun yapıldığı saha koşullarına göre seçiliyor ve buna göre tasarlanıyor. Seçilen doğru bir çift çorap, sporcunun müsabaka boyunca rahat ve konforlu hissetmesini ve yüksek performans göstererek fark yaratmasını sağlıyor.

TENİSE ÖZEL GENİŞ ÜRÜN YELPAZESİ
Kortun yıldız sporcuları sayesinde popülerliğini sürekli artıran teniste oyuncu için raket kadar önemli bir şey daha varsa o da giydiği çorapları. Tenis için en önem verilen konulardan biri genellikle ayakkabı olsa da geri planda bırakılan çoraplar da bir o kadar önceliği hak ediyor. Eller ile ayakların aktif şekilde kullanıldığı tenis, ayaklardaki konfora dikkat edilmesi gereken bir oyun. Teniste sporcular pek çok modelde çorap bulma imkanına sahip ve kendilerini hangi model çorapla rahat hissediyorlarsa onu giymekte özgürler. Tamamen sporcuların konforuna bağlı seçilen modellerde kadın tenisçiler daha çok ayak bileğinde biten çorapları tercih ederken, erkek sporcuların biraz daha yüksekte biten çorapları tercih ettiği görülüyor. Tenis çorabının maç sırasında sporcunun ayağını koruma konusundaki rolünün yanında doğru tercih edilmiş bir çorap, sporcuya yüksek performans sağlıyor. Tenis



kortunda sürekli olarak dur kalk yapan tenisçiler, yüksek bir efor sarf ettikleri için çoraplar da teri emici ve ayağı kuru tutan özellikte üretiliyor. Ayak bileğini kavrayan, denge sağlamayı kolaylaştırıcı çoraplar, ayaklarda oluşan basıncı dağıtarak, sporcunun endişelerini en aza indirmek üzerine tasarlanıyor. Ağırlıklı olarak ayak tabanı ve ayağın daha çok ön tarafının güçlendirildiği tenis çoraplarında, ayağı destekleyici ultra yastıklı ve tabanlıklar bölge, sporcuların konforunu sağlayarak performanslarını destekliyor.

TEMAS YOĞUN FUTBOLA ÖZEL KORUMA

Rakiple temasın yoğun olduğu spor dallarından biri futbol. Hal böyle olunca, futbol kıyafetleri de oyuncuların alabileceği fiziksel darbeleri en aza indirmek ve maç esnasındaki konforunu sağlamak üzerine üretiliyor. Daha çok ayakların ön planda olduğu futbolda giyilen çoraplar, koruyucu özellikleri yüksek ve futbolcuların ayak sağlıkları açısından en az ayakkabıları kadar önemli. Öyle ki, çorapların yapısı uygun olmadığında, futbolcuların performansları etkilenebiliyor. Bunun en büyük örneği 2018 yılında yaşandı. Ünlü futbolcular Kyle Walker (Manchester City) ve Masuaku (West Ham), çoraplarında açtıkları deliklerle o dönem dikkatleri üzerlerine çekti. Futbolcular, sonradan yaptıkları açıklamada, çorapların çok sıkı üretilmiş olmasının maçın ikinci yarısında kas ağrılarını tetiklediğini söyleyerek, kas ağrısı ve oluşabilecek sakatlıkların önüne geçmek için sahaya çıkarken çoraplarını deldiklerini belirtmişti.

90 dakika boyunca sürekli hareket halinde olan futbolcuların çorapları, hava alan ve terletmeyen bir yapıda tasarlanıyor ve bu özellikleri sayesinde bakteri üretmediği gibi koku oluşumunu da engelliyor. Futbolcuların, sahada daha rahat hareket edebilmek adına giydiği kramponların, ayakta yarattığı baskıyı azaltmak için

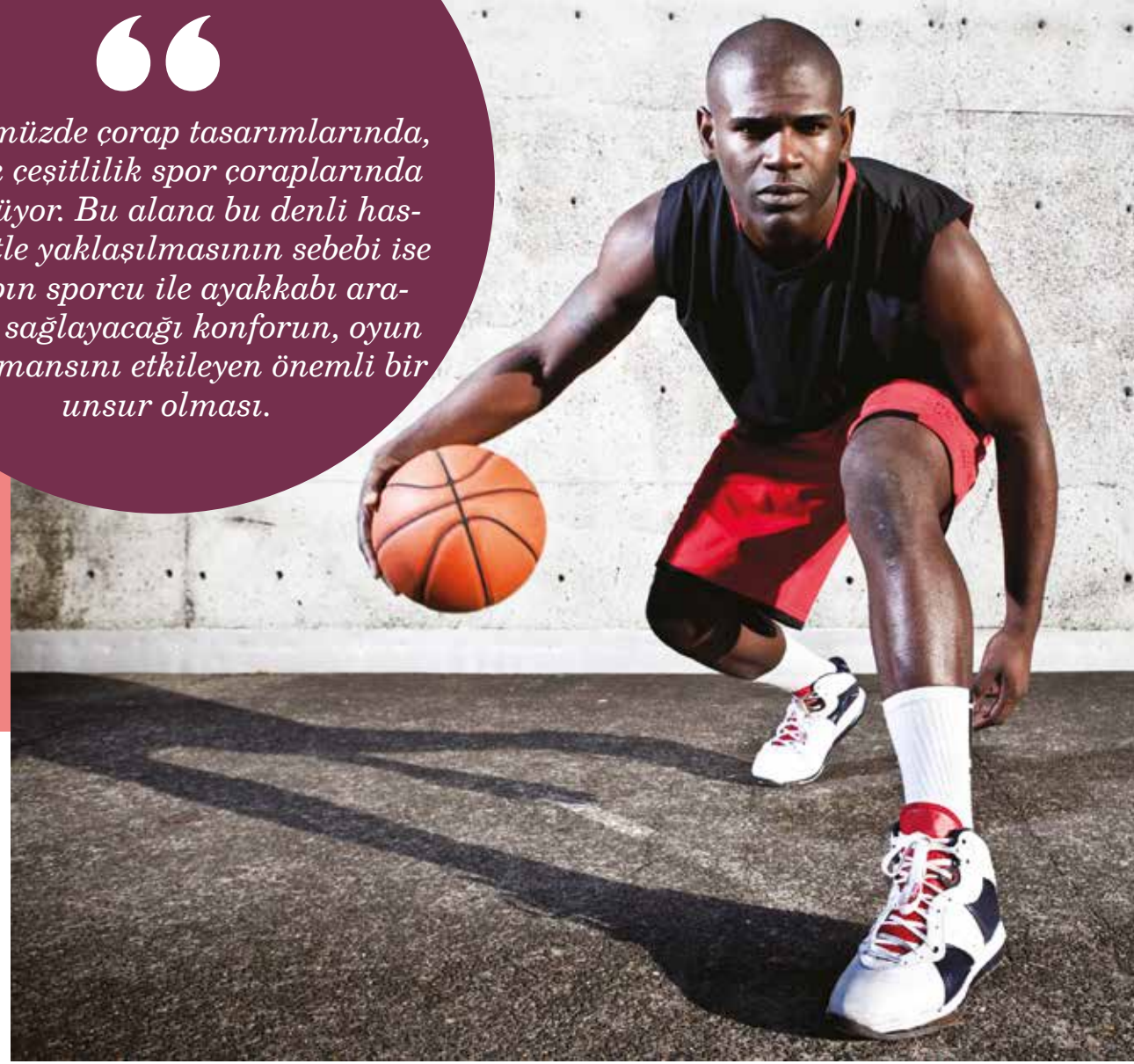


futbol çoraplarında bölgesel yastıklama denilen koruyucu parçalar bulunuyor. Çoraplardaki bu yastıklama yöntemi, ayak bileğini krampon darbelerine karşı korurken, oyuncunun bileği ile ayak kemeri köprüsünü de destekliyor. Dize kadar uzayan futbol çoraplarının darbe emici özelliğe olması, futbolcunun maç boyunca saha da dengeli ve konforlu kalmasını sağlıyor.

ESNEKLİK VE DENGESİ SAĞLAYAN BASKETBOL ÇORAPLARI

En hızlı saha içi sporlardan biri olan basketbol; sürat, esneklik, zıplama, koşma ve adımlama gibi birçok tekniği içinde barındırıyor. Spor- cunun sürekli aktif olduğu basketbolda, oyun performansının yüksek olabilmesi için rahatlık çok önemli. Bu noktada da devreye oyuncunun kıyafetleri ve aksesuarları giriyor. Aynı zamanda bir denge sporu olan basketbolda eller kadar ayaklar da aktif olarak kullanıldığından bas- ketbolcunun tüm aksesuarları gibi çorapları da konfor ve denge sağlanmak üzere tasarlanmış durumda. Basketbol çoraplarında, oyuncunun ayak dengesini koruma amacıyla yerleştirilmiş özel destek sistemleri bulunuyor. Bu sistem sayesinde çoraplar, özellikle rakiple temasın yo- ğunlaştığı pota altı bölgesinde, oyuncunun ayak bileği ve ayak kemerini sıkıca sarıp destekliyor. Maç esnasında oluşabilecek ters durumlara karşı çoraplarda yastıklama denilen darbe engelleyi- ci bölümler bulunuyor. Ayak tarağı ve topuk bölgelerinde maksimum yastıklama sisteminin kullanıldığı basketbol çorapları, ayağı çok iyi bir şekilde kavramasına rağmen oyuncunun ayağını sıkmayan bir esnekliğe sahip. Genellikle pamuk dokuma olan bu çoraplar, ter emici özellikleri ile ayağın kuru kalmasını sağlayarak oyuncuyu asla rahatsız etmeyecek şekilde özel havalandırma

“Günümüzde çorap tasarımlarında, en çok çeşitlilik spor çoraplarında görülüyor. Bu alana bu denli has- sasiyetle yaklaşılmasının sebebi ise çorabın sporcu ile ayakkabı ara- sında sağlayacağı konforun, oyun performansını etkileyen önemli bir unsur olması.”



bölgelerine sahip. Tercih açısından seçeneği fazla olan basketbol çoraplarının, sporcunun giyeceği ayakkabıya göre uzun ya da kısa konçlu türleri bulunuyor.

PİLATESİN KAYDIRMAZ ÇORAPLARI

Son yılların en popüler sporlarından olmayı başaran pilates, ekipmanı fazla olan ve genellikle özel aksesuarlarla yapılan bir spor olduğu gibi sadece mat ile de yapılabilir. Esnekliği ve gücü artırmaya dayalı bu sporda genellikle vücudu saran ve yapılan hareketleri engellemeyecek kıya- fetler tercih ediliyor. Çekirdek kasları iyileştirme ve fiziksel direnci artırmaya dayalı egzersizlerden oluşan pilatesten, dengede kalabilmek; ayağın yere sağlam basması ve zeminde ayak sabitliğini koruyabilmek çok önemli. Bu yüzden bu sporla ilgilenen herkesin öncelikle bir pilates çorabına ihtiyacı var. Pilates çorabı, egzersiz sırasında anlık kazaların olmasını engelleyen kritik bir parça.

Bu çoraplar, kaydırmaz alt tabanlıklarıyla sporcunun denge sağlamasını kolaylaştırırken, kayma kaynaklı oluşabilecek kazaları da engelli- yor. Ancak kaydırmaz tabanlıkları çorapların tasa- rımında en çok dikkat edilmesi gereken nokta, tabandaki silikonun sporcu tarafından hisse- dilmemesi. Çünkü pilatesten konsantrasyon çok

önemli. Kaydırmaz özelliğinin dışında pilates çoraplarında esneklik sağlayıcı ekstra topuk des- tekleri de bulunuyor. Ayak parmaklarının gergin olması gerektiği sporda ayakkabı kullanılmadı- ğı için çoraplar, ayak bilekleri ve parmakların rahat hareket etmesine imkan sağlayacak yapıda oluyor. Pamuklu ve nefes alan yapıda üretilen çoraplar, ayağı sıkmadan tam olarak sardıği için kan akışını etkilemiyor. Bu çorap, yoga yapanla- rın da sıklıkla tercih ettiği bir ürün.

SU SPORUNA SU GEÇİRMEZ ÇORAP

Bir su sporu olan kayaking, kano isimli dar ve uzun teknelerle yapılıyor. İsmi İngilizce'deki kayak kelimesinden alan bu spor, Türkiye'de daha çok kano ile gezinti olarak bilinse de yarışları yapılan oldukça zor ve rekabetçi bir spor dalı.

Uzun süre suyla temas halinde olunan bu sporun kıyafetlerinin başlıca özelliği, su geçirmez yapıları. Akıntıya karşı çekilen her kürekte biraz daha ıslanan sporcuların, ıslaklık seviyelerini en aza indirmek için tasarlanan kıyafetleri kadar ayakkabı ve çorap seçimleri de çok önemli. Özel su yalıtım teknolojisiyle üretilen bu fonksiyonel çoraplar çok yönlü olmaları sebebiyle, kayaking dışındaki birçok su sporu için de kullanılıyor. Bu çorapların bir özelliği de ayağı, yarışların



yapılacağı sulak alan etrafındaki taş ve toprak- tan koruyucu olması. Kayaking çorapları, verdiği güven ve rahatlık hissi sayesinde sporcunun yarış deneyimindeki performansını artırmasına da yardımcı oluyor. Verimi en yüksek düzeye çıkaran bu çoraplar, su geçirmez olmalarına rağmen oldukça esnek ve hava alan tasarımlarıyla sporcunun ayağını sıkmayan ve ayağa yapışma- yan konforlu yapılarıyla öne çıkıyor.

BUZ HOKEYİ İÇİN SIFIR RİSK

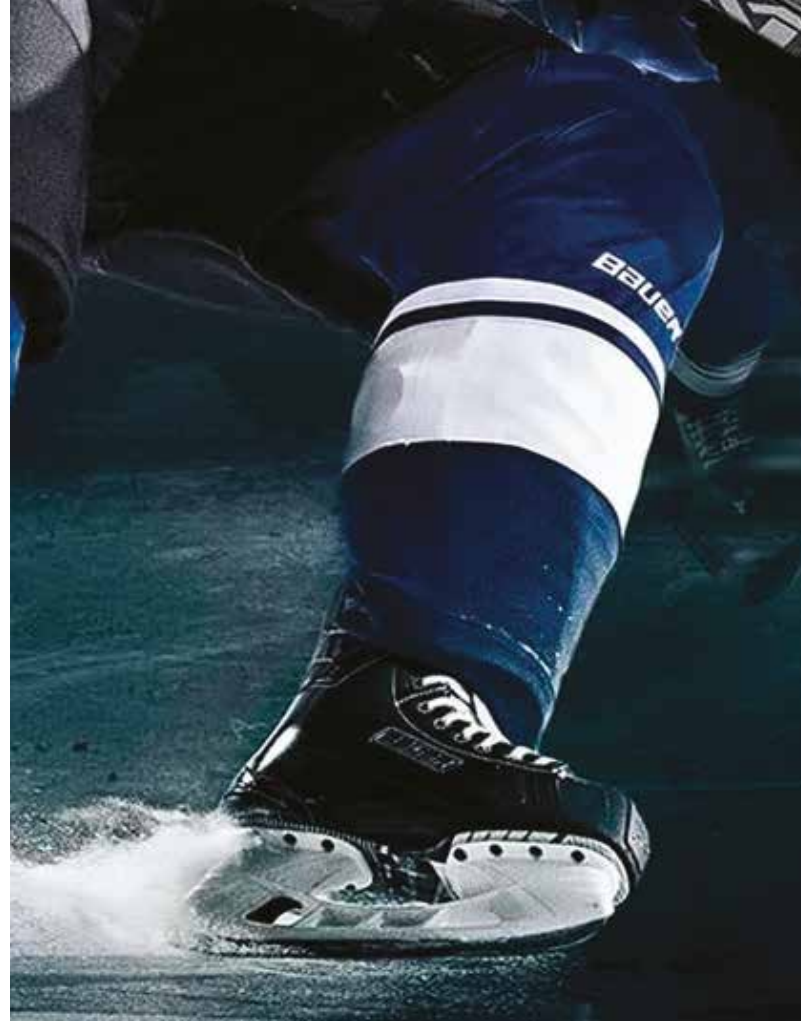
Dünyada futboldan sonra en popüler spor dal- larından biri olan hokeyin, buz üzerinde oynan versiyonu, oldukça sert ve hızlı bir spor branşı. Sporcular pist üzerinde puck isimli bir disk, ellerindeki uzun sopalarla rakip takımın kalesine göndererek sayı almaya çalışıyorlar ve bu sırada onlara eşlik eden en mühim aksesuarları paten- leri oluyor. Hem buz üzerinde yapılması hem de oyuncuların patenlerle hareket ediyor oluşu, buz hokeyindeki tehlike ihtimalini artıran özellikler. Tüm bu riskler sebebiyle oyuncuların kıyafetle- rinde koruyucu amaçlı birçok özellik bulunuyor. Kıyafet ve aksesuarın geniş kapsamlı olduğu buz hokeyinde, sporcunun patenlerle rahat hissedebilmesi için paten çorabı çok iyi seçilmiş olmalı. Hatta bu sporu yapan kişilerin patenden önce çoraplarını seçmesi gerekiyor. Buz hokeyi çoraplarında seçenekler çok fazla. Kısa, buzağı ve diz boyu adında üç farklı boyu olan çorapların file ve örme yapısında da iki farklı türü bulu- nuyor. Sporcular kışın daha çok yün ve kalın hokey çoraplarını, yazın ise polyester ve pamuk- tan yapılmış daha hafif çorapları tercih ediyor. Kalın çoraplar oyuncunun ayağında yastıklama özellikleriyle ekstra bir konfor sağlarken, ince çoraplar ayakta yokmuş hissi isteyen oyuncula- rın tercihi oluyor. Tüm buz hokeyi çoraplarının



ortak noktası ise nem yönetimini sağlayan, nefes alan ve patenler arasındaki sürtünmeyi önleyen yapıda tasarlanması.

SOĞUK SPORA TERMAL ÇORAP

İnsana kendini olabildiğince özgür hissettiren, tehlikesi, heyecanı, adrenali ve eğlencesi bol sporlardan biridir kayak. Kıyafetleri, mevsimsel sebeplerden dolayı özel olan kayak sporunun çok fazla ekipmanı bulunuyor ve bunlar içinde önemsizmiş gibi dursa da doğru yapıda üretilmiş çorabı seçmek sporcunun kayak botuyla arasındaki uyumu yakalamasını sağlıyor. Nemi emen doğal yapısı, dayanıklılığı ve sıcaklığını uzun süre koruyor olması sebebiyle, kayakta yün yapılı çoraplardan çok yüksek bir verim alınıyor. Ancak yün çorapların tek eksi yanı, elastikliğinin zayıf olması. Bu yüzden kayak çoraplarının çoğunluğu polyester, naylon, akrilik ve merinos yünü karışımından oluşuyor. Kayak çoraplarında hem konforu artırmak hem de ayak üstü ile ayak bileğinde oluşabilecek darbe ve yüksek basıncı önleyici dolgular bulunuyor. Çoraplar aynı zamanda cildi botlardan da koruma görevi görüyor ve dizlere kadar olan uzunluğuyla sporcunun ayaklarını sıcak tutuyor. Tüm kayak çorapları, yalıtım sağlama amaçlı tasarlandığı için en kalın çorabın her zaman en iyi sonucu vereceği söylenemez. Temelde iki tip çorabı bulunan kayak sporunda; basit ve ekonomik olan tüp çorap ile daha gelişmiş ve teknik özellikteki ergonomik çorap arasından sporcu kendine uygun konforu ve performansı sağlayacak olan çorabı seçmelidir.



İYİ BİSİKLET SÜRMEK PROFESYONEL ÇORAP GEREKTİRİR

Her zaman çok sevilen ama son yıllarda ilginin daha da arttığı bisiklet sporu, birçok insana hitap eden spor dallarından biri. Şehir içinde hobi olarak yapanlar olduğu gibi bu spora tutkuyla bağlananlarda var. Farklı alanlarda, farklı kural ve şekillerde yarışların düzenlendiği bu sporda sporcunun giydiği kıyafetler mevsim geçişlerine göre değişkenlik gösteriyor. Rüzgarın en büyük dış etken olduğu bu sporda, kıyafet genellikle vücuda yapışacak şekilde tasarlanıyor. Ayakların sürekli çalıştığı bisiklet sporunda, çoraplar yıpranmaya çok müsait olduğundan, herhangi bir çorap yerine profesyonel bir çorap tercih etmek şart.

Ayakların uzun bir süre pedal çevirdiği bu sporda sürtünme kaynaklı olarak bileklerde birçok sorun oluşabiliyor. Bu yüzden çoraplarda ayağın pedal ile temas ettiği bölgeleri koruması için güçlendirici bölümler bulunuyor. Bisiklet çorapları genellikle ince yapılı, ayağı iyice kavrayan ve esnek tasarımlarıyla dikkat çekiyor. Sert yapılı bisiklet ayakkabısının içinde sporcuya yüksek derecede konfor sağlayan çoraplar, taban boşluğunu da koruyup destekliyor. Bisiklet çorapları, yapısı gereği hava alan bir teknolojiye sahip olsa da ayakların yarış boyunca serin kalması çorap üzerindeki file delikler sayesinde ikiye katlanıyor. Tüm bu özellikler, sporcunun bisiklet üzerinde kendini daha iyi ve daha rahat hissetmesine yardımcı oluyor.



ULTRA FEEDER 2 İplik Besleme Cihazı

Çorap Boylarında Eşitlik,
Kusursuz Lastik Genişlikleri ve
Çıplak Elastan Dahil,
Her Tür İplik ile Gerçek Zamanlı
Elektronik Tansiyon Kontrolü



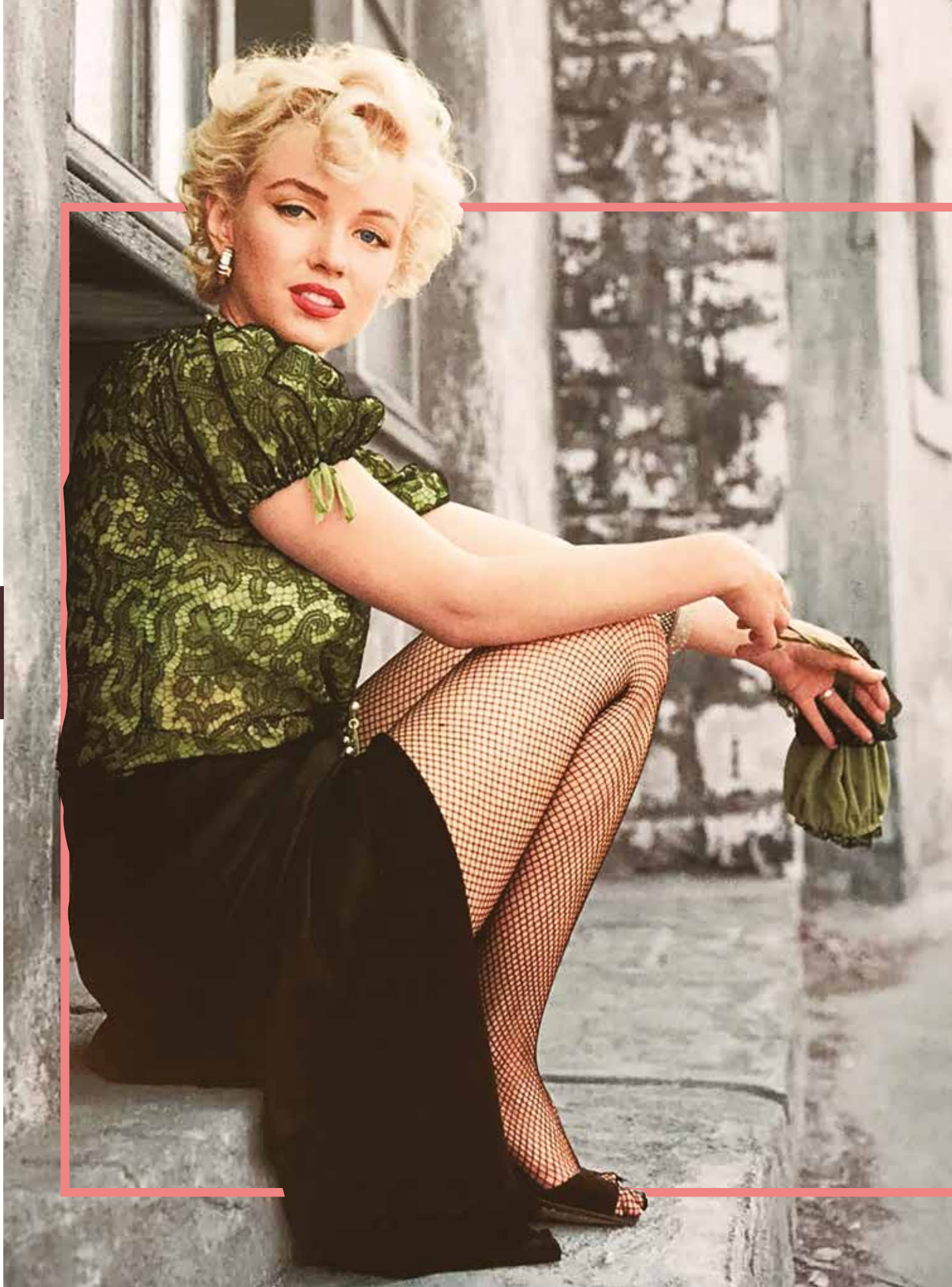
BT SR

building the future

TEKSEL
VERKİTİL

Teksel Tekstil Ürünleri Pazarlama San. ve Tic. A.Ş.

T: +90 212 269 82 82 www.tekstekstil.com.tr info@tekselttekstil.com.tr
15 Temmuz Mah. Bahar Cad. No: 6 Polat İş Mer. C Blok Kat: 4 D: 41 Bağcılar, İstanbul



Moda tekerrürden ibarettir

Moda olağanüstü komik bir şey, aynı zamanda kafa karıştırıyor. Beyaz soket çorabın 80'lerde popüler olup 2000'lerde yüz üstü bırakılmasının ardından bugünlerde göklere çıkarılmasının başka nasıl bir açıklaması olabilir?



Artık birkaç çift çoraba sahip olduğumuz günler epey geride kaldı. Birileri çorabın ayakkabının aynası olduğu görüşünde. Yani ayakkabıya iyi para veriyorsanız, aynısını çorabınız için de yapmalısınız. Bir kısım çorapların bazı özelliklere bağlı kalması gerektiği konusunda ısrarcı. Bacaklarınızı göstermemeli mesela. Ve tabii çorabın kişinin karakterini yansıttığını düşünenlerin sayısı giderek artıyor. Bu durumda renkleri umursasanız iyi olur. Dolayısıyla, tüm bunları birkaç çorabın başarması mümkün değil ve kişi başına düşen çorap sayısı gün geçtikçe artıyor.

Bugünlerde özellikle soket çoraplar oldukça revaçta. Farklı renk ve yaratıcı sloganları nedeniyle hem kadınlar hem de erkekler tarafından hemen her gün kullanılıyor. Bu haliyle soket çorapların modanın esas belirleyeni olan kıyafetleri ikinci plana attığı bile söylenebilir. Ancak modaya güven olmaz. Bugün soket çorabı her zamankinden daha görünür kılan trendler, yarın buna güldürebilir. Nitekim dün kadar beyaz soket çoraba

yapılan muamele ortada. Bu konuda İngiliz tarihçi James Laver haksız sayılmaz: “Bugün moda olan 10 yıl öncesinde yakışsınız, beş yıl öncesinde utanmaz, bir yıl öncesinde cesur, bir yıl sonra demode, 10 yıl sonra itici, 20 yıl sonra gülünç, 30 yıl sonra eğlenceli, 50 yıl sonra garip ama aynı zamanda çok hoş, 70 yıl sonra büyüleyici, 100 yıl sonra romantik, 150 yıl sonra güzel geliyor.”

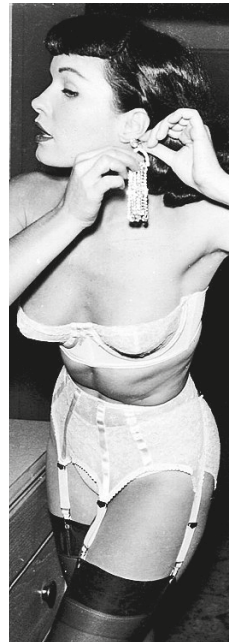


1950'LER

Modanın miladı sayılan bu yıllarda iki önemli aktör vardı: Naylon çorap ve jartiyer. Bu ikisine değer biçmek, cesaret isteyebilirdi. Diz üstünde bizten naylon çoraplar, bugün fantezi giyime kayan jartiyer kullanılarak asılıyordu. Çünkü o tarihlerde henüz külotlu çorap yoktu. Kadınların beli dar ve diz altında biten etekleri, bu ikilinin kullanımı için oldukça uygundu.

Dönemin stil ikonları Audrey Hepburn, Bridget Bardot, Marilyn Monroe, Grace Kelly ve Sophia Loren idi.

Türkiye bu yıllarda birçok konuda olduğu gibi moda konusunda da batılı ülkeleri örnek alıyordu. 50'lerde Hollywood filmleriyle tanışan Türk halkı “Amerikan Rüyası”ndan etkilendi. Bugünün trendlerine bile etki eden çizgiler, formlar ve klasikleşmiş kimi parçalar hayatımıza bu yıllarda girdi. Etek boyları kısaldı. Kalem etekler ilk kez 1950'li yıllarda ortaya çıktı. Hatta kadınlar pantolon giymeye başladı. Bilekte biten sigaret pantolonlar dönemin modası olan babetlerle kullanılmaya başlandı. Modadaki tüm bu feminen tarz,



Modanın miladı sayılan 1950'lerde, kadınların vazgeçilmez ikilisi naylon çorap ve jartiyerdi.

naylon çorap kullanımını kaçınılmaz kıldı.

Öyle ki İstanbul'da 1952 yılında çorap fabrikası kuruldu. Üretilen naylon çoraplar, ucuz olması nedeniyle kadınlardan yoğun talep gördü. Bacaklarındaki kusurları gizleyebilecek güce sahip naylon çoraplara sahip olmak isteyen kadınlar, dükkanların önünde uzun kuyruklar oluşturdu.

Kadın giyiminin ayrılmaz bir parçası haline gelen naylon çoraplar, popülaritesini 1960'lara dek sürdürdü.

Diğer taraftan 1950'lerde erkek modası da değişime uğradı. Pamuktan yapılan ve ayak bileklerinde baklava dilimli ve geometrik tasarımlar bulunan çoraplar oldukça popülerdi. Pembe ve mor dahil olmak üzere erkek çoraplarında hemen hemen her renk kombinasyonu görülmeye başlandı. Bugün erkeklerin çorap seçeneklerine baktığımızda, 1950'lerden beri çok az değişiklik olduğunu görebiliyoruz.



1960'LAR

Çorap modasındaki dönüm noktalarından biri de 60'lar. Mary Quant adlı genç bir moda tasarımcısı, etek boyunu hiç olmadığı kadar kısalttığına, jartiyer kullanımı imkansız hale geldi. ‘İcatlar ihtiyaçlardan doğar’ sözüne binaen külotlu çorap ilk kez bu tarihlerde üretildi. Çünkü özellikle süper mini etekler, kadınları neredeyse çıplak bıraktığından, kusurları ve görülmemesi gereken noktaları





1937'DEN BU YANA ORİJİNAL TEK BURUN DİKİŞ MAKİNESİ: ROSSO



ETS PAZARLAMA
GÖZTEPE MAHALLESİ, İNÖNÜ CADDESİ, NO:122 K.13/59
BAŞKULE PLAZA BAĞCILAR, İSTANBUL, TÜRKİYE

INFO@ETSPAARLAMA.COM
0212 564 23 44
WWW.ETSPAARLAMA.COM

Çorap modasındaki dönüm noktalarından biri de 60'lar. Dikişsiz külotlu çorap ilk kez 1965 yılında piyasaya sürüldü.

gizleyecek bir çorap tasarımına karşı ihtiyaç yarattı. Jartiyer ile tutturulan naylon çorapları, mini etekle giymek imkansız hale geldi.

İlk külotlu çorap Amerika'da 1959 yılında üretilirken, dikişsiz külotlu çorap da ilk kez 1965 yılında piyasaya sürüldü.

Quant'ın yarattığı mini etek ise önce Londra'ya ardından Amerika'ya ve Hollywood filmleri yoluyla da dünyaya yayıldı. Kadın giyiminde zarafetin vurgulandığı yıllarda değişim rüzgarından Türk kadını da etkilendi. Türkiye'de de etek boyları kısalı. Külotlu çoraba olan talep arttı.

Tabii ki külotlu çorabın yayılması jartiyer kullanımının azalmasına neden oldu. Kul lanımı zorunluluk olmaktan çıkarak fantezi giyime yönelse de kadınları gerçekten çekici gösteren bu kıyafet hakkında şarkılar yapıldı. 'A Fool For Your Stockings' şarkısı bu şekilde yazıldı.

Bu dönemde diz altı çoraplar da sık kullanılıyor. Dönemin en renkli trendlerinden biri de uzun, desenli ya da düz renk çoraplar oldu.

Öte yandan erkek çorabındaki gelişmeler kadınlarınkinin gölgesinde kaldı. Takımların altına giyilen erkek çorapları, kadın dünyasındaki gelişmelerin tersine mütevazı, hafif, hatta sıkıcı bir haldeydi.

Üzerlerindeki baskılar küçülerek ayak bileğinde minik bir elmas işaretine dönüştü. Renkte ise gri, mavi, lacivert gibi güvenli tarafa yöneldi. Spor çoraplarında ise kırmızı ve yeşil gibi canlı renkler yerini korudu. Hatta beyaz yeni bir renk olarak modern simgeledi. O dönemde sentetik malzmeden dolayı temizlemesi kolay olduğundan beyaz çorabın kirlenmesinden kimse korkmuyordu. Ancak genç erkeklerin yaşlı görünen bu çorapları terk etmeleri uzun sürmedi.

1970'LER

Bireyselliğin ortaya çıktığı 70'li yıllarda çorap modasında tek bir kalıptan söz etmek



mümkün değil. Farklı tarzlar ön plana çıktı. İnsanlar pek çok farklı modayı karıştırıp ne isterlerse onu giydi.

Punk stilinin doğduğu, etek boylarının mini, midi ve maksi arasında gidip geldiği, giyilen pantolonların modelinin İspanyol paça olduğu dönemlerden bahsediyoruz. Denim altlarından görülen fileli çorapları hatırlayanlarınız vardır.

Bu yıllar mini eteğin Türkiye'de tam anlamıyla kullanılmaya başlandığı yıllar aslında. Etek boyu, kalça hizasına kadar kısalı. Gözler bu kısığa alıştığında pek çok Türk kadını mini eteğe dolabında geniş yer açtı. Haliyle külotlu çorap yine revaçta olduğu yılları yaşadı.

Diğer taraftan kısacık dar şortlar, apartman topuklu ayakkabılar, boyundan bağlı maksi elbiseler ve mini etekler ile birlikte uzun ve renkli soket çoraplar da rağbet gördü.

Dünyada moda anlamında önemli yeniliklerin yaşandığı bu yıllarda, Türkiye de gelişmelerden etkilendi. Dahası Türkiye'nin bu dönemlerde bir Jill sevdasına düştüğünü söylemeliyiz. Jill marka çoraplar hakkında çok başarılı reklamlar yapılsa da maalesef, bu çoraplar vaatlerini karşılayamadı. Sürekli kaçan ve yırtılan kalitesiz dokumasından kendine alan oluşturamayınca tıpkı ürünleri gibi marka da çöpe gitti.



1980'LER

Moda konusunda şüphesiz en unutulmaz yıllar 80'lerdi. Modada maksimalizm akımının ortaya çıktığı yıllardı. Rengarenk makyajı, kabarık saçları, parlak taytı ve

tozluğu ile evde aerobik yapan kadınları görsel hafızamızın unutulmazlarından.

Aerobik çılgınlığının yaşandığı bu yıllarda sokak modasında her parça farklı renkteydi. Bilekte toplanmış havlu çoraplar da buna dahildi.

Bu yıllarda Parizyen çoraplarının reklamı 'Müjde size diye' kulaklarda çınları.

Öte yandan hip hop çılgınlığının soket çorapları, punk çılgınlığının ise file çorabı öne çıkardığı günlerdi. Tüm kombini baştan aşağı değiştirmeye yeten file çorap, feminenliğin dozunu en üst noktaya çıkarırdı.

Modanın en abartılı dönemi olarak adlandırılan 1980'ler, her ne kadar rüküş bulunsa da bugün günümüz trendlerine damga vuran pek çok unsuru içinde barındırıyordu. Her şeyin büyük, cesur ve tamamen göz alıcı olduğu yıllardı nitekim.

Füzo taytlardan giymeyen yoktu. Bunlar tüm hayatınızı geçirebileceğiniz rahatlıktaki taytlardı.

80'li yıllarda zorunlu olan bir ternd daha vardı; beyaz soket çorap. Bu dönem erkeklerin giydiği soket çoraplar, beyaz rengi ile unutulmaz oldu. Öyle ki, beyaz çorap giymeyen erkeğin flört şansı bile yoktu. Kıvrık pantolon paçalarının altından bembeyaz bir çorap mutlaka görünmeliydi.



90'LAR

Abartıya kaçan makyajların yapıldığı, beyaz spor ayakkabıların damga vurduğu 90'lı yıllar, bir nevi 80'lerin devamı niteliğindeydi.

Kolej modasının özellikle gençler arasında yaygın olduğu 90'larda pilili etekler, uzun soket çoraplarla tamamlanıyordu. O dönemin okul çocuklarının değişmez tercihi ise dantelli kısa çoraptı. Doksanlardan gelen bir başka trend de file çoraplardı.

Bireyselliğin ortaya çıktığı 70'li yıllarda çorap modasında tek bir kalıptan söz etmek mümkün değil.

Erkek ve kadınlarda bilekte toplanan havlu çorapları ise unutmak mümkün değil.



2000'LER

21'inci yüzyılın başlarını, hip-hop müzik kültürünün doğduğu ve vintage kültürünün öne çıktığı yıllar olarak açıklayabiliriz. Bu dönemde modada tek bir trend olmadığından çorap konusunda herkes kendi trendini yarattı. Külotlu çoraplar bilerek parçalanırdı. Fileli çorap ve platform ayakkabı ön plandaydı. Renkli ve kaprimsi taytlar hemen hemen her kadının üzerindeydi. 2000'li yılların modası, bundan önceki moda trendlerinin toplamını sergiledi. Günümüze dek her yıl az da olsa değişmeyi sürdürdü.

Son yıllarda en çok babet çorap ön plana çıktı. Ayakkabıların içinde kaybolan babet çoraplar hem kadınlar hem de erkekler tarafından tercih edildi. Hatta orta yaştaki erkeklerin çekmecelerinde bile yerlerini aldı.

Farklı desenlerdeki külotlu çoraplar, geçtiğimiz yıl epey ilgi gördü. Puantiyeli, çizgili, farklı konseptleri bir araya getiren külotlu çoraplar, kadınlar tarafından sıklıkla tercih edildi.

Ancak bugünlerde en çok dikkat çeken trend beyaz soket çorap oluyor. 80'lerde revaçta olsa da 2000'lerin başlarında yadırganan beyaz soket çoraplar yükselişini sürdürüyor. Farklı renk ve sloganlarla kombilerin en dikkat çeken parçası haline gelmiş durumdalar. Özellikle 20'li yaşlarına henüz adım atmamış olanların bu trendi son derece heyecan verici bulduğu kesin. En çok spor ayakkabılar ile kullanılsa da kadınlar tarafından bu sezon içinde topuklu ayakkabılar ile bile kullanılacak. Erkekler ise siyah ayakkabılarıyla beyaz çoraplarını giymeye yeniden başladı bile.

KATIA & BONY



KATIA & BONY



LIVE COLORFUL

Söylemeye cesaret edemiyorsan ayağına giy!



Fayda ve tamamlayıcılık görevinin ötesine geçerek geniş bir moda repertuarı oluşturan çoraplar, artık sadece bir moda ifadesi olmayı yeterli görmüyor. Bir iletişim aracı olarak da güçlü bir moda ürünü olduğunu verdiği mesajlarla gösteriyor.

Detay odaklı bir çağda yaşıyoruz. Bir kıyafet için üretebileceğiniz çeşitli aksesuarlar ve olası değişiklikler en üst seviyede bulunuyor. Herkes tarzını öne çıkarmanın bir yolunu ararken, bir ürün hem gündelik yaşamın hem de resmi giyim hayranlarının ilgisini net şekilde yakaladı: Çoraplar. “Hey, bana bak!” diye bağırmanın içinde bulunduğumuz toplumun -en azından bir kesiminin- dikkatini çekme noktasında son yıllarda büyük bir sükse yakalayan çoraplar, bir moda ifadesi olarak çekici, çok yönlü ve basitliği ile son yılların en fazla dikkat çeken giyim ürünü. Tamamlayıcı bir aksesuar misyonun ötesine geçip tek başına

bir moda “yaratımı”na dönüşen çoraplar, son birkaç yılda bir moda şovuna dönüştü. Oldukça mütevazı maliyete sahip olan bu ürün, bu yönüyle de olağanüstü bir moda deneyimin oluşmasını sağlıyor.

Fayda ve tamamlayıcılık görevinin ötesine geçerek geniş bir moda repertuarı oluşturan çoraplar, artık sadece bir moda ifadesi olmayı yeterli görmüyor. Kıyafetlerin ve modanın bir güzellik ve tarz olmasının yanında ifade biçimi ve iletişim aracı olduğu gerçeğini gören çoraplar, bu sosyal ağı da domine etme çabasında.

GÖZE ÇORAP SOKMAK

Hepimiz artık çorapların eskisi olmadığını biliyoruz, daha güçlüler, daha bağımsızlar. Uzun bir süre boyunca sadece ayaklarımızı korumaya aldığımız bir giyim aksesuarı olarak var oldular. Çoraplar genellikle sadeydi, ayak bileğine kadar uzundu, değersiz olduğu düşünülüyordu ayakkabının ya da pantolonun altında saklı tutuldu. Şimdi ise giyim şeklimizin en önemli parçalarından birini oluşturuyor. Bunun da yanında bir uyarma yöntemi, açıklama aracı ve diplomasi biçimine dönüştü.

Çorapları bir iletişim aracı olarak kullanmanın en başarılı örneklerinden biri -senelerce- eski ABD Başkanı George H. W. Bush (Baba Bush) oldu. Arkadaşı ve kendisi gibi eski bir ABD Başkanı olan Bill Clinton’un kendisini ziyaretinde, Clinton’un yüzünün olduğu bir çift çorap giyerek, kendisine olan sevgisini gösterdi. Amerikan futbolunun önde gelen kulüplerinden Houston Texans’ın baş antrenörü ile görüşmeye giderken kulübün amblemini taşıyan çorap giydi. Karısı Barbara’nın cenazesinde, onun okuryazarlığı teşvik eden çalışmalarına övgü olsun diye üzerinde kitap görselleri olan çorap tercih etti.

Baba Bush’un çoraplar üzerinden kurduğu iletişim ve mesaj verme durumu, kendisinin son yolculuğunda da sevenleri tarafından unutulmadı. İkinci Dünya Savaşı’nda deniz havacısı olan Bush, üzerinde uçan jetlerin olduğu çoraplarla gömüldü (30 Kasım 2018). Hatta Houston Belediye Başkanı, Bush için Belediye Binası’nda gerçekleşen anma töreninde, eski cumhurbaşkanının anısına, herkesi renkli çoraplar giymeye davet etmişti.

Bush, giyimi daha göze çarpar hale getirmek için erkek giyiminde renkli ve baskılı çorap kullanma trendini benimseyen birkaç yüksek profilli figürden biriydi. Bugün ise “göze çorap sokarak” diplomasi yapma eğilimini Kanada Başbakanı Justin Trudeau devam ettiriyor. Halkın karşısına ya da uluslararası etkinliklere renkli çorapları ile katılan Başbakan Trudeau, dahil olduğu her ortamda bu sayede ilgi odağı olmayı başarıyor. Davos’ta yapılan Dünya Ekonomik Forumu’nda, genç aktivist ve Nobel Barış Ödüllü Malala Yousafzai ile yaptığı söyleşide mor renk üzerine ördek baskılı çoraplar tercih eden Başbakan, iki sene önceki NATO Zir-



Baba Bush, 31 Mayıs 2012’de Beyaz Saray’da, Oğlu (eski başkan) George W. Bush ve Leydi Laura Bush’un portrelerini açıklamak için katıldığı seremonide, Amerikan bayrağı renklerini tercih etmişti.

vesi’nde ise NATO logolu çoraplar tercih etmişti. Özgürlükçü fikirleri ile bilinen Trudeau, 2017 yılında New York’ta gerçekleşen ekonomi zirvesindeyse, Star Wars karakteri Chewbacca’lı çorapları ile dünyanın gündemine oturmuştu. Katıldığı ciddi ve dev organizasyonlarda giydiği çoraplarla hem mesaj veren hem de gündeminin yoğunluğunu hafifleten Trudeau, daha önce de Ramazan Bayramı’nda üzerinde “Eid Mubarek” (Ramazan Bayramı mübarek olsun) yazılı çorap giymişti.

Çorapla açıklama yapma trendine uyum sağlayan bir başka yüksek profil ise Amerikalı dev araştırma şirketi NPD Group’un baş danışmanlarından Marshal Cohen. Cohen, erkek giyim pazarında dört beş sene evvel büyük bir zirve yapan çorabı, renkliliği ve yenilikleri ile başarılı şekilde kullanan isimlerden biri. Bir zamanlar erkekler için mesaj verme görevini üstlenen kravatların tahtına oturan çoraplar için “Yıllar geçtikçe daha da rahatladık. Böylece eğlenceli bir ürün olan çorapları yenilikçi bir yaklaşımla, mesaj verme aracı olarak kullanmaya başladık” diyen Cohen, kalıplardan kurtuldukça, kıyafetlerin ekosisteminin daha da genişleyeceğini söylüyor ve “Siyah bir takım elbiseyi tarz bir hale getirmek için renkli bir çift çorap kesinlikle yeterli” diyor.

Çorapları mesaj amaçlı kullanan insanların sayısı her geçen gün artıyor. Ünlü dünyasının, özellikle de Hollywood starlarının renkli çoraplara yönelmesi, mesaj içerikli çoraplar taşıması sebebiyle, bu akım tüm sokakları sarmış durumda. Örneğin Jessica Alba’nın giydiği bebek baskılı pembe mavi çoraplarının çocuklarına olan sevgisinin bir yansıması olduğunu hemen anlayabiliyoruz. Orlando Bloom ve Katy Perry (hâlâ birlikteyken)



2018 yılında gerçekleşen NATO Zirvesi'nde, NATO logolu pembe-mavi çorapları ile gündeme oturan Başbakan Trudeau, Almanya Başbakanı Angela Merkel ve diğer ülke liderlerinin ilgisini çekti. Merkel, çorapların fotoğrafını Instagram hesabından paylaşarak, "Harika çoraplar, Justin Trudeau!" notu düştü.

aşklarını, değiştirdikleri çorap tekleri ile sözsüz anlatabilmişlerdi. Bugün sokaklarda çoraplarını cesurca sergileyen insanların nelerden hoşlandığını ya da hoşlanmadığını yine çoraplarından anlamak mümkün. Hangi müziği dinlediklerini, hayvan sevgilerini, sevmedikleri siyasetçileri, hangi ülkeden olduklarını hatta hangi yaş aralığına sahip olduklarını çoraplarına bakarak söylemek mümkün.

Çorabın sözsüz anlatımı çoğu zaman bir farkındalığa da dönüşebiliyor. Bunun en başarılı örneklerinden biri "Down Sendromlular Günü"nü rengarenk çoraplarla kutlamak. Bugün Türkiye'de ve dünyanın pek çok yerinde bu özel günde down sendromlu çocuklara dikkat çekmek için renkli çoraplar giyiliyor.

SANATSAL FARKINDALIK SÖYLEMİ OLARAK ÇORAPLAR

Çorabın kıyafete ve tarza eğlence ve renk katmanın yanında açıklayıcılık tarafı, bireysel anlatımın yanında sanatın ifade biçimine de destek sunuyor. Bu sayıda dergimize konuk olan isimlerden sanatçı Haydar Ekinek, çorap üzerinden "kadın" farkındalığını ortaya koymaya çalışan isimlerden biri. "Kadının kaderi çorabına benziyor" diyen Ekinek, "Mercan Yokuşu'nda Kırmızı Çorap" isimli son sergisinde, bugün anlatım biçimi olarak gücünü gösteren çorabın bir zamanlar, değersiz bir varlık gibi gösterilmesi durumunun şu an için kadın kavramı üzerinde var olduğunu söylüyor. Kadının son yıllarda artırdığı "varoluş" durumunu da çorabın zamanla kazandığı bağımsızlığa benzetiyor ve

kadının da bir yerde tam olarak bağımsız olacağını ifade ediyor.

Çorabın iletisel gücünü sanatına yansıtan isimlerden biri de Güney Afrikalı sanatçı Turiya Magadla. Geçtiğimiz sene gerçekleşen Bienal kapsamında eserleri Türkiye'deki sanatseverlerle buluşan sanatçı, ırkçılığa, emeğe, şiddete ve cinsel ayrımcılığa dikkat çekmek için eserlerinde yoğunluklu olarak külotlu çorabı kullanıyor.

Çorabın sanata farkındalık olarak eklendiği bir başka sanat alanı ise "sürdürülebilir sanat". Son yıllarda pek çok sanatçı, boya ve fırça yerine tuvallerinde tekstil atıklarını kullanmaya başladı. Bu tekstil atıkları içinde çorap da kendine oldukça geniş yer buluyor; portrelere dönüşüyor, doğayı tasvir ediyor, kendi nesnellliğini bir başka nesne için kullanılabilir kılıyor.

BARIŞ İFADESİ OLARAK ÇORAP HEDİYE ETMEK

Görünür hale gelen çoraplar, moda becerilerini iletmenin kolay şeklini ortaya koymaya başladı. Diğer yandan yaratıcı, bağımsız ve güçlü bir insan olduğumuz mesajını ya da ortada bir yanlış olduğunu aktarmanın ayağa çorap giymek kadar kolay olduğunu. İnsanlara bir başkası ile bağlantı kurmanın eğlenceli bir yolunu keşfettiren çorapların, moda ekosistemi içinde oturduğu yer şu an için çok sağlam. İnsanlar artık çorapları gizlemenin çok mantıklı bir yöntem olmadığını farkında. Her şeyden önce bir mesaj vermese bile çok renkli bir dünyaya sahip olan bu ürünün pozitif bir algı yarattığını biliyoruz. Bunun en güzel yansımalarından biri de insanların özel günlerde birbirlerine en fazla hediye ettiği ürünler arasına çorabın da yerleşmesi.

İngiltere'de olumsuz anlama sahip bir ifade yöntemi olan "göze çorap" (sock in the eye), bir nevi darp etmek anlamına geliyor. İngilizlerin bu ifadeyi nasıl bulduğuna takılmamalı, asıl önemli olan bugün pek çok İngiliz'in çorap hediye etmeyi bir şiddetsizlik, barış ifadesi olarak tercih etmesi.





ÇMS® | BALSUYU®

TEKSTİL MENSUCAT

integrated perfection
from cotton to fabric

by **BCI** Better Cotton Initiative

100% organic cotton

yarn

Ring Compact Combed
Ring Compact Carded

Ring Ecrü Cotton/Polyester
Ring Melange Cotton/Polyester

Slub Yarns

Open-End Ecrü Cotton/Polyester
Open-End Melange Cotton/Polyester

Knitting Fabric



agriculture



ginning



spinning



knitting



dyeing

FACTORY & HEAD OFFICE : Eyüp Sultan Mh. Recep Tayyip Erdoğan Biv. No: 150/A 40080 • Dulkadiroğlu/Kahramanmaraş/TÜRKİYE • T: +90 (344) 236 11 02 • F: +90 (344) 236 01 13

FACTORY II : Kulu Mh. Balsuyu Bulvarı No: 24/1 46800 • Türkoglu/Kahramanmaraş/TÜRKİYE • T: +90 (344) 029 22 00 • F: +90 (344) 029 22 04

ISTANBUL OFFICE : Çobançesme Mh. Mithat Paşa Cd. No: 37 • Yenibosna/Bahçelievler/İstanbul/TÜRKİYE • T: +90 (212) 839 21 20 • F: +90 (212) 839 37 07





14 Ekim 2017 tarihinde dernek genel merkezimizde gerçekleşen 12. dönem Çorap Sanayicileri Derneği Olağan Genel Kurulu'nda seçilen yeni yönetim kurulu, İlker Öztaş başkanlığında çalışmalarına başladı.

YÖNETİM KURULU ÜYELERİ

1 İlker Öztaş (Öztaş Çorap)	10 Furkan Yavuzarslan (Bross Tekstil)
2 Ender Doğan (Çimpa Çorap)	11 Sarper Örmeci (Örmeci Çorap)
3 Ceyda Özdoğan (Boğaziçi Çorap)	12 Murat Özüren (Eskişehir Çorap)
4 Serdar Bekmezci (Gelal Çorap)	13 Ahmet B. Kıymaz (Uç-Ar Çorap)
5 Osman Cengiz (Erbos Çorap)	14 Tuğba Özüren (Atlas Çorap)
6 Tuğçe İyikülal Anık (Hobi Çorap)	15 Bektaş Bekmezci (NBG Çorap)
7 Erhan Eligül (Eligül Çorap)	16 Murat Ulutürk (Şerif Çorap)
8 Perran Yeşil (Or-AI Çorap)	17 Mustafa Erdal (Merdal Çorap)
9 Kadir Söylemez (Ro-Yal Çorap)	18 Barış Atmaca (Aber Çorap)





Çorap Sanayicileri Derneği olarak Ticaret Bakanımız Sayın Ruhsar Pekcan Hanımefendiyi makamında ziyaret ederek Türk çorap sanayisini ve sektörümüzün sorunlarını aktardık. Özellikle naylon ipliğe getirilmek istenen koruma önlemlerinin sektöre vereceği zararı vurguladık.



Yönetim Kurulumuz, İstanbul Valisi Ali Yerlikaya'ya hayırlı olsun ziyaretinde bulunarak derneğimiz hakkında bilgi vermiştir.



Derneğimiz naylon iplik anti dumping kapsamında Ankara'da yapılan toplantılara yoğun katılım sağlayarak başarılı bir sonuç elde etmiştir.



İlker Öztaş başkanlığında yönetim kurulundan oluşan dernek heyetimiz, İstanbul Sanayi Odası seçimleri sonrası Başkan Erdal Bahçıvan'a hayırlı olsun ziyareti gerçekleştirdi.



Yönetim Kurulumuz, İbrahim Çağlayan'a, vefatından hemen önce bir ziyarette bulunmuştu. Değerli başkanımıza Allah'tan rahmet diliyoruz.



Dernek Yönetim Kurulumuz, 9 Nisan 2018 tarihinde yapılan İstanbul Ticaret Odası (İTO) seçimlerinde başkan olan seçilen Şekib Avdagic'e hayırlı olsun ziyaretinde bulundu.

 **SANTONI** Dikişsiz Body Makineleri



Çorap Makineleri



Çorap Makineleri

FLAİNOX

Parça Boyama Makineleri

KERN-LIEBERS

KNITTING PARTS

Örgü Makineleri İğne ve Platinleri

YARNTEX

Nylon 6.6 Boyalı Desen İplikleri

TWD Fibres

PA 6.6 / POY / FLAT / TEKSTURE İplik

TÜRKİYE MÜMESSİLİ

SOMTEKS A.Ş.

ORHAN TORFİLLİ VE OĞULLARI

Piyalepaşa Bulvarı Kestel İş Merkezi C Blok Kat:3 34440 Kasımpaşa - Beyoğlu / İstanbul

Tel: 0(212) 251 30 54 (pbx) - Fax: 0(212) 249 48 49 - E-Mail: info@somteks.com

www.somteks.com



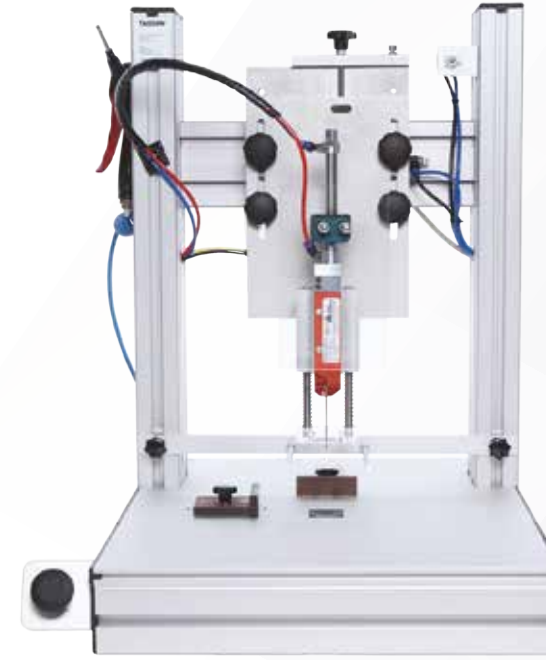
İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, 2018 Nisan ayında yapılan birlik seçimleri öncesi, derneğimizi ziyaret ederek sektörümüz hakkında bilgi aldı.



Yönetim Kurulu, derneğe yeni üyelerin kazandırılması için Kahramanmaraş'ta Balsuyu, Urfa'da Okyanus firmalarını ziyaret etti. Öğrencilerin çorap üretimini yerinde görebilmesi için İstanbul'daki Eligül firmasına bir ziyaret organize edildi.

TAGSON®

Pack & Tag the Smart Way



SİZ İSTEYİN TAGSON YAPSIN



ETS PAZARLAMA

GÖZTEPE MAHALLESİ, İNÖNÜ CADDESİ, NO:122 K.5/19
BAŞKULE PLAZA BAĞCILAR, İSTANBUL, TÜRKİYE

INFO@ETSPAARLAMA.COM

0212 564 23 44

WWW.ETSPAARLAMA.COM



Tüm İç Giyim Sanayicileri Derneği (TİGSAD) ve Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD) tarafından 2016 yılından beri düzenlenen LINEXPO İstanbul, Türkiye'nin önemli moda etkinliklerinden biri haline geldi.



Firmalarımız ABD'de düzenlenen Lasvegas Fuar'ına katılarak ABD'ye ihracatı arttırmak için görüşmeler yaptı.



Üyelerimiz Çin'de gerçekleştirilen Chpe Shangay Çorap Fuarı'na katılarak sektör için yeni ihracat pazarları aradı.



Kazakistan ile iş birliklerinin geliştirilmesi noktasında Yönetim Kurulu Üyelerimizin ülkeye yaptığı ziyaret sonrası Kazakistan heyeti de Derneğimize iade-i ziyaret yapmıştır.



Derneğimiz, 23 Nisan Çocuk Bayramlarında Anadolu'daki okullara çorap yardımlarına geçen dönemde de devam etti.



Yönetim Kurulu Başkanımız İlker Öztas, Türkiye İhracatçılar Meclisi ile KOSGEB arasında gerçekleştirilen protokole katılım sağlamıştır.



Türk Kızılayı'nın yürütmüş olduğu sosyal hizmet ve yardım faaliyetleri kapsamında Çorap Sanayicileri Derneği'nin ihtiyaç sahiplerine ulaştırmak üzere çorap bağışı bu dönemde de devam etti.



İHKİB tarafından yürütülen Çorap İmalatçılarının Dış Pazarlara Açılımı isimli UR-GE projemiz, 'İyi Uygulama Örnekleri' arasında yer aldı.



Derneğimiz, İSMEK, İHKİB, İŞKUR, Milli Eğitim Bakanlığı ve Marmara Üniversitesi iş birliğiyle hayata geçirilen istihdam amaçlı mesleki eğitim verilmesine ilişkin “Çorap Makine Operatörü Eğitimi” iş birliği protokolü imzalanarak eğitimlere başlandı.



İstisare Kurulumuzun ilk toplantısı derneğimizde gerçekleştirildi. Toplantıda eğitim konusunda kısa süreli kurslar düzenlenmesine ve uzun vadede bir okul açılmasına karar verildi.



Derneğimizin geleneksel üye buluşması, Beyti’de gerçekleştirildi. Yemekte derneğin yaptığı çalışmalarla ilgili üyeler bilgilendirilirken, üyelerimiz de görüş ve önerilerini paylaştı.



Pandemi süresince Yönetim Kurulu toplantılarımız webinar serisiyle devam etti.



Derneğimiz, çorap bölümünün açılacağı İTO Beylikdüzü OSB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi’ne makine desteğinde bulundu.

istanbulmodakonferansi.com



B2B PLATFORMUMUZ BU SENE **9 EKİM**'DE

#DiJiTALDE



FASHION'S
WAKE UP
CALL! DIGITAL

— 8-9 Ekim/October 2020

**13. İstanbul
Moda Konferansı**

13th İstanbul
Fashion Conference



www.tgsd.org.tr

f @tgsdofficial t @tgsdofficial in @tgsdofficial i @tgsdofficial y @tgsd76



KALİTE
RENK
TEKNOLOJİ
ÇEŞİT
STOK

HEPSİ **VAR**
yüksek **FİYAT HARIÇ!**

Dünya standartlarında ve geniş çeşitlilikte renkler sunan kartelalar ve stoklu hizmet avantajı ile Ertan Tekstil, üst düzey kalitesi ve yüksek teknolojisiyle örme ve çorap sektöründe her türlü **iplik** ihtiyacınızı karşılamaktadır.



Terazidere Mh. Çiftehavuzlar Cd. No:60 Bayrampaşa / İstanbul
T. 0212 567 49 38 F. 0212 567 46 31 www.ertantekstil.com.tr

ertan tekstil



İplik ve Çorap Sanayi A.Ş.

MÜKEMMEL TASARIMLARIN BAŞLANGIÇ NOKTASI



- Nylon 6.6 Tekstüre İplik ■ Nylon 6.6 Mikrofilaman Tekstüre İplik
- Nylon 6.6 + Spandex (puntalı) ■ Nylon 6.6 + Spandex (gipe iplik)
- Nylon 6 Tekstüre İplik ■ Nylon 6 + Spandex (puntalı) ■ Nylon 6 + Spandex (gipe iplik)

MERKEZ OFİS

Atatürk Oto Sanayi Sitesi
2. Kısım 9. Sk. Ata Plaza
No: 310/1 Kat: 2 Maslak / İstanbul
T: +90 212 285 25 00 F: +90 212 276 56 56

FABRİKA

Çerkezköy Organize Sanayi Bölgesi
Karaağaç Mah. Atatürk Cad. No: 35
Kapaklı 59500 Tekirdağ
T: +90 282 758 10 03 F: +90 282 758 10 31



www.altiniplik.com.tr