

DESEN

MART
NİSAN
2021

ISSN 2636-7610

Available on the App Store
GET IT ON Google play
TURKCELL DERGİLİKTE YAYINDA

Life

www.desenlife.com

CARPET YARN & MACHINES & FLOOR DECORATION

Dolce Vita Halı 'Tarzını Seç'
sloganı ile yeni yatırımcılarını
bekliyor

Royal Halı 2021
Yeni Sezon
Koleksiyonlarını Tanıttı

GATHİB "Doku Kumaş Tasarım Yarışması" ile
Türk Kumaşını Dünyaya Tanıtmaya Hazırlanıyor



RIVA[®]
carpet and rugs



ESMA

İÇ VE DIŞ TİCARET LTD. ŞTİ.

4. Örg. San. Böl. 83414 Nolu Cd. No : 23

Şehitkamil / GAZİANTEP / TÜRKİYE

Phone : +90 342 357 07 24

Fax : +90 342 357 07 28

www.rivacarpet.com

info@rivacarpet.com



for **living** places

DOLCEVITA®

HALI

tarzını ses...

Head Office / Dolce Vita Plaza

Egemenlik Mah. 6086 Sk.

No:4 Işıkent-Bornova/İZMİR/TÜRKİYE

Tel: +90 232 431 16 99

Fax: +90 232 431 16 88

Istanbul-European Side Showroom /
Masko Furniture City

3B1 Blok No:20, 34490,

İkitelli-Başakşehir/İSTANBUL/TÜRKİYE

Istanbul-Asian Side Showroom


Fenerbahçe Mah. Cemil Topuzlu Cad. No: 5/A, 34726,


Kadıköy/İSTANBUL/TÜRKİYE


T: 444 3 583

info@dolcevitahali.com

www.dolcevitahali.com

 DolceVitaHali

 Dolcevitahali

 @Dolcevitahali

MASSIMO[®]

CARPETS AND MORE

Residential | Hotel | Yatch | Project



Editor



Nilay
Susulu



@Nilaysusulu

Halı ve Kumaş Tasarımcısı

Pandemiye Rağmen Büyüyoruz...

Son yüzyılın en zorlu yıllarından birini geride bıraktık. Dünyayı saran yeni cins pandeminin tüm dünyaya yayılması ve sürekli mutasyona uğramasıyla, insanlık yeni bir tür biyolojik salgınla karşı karşıya kaldı. Aşısı bulunsa da henüz ilacı %100 bulunamayan, pandeminin durdurulması için bilim insanları yoğun çalışmalarla aşilar geliştiriyor. Bu aşiların sonuçlarını önümüzdeki altı ay içerisinde göreceğiz, ancak bu süreçte salgının etkileri devam edecek. Bu nedenle de genel koruma kurallarına yüzde yüz riayet etmek zorundayız.

Tüm dünya ekonomisinde kapalı bir süreç yaşandı. Ülkeler iç talebe cevap vermek için tüm şartlara rağmen üretime devam ettiler, ancak özellikle üretim esaslı sektörlerde ara ve ana hammadde girdilerinin dünya genelinde farklı ülkelerden tedarik edilmesi nedeniyle bu girdilerin, lojistiği ulaşım ve talep artışından kaynaklanan kapasite büyüklükleri nedeniyle üretimde belli sorunlar yaşandı. Şüphesiz ki bu sorunlar esas olarak pandemi nedeniyle işe gelemeyen üretici güçlerin eksikliğinden de kaynaklanmakta ve üretim düşüşleri nedeniyle pazarın ihtiyaçları karşılanamamaktadır.

Pandemi sürecinde her ürünün ambalaja girmesiyle ambalaj da önemli bir talep patlaması yaşadı ve yatırımların hız kesmeden devam ettiğini söyleyebiliriz. Buna rağmen sektörümüz üretime hız katarak çalışmalarına devam ediyor.

Dergimizde konu ile ilgili güncel haberlere, etkinlik ve gelişen teknolojiye yer veriyor, sizlere bu konuda en güvenilir bilgileri sunuyoruz. **Bizler müşteri memnuniyetini artırmak amacıyla Desen Life dergimizi hem ofset baskılı hem de dijital ortamda yayınlıyor (Turkcell Dergilik, Magzter, İdeal Online) aynı zamanda sosyal medyada da güncelliğimizi koruyarak hizmetlerimizi sürdürmeye özen gösteriyoruz.** Basılı yayınlarımızı kargo yolu ile iletirken dijital ortamda sizleri elimizden geldiği kadar tanıtmaya yardımcı olmaya devam ediyoruz. Bundan dolayı sektörün haber akışını sağlamak için bizleri desteklemenizi bekliyoruz. Bu zamana kadar destekleyenlere teşekkürlerimizi bir borç biliyoruz.

Tüm olumsuzluklara rağmen moralimizi yüksek tutalım. Diğer sayımızda güzel günlerde görüşmek üzere...





3 AYRI E-DERGİLİKTE YAYINDAYIZ



E-DERGI
İÇİN
OKUT



ISSN 2636-7610

DESEN *life*
www.desenlife.com | CARPET YARN & MACHINES & FLOOR DECORATION

info@desenlife.com | www.desenlife.com

İmtiyaz Sahibi SanArt Medya Grup,
Desen Life Dergisi adına & Genel Müdür
Adem Karadayı
info@sanartmedya.com

Sorumlu Yazışleri ve Reklam Müdürü
Adem Karadayı
adem@desenlife.com

Reklam ve Pazarlama
Sedat Karadayı, Erdem Mermer
reklam@sanartmedya.com

Yayın Editörü
Nilay Susulu
editor@desenlife.com

Muhabirler
Nur Deniz, Selçuk Öztürk

Art Director
İsmail Gültekin

Görsel Tasarım
SanArt Medya
info@sanartmedya.com

Reklam ve Dış İlişkiler Müdürü
H. Anıl Analan

Kurumsal İletişim Müdürü
Elif Metin

Dijital Pazarlama Yöneticisi
Ufuk Yıldız

Photographer
Oktay Akbulut

Mali Müşavir
Ümit Künar

Abone ve Sosyal Medya Sorumlusu
Hatice Öztürk
abone@desenlife.com

Almanya-Avrupa Bölge Temsilcisi
Mehmet Zeki Karadayı / mkaradayi@t-online.de
Starkenburger Str. 7-9, 64546 Mörfelden-Walldorf
T. +49 06105-943120 F. +49 06105-943123

SanArt Medya | Grup

Yönetim Yeri
SANART MEDYA GRUP
Marmara Mah. 7. Sk. No.1 Astro Residence
B Blok D.20 Beylikdüzü / İSTANBUL
T. +90 212 806 66 58 F. +90 212 806 66 58
info@sanartmedya.com | www.sanartmedya.com

Basım Yeri
İhlas Gazetecilik A.Ş. T. +90 212 454 30 00

Dergide yer alan makalelerdeki fikirler yazarlarına aittir.
Yayınlanan ilanların sorumluluğu ilan sahiplerine aittir.
Yazılar kaynak gösterilerek yayınlanabilir.



ROYAL, ATLAS VE PIERRE CARDIN HALI
YENİ SEZON KOLEKSİYONLARINI GAZİANTEP'TE TANITTI

ROYAL HALI 2021 YENİ SEZON KOLEKSİYONLARINI TANITTI

Royal Halı, Atlas Halı ve Pierre Cardin Halı'nın 2021 yılı yeni ürün ve koleksiyonları, 05-09 Nisan tarihleri arasında Gaziantep Royal Halı Showroom mağazasında tanıtıldı.



Royal Halı A.Ş. Genel Müdürü
Tansel Tula

Siki pandemi tedbirleri alınarak gerçekleştirilen yeni koleksiyon tanıtım günleri, beş gün boyunca Türkiye genelindeki 300 bayinin katılımıyla gerçekleşti. Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF) yönetimindeki Royal Halı A.Ş.'nin büyük önem verdiği Ar-Ge ve inovasyon çalışmaları sonucun-

da, yeni sezon koleksiyonlarının hepsi farklı tarzlarda tasarlandı. Müşteri beklentilerinin doğru şekilde analizi sonucunda hazırlanan yeni koleksiyonlar büyük beğeni topladı. Birbirinden farklı 125 desenin sergilendiği lansmanda Royal Halı, sektördeki öncü ve lider konumunu devam ettirdiğini bir kez daha gözler önüne serdi.

Konuya ilişkin açıklama yapan Royal Halı A.Ş. Genel Müdürü Tansel Tula şunları söyledi: "Pandemiden dolayı her yıl toplu olarak yaptığımız bayi lansmanımızı, bu yıl Gaziantep'te küçük gruplar halinde 5 güne yayarak gerçekleştirdik. Bu yıl da yeni sezona oldukça iddialı bir giriş yapıyoruz ve yeni koleksiyonlarımızla en



çok tercih edilen halı markaları olacağımızı öngörüyoruz. Bu sezon Royal Halı'da 3, Pierre Cardin Halı'da 3, Atlas Halı'da 3 farklı koleksiyonumuzla tüm showroom ve satış noktalarımızda en kısa sürede yerimizi alacağız. Koleksiyonlarımızdan kısaca bahsetmek gerekirse; Royal Halı'da el halısını aratmayacak Roma koleksiyonumuz klasik ve modern tarzda

12 farklı desenden oluşuyor. 12 farklı desenden oluşan Babil koleksiyonumuz sıra dışı tasarımlarıyla oldukça dikkat çekici. Siyah, yeşil, sarı ve krem tonların etnik ve geometrik desenlerle buluştuğu Venedik koleksiyonumuz ise 12 desenden oluşuyor.

12 farklı desenden oluşan Pierre Cardin Halı Perla koleksi-

yonu dokusu, renk ve desenleriyle bu sezon büyük talep göreceğini düşündüğümüz koleksiyonlar arasında. , sade ve eşsiz bordürleriyle Pierre Cardin Art Deco koleksiyonu 12 farklı desenden oluşuyor. Pierre Cardin'in kendi kurumsal dünyasını halıya taşıdığımız Gloria koleksiyonu ise 8 farklı desenden oluşuyor.





Kahve tonlarının klasik ve modern tasarımlarla bulunduğu Atlas Halı Frappe koleksiyonu 12 desen, krem tonlarının klasik motiflerle ve modern çizgilerle bulunduğu Vivaldi koleksiyonu 10 desen, özgün mekanların vazgeçilmezi olacak Ecole koleksiyonu ise 4 desenden oluşuyor.

“2021 Yılında Karlılığımızı ve İstihdamımızı Artırmayı Hedefliyoruz”

2020 yılında Royal Halı'nın kara geçtiğini vurgulayan Tula, sözlerini şöyle sürdürdü:

“2020 yılını bir önceki yıla göre zarardan kara geçerek kapattık. 2020 yılında şirketimiz, aktif büyüklüğü-

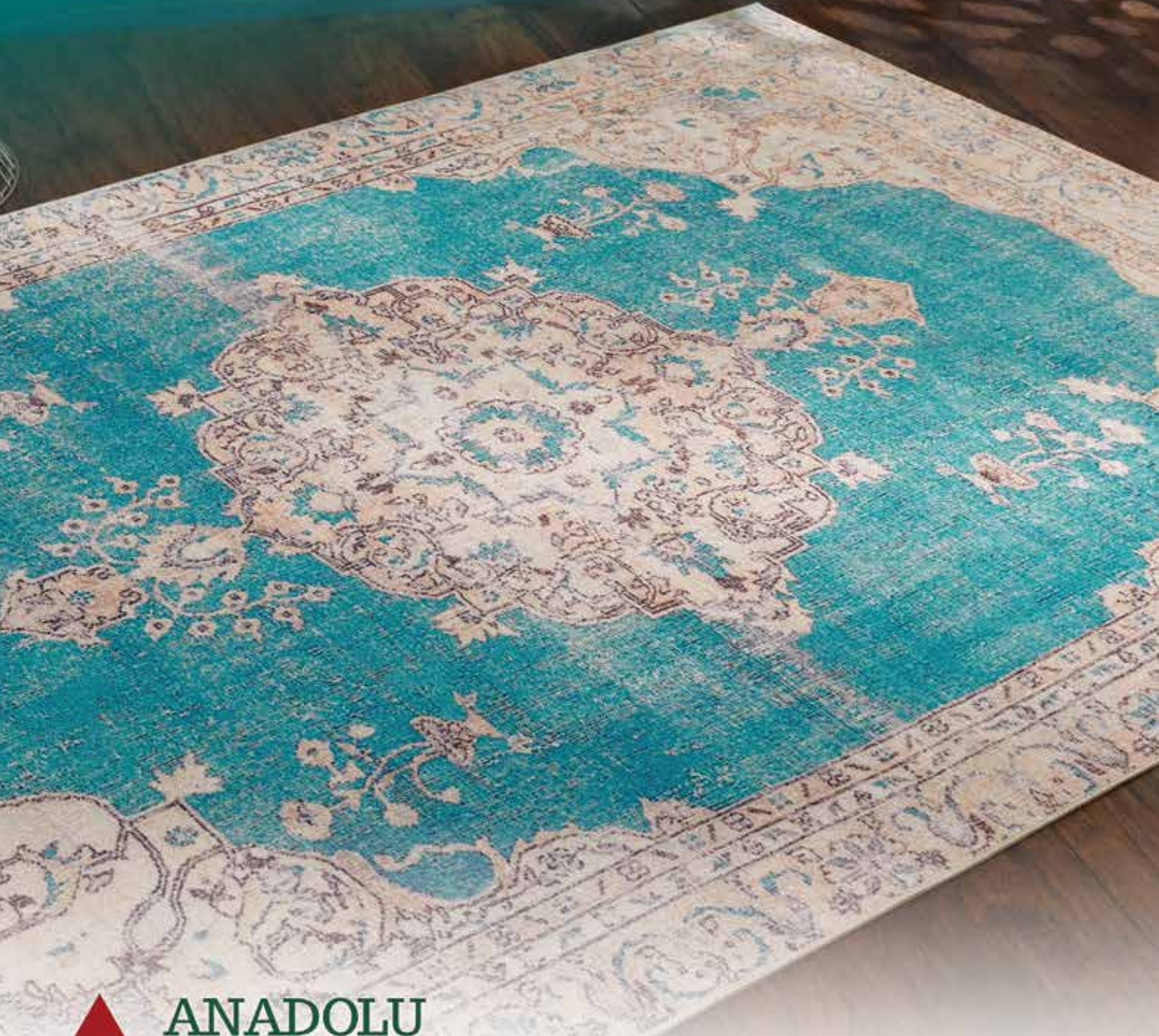
nü %27, karlılığını ise %112 büyüttü. Toplam istihdamımız ise %17 oranında arttı.”

2021 yılına dair rakamsal veriler paylaşan Tansel Tula “Artık kar eden bir şirket olarak finansal yapımızı güçlendirmeye devam ediyoruz ve 2021 yılında da karlılığımızı artırarak yüzde 30 büyümeyi hedefliyoruz. Buna bağlı olarak istihdamımızı yüzde 18, ihracatımızı ise yüzde 20 artırmayı planlıyoruz. 2021 yılı ilk 3 aylık gerçekleştirmemiz de bütçe öngörülerimizi desteklemektedir” dedi.

Makine parkurlarında revizyona gittiklerini belirten Tula, bütün makine parkını aktif ve verimli üretim yapabilir hale getirdiklerini, 2021 yılında da yatırımlarına hız kesmeden devam edeceklerini sözlerine ekledi.



Geçmişten geleceğe...



ANADOLU
KILIM

info@anadolukilim.com.tr | www.anadolukilim.com.tr

DOLCE VITA®
HALI

Tarzını seç sloganı ile
yeni yatırımcılarını
bekliyor



Dolce Vita Halı Yönetim Kurulu Başkanı Metin Taşkiran

Temelleri 1980 yılına dayanan Dolce Vita Halı, Türkiye’de ilk defa bayilik verecek olan Halı markası olacak. Bayilik sistemi için Antalya’da bir otelde lansman gerçekleştiren Dolce Vita Halı Yönetim Kurulu Başkanı Metin Taşkiran, bayilik almak isteyen yatırımcılara seslenerek, “Dolce Vita Halı, bu sektörde bayilik sistemine ilk adım atan markadır. Bu sebeple çok hızlı markalaşmaya gireceğimiz için yatırımlar çok hızlı bir şekilde kara dönecektir. Bir ilde 1 tane bayilik alındıktan sonra ikinciyi vermemiz

çok zor olacak. Bu sebeple ilk ta-
lepte bulunan kazanır” dedi.

Temelleri 1980 yılında Mehmet Taşkiran tarafından atılan 2009 yılında ise Dolce Vita Halı olarak isimleşen halı markası, alanında Türkiye’de ilk defa bayilik sistemine geçen kurum olacak. Bayilik sistemi tanıtımı için Antalya’da bir otelde lansman düzenleyen Dolce Vita Halı Yönetim Kurulu Başkanı Metin Taşkiran, 40 yıldır halıcılık ile uğraşan bir aile olduklarını belirterek 2021 yılında Türkiye genelinde 10 bayilik mağazası vermeyi hedeflediklerini söyledi. Taşkiran, sloganlarının ‘Tarzını

seç’ olduğunun altını çizerek herkesin Dolce Vita’yı seçmesi için bir nedeni olduğunu vurguladı.

“2030 yılına kadarda 100 mağazaya çıkmayı hedefliyoruz”

2030 yılına kadar 100 mağaza hedeflediklerini söyleyen Dolce Vita Halı Yönetim Kurulu Başkanı Metin Taşkiran, “40 yıldır halıcılık ile uğraşan bir ailenin ferdiyim. Dolce Vita Halı markasının sahibiyiz. Dolce Vita Halı, 2009 kurulmuş bir marka. Amacımız, dünyadaki bütün trendleri en hızlı şekilde Türk halkının beğenisine sunmak. Bu sebeple üretimlerimizin

çoğunu, Türkiye’de yaptırmakla beraber, Hindistan’da, Mısır’da ve diğer ülkelerde üretim yaptığımız yerler var. Buradaki etkinliğin amacı, Dünya’da mecburiyet haline gelmiş bayilik sistemine geçmek istememizdir. Bayilik mağazalarımızın burada tanıtımını yaptık. Türkiye’deki hedefimiz 2021 yılında 10 bayilik mağazası. 2030 yılına kadarda 100 mağazaya çıkmayı hedefliyoruz” diye konuştu.

“Herkesin Dolce Vita’yı seçmesi için bir neden var”

Herkesin Dolce Vita’yı seçmesi için bir nedeni olduğunu belirten Metin Taşkiran, “Bizim sloganımız, tarzını seç. Buradaki amacımız, çocuğunuza özel bir halı alacağınızda biz de çocuğunuza uygun, tüy çıkartmayan, anti alerjenik, kaymaz tabanlı çok fazla halı var. Mutfağınıza halı almak istediğiniz de çabuk lekesi çıkan, kendi ölçünüzü kendinizin belirlediği ürünleri bulabiliyorsunuz. Salonunuza istediğiniz halıyı bulabiliyorsunuz. Herkesin Dolce Vita’yı seçmesi için bir neden var” şeklinde konuştu.



Temelleri 1980 yılına dayanan Dolce Vita Halı, Türkiye’de ilk defa bayilik verecek olan Halı markası olacak.



“İlk talepte bulunan kazanır”

İlk talepte bulunan yatırımcının kazançlı olacağını söyleyen Metin Taşkiran, “Dolce Vita Halı, bu sektörde bayilik sistemine ilk adım atan markadır. Bu sebeple çok hızlı markalaşmaya gireceğimiz için yatırımlar çok hızlı bir şekilde kara dönecektir. Bir ilde 1

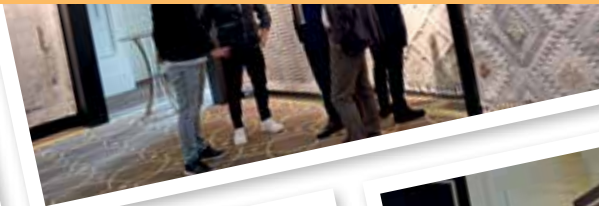
tane bayilik alındıktan sonra ikinci vermeyiz çok zor olacak. Bu sebeple ilk talepte bulunan kazanır. Ülkemiz pandemi dolayısı ile zor bir süreçten geçiyor. Biz bu zor zamanda ülkemize yılmadan yatırım yaptık. Yatırımlarımızı ilerleyen dönemlerde daha da arttıracamız” ifadelerini kullandı.

ANTALYA (İHA)



Halıcular Zirvesinden Kareler





Artemis Halı'dan Yeni Evlenecek Çiftlere Şık Seçenekler

Her zevke ve her tarza uygun birbirinden farklı desen seçenekleriyle geniş koleksiyon alternatifleri sunan Artemis Halı, evlilik hazırlığı yapan çiftlere yeni evlerinde kendi tarzlarını yaratmalarına yardımcı oluyor.



Artemis Halı, yeni evlenecek çiftlere yatak odasından salona, koridordan oturma odasına kadar farklı alanlar için, evlerini sıcak bir yuvaya çevirecek, şık ve kaliteli seçenekler sunuyor. El halısı dokusunda, ipeksi yumuşak tuşeli, parlak ve doğal elyaf iplik kullanılarak en son teknolojik tezgâhta üretilen Artemis

Halı, sunduğu seçeneklerle mekanlara ayrıcalıklı bir hava katıyor.

Ürünlerinde son teknoloji dokuma tekniğiyle ve dokuma sonrasında özel bir işlemle geçirilmesiyle halıdaki tozlanmayı yüzde 74'e varan oranla azaltan Artemis Halı ürünlerini artık online olarak www.artemishali.com.tr'de de satışa sunuluyor.



DKM MAKINA



Co., Ltd.

20 Years Experience
power of the past



HALI DİKİŞ MAKİNALARI
CARPET SEWING MACHINE

MEGATEX

PICONDER®

TURKEY DISTRIBUTOR

- Tel : +90 342 337 40 53
- Fax : +90 342 337 40 53
- E-mail : info@dkmakina.com

www.dkmakina.com

HALILARIN TEMİZLİĞİNE DİKKAT

Bahar temizliği yaparken kirin, tozun en çok hapsoldüğü yerler olan halı ve döşeme temizliğine dikkat etmek gerekiyor.

Dip köşe bir bahar temizliği, kışın kasvetinden kurtulmanın ve evlere yenilenme enerjisi getirmenin en etkili yolu. Uzmanlar, pandemi ile birlikte daha da hassas hale gelen ev hijyeni konusunda titiz davranmak ve etkili çözümler uygulamak gerektiğinin altını çiziyor.

Mekarlarda kiri ve tozu en çok tutan yerlerin başında zemin döşemeleri ve halılar geliyor. Geçmişten bugüne evlerin vazgeçilmezi olan halılar, dekoratif şıklığı ve sıcak görünümünün yanı sıra yapısı itibarıyla da düzenli temizlik gerektiriyor. Fakir'in elde ve makine de kullanım için ürettiği halı ve döşeme şampuanları, etkili formülüyle derinlemesine temizlik sağlarken evlerde bahar havası estiriyor.



Fakir halı ve döşeme şampuanları, halı ve döşemeleri yıpratmadan temizleyip parlak bir görünüme kavuşturuyor. Halıların uzun süre kir ve leke tutmasını önlerken kabarık bir görünüm kazandırarak evinizin dekoratif şıklığına katkı sağlıyor. Güçlü, klasik, lavanta kokulu çeşitleri baharın en güzel kokularını ve enerjisini evlere getiriyor.

Elde kullanım için uygun olan çeşidi ile yıkadığınız halılarda ve döşemelerde durulama, fırçalama işlemlerine gerek kalmıyor. İstenilen sıklıkta kullanılabilen ürün, kullanım esnasında oluşan kuru köpük ile kiri ve lekeyi kolayca temizliyor.

Makineler için üretilen şampuan ise tüm halı yıkama makinelerinde kullanıma uyum sağlarken, halı ve döşemelerde kirden, tozdan, lekeden eser bırakmıyor.

Türkiye'nin e-ticarette güven damgası alan ilk mobilya markası CaddeYıldız oldu

Mobilya sektöründe yaklaşık 30 yıllık tecrübesiyle dikkat çeken CaddeYıldız Mobilya, geniş ürün gamı ve lüksü ulaşılabilir kılan fiyat anlayışını yüksek müşteri memnuniyeti ve güveniyle güçlendiriyor



CaddeYıldız Mobilya
Genel Müdürü Mesut Yıldız

Özgün ve kaliteli mobilyalarla yaşam alanlarına değer katarken müşteri memnuniyetine verdiği yüksek önemle de dikkat çeken CaddeYıldız Mobilya, Ticaret Bakanlığı ve Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) tarafından Türkiye'deki tüm mobilya markaları içerisinde elektronik ticarete güven damgası almaya layık görülen ilk mobilya markası oldu. Ticaret Bakanlığı himayesinde uygun nitelikleri taşıyan e-ticaret sitelerine TOBB tarafından verilen güven damgası; internet ortamına aktarılan kişisel verileri koruyan ve gizliliğini sağlayan, sitede kullanılan ödeme sisteminin güvenilirliğini oluşturan, hijyeninden ürün kalitesine, ürün iadesinden geri ödemeye kadar müşteri memnuniyetini sağlayan alanlarda yeterlilik sunan firmalara veriliyor. Oldukça uzun ve zorlu güvenlik testlerinden geçilerek alınan güven damgası sektör için oldukça önem taşıyor.

"Güven damgası e-ticarette güven ve hizmet kalitesinin işareti"

2010 yılından bu yana e-ticaret mobilya kategorisinde öne çıkan bir şirket olduklarını ifade eden CaddeYıldız Mobilya Genel Müdürü Mesut Yıldız, "CaddeYıldız olarak İstanbul'da Oasis Cadde'de tek katta 1.600 metrekare büyüklüğündeki showroomumuzun yanı sıra satışlarımızın yüzde 90'ını online kanallardan gerçekleştiriyoruz. Online mobilya satışında kendi kategorilerimizde dijital dönüşümü başlattık. Bu yıl da sektörümüz için büyük fırsatlar barındıran online mağazacılık alanında yatırımlarımıza devam edeceğiz. Mobilya sektöründe

e-ihracatın da liderleri arasındayız. Tüm bu çalışmalarımız neticesinde Ticaret Bakanlığı ve TOBB tarafından elektronik ticarete güven damgasına layık görülen ilk mobilya markası olduk. E-ticarette güven damgasının işlevi açık bir şekilde güvenliğin ve hizmet kalitesinin varlığını gösteriyor" açıklamasında bulundu.

Geniş ürün gamı ve iç mimarlarla profesyonel destek

Güven damgasını almaya hak kazanan e-ticaret sitelerinin bilgilerinin www.guvendamgasi.org.tr internet sitesinde yayınlandığını belirten Yıldız, sözlerine şöyle devam etti; "Şirketimizin www.yildizmobilya.com.tr web sitesinden, istenilen ödeme seçeneği ile güvenle ve gönül rahatlığıyla alışveriş yapmak mümkün. CaddeYıldız olarak, 60 kategoride 8 bini aşkın ev mobilyası ürününün satışını gerçekleştiriyoruz. Almanya, Hollanda, Avusturya ve Bulgaristan başta olmak üzere Türklerin yoğun olarak yaşadıkları ülkelere ihracat yapıyoruz. Geniş ürün gamımızın yanı sıra bünyemizdeki iç mimarlarımızla müşterilerimize profesyonel bir destek vererek satış öncesinden sonrasına kadar her aşamada onların yanlarında oluyoruz. Bu güven duygusunu online kanalların esnekliği ile birleştirerek sektörümüze ve ülkemize katma değer sunuyoruz. Bu noktada aldığımız güven damgası, şirketimize bundaki sonraki hedeflerimize ulaşmak için büyük bir güç kattı."



Doğanın renklerinin ipliğe yansması...

"Reflection of natural colors to the yarn"



AKTİF TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.

4.Organize Sanayi Böl. 83413 Nolu Cad. No:14 Şehitkamil/Gaziantep/TURKEY

T. +90 342 357 04 73 (8 Hat) F. +90 342 357 04 80

www.aktiftekstil.com | info@aktiftekstil.com

Parkede tasarımın sınırlarını siz belirleyin!

Estetik görünüm ve sürdürülebilirlik anlayışını ürünlerine entegre eden DesignFloor, tüketicilerin parkeye dair tüm beklentilerini Avantgarde Laminat Parke Koleksiyonu'nda buluşturuyor. Müşteri ihtiyaçları doğrultusunda yenilikçi modeller sunan Avantgarde Koleksiyonu, mekanlara farklı bir hava kazandırarak mimari elemanların tamamlayıcı unsuru oluyor. DesignFloor, Avantgarde Koleksiyonu'nda müşterilerine 25 yıl garanti hizmeti sunuyor.

Kaliteli zemin kaplama çözümleriyle mekanlara estetik dokunuşlar yapan DesignFloor, Avantgarde Koleksiyonu'nu yenilikçi düşünceye sahip tüketicilerin beğenisine sunuyor. Yeniliğe hayatının her alanında önem veren ve mekanlarda farklı bir atmosfer yaratmak isteyen kullanıcılar, Avantgarde Koleksiyonu ile tasarımın sınırlarını kendileri belirleyebiliyor.

Koleksiyonda yer alan ürünlerden Jasper'da meşenin zarif dokusu, aydınlık tonlarla bütünleşiyor. Jasper, mekanlarda konumlandırılan mimari elemanlarla tamamlayıcı bir konsept oluşturuyor.

Kanada meşelerinin görünümünü zeminlere taşıyan Ontario modeli, baskın bir zemin kaplaması, rüstik yüzeyi ve sıcak tonları sayesinde mekanların tasarım odağı oluyor.



Zeminlerde de nostalji zamanı!

Koleksiyonun önemli ürünlerinden olan Vintage modeli, geçmiş zamanın ruhunu ve nostaljiyi temsil ediyor. Eskitilmiş ahşap görünümü, modern zamanların zeminlerinde canlanıyor.

Avantgarde Koleksiyonu'nun en koyu renk paletini barındıran Doussie Africa ise baskın ve sofistike bir tasarım sunarak koyu tonları zeminlere yansıtıyor.

Yenilikçi modelleriyle kullanıcılarına 25 yıl garanti hizmeti sunan Avantgarde Koleksiyonu; 8 mm kalınlık, sektördeki en üst dayanım sınıfı olan 33'üncü sınıf, yüksek ayak trafiğine uygun AC5 aşınma dayanımı ve yerden ısıtmaya uygunluk gibi ileri teknoloji içeren özellikleriyle öne çıkıyor. Üretimde hijyen ve dayanıklılığı odağına alan DesignFloor, tüm ürünlerinde çevre dostu politikası ile sürdürülebilirliğe katkı sağlıyor.

ELEGANT

Tugra
HALI

www.tugrahali.com

 [tugrahali](https://www.instagram.com/tugrahali)

GATHİB “DOKU KUMAŞ TASARIM YARIŞMASI” İLE TÜRK KUMAŞINI DÜNYAYA TANITMAYA HAZIRLANIYOR

ÜNLÜ MODA TASARIMCISI DİLEK HANİF’İN KOÇLUĞUNDAKİ DOKU KUMAŞ TASARIM YARIŞMASI, TEKSTİL SEKTÖRÜNE YENİ BİR SOLUK GETİRECEK

Güneydoğu Anadolu Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (GATHİB) tarafından, Ticaret Bakanlığı desteği ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) koordinatörlüğünde, Tekstil Mühendisleri Odası Güney Bölge Şubesi iş birliğinde gerçekleştirilen “Doku Kumaş Tasarım Yarışması”nın tanıtım toplantısı gerçekleştirildi. Yarışma, ihraç edilebilme potansiyeline sahip ürün çeşitliliğini artırmayı hedeflerken genç girişimcilere de yeni kapılar açıyor.



Dünyanın sayılı tekstil üreticilerinden biri olan Türkiye, kalite ve üretim standartlarını daha da yükseltecek yeni bir kalkınma hamlesine hazırlanıyor. Güneydoğu Anadolu Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (GATHİB) tarafından, Ticaret Bakanlığı desteği ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) koordinatörlüğünde, Tekstil Mü-

hendisleri Odası Güney Bölge Şubesi iş birliğinde gerçekleştirilen Doku Kumaş Tasarım Yarışması, yerli üretim, yerli fikir ve yerli yetenek dayanışması sergilerken genç girişimcilere de yeni fırsatlar sunuyor.

Ünlü Moda Tasarımcısı Dilek Hanif Yarışmanın Koçluğunu Üstleniyor

Koçluğunu ünlü moda tasarımcısı Dilek Hanif’in üstlendiği Doku Kumaş Tasarım Yarışması, tekstil

sektöründe inovatif ve modern kumaş tasarımlarıyla geleceğin ürünlerine imza atmayı ve başta öğrenciler olmak üzere tüm genç girişimcilere yeni fırsatlar sunmayı hedefliyor. Kumaş sektörüne yönelik ulusal ve uluslararası pazarda rekabet edebilecek ve trend oluşturabilecek, özgün ve katma değerli ürün tasarımları ortaya çıkarmayı hedefleyen yarışma, katılımcıları uzmanlarla buluşturacak bir platform yaratarak fark yaratmaya hazırlanıyor. Yarışmanın koçluğunu üstlenen ünlü moda tasarımcısı Dilek Hanif; birikimini, öğrendiklerini aktarmak, değerlendirmek ve fayda sağlamanın kendisi için çok önemli olduğunu ifade ederek, projeye dahil olmaktan çok mutlu olduğunu belirtti. Dilek Hanif, şu açıklamada bulundu: “Türkiye’de tasarım çok gelişti. Doku da kumaş da tasarımı destekleyen önemli unsurlar. Bu yarışma beni heyecanlandırdı çünkü yeni renkler, yeni dokular, inovatif parçalarla Türkiye’yi tekstil konusunda çok daha farklı bir konuma taşıyacağına inanıyorum.

Üretilen parçalardan yeni koleksiyon hazırlayacak

Yarışmada ortaya çıkarılan kumaşın üretilebilir ve kullanılabilir olması bizim için önemli. Biz bu yarışma sürecinde değerlendirme yaparken hem sanatsal olarak farklı olmasına hem de kullanılabilir ve üretilebilir parçalar olmasına dikkat edeceğiz. Tabii ürünlerin sürdürülebilirlik kavramını içine alması da önemli. Hem üretene, hem üreticiye hem de kullanan kişiye fayda sağlayan, doğaya saygılı ürünler artık günümüzde çok önemli. Ülkece hep beraber bunu sağlamamız gerekiyor. Yarışmacılardan bu konuda da beklentimiz var. Birlikte çok iyi işler yapacağımızı düşünüyorum. Yarışmanın sonucunda ben de üretilen kumaşlardan 40 parçalık bir koleksiyon hazırlayacağım. Dolayısıyla baştan sona kadar bir tekstil hikayesini paylaşmış olacağız.”

Yarışmanın Detayları Düzenlenen Basın Toplantısında Anlatıldı

Yarışmanın jüri heyetinde yer alan ünlü moda tasarımcısı Dilek Hanif ile Tekstil Mühendisleri Odası Güney Bölge Şube Başkanı Seval Uyanık'ın da katılımıyla düzenlenen basın toplantısında Güneydoğu Anadolu Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı A. Fikret Kileci, yarışmanın kapsamı, he-



Moda Tasarımcısı
Dilek Hanif

GATHİB Yönetim Kurulu
Başkanı A. Fikret Kileci

defleri ve işleyişi hakkında bilgiler paylaştı. GATHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Fazıl Özyaşar ve Yönetim Kurulu Üyesi İpek Teymur Külekçi'nin de katıldığı, tekstil ve kumaş sektörüne ışık tutulan toplantıda; moda dünyasında tasarım ölçeğinde yaşanan gelişmeler kamuoyuna aktarıldı ve habercilerin sektöre ilişkin soruları yanıtladı.

Sektörü Güçlendirecek Hedefler

Güneydoğu Anadolu Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı A. Fikret Kileci, basın toplantısında yeni tasarımcıların ortaya çıkmasını ve yetiştirilmesini teşvik etmenin önemine değinerek şu açıklamalarda bulundu: “Gençlerin yaratıcılığının öne çıkarılması anlamında önemli olan bu yarışmamızla

ihraç edilebilme potansiyeline sahip ürün çeşitliliğini artırarak ulusal ve uluslararası pazarda ülkemize ait özgün, katma değeri yüksek ve inovatif ürünlerin ortaya çıkmasını sağlamayı hedefliyoruz. GAİB 2020 yılı kumaş ihracatı 816 milyon 235 bin dolar, Gaziantep 2020 yılı kumaş ihracatı 653 milyon 924 bin dolar. Özgün ve yenilikçi tasarımlarla bu alandaki gücümüzü daha da artıracığımızı inanıyoruz. Kumaş seçimi tasarımın başarısında çok önemli bir role sahip. Moda hareketlerinin geçmişine bakıldığında bunun birçok örneğini görmek mümkün. Değişen dünya ile tüketicilerin de, tasarımcıların da öncelikleri değişiyor. Bizler de bu yarışma ile önceliklere cevap verecek, yeni trendler oluşturabilecek, özgün ve katma değerli ürün tasarımları ortaya çıkarmayı hedefliyoruz. Kurum olarak eğitim ve seminerlere de çok büyük önem veriyoruz. 2,5 yıldır belirli periyotlarda eğitimler veriyoruz. Online seminer olan webinar yöntemiyle eğitim vererek kariyerlerine katkı sunuyoruz. Son 2 yılda burs programı üzerinden verdiğimiz eğitimlerimiz de yüzde 94 doluluk oranı ile sürüyor. Kurum olarak Türkiye’de tekstil üzerine eğitim, seminer ve bursları çok iyi bir noktaya taşıdığımızı, eğitim konusunda çitayı yükselttiğimize inanıyorum.



Dilek Hanif'in katkısı büyük

Bugün dünyaca ünlü isimler ve stil ikonları tarafından tercih edilen Dilek Hanif markası, tüm dünyaya yayılma ve moda devleri arasında yer alma başarısı ile Türkiye adını uluslararası arenada gururla temsil etmekte. Kendisinin koçluğunun yarışmamıza büyük katkı sağlayacağına eminiz ve desteklerinden ötürü kendisine teşekkürlerimizi sunuyoruz."

A.Fikret Kileci: "İpekyolu güvenin ve kazancın da yolu"

Konuşmasında tarihi İpekyolu'nun önemine vurgu yapan A. Fikret Kileci, "Türkiye bildiğiniz üzere yıllar boyu süregelen İpekyolu'nun çok önemli bir noktasında yer alıyor. İpekyolu'nun kuruluşuna da baktığımızda güzergâh üzerinde yer alan ülkelerin ticaret hacimlerinin tarih boyunca arttığını görebiliriz. İpekyolu aynı zamanda bugün bile birçok engellemeye rağmen güvenilirliği ve ekonomik olması bakımından dünyanın önemli ticaret yolları arasında yer alıyor. Hal böyle olunca Türkiye'nin İpekyolu üzerindeki konumu ve lokasyonu bir kez daha önem kazanıyor. Pandemide ortaya çıkan fırsatlar ve ülkemizin İpekyolu'ndaki konumun avantajını fırsata çevirebiliriz." dedi.

Tekstil ihracatında 2 yılda yüzde 30 büyümeye

Türkiye'nin bugün Avrupa'da üretim yapan birçok dünyaca ünlü markaya kumaş ürettiğine vurgu yapan Kileci, "Geliştirilen teknoloji, yatırım ve tesisleşme ihracat rakamlarına da yansıyor. Bugün Türkiye, İtalyan tasarım ürünlerine kumaş tedarik ediyor. Türkiye'de 2019 yılının aynı ayına kıyasla ihracat rakamlarında yüzde 30'luk artış olduğunu söyleyebiliriz. Öte yandan pandemi öncesi ile pandemi sonrası arasında tekstil sektörünü kıyaslayacak olursak çok ciddi farkların olduğunu görebiliriz. Pandemi ile birlikte in-



sanların birçok konudaki tüketim anlayışları ve buna bağlı olarak da üreticilerin üretim metotları da sürdürülebilirlik üzerine kuruldu. Çevreci, yenilikçi ve doğa dostu ürünler ön plana çıktı. Bizler de pandemi ile birlikte bu minvalde üretim yaparak Türkiye'nin lokomotif sektörü olan tekstil sektörünü global pazarda çok daha söz sahibi bir konuma getirebiliriz." dedi.

Pandemi ve Jeopolitik unsurlar tekstilde yatırımın önünü kesemedi

Pandemiye rağmen yabancı yatırımcıların sayısında azalmadan ziyade artış olduğuna dikkat çeken Kileci, "Bu süreçte Türkiye'ye yatırım yapmak isteyen yabancı yatırımcıların sayısında çok ciddi artışlar gözlemledik. Diğer taraftan pandemi ile birlikte birçok ülke için hem üretim hem lojistik anlamında ciddi fırsatlar ortaya çıktı. Bulduğumuz coğrafyada 2-3 yıl içinde yaşanan tüm olumsuzluklara rağmen yatırımcılar Türkiye'nin geleceğine ve potansiyeline inanarak, güvenerek yatırımlarını sürdürdüler. Bugün baktığımızda dünyanın birçok ülkesi Ortadoğu'da yatırımlarıyla yerini almak istiyor. Yatırım sermayesi güvenli ve istikrarlı ülke sever. Türkiye Ortadoğu'ya yakınlığı ve güvenli yatırım ülkesi olması bakımından birçok Avrupa ülkesini radarında" dedi.

Gaziantep, kumaşta Çin'e meydan okuyor

Dünyada tekstil üretiminde kendi kendine yetebilen iki ülkenin

Çin ve Türkiye olduğuna dikkat çeken Kileci, "Türkiye tekstil konusunda son yıllarda hızlı gelişimini sürdürmeye devam ediyor. Gaziantep, tekstil sektöründe söz sahibi illerinden biri konumunda. Tabi Gaziantep'in komşu illeri de tekstil sektöründe Gaziantep'in itici güçleri olarak dikkat çekiyor. Güneydoğu'da gerçekleştirilmesi planlanan Amanos Projesi ile de Bölgenin ikinci bir Körfez olması bekleniyor. Bu proje beraberinde yeni yatırım fırsatları ve yeni pazarlar da getirecektir. Türkiye'nin doğu illeri de bu projenin hayata geçmesiyle birlikte hızlı gelişim trendine girecektir" diye ifade etti.

Başvurular 17 Mayıs'a kadar devam ediyor

Adayların sınırlandırılmadan, esinlendikleri bir tema doğrultusunda katılabilecekleri yarışmanın başvuruları 17 Mayıs 2021 tarihine kadar dokusandasanatvar.org adresinden yapılabiliyor. Adayların inovatif değer, özgünlük, teknik yeterlilik ve ticarileşebilme kriterlerine göre değerlendirileceği yarışmanın sonuçları ekim ayında açıklanacak. Yarışma sonucunda birinciye 100.000 TL, ikinciyeye 50.000 TL, üçüncüye 25.000 TL ödül verilirken, ilk üçe giren yarışmacılar uygun görülmesi halinde 2 yıl süre ile uluslararası düzeyde kabul görmüş yurt dışındaki eğitim merkezlerinde eğitim görme imkânına sahip olacaklar. Yarışmada ikinci değerlendirmeyi geçen 10 finaliste ise GATHİB'in belirleyip yarışma süreci içerisinde ilan edeceği bir Tasarım Akademisi'nden "Eğitim Programı Ödülü" verilecek.

K U M A Ş T A S A R I M Y A R I Ş M A S I
DOKUSUNDA
SANAT VAR

BİRİNCİ
100.000 ₺

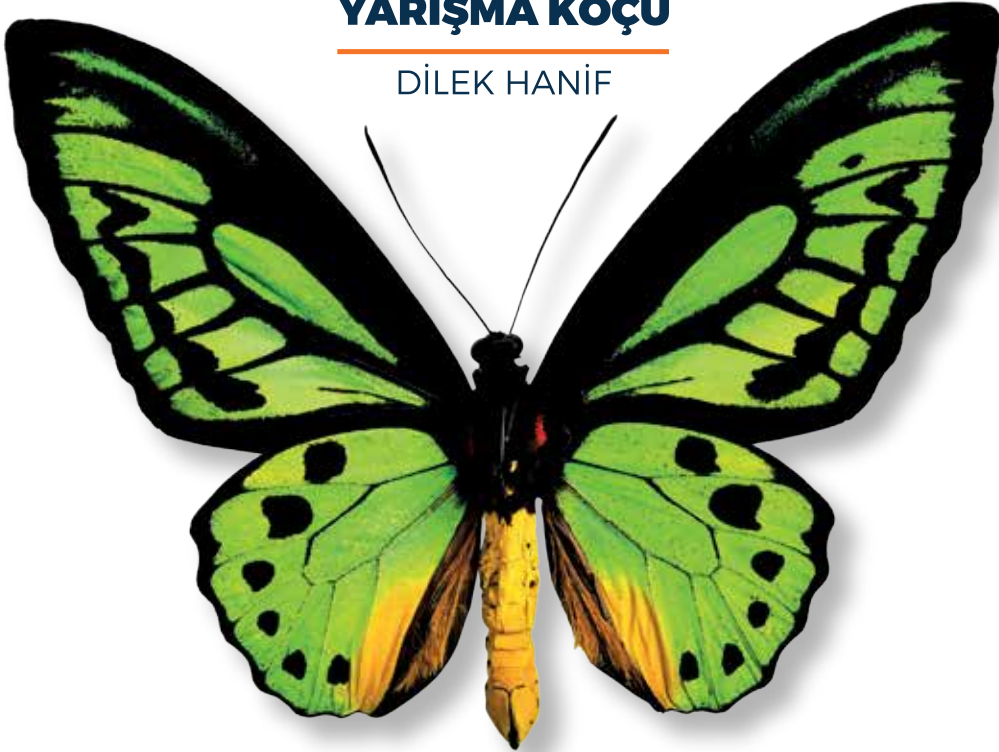
İKİNCİ
50.000 ₺

ÜÇÜNCÜ
25.000 ₺

İlk 3'e Yurtdışı Eğitim Ödülü ve **ilk 10 finaliste** Tasarım Akademisi Eğitim Ödülü

YARIŞMA KOÇU

DİLEK HANİF



Evinizi doğru aksesuarlar ile güzelleştirmenin püf noktaları

Sıradan görünen pek çok mekan doğru seçilmiş aksesuarların sihirli dokunuşlarıyla ihtişamlı bir görünüme bürünüyor. Dekorasyonda ölçülü ve dengeli olmak ilk dikkat edilmesi gereken noktalar arasında yer alıyor. Peki, iç mekanlarda doğru aksesuar kullanımı nasıl olmalı? Koleksiyonlarıyla yaşam alanlarını güzelleştiren CaddeYıldız Mobilya'nın iç mimarları, dekorasyonda aksesuar kullanımının püf noktalarını sizler için sıralıyor.



1. Ölçülü ve dengeli olun

Tadıyla ve görüntüsüyle kusursuz bir pasta düşünün... Bu pastayı güzelleştiren unsurların başında hiç şüphesiz kreması gelir değil mi? Ancak krema ölçüsünden biraz şaşacak olursa pasta kusursuzluğunu yitirir. Dekorasyonda aksesuarın önemi de tıpkı pasta ile krema ilişkisi gibidir. Doğru aksesuar kullanımı evleri bir sanat eserine dönüştürürken, hatalı seçimler evleri boğucu ve yorucu mekanlara çevirebilir. Bu sebeple aksesuar seçimlerinizde ölçülü ve dengeli olmak önem taşır. Evinizde estetik bir atmosfer yaratmak için seçtiğiniz dekoratif

nesnelerin odaya uygun tasarım, şema ve renkte olduğuna emin olun. Odanın mevcut ambiyansı ile uyumsuzluk yaratacak, odanın hakim renklerine tezat oluşturacak aksesuarlar seçmemeye özen gösterin. Aksesuarları bir alan içinde yaymanın objelerin görsel etkilerini azaltacağını, küçük alanları büyük nesnelere veya aksesuarlarla doldurmanın ise odanızı sıkışık bir hale getireceğini unutmayın.



2. Alışverişlerinizde aksesuara harcayacağınız bütçeyi önceden ayırın

Raflar, saatler, tablolar ve çerçeveler; aynalar, biblolar, halılar ve kır lentler; objeler, avizeler, aplik ve abajurlar... Düşünülmesi gereken ne çok detay var değil mi? Ancak yeni bir eve taşınırken ya da evi yenilerken yapılan ihtiyaç listelerinde aksesuar genelde son sıralarda yer alır. Alınması gerekenler alınıp sıra aksesuarlara geldiğinde ise dekorasyon için ayırdığınız bütçeden pek bir şey kalmamış olabilir. Bu sebeple size önerimiz dekorasyon için harcayacağınız bütçenin bir bölümünü en başta aksesuarlara ayırmanız olacaktır. Bu sayede eşsiz mobilyalarla dekore ettiğiniz evinizin donuk ve boğucu bir alan haline gelmesini önlemiş olursunuz.

3. Eviniz sizi yansıtsın

Evinizi dekore ederken onun sizin yaşam alanınız olduğunu unutmayın. Aksesuarlarınızı evinize gelme ihtimali olan misafirlere göre ya da genel kalıplara göre değil, kişisel zevk ve ilgilerinize göre seçin. İçerisinde kendiniz gibi hissedeceğiniz bir ev düşleyin ve bu hayalden yola çıkarak aksesuar seçimlerinizi; yaşam tarzınızı, kişisel zevklerinizi ve sevdiğiniz renkleri gözden geçirerek yapın. Ailenize ve anılara düşkün bir insansanız aile yadigarı fotoğraflarınızı dekoratif çerçevelerle duvarlarınıza asmaktan, ter-



cihlerinize kişiliğinizi yansıtmaktan çekinmeyin. Yaşamınızın çok büyük bir bölümünü geçireceğiniz evinizde sevdiğiniz şeylere sahip olmak, evinizde geçirdiğiniz anlardan çok daha fazla keyif almanızı sağlar. Bu kişisel dokunuşlar, ayrıca evinize gelen misafirlerin ilgisini çekip onlara da ilham verebilir. Aksesuar tercihlerinizle yalnızca evinizi güzelleştirmeyi değil, onu tarzınız ve zevkinizle sizi yansıtan özel bir yuva veya dönüştürmeyi hedefleyin.

4. Sevmiyor musunuz, kullanmayın!



Eviniz kendi alanınızdır. Evinizi dekore ederken estetik açıdan hoşunuza giden her şeyi koyabilirsiniz. Ancak daha önceden beğenerek aldığınız aksesuarlar bugün gözünüze güzel görünmüyor olabilir. Bu oldukça olağan bir durumdur. Evinizin düzenini değiştirmek istiyorsanız çekinmeden harekete geçin. Hoşunuza gitmeyen ama vazgeçemediğiniz aksesuarların sizi rahatsız eder hale gelmesine izin vermeyin. Bir nesne için sevgi ya da beğeni hissetmiyorsanız onu kullanmama özgürlüğünüz olduğunu unutmayın. Haydi şimdi çevrenize bir göz atın ve hoşunuza gitmeyen fazlalıklardan kurtulmak için harekete geçin.





Cosentino, yeni tasarımlarını KBIS 2021'de online sergiledi

Amerika Birleşik Devletleri'nin en önemli organizasyonları arasında yer alan ve bu yıl 9 ile 12 Şubat arasında online düzenlenen, Uluslararası Mutfak ve Banyo Fuarı KBIS 2021'e katılan Cosentino; Silestone, Dekton ve Sensa'nın yeni tasarım, renk ve uygulamalarını online olarak görücüye çıkardı.

Yenilikçi mimari yüzeylerin dünya lideri Cosentino Group, ürünleriyle sektörün en önemli fuar ve organizasyonlarında yer alarak, sektörün gelişimine katkılarını sürdürüyor. KBIS, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki mutfak ve banyo dünyası için kaçırılmayacak organizasyonlar arsında ilk sıralarda yer alıyor.

"Fırsatlar yaratmak için zor zamanları en iyi şekilde değerlendiriyoruz"

Konuyla ilgili değerlendirmelerde bulunan Küresel Satışlardan Sorumlu Başkan Yardımcısı ve Cosentino Kuzey Amerika CEO'su Eduardo Cosentino, "Cosentino'da, inovasyon ve yaratıcılık anlamında fırsatlar yaratmak için zor zamanları en iyi şekilde değerlendiriyoruz. Değişen koşullara hızla

adapte oluyor; değişen koşulları hem insanların şirketimiz hakkındaki görüşlerini olumlu yönde değiştirecek hem de sektördeki sürdürülebilir liderliğimizi destekleyecek yeni gelişmelere kanalize ediyoruz. Üretim süreçlerimizin yüzde 99 geri dönüştürülmüş su ile yüzde 100 yenilenebilir enerji ve atık malzeme kullanılarak gerçekleştirildiğini söylemekten gurur duyuyoruz" şeklinde konuştu.

Öncü HybriQ + teknolojisine sahip yeni Silestone renkleri

Şirket, Silestone renklerinden oluşan yeni bir koleksiyon geliştiriyor. Yakında piyasaya sürülecek renkler, markanın ve şirketin kökenlerine dönüşü temsil edecek. Bu yeni koleksiyonun ana temaları Akdeniz, doğa ile temas olacak. Bu seri, üretimde kullanılan ve ilk olarak Ekim 2020'de





1958'den buyana

SERKO

HALI VE İPLİK SANAYİ VE TİC. LTD. ŞTİ.

"Kalitemizi Tüm Dünya Kullanıyor"

Almanya DİTİB Köln Merkez Camii



SERKO HALI VE İPLİK SANAYİ VE TİC. LTD. ŞTİ.

Tel.: 0 236 462 11 14 Faks : 0 236 462 22 44 Sanayi Çarşısı No: 45 45900 Demirci/MANİSA

www.serkohali.com www.camihalisi.tv info@serkohali.com

**ANTİBAKTERİYEL
HALI**

ISO 9001:2008
Kalite Yönetim Sistemi

ISO 14001:2004
Çevre Yönetim Sistemi

OHSAS 18001
İş Sağlığı ve Güvenliği



Textiles & Flooring Institute GmbH
410779-02



piyasaya sürülen özel, öncü HybriQ + teknolojisi ile üretilen. HybriQ +, sürdürülebilir bir üretim sürecini temsil ediyor. Mineraller ve yeniden kullanılan hammaddeler ise kristal ve silika kullanımını azaltıyor. Silestone, çok daha sürdürülebilir bir şekilde geleceğe doğru ilerliyor. Böylece şirket, döngüsel ekonomi ve sürdürülebilir yönetime olan sıkı bağlılığını gösteriyor.

Silestone Loft, HybriQ + ile üretilen ilk koleksiyon

2020'deki başarılı lansmanının ardından, Silestone Loft serisi KBIS 2021'de görücüye çıktı. Endüstriyel tasarımdan ilham alan, Camden, Poblenu, Seaport, Nolita ve Corktown olmak üzere beş renkli seri, ayırt edici bir kentsel ve endüstriyel görünüme sahip beş ikonik bölgenin özünü yansıtıyor. Silestone Loft ayrıca, HybriQ + teknolojisini içeren ilk renk serisi olma özelliğini de taşıyor.

Zanaatkarlığa saygı gösteren Dekton

Cosentino'nun ultra kompakt yüzeyi Dekton da işçiliğe saygı gösteren zengin, derin dokulara sahip yeni renkler piyasaya sürülecek. Cosentino, usta zanaatkarların çalışmalarının çok yönlülüğünü, güzelliğini ve dürüstlüğünü Dekton'un teknolojik ve yenilikçi yaklaşımıyla yeniden yorumlayacak.

Sensa by Cosentino, özel korumalı doğal taş

Özel leke önleyici korumaya sahip doğal taş Sensa, Kuzey Amerika pazarı için kuvarsit ve granitte yeni tasarımlarla KBIS 2021'de yerini aldı. İç ve dış mekan uygulamalarına uygun, bakımı kolay Sensa, Brezilya'nın ana doğal taş ihracatçılarından biri olan ve Brezilya'nın Vitória kentinde bulunan şirketin bir yan kuruluşu Cosentino Latina'da geliştirildi.

Farklı bir çekicilik katıyor

Güvenlik ve kayma önleyici özellikler sağlayan Dekton

Grip + teknolojisine sahip Dekton Gocce duş teknesi, Cosentino portföyüne farklı bir çekicilik katıyor. Yalnızca 20 mm kalınlığındaki duş teknesi, hafif ve doğru su akışını sağlamak için mükemmel bir eğime sahip. Banyoya mükemmel şekilde uyum sağlayan teknenin çok çeşitli renk ve ebatları bulunuyor.

Evita lavabolar

Integrity teknolojisi sayesinde tek parça olarak üretilen Silestone Evita lavabo, ek yerlerini ortadan kaldırarak mükemmel temizlik ve hijyen sağlıyor. Kavisli, yumuşak dokunuşlu bir yüzeye sahip lavabo, işlevsellik, teknoloji ve uyumuyla en zorlu projeler için mükemmel çözüm sunuyor.

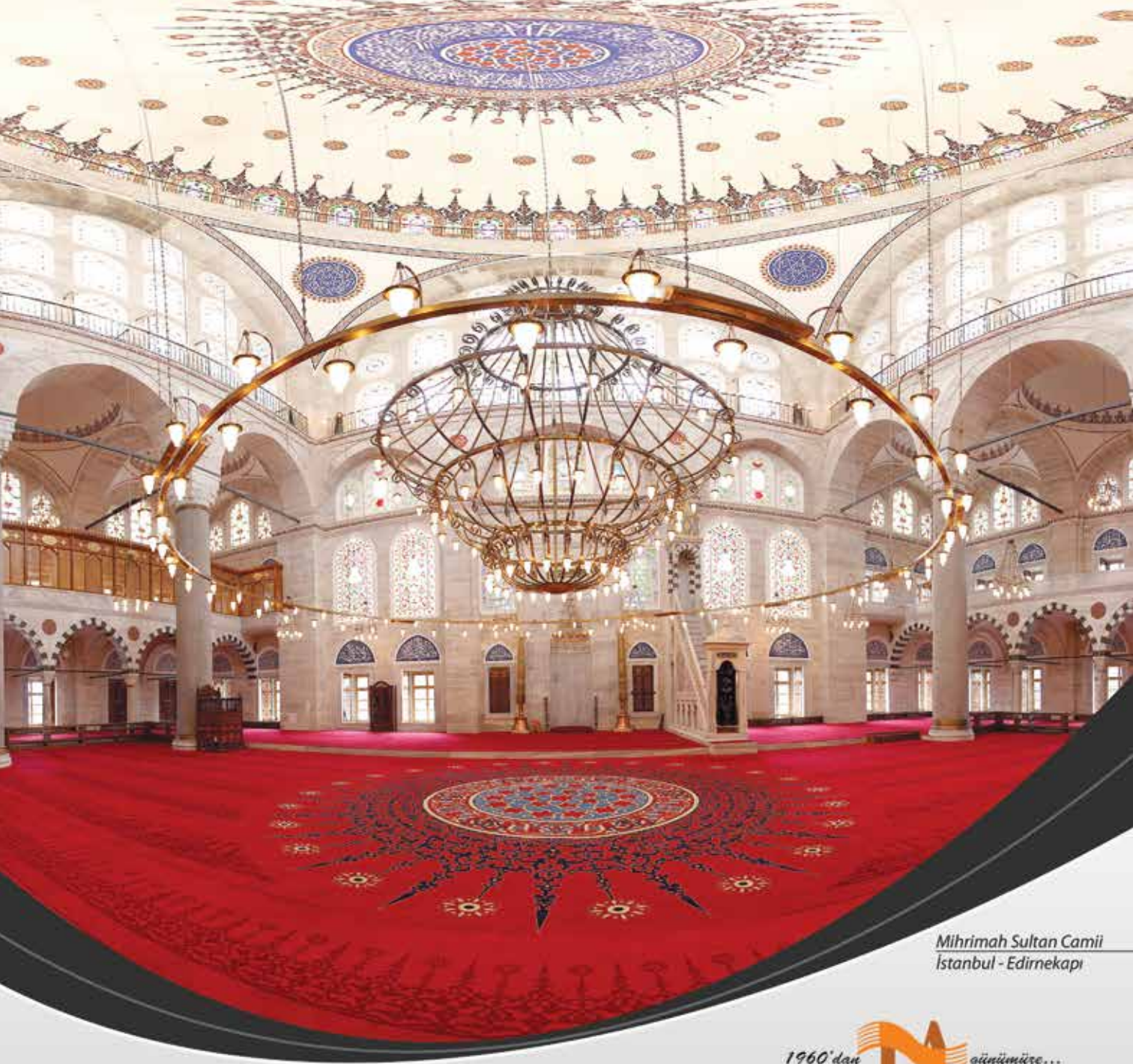
İşlenmesini ve taşınmasını kolaylaştırıyor

Duş veya banyo duvarları gibi en yaygın iç kaplamaların daha hızlı ve daha kolay montajı için geliştirilen Dekton Optimma, yalnızca 4 mm kalınlığında. 260x100x0.4cm'lik boyutları Dekton Optimma'nın işlenmesini ve taşınmasını kolaylaştırıyor.

Sanal görüşmeler yapıldı

Sanal fuarda Cosentino; NKBA CEO'su Bill Darcy ile Küresel Satışlardan Sorumlu Başkan Yardımcısı ve Cosentino Kuzey Amerika CEO'su Eduardo Cosentino ve Cosentino Kuzey Amerika'nın Mimari ve Tasarım Birimi Başkan Yardımcısı Patty Dominguez "CEO Konuşmaları: Markanın Ardında" etkinliğinde sanal olarak yer aldı.





Mihrimah Sultan Camii
İstanbul - Edirnekapı

Dünyanın halısı

burada dokunuyor

1960'dan  günümüze...

TAVUS[®]

YÜN HALI VE İPLİK SAN. TİC. A.Ş.

✓ 24 Saat Hizmetinizdeyiz...

✓ Sizin için üretiyoruz...

İstanbul Ofis:

İstiklal Mah. Kavaklıdere Cad.
No:100/A Ümraniye
İSTANBUL / TURKEY
T. : +90 216 461 45 45
istanbul@tavus.com.tr

Karabük Ofis:

Zonguldak Cad. Çağrı İş Mrkz.
B Blok No: 6
KARABÜK / TURKEY
T. : +90 370 415 61 61
karabuk@tavus.com.tr

Manisa Ofis:

Ahi Evran Sanayi Sitesi No:20
Demirci / Manisa / TURKEY
T. : +90 236 462 33 97
T. : +90 236 462 14 83
demirci@tavus.com.tr

MOBİLYA SEKTÖRÜ İHRACAT GENEL MÜDÜRÜ ÖZGÜR VOLKAN AĞAR İLE GÖRÜŞTÜ

MDF üreticileri ile mobilya sektörü birlikte MDF ile ilgili arz talep sorununun üstesinden gelebilir

Deniz ticaretindeki konteyner sorunu ABD'ye ihracattı etkiliyor

“Mobilya Sektörü İhracatı ve Girdi Tedariki” konulu online toplantı serisinin ikincisi T.C. Ticaret Bakanlığı ev sahipliğinde düzenlendi. İstanbul, Ege, Akdeniz ve Orta Anadolu mobilya, kağıt ve orman ürünleri ihracatçı birlikleri ile 36 bin mobilya üreticisini temsilen sivil toplum kuruluşlarının hazır bulunduğu toplantıda bir süredir devam eden MDF sorunu ve konteyner problemi çözüm yollarıyla birlikte ele alındı. İhracattaki konteyner sorununun ABD'ye olan ihracattı etkilediğinden de bahseden sektör temsilcileri, Türkiye'nin lojistik güvenliğini sağlayarak özellikle Akdeniz çanağında konteyner taşımacılığında etkin konuma gelmesi gerektiğini bakanlık yetkililerine anlattı.



Dünyanın dokuzuncu büyük üreticisi, sekizinci büyük ihracatçısı olan Türkiye mobilya sektörü, Ticaret Bakanlığının “Mobilya Sektörü İhracatı ve Girdi Tedariki” konulu online toplantısında ikinci kez bir araya geldi. İstanbul, Ege, Akdeniz ve Orta Anadolu mobilya, kağıt ve orman ürünleri ihracatçı birlikleri ile 36 bin mobilya üreticisini temsilen sivil

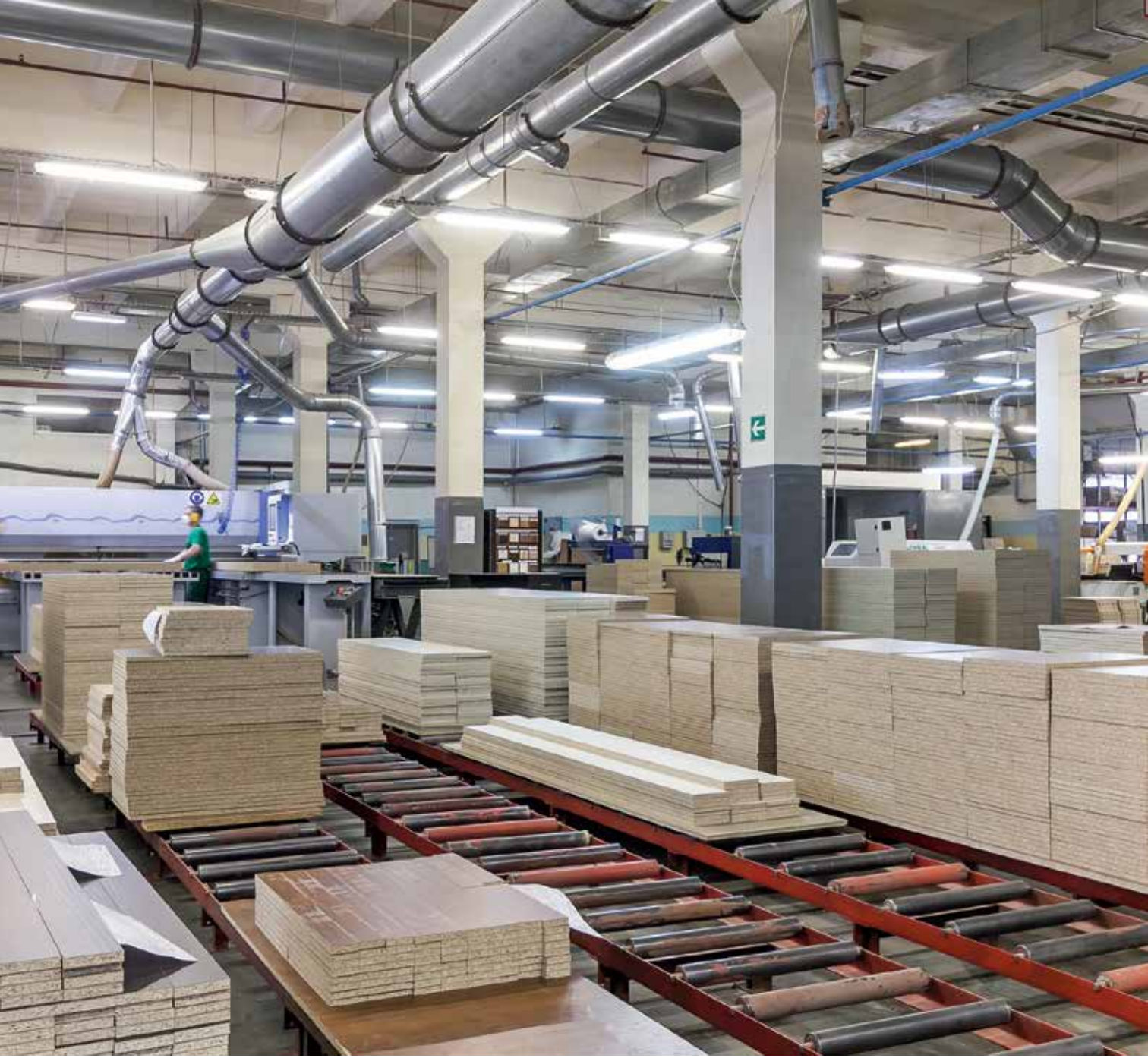
toplum kuruluşları, firma temsilcilerini bir araya getiren toplantıda dış ticaret fazlası veren sektörlerinin önündeki sorunlar anlatıldı. Sektörde devam eden MDF ve kontrplak sorunu yine toplantının önemli gündem maddesi olarak öne çıktı. Yanı sıra deniz ticaretinde yaşanan navlun sorunu ele alındı ve Türkiye'nin lojistik güvenliğini sağlayarak özellikle Akdeniz çanağında konteyner taşımacılığında etkin konuma gelmesi gerektiği ifade edildi. Mobilya sektör temsilcileri, konteyner sorununun ABD'ye olan ihracattı etkilediğinden de bahsetti. İstanbul Mobilya Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Başkanı Ahmet Güleç, Türkiye ihracat potansiyelini 10 milyar olarak tarif etti ve söz konusu çözümlerin hızla hayata geçmesinin sektörü daha da güçlendireceğini söyledi.

Toplantı kapsamında açıklamada bulunan Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürü Özgür Volkan Ağar, mobilya sektörün ülke ekonomisi için lokomotif görevi gördüğünü ve istihdama da önemli ölçüde katkı sağladığı açıkladı. Bakanlık ile sektörün dirsek teması ile çalıştığını

belirten Ağar, sektörün taleplerini dinleyerek üstüne düşen tüm sorumluluklarını yerine getireceklerini söyledi.

Nitelikli MDF Türkiye'de üretilmeli...

Toplantıda İstanbul, Ege, Akdeniz ve Orta Anadolu mobilya, kağıt ve orman ürünleri ihracatçı birlikleri, Türkiye'nin MDF üretiminde Çin'den sonra dünya ikincisi olduğunu aktararak buradaki üretiminin yüzde 20'sinin ihracata gitmesi nedeniyle içeride hammadde sorunu yaşandığını söylediler. MDF üretiminde dünya ikincisi bulunduğu halde kapasite kullanımının yüzde 80 olduğu bilgisini de bakanlıkla paylaşan sektör temsilcileri, MDF yerine suntalam kullanımına geçilmesi önerisinde bulundu. Mobilya sektörünün MDF tedarikinde yaşadığı sorunun çözümü için getirilen bir diğer öneri ise MDF ve kontrplak ihracatına kısıtlama getirilmesini oldu. Özel nitelikli MDF'nin (CARB belgesi olan, yanmaya karşı dayanıklı vb.) Türkiye'de üretim miktarının artırılması gerekliliği de öne çıkan başlıklar arasında yer aldı.



Türkiye'deki petrokimya tesisi yatırımları yapılmalı

Kimya sektörünün önemli bir müşterisi durumunda bulunan mobilya sektörünün buradaki hammadde sıkıntısından doğru yaşadığı sorunlar da toplantıda ele alındı. Üre, melamin ve metanol gibi kimyasal hammaddelerin tedarik zinciri kırıldığı için maliyetlerinin arttığı ve bu durumun kendilerini etkilediğini ifade eden sektör temsilcileri, hammadde fiyatlarındaki artışın önüne geçilmesini istediler. Petrokimya ürünlerinin yüzde 12'sinin Türkiye'den,

yüzde 88'inin ise AB ve Çin'den karşılandığına işaret eden Türkiye mobilya sektörü temsilcileri, petrokimya tesislerine yatırım yapılması talebinde de bulundu.

Nisan- Mayıs aylarındaki mobilya satışlarının artışı MDF'ye olan talebi daha da arttıracak

İstanbul Mobilya Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Başkanı Ahmet Güleç, toplantının kapanışında yaptığı konuşmada, Türkiye mobilya sektörünün ihracat potansiyelinin 10 milyar dolar olduğunu kaydetti. Güleç, "Mobilya sektörü-

nün hammadde tedarikçisi paydaşları ile büyüyen bir sektör olduğunu her daim dile getiriyoruz. Tabii sektörümüz katma değerli tasarım anlayışına geçtiği için MDF kullanımı arttı. Aynı zamanda da nisan-mayıs aylarında sektörün canlanması MDF'ye olan talebi daha da arttıracak. Ancak biz MDF sorununu MDF üreticileri ve mobilya dernekleri bir araya gelerek çözebileceğimizi biliyoruz. Türkiye mobilya sektörünün 10 milyar dolar ihracat potansiyeli mevcut. Bu hedefe ancak ve ancak beraber olursa ulaşabilir" dedi.

Designlook

Tasarımcıları Buluşturuyor

Sürdürülebilir bir hayat için sürdürülebilir yaşam alanları yaratmak temasını tartışmak için tasarımcılar, Designlook İç Mimari ve Tasarım Platformunda bir araya geliyor.

INTERIOR DESIGN PLATFORM

APRIL 15-18
2021

DESIGNLOOK
www.designlook.online

DESIGNLOOK

WEBINAR SPONSOR: **bürotime**

SUPPORTER: **İTİK** **İDEALİST**

RON ARAD
INDUSTRIAL DESIGNER
ARCHITECT

DIEGO GRONDA
INDUSTRIAL DESIGNER
ARCHITECT

DEFNE KOZ
INDUSTRIAL DESIGNER

MICHAEL PAULYN
BIOMIMETIC ARCHITECT

Pandemi, mekânlar ve yaşam alanları ile ilgili toplumsal alışkanlıkları değiştirdi. Potansiyel riskleri azaltmada tasarımcının rolü nedir? Virüsün yayılmasını, antivirüs tabanlı, sürdürülebilir yeni mimari tasarımlarla durdurmak mümkün mü?

Tasarımcılar, gelecek dönemdeki virüs saldırılarına karşı yaşam alanlarındaki korumayı sağlamak, uygun tasarım fikirlerini paylaşmak, sürdürülebilir hayatı yeniden tanımlamak için bir araya geliyor.

Sürdürülebilir bir hayat için sürdürülebilir yaşam alanlarının nasıl yaratılacağını tartışmak için Designlook İç Mimari ve Tasarım Platformu, birbirinden değerli tasarımcıyı ağırlamaya hazırlanıyor. Etkinliğe katılan tasarımcılar arasında, Mimar ve Endüstriyel Tasarımcı Ron Arad, doğadaki mekanizmalardan ilham alarak tasarımlarını geliştiren Biyomimetik Mimar ve TED Konferanslarının 'Sürdürülebilir Mimari' konusunda aranan konuş-

macısı İngiliz Mimar Michael Pawlyn, Rockwell Group Avrupa Eski Direktörü Diego Gronda ve Endüstriyel Tasarımcılardan Defne Koz ve Adnan Serbest de yer alıyor. Etkinlik konuşmacıları, sosyal, ekonomik ve ekolojik sürdürülebilir obje, mekan ve hizmet tasarlamının önemine dikkat çekiyor.

15-18 Nisan 2021 tarihleri arasında gerçekleşecek olan Designlook Online Event, sergileme vitrini, b2b platformu ve webinarlardan oluşan, iç mimari ve endüstriyel tasarım disiplinlerini kapsayan online bir etkinlik olarak tasarlandı.

İç Mimari, tasarım ve dekorasyon sektörünü buluşturacak olan Designlook Online Event destekçileri arasında, İdealist İç Mimarlık Derneği ve ETMK-Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu yer alıyor. Etkinliğin webinar sponsorluğunu, ofis mobilyalarında sağlıklı ve sürdürülebilir tasarımlar hazırlayan Bürotime yapıyor.



Since 1980

POLİMER KİMYA SANAYİ A.Ş.

Latex'de kalitenin adresi...
The address of quality in Latex...



Since 1980

POLİMER KİMYA SANAYİ A.Ş.

1. Organize Sanayi Bölgesi 83120 Nolu Cadde No:13 Şehitkamil / Gaziantep / TÜRKİYE
Tel: +90 342 337 12 35 Fax: +90 342 337 14 12 Email: info@tutsan.com.tr


www.tutsan.com.tr

ZAMANSIZ TASARIMIYLA AÇIK HAVADA FARK YARATACAK

Açık havanın ruhunu değiştiren bahçe mobilyası markası L'unica, Oscar Oturma Grubu'nun tasarımıyla göz dolduruyor. Bahçe, balkon ve teraslarda zamansız bir şıklık vadeden Oscar Oturma Grubu, zarif ayak formuyla da yalın bir natürelilik sunuyor. Geniş oturma alanı ve rahat minderleriyle iddialı olan Oscar Oturma Grubu, her türlü hava koşuluna dayanıklı teak ağacının kusursuz birleşiminden oluşuyor.

Sıradışı çizgisiyle açık hava mekânlarında adından söz ettiren L'unica, 2021 ilkbahar-yaz koleksiyonunda yer alan Oscar Oturma Grubu ile bahçe, balkon ve teraslarda zamansız bir şıklık vadediyor. İddialı bir görünüme sahip olan Oscar Oturma Grubu, geniş oturma alanı ve minderleriyle kusursuz konfor sağlıyor. Her türlü hava koşullarına dayanıklı teak ağacının kusursuz birleşiminden oluşan Oscar Oturma Grubu, zarif ayak formuyla ise yalın bir natürelilik sunuyor.





Sadeliğin şıklıkla buluştuğu
L'unica Oscar Oturma Grubu,
rahatlığıyla da oldukça iddialı

Sadeliğin şıklıkla buluştuğu Oscar Oturma Grubu'na, L'unica'nın Türkiye genelinde yer alan 30 farklı bayisinden ve İstanbul Levent'te bulunan showroom'undan ulaşmak mümkün.



Valdera Koltuk Takımı ile Evinize Elegant Bir Dokunuş

Göz alıcı tasarımlarıyla her mekanda fark yaratan Enza Home koleksiyonuna eklenen Valdera Koltuk Takımı, modern bir dekorasyon anlayışının yaşam alanlarındaki yansıması oluyor. Bulunduğu her alana seçkin bir atmosfer kazandıran Valdera Koltuk Takımı, zarafetiyle olduğu kadar rahatlığıyla da fark yaratıyor.

Bir mobilyadan daha fazlasını arayanlara benzersiz tasarımlar sunan Enza Home, Valdera Koltuk Takımı ile şık, fonksiyonel ve rahat bir tasarımı çağdaş dekorasyon anlayışıyla yorumluyor. Özgün tasarımıyla göz alan Valdera Koltuk

Takımı, geometrik desenli berjeri ve trendleri yansıtan kırılentleriyle yaşam alanlarına zarif bir dinamizm katıyor. Valdera Koltuk Takımı'nda kullanılan çoklu katmanlı sünger teknolojisi, maksimum konfor sağlarken, suni süet dokulu ve keten dokulu kumaş alternatifleriyle lüks

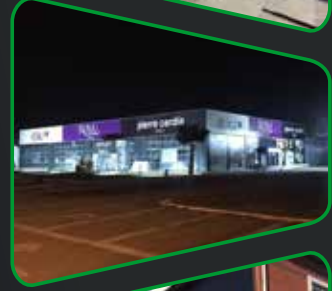
bir görünüm kazanıyor. Koltuk takımının siyah baza/siyah ayak ve ceviz baza/gold ayak olmak üzere iki farklı ayak ve baza alternatifi ise tasarımı daha da zenginleştiriyor. Valdera Koltuk Takımı'nın 3'lü ve 2,5'li koltuk ile sabit ayaklı berjerden oluşan üç farklı modülü bulunuyor.

BAYİİ TOPLANTISI KONSER
ORGANİZASYON AÇILIŞ
OTEL ORGANİZASYONLARI

MARVEL
ORGANİZASYON

MARVEL
TANITIM

TABELA ARAÇ GIYDIRME
CEPHE GIYDIRME TOTEM
TÜRKİYE'NİN HER YERİNE
TABELA ÜRETİMİ VE MONTAJI



KİLİM MOBİLYA YURTDIŞINDAKİ EN BÜYÜK PAZARI ABD'DE AMAZON İLE ANLAŞTI

Amazon da 'Bir Kilim Yeter' dedi...

Dört üretim tesisinin yanı sıra yurt içinde 176, yurt dışında ise 31 mağazası bulunan, ayrıca 44 ülkeye ihracat yapan Türkiye'nin önemli mobilya markası Kilim, dünyanın en büyük e-ticaret sitelerinden Amazon'da da ürünleriyle yer almaya başladı. Kilim Mobilya Genel Müdürü Cihat Şahin, toplam satışları içinde ihracat oranını yüzde 45 olarak açıklarken, en büyük pazarlarının yüzde 28 ile ABD'de olduğunu ifade etti. Şahin, Amazon'a girme gerekçelerini şöyle anlattı: "40 milyon dolarlık mobilya ithalatıyla öne çıkan ABD pazarında tam bir hâkimiyet kurabilmek için mutlaka ve kesinlikle Amazon'da da olmanız gerekiyor. Bundan ötürü ABD'deki gücümüzü Amazon'a da taşıdık."



Kilim Mobilya Genel
Müdürü Cihat Şahin

Geliştirildiği ev mobilyaları ile kendini Türkiye'nin en önemli ve ihracatı en yüksek markaları arasında konumlandıran Kilim, pandemi ile birlikte öne çıkan mobilyada e-ticaret trendin de güçlü yer almak için harekete geçti. Kilimmobilya.com altyapısını yenileyen ve pandemi öncesine göre site üzerinden satışlarını yüzde 10 oranında arttıran marka, yurt dışındaki en önemli pazarı olan Amerika'da da Amazon ile anlaştı.

ABD'de partnerleri aracılığı ile mobilya centerlarda ürünlerinin tanıtım ve satışını gerçekleştiren Kilim Mobilya, Amazon'da da ürünlerini satışa çıkardı.

Anlaşma kapsamında oturma odasından salon takımına, yatak odasından yemek takımına, oturma grubundan panellere, ev tekstilinden aksesuarlara kadar çok geniş bir yelpazedeki ürünlerini Amazon üzerinden ABD'li tü-

keticilerle buluşturacak olan Kilim, bu iş birliğiyle ABD pazarındaki ciro oranını yüzde 20 artırmayı hedefliyor.

"Hedefimiz ABD pazarında derinleşmek"

Sağlıklı, güvenilir ve estetik yönü güçlü mobilya anlayışı ile Kayseri'den Türkiye ve dünyaya üretim yaptıklarını söyleyen Kilim Mobilya Genel Müdürü Cihat Şahin, "Bugün bir evin bütün ihtiyaçları düşünülerek tasarlanan mobilyalarımız yurt içinde 176 mağazada satışa sunuyoruz. Yanı sıra yurt dışında 31 mağazamız bulunuyor ve ayrıca 44 ülkeye de ihracat yapıyoruz. Bu ülkelerde de oradaki paydaşlarımız vasıtasıyla evleri süslüyoruz. ABD'ye en çok oturma grubu ve kanepesi satışı yapıyoruz. 40 milyar dolarlık mobilya ithalatıyla herkesin dikkatini çeken pazarda büyümek ve tam bir hakimiyet için e-ticaret teknolojisini son derece etkin kullanmak ge-





reliyor. Ülkenin tamamına hitap etmek ve pazarda Türk algısı ile hakimiyeti oluşturmak için Amazon'da mutlaka olmamız gerekiyordu. Orada da mağazamızı açtık ve altı aydır faaliyetlerimizi yürütüyoruz" dedi.

E-ticaret kapsamında yaptıkları çalışmalara yoğunlaşacaklarının sinyallerini de veren Şahin, ABD'de Amazon.com'da satışına başlamanın markanın tanıtımına ciddi katkı sağladığını da kaydetti. Şahin, sözlerini şöyle sürdürdü; "Kilim olarak ürettiğimiz mobilyanın yüzde 45'ini ihraç ediyoruz ve ABD'nin bu ihraçtan aldığı oran ise yüzde 28. Yani ABD pazarı bizim için çok önemli. Bu pazarda satış hacmimizi artırmak istiyoruz. Türk mobilyasının ABD'de daha çok konuşulması için Amazon'da olmak gerek. Eğer Amazon'da olmazsanız ABD pazarına yüzde 100 hakim olamazsınız."

Türkiye'de de e-ticaret tarafına ağırlık verdiklerini söyleyen Şahin, 2019 yılına göre 2020'de online satışlarda yüzde 10'luk bir artış yakaladıklarını belirterek, buradaki yatırımların devam edeceğini bildirdi.



Küresel Dünya'da Yaşamak

Büşra Kılıç, Sosyolog
bsra.klc@hotmail.com

Küreselleşme; ürünlerin, fikirlerin, alışverişin ortak bir düzende toplanması ve bu düzenin tek tipte sergilenmesidir. Başka bir deyişle küreselleşme, bilinen bir şeyin her yerde ve her koşulda aynı şekilde algılanmasıdır.

Günümüzde dünya modernleşmesi ile birlikte gelişmiş ve gelişmekte olan hemen her ülke küreselleşmeye dair birçok adım atmış ve hatta bu yolda ciddi ivmeler kazanmıştır. Yazımızda küreselleşmenin artı ve eksi yönlerine kısaca değineceğiz.

Özellikle 2000'li yıllardan beri farklı bir tüketim döngüsü içerisindeyiz. Kaynaklara ulaşma konusunda çok fazla sorun yaşamıyoruz. İstanbul'da yediğimiz bir şeyi Konya'da hatta belki Amerika'da bile yiyebiliyoruz. Semtimizde bulunan bir mağazayı bir iş seyahatinde, bambaşka bir semtte yine gezabiliyor, aynı ürünleri bulabiliyoruz. Yerel bir ürün aldığımızda veya bir yiyecek tattığımızda bizlere zaman zaman bu ürünler oldukça eksantrik gelebiliyor. Bu ürünlerden bulduğumuzda kendimizi oldukça şanslı hissediyoruz.

İstanbul'da bulunan bir gıda markasının aynısını Iğdır'da bulabiliyor, orada da neredeyse aynı imkanlarda hizmet alabiliyoruz. Almanya'da bulunan bir ayakkabı markasını Türkiye'nin çoğu şehrinde bulabiliyor ve satın alabiliyoruz. Bunlara karşın yerel bir ürünü, mesela özel dokuma bir halıyı yalnızca belli bir köyde bu işte çok ustalaşmış birinden alabiliyoruz. Peki tüm bu düzen bizler için neler ifade ediyor olabilir?

Mesela en sık tükettiğimiz ve hemen her mahallede bulabileceğimiz çiğköfteci-leri ele alalım. Çiğköfte normal şartlar altında yerel bir üründü. En iyi çiğköfteyi yemek için belki Urfa'ya, Adıyaman'a, Antep'e gitmemiz gerekirdi. Daha da geriye gidelim, sanayi devriminden önceki yıllara... En iyi kumaş alabilmek için aylarca uzun bir yoldan geçip Hindistan'a gitmemiz gerekirdi. Fakat şimdi bir çiğköfte markasını veya çok meşhur bir yerel lokantayı ülkemizin her şehrinde görebiliyoruz. Üstelik yemek reçeteleri, mekanın düzeni, menü fiyatları, kullanılan ürünler neredeyse aynı. Yani çok uzaklara gitmeden de aynı hizmeti kendi bölgemizde de alabiliyoruz. Ya da çok sağlam ve şık ürünleri olan bir tekstil mağazasını dünyanın her yerinde bulabiliyor, aynı ürünlere ulaşım sağlayabiliyoruz. Irak'taki bir gençle tüm özellikleri aynı olan bir telefonu kullanabiliyoruz.

Küreselleşme ile birlikte tek tip olan mağaza, eğitim kurumları, lokanta, kafe gibi sayısız kurumdan aynı standartlarda fakat farklı lokasyonlarda kolaylıkla hizmet alabiliyoruz. Artık memleketimizdeki akrabamızdan duyduğumuz bir ürünü alabilmek için oraya gitmemize veya onların bizlere göndermesine gerek yok. Çünkü küreselleşme sayesinde bu ürünlere hemen her yerde ulaşabiliyoruz.

Tüm bu pratik düzene rağmen küreselleşme ağına katılmayan hala doğallığını koruyan ürünlerde bulunuyor. Bu ürünlere ulaşmak için yine de çok mesafe katetmeye ve emek vermeye ihtiyacımız var. Ortaya konulan sanat eserleri, el emeği dokumalar ve örgüler, belli iklimde yaşayan hayvanların ve bitkilerin bizlere sunduğu nimetler hala kendine has yerel değerlerini koruyor. Hala İzmir'in tulum peynirini, Maraş'ın dondurmasını, Aydın'ın incirini, Siirt'in fıstığını, Giresun'un fındığını arıyor ve ulaşmak için uğraş veriyoruz.

Küreselleşme bazı değerleri bizlere unuttursa da pratiklik, hız ve kaynaklara hızlı ulaşma imkanı sağlıyor. Bunun yanında bazı yerel adetleri, lezzetleri ve ürünleri tek tiplendirerek unutulmasına yol açabiliyor. Fakat hala küresel dünyada kendini koruyan yerel değerlerimiz var. Değerlerimizin kaybolmaması ve gelecek nesillerin yerel güzellikleri yaşaması dileğiyle...

Banyolarda tercih aydınlık ve ferah bir görünüm

Cosentino'nun ultra kompakt yüzeyi Dekton'un ilhamını doğal taşların büyüsünden alan serisi Avant-Garde'20'de yer alan Helena, banyolarda aydınlık ve ferah bir görünüm isteyenlerin tercihi oluyor. Helena, göz alıcı parlaklığı ve rakipsiz kalıcılığıyla banyolarda estetik ve lüksü bir arada sunuyor.



Yenilikçi mimari yüzeylerin dünya lideri Cosentino'nun ultra kompakt yüzeyi Dekton'un Stonika Xgloss Collection'unda yer alan, üstün ve yenilikçi teknolojiyle geliştirilen Helena, bulutsu izleri andıran tasarımıyla banyolara hak ettiği sonsuzluğa kavuşturuyor.

Parlaklığını kullanıcılara yansıtıyor

Oniks taşından ilham alarak tasarlanan ve taşın tüm özelliklerini taşıyan Helena, cam opaklığında büyüleyici bir güzellik sunuyor. Çatlak efekti verilmiş

detaylarıyla beyaz ve grinin eşsiz tonlarını alanlara yansıtıyor. Zarif görüntüsüyle banyolara atmosferini yeniden şekillendiren yüzey, parlaklığını kullanıcılarına da yansıtıyor.

Duruluk ve sadeliği sevenler için

Duruluğu, yalınlığı ve bir o kadar da gösterişi sevenler için ideal bir seçenek olan yüzey, banyolarda yeni tasarımların yaratılmasına imkan tanıyor. Dekton Helena banyolarda zeminlerden duvarlara kadar her alanda rahat bir kullanım sunuyor.



Klasikten Vazgeçmeyenlere

ARTEMİS HALI'DAN SILK KOLEKSİYONU

Artemis Halı, dekorasyonda klasik çizgileri tercih edenler için yeni koleksiyonu Silk'i sunuyor. Klasik olduğu kadar özgün desenleri ve renk harmonisi ile göz dolduran Silk Koleksiyonu, ipeksi dokusu ile yaşam alanlarına ihtişamı ve zarafeti taşıyor.





Halı koleksiyonları ile stil sahibi yaşam alanlarına imza atan, renk ve desenleri ile zarafeti mekanlara taşıyan Artemis Halı, yeni koleksiyonuyla dekorasyon severlerin vazgeçilmezi olmaya devam ediyor. Birbirinden şık formlarıyla mekanlara farklı bir atmosfer katan Artemis Halı'nın Silk Serisi, net motifleri ile adeta bir tablodan farksız görünürken, adı gibi yumuşak, renk ve özgün desen alternatifleriyle öne çıkıyor.

Artemis Halı, geleneksel klasik halı desenlerinin yeniden yorumlandığı, cesur çağdaş renk paleti ile birleştirilerek, sanatsal bir karışıma dönüştürdüğü Silk Serisi; doğal elyaf kullanılarak üretiliyor. Ön yıkama yapılarak parlaklığı artırılan, yarı el işçiliği ile göz dolduran Silk Koleksiyonu, normal halılardan daha ince yapısı ve ipeksi yumuşak tuşeli yapısıyla fark yaratıyor.

Ürünlerinde son teknoloji dokuma tekniğiyle ve dokuma sonrasında özel bir işlemle geçirilmesiyle halıdaki tozlanmayı yüzde 74'e varan oranla azaltan Artemis Halı ürünlerini artık online olarak artemishali.com.tr'de de satışa sunuluyor.





Yeni teknolojilerin bağımsız girişimleri çok daha kolay hale getirmesiyle birlikte dünyada ve Türkiye’de kendi işini kurmak isteyen kişi sayısı giderek artıyor. Esnek çalışma saatleri, maksimum verimlilik ve kendi işinde çalışmanın verdiği motivasyon, çoğu kişiyi farklı iş modellerine yönlendiriyor.

Pandemi süreciyle iş yapış şekillerinin giderek hız kazandığı bir süreçte artık iş dünyasının kavramları da değişiyor. Gig ekonomi, freelancer gibi adını sıkça duyduğumuz bu kavramlara bir yenisi daha ekleniyor “Marka Elçileri”. Yeni çalışma modellerinin gelişmesiyle işini ‘patron’ gibi yapan profesyonelleri bir araya getirerek Türkiye’de tüketici destek hizmetleri alanında ilk olan yeni nesil ça-

alışma platformunu hizmete açan Champs Kurucu Yönetici Mahir Tüzün, Teknoloji alt yapılı müşteri hizmetleri sektöründe kendi işinin patronu olma anlayışının giderek arttığını belirtti. Tüzün, Gig iş modeli ile uzaktan patron gibi çalışan profesyonellerin müşteri temsilciliği kavramının yetkin marka elçisi unvanına evrilme sürecinin ise hızlandığını vurguladı.

Yeni kuşak, kendi işinin patronu olmak istiyor

Dünyadaki dinamiklere bağlı olarak bireysel girişimcilik hareketlerinin giderek arttığını ifade eden Champs Kurucu Yönetici Mahir Tüzün; “Teknoloji, iş yapma biçimimizde devrim yaratmaya devam ediyor. Artık hepimiz daha esnek koşullarda, iş/özel yaşam dengesinin sağlandığı çalışma koşullarının ve çalışılacak projenin çalışan tarafından seçilebildiği bir iş yaşamı istiyoruz. Bunun yanı sıra artık işletmeler de hem fikren hem de teknolojik olarak belli başlı hizmetleri işin uzmanlarına “uzaktan” yaptırmayı amaçlıyor. Bu noktada özellikle de Y ve Z kuşaklarının iş dünyasındaki hakimiyeti ciddi oranda hissediliyor. Bağımsız çalışma, kendi sınırlarını kendi belirleme, fiziksel sınırlara bağlı kalmama gibi kuşak özellikleri, kendi işinin patronu olmak isteyen kişi popülasyonunu arttırıyor” dedi.

Küresel Girişimcilik Monitörü’nün (GEM) 2016/17 raporuna göre Türkiye’deki katılımcıların yüzde 81’inin girişimciliği iyi bir kariyer seçimi olarak gördüğünü belirten Mahir Tüzün; Güncel Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) verilerine bakıldığında ise, öğrenciler ve gençler kendi işinin patronu olmak için oldukça cesur ve kararlı davranıyor diyor.

Pandemi süreci iş yapma biçimlerinin dijitale evrilmesini 10 yıl hızlandırdı

Kendi işinin patronu olma fikrinin temelini oluşturan Gig (bağımsız çalışma) modelinin pandemiyle birlikte daha da yaygınlaştığına dikkat çeken Tüzün; Girişimciliğin yükselen değer olduğu bu günlerde teknolojinin sağladığı olanaklarla halihazırda bir kurum

Yeni kuşak bağımsız çalışacağı iş modelleri istiyor

Mahir Tüzün,
Champs Kurucu Yönetici
www.champs.buzz



ya da şirkette yaptığımız işi, koşullarını sizin belirlediğiniz biçimde kendi işinizin patronu olarak yapabilir hale gelmiş durumdayız. Özellikle de pandemi süreci iş yapma biçimlerinin dijital evrilmesini en az 10 yıl hızlandırdı. Pandemi koşullarının hızlandırdığı dönüşümlerden birisi de iletişim merkezlerinin can damarı olan müşteri temsilcilerinin iş yapma biçimlerinde ve çalışma koşullarında oldu. Gig bu ekosistemde ciddi bir rüzgar yarattı diyebiliriz” dedi.

Tüzün Sözlerine şu şekilde devam etti; “Kendi işinin patronu olma yaklaşımıyla hayat bulan Champs, tüm çalışanların kendi yetkinliklerine ve tercihlerine göre projelerde görev alabilmesini, çalışma saatlerini ve koşullarını özgürce belirleyebilmesini ve en önemlisi de ürettiklerinin tam karşılığını alabilmelerini sağlıyor. Bu noktada Champs olarak kendi işinin patronu olma motivasyonu kolektif bir çalışma anlayışı yaratıyoruz” dedi.

Gig iş modeli, bağımsız çalışan marka elçileri yaratıyor

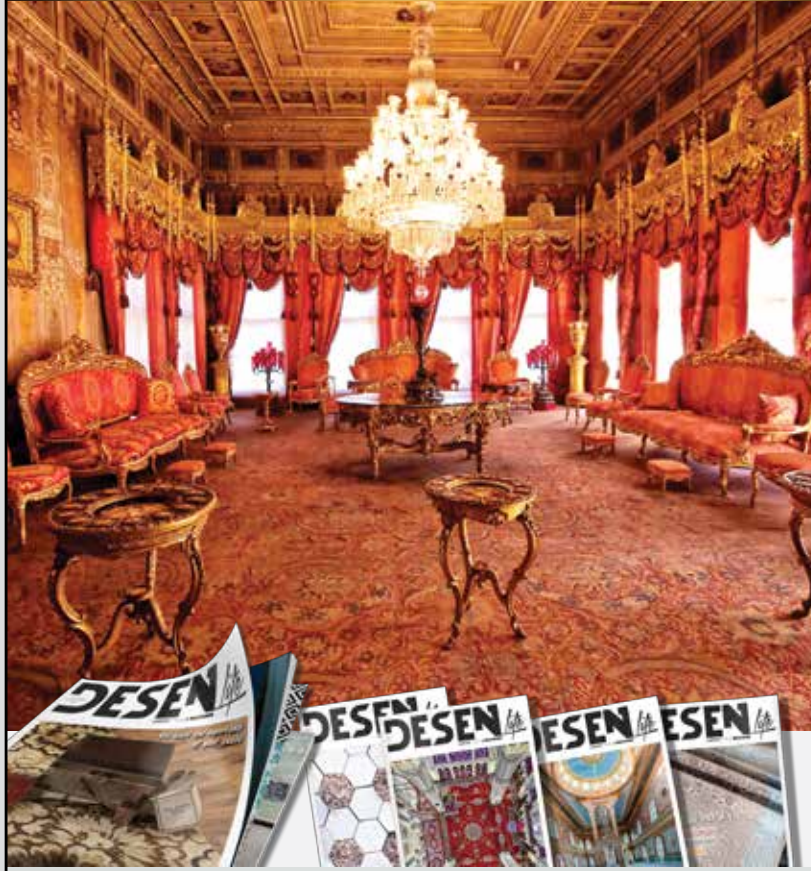
Dünyada ve Türkiye’de yükselen bir trend olan Gig modelinin, tartışmasız geleceğin iş modeli olduğunu söyleyen Champs Kurucu Yönetici Mahir Tüzün; “Gig iş modeli ilk önce freelance çalışan kişilerin dahil olduğu daha sonra profesyonellerin iş sürecine katıldığı bir alan yarattı. Gig ile iletişim merkezi uzmanlığı “Marka Elçisi” olarak gerçek anlamda bir mesleğe dönüştü. Bu yeni iş modeli sayesinde her bir müşteri temsilcisi artık bir “Marka Elçisi” yetkinliğinde işini gerçekleştirmek için çalışmalarını yürütüyor. İşini patron gibi yapan marka elçileri, Gig iş modeli sayesinde kendilerine yatırım yapabileme imkanı yakalıyor. Ayrıca Türkiye ve dünyanın neresinde olursanız olun, Champs’da çalışabilir ve para kazanabilirsiniz. Bu noktada serbest zamanlı çalışmak isteyen öğrenciler ve kadınlar için önemli bir gelir kaynağı yaratıyoruz. Hedefimiz başta kadınlar ve öğrenciler olmak üzere nitelikli marka elçilerimiz ile 2021 yılı içinde 10 bin üye sayısına ulaşmak” dedi.

DESEN *life*

www.desenlife.com

CARPET YARN & MACHINES & FLOOR DECORATION

“Halıya Dair Herşey”



Dünyada adını Türk markası olarak duyuran ilk ürün olan Hereke halısı, Türk kültürünün en büyük mirasları arasında yer alıyor. Metrekarede yaklaşık 1 milyon çift düğüm ile dünyanın en ince halısı olma özelliği taşıyan Herek halısında her bir motifin anlamı var. Örneğin tavus kuşu ruhu, ejderha nefsi, lale sevgi ve barışı, sümbül mutluluğu ve aşkı, yabancı gül hasreti, karanfil ise sadakati simgeliyor.

www.desenlife.com



ONLINE
E-DERGI



SanArt | Grup
Medya

desenlifedergisi >



< sanartmedya

TASARIMCILARIN İMZALARI İLE DEĞERLENEN YATIRIMLAR



Neslihan Işık,
BMS A.Ş. CEO

BMS A.Ş. 1984 yılından beri, BMS DESIGN CENTER çatısında ev & ofis mobilyası, kristal masa aksesuarları & aydınlatmaları, kurumsal ve evde çalışanlara yönelik ergonomik tasarımlar gibi birçok ürünün dünyadaki öncü dekorasyon markalarını Türkiye’de temsil ediyor.

BMS A.Ş. Poltrona Frau, Herman Miller, Naughtone ve Baccarat markalarından sonra İtalyan Cappellini markasının Türkiye’deki tek temsilcisi oldu.

BMS DESIGN CENTER CEO’su Neslihan Işık, “Mobilya yatırımlarımızdaki tasarım ürünlerini sanat eseri veya özel işçilik mücevherlerde olduğu gibi müşterilerimiz ile buluşturuyoruz. Çünkü yıllar içinde üretici firmanın marka değeri ve tasarımcı imzaları ile tasarım mobilyalar değer kazanıyor. Yani sattığımız her tasarım koltuğunun veya masanın zaman

geçtikçe değer kazanmaya devam ediyor. Tasarım ikonu olan bir koltuğa, kütüphane veya sehpanın doğal ithal malzemesine, el işçiliğine ve tasarımcısının imzasına yatırım yapıyorsunuz. Severecek ömür boyu nesilden nesile kullanırken, o ürün değerlenmeye devam ediyor” diyor.

Ünlü dekorasyon tasarımlarını Türk tüketicisiyle buluşturmayı hedeflemiş olan markanın, İstanbul’da Etiler Nispetiye caddesi, Seheryıldızı sokakta, beş katlı showroomunda Jasper Morrison, Ronan ve Erwan Bouroullec kardeşler, Tom Dixon, Marc Newson, Piero Lissoni ve Marcel Wanders gibi tasarımcıların Cappellini mobilya tasarımlarını yerini aldı.



cappellini

Çekmeceli Saklama Ünitesi

Ürün Adı ve Tasarımcısı: PROGETTI
COMPIUTI, Shiro Kuramata

Masa

Ürün Adı ve Tasarımcısı:
BREAK, Giulio Cappellini

Sandalye

Ürün Adı ve Tasarımcısı:
DRAGON CHAIR, Piero Lissoni



İÇİNİZDEKİ SANAT AŞKINI KEŞFEDİN!

Polisan Kansai Boya'nın yenilikçi ve pratik X1 Art Hobi Boyaları ile ahşap sandalyelerden kapılara, çocukların oyuncaklarından metal resim çerçevelerine kadar birçok obje ve eşyaya sanatsal dokunuşlar katabilir, yeni bir hobi edinirken evinizin enerjisini tazeleyebilirsiniz.

Dünyada ilk 10'da yer alan Japon dev boya üreticisi Kansai Paint ile 2016 yılında yaptığı ortaklıkla gücüne güç katan, yüksek üretim kapasitesi ve inovatif ürün yelpazesi ile dikkat çeken Polisan Kansai Boya, şimdi de hobi boyaları ile gülümseten çözümler sunmaya ve hayata renk katmaya devam ediyor.

Herhangi bir ustalık gerektirmeden hayalinizdeki rengi istediğiniz objelere kolayca uygulamanıza olanak sağlayan Polisan

Kansai Boya X1 Art Hobi Boyaları ile mutfak dolaplarının, sandalye ve masaların, metal ve cam objelerin rengini kolayca yenileyebilir, hatta çocuğunuzun yıpranan oyuncaklarını yepyeni bir görünüme kavuşturabilirsiniz.

Hem iç hem dış mekan kullanımına uygun olan serideki ürünler kokusuz ve su bazlı olduğundan sağlıklı bir seçenek sunuyor, çocuklara ve evde yaşayan hayvanlara zarar vermiyor.

Hayalinizdeki renkleri istediğiniz her objede görmenize olanak

sağlayan seri zengin renk seçeneğine sahip. Şeker pembeden fıstık yeşiline, turkuazdan turuncuya 200'e yakın renk seçeneği sunan X1 Art Hobi Boyaları, cam, metal, ahşap gibi her türlü yüzeye uygulanabilirken kokusuz ve su bazlı olması özelliğiyle de öne çıkıyor. Çocukların kullanımına da uygun olan, damladığında veya sıçradığında ıslak bez ile silinerek kolayca temizlenen X1 Art Hobi Boyaları serisinde geniş renk seçenekleri sunan Multisurface ve vernikli boyaların yanı sıra beş adet de vernik yer alıyor.



Sanatçının Aşkı **X1**

ART

HOBİ BOYASI

Seramik • Kumaş • Cam
Ahşap • Metal • Plastik • Taş
ve diğer tüm yüzeyler



Ön Hazırlık Gerektirmez

Direkt Uygulanabilir

Su Bazlı ve Kokusuzdur

Kolayca Temizlenir

KOKUSUZ

MULTISURFACE

SİYAH VE GRİNİN RİTMİNİ YÜZEYLERDE YAŞAYIN

Sensa Nilo ile Brezilya kuvarsitinin cazibesini hissedin

Cosentino'nun özel leke korumalı doğal taş serisi Sensa'nın eşsiz renkleri girdiği her alanda doğanın dokunuşlarını hissettiriyor. Sensa Nilo'nun koyu siyah ve parlak gri tonları, yüzeylere cezbedici bir ritim kazandırıyor.



Yenilikçi mimari yüzeylerin dünya lideri Cosentino'nun doğal taş serisi Sensa, doğal taşların büyüsunü mekanlarla buluşturmaya devam ediyor. Brezilya kuvarsiti Nilo, doğanın kendi içindeki ritmini yansıtıyor.

Doğanın sanatını en ince ayrıntısına kadar veriyor

Sensa'nın Premium Koleksiyonu'nda yer alan Nilo, parlak yüzeyiyle kolayca fark edilen bir zarafet sunuyor. Üzerinde gri damarlar bulunan yüzey, koyu siyah

arka planıyla doğanın sanatını en ince ayrıntısına kadar veriyor.

Siyah ve griyle yakalanan uyum

Usta bir sanatçının elinden çıkmış edasıyla mekanlara eşsiz bir uyum katan yüzey, girdiği alanlarda kendi esintisini hissettiriyor. Siyah ve griyle yakalanan doğal akış, yüzeye mutfak tezgahlarından banyolara, zeminlerden duvar kaplamalarına kadar geniş bir kullanım imkanı tanıyor.

Bizi Herkesten İyi Taniyan Annelerimize Özdilek'ten Hediye

Bizi herkesten daha iyi tanıyan annelerimiz için Özdilek Ev Tekstili'nin yüzde yüz pamuklu kumaştan hazırladığı Özdilek Mother's Love Nevresim Takımı, bu kez annelerini çok iyi tanıyan çocuklar için tam da onların zevkine hitap edebilecek bir hediye seçeneği oluşturuyor.



Mayıs ayının en özel gününde, annelerine sıcak ve sevgi dolu bir hediye vermek isteyenlere Özdilek Ev Tekstili'nin özel günler için hazırladığı konsept ürünlerden olan ve 4 yastık kılıfından oluşan çift kişilik nevrresim takımı, güzel bir hediye alternatifi oluyor.

Annelereilmekilmek Sevgi Örgüsü...

Yüzeyinde yumak yumak kalpler ve papatyta desenleri bulunan Özdilek Mother's Love Nevresim Takımı, anneler ve çocukları arasındaki güçlü sevgi bağının ilmek ilmek örülmesini sembolize ediyor.

Özdilek Ev Tekstili, özel günler için

tasarlamış olduğu konsept ürünleriyle evinizin modasını belirlemeye devam ediyor. Her günü kutlanmaya değer annelerimize özel tasarlanan Özdilek Mother's Love Nevresim Takımı'nı, Özdilek Ev Tekstili mağazaları, Özdilek AVM'leri, çevrim içi alışveriş sitesi Özdilekteyim.com ve yetkili satış noktaları ile Özdilek bayilerinde bulabilirsiniz.

Zorluteks, sektöründe 'TSE Covid-19 Güvenli Üretim Belgesi' alan ilk firma oldu

Zorluteks, Türkiye ev tekstili sektöründe bir ilke daha imza atarak, aldığı önlem ve hijyen standartları ile Türk Standartları Enstitüsü(TSE) tarafından gerçekleştirilen denetimleri başarıyla tamamlayarak 'Covid-19 Güvenli Üretim Belgesi' almaya hak kazandı.



Tüm dünyada etkisini gösteren Koronavirüs salgınının başladığı günden itibaren çalışanları başta olmak üzere, müşterilerinin ve iş ortaklarının sağlığını gözeten, Türkiye'nin

tekstilde en büyük gruplarından ve ihracatçılarından biri olan Zorlu Tekstil'in üretim tesisi Zorluteks, Türk Standartları Enstitüsü (TSE) tarafından gerçekleştirilen denetimleri eksiksiz tamamlayarak 'Covid-19 Güvenli Üretim Belgesi'nin sahibi oldu.

Başta T.C. Sağlık Bakanlığı olmak üzere tüm ilgili kurumların yönergeleri doğrultusunda hareket eden Zorluteks, bu süreçte işletme içindeki yemekhanelerden personel servislerinin kontrolüne, çalışma ve üretim alanlarında ortak kullanılan ekipmanların sürekli

dezenfekte edilmesine ve maske kullanımına kadar pek çok konuda aldığı önlem ve hijyen standartlarıyla, çalışanlarının ve paydaşlarının sağlığını önceliklendiren bir dizi uygulama hayata geçirdi.

Tüm bu uygulamalar sonucunda, TSE tarafından yürütülen güvenli üretim uygulamaları ve düzenlemeleri konusunda Lüleburgaz fabrikasındaki denetimlerini başarı ile tamamlayan Zorluteks böylece, Türkiye ev tekstili sektöründe 'TSE tarafından Covid-19 Güvenli Üretim Belgesi' almaya hak kazanan ilk firma oldu.

ZORLU TEKSTİL'DEN İNGİLTERE'YE 5 MİLYON ADET ANTİBAKTERİYEL MASKE İHRACATI

Döngüsel ekonomi tabanlı inovasyona dayalı yeni nesil tekstillere yatırımını sürdüren Zorlu Tekstil, dünyaca ünlü Marks & Spencer ile gerçekleştirdiği işbirliği kapsamında İngiltere'ye 5 Milyon adet antibakteriyel yıkanabilir yüz maskesi ihraç ediyor.

Türkiye'nin tekstilde en büyük gruplarından ve ihracatçılarından biri olan Zorlu Tekstil, uzun yıllardır yatırım yaptığı akıllı tekstil alanındaki bilgi ve tecrübesiyle seçkin dünya perakende devlerinin inovatif iş ortağı olmaya ve ihracatta yeni nesil ürün portföyünü genişletmeye devam ediyor.

Zorlu Grubu'nun Akıllı Hayat 2030 vizyonu doğrultusunda, döngüsel ekonomi tabanlı inovasyona dayalı yeni nesil tekstillere uzun süredir yatırım yapan Zorlu Tekstil, sürdürülebilir üretim yaklaşımı kapsamında; İngiltere'nin dünyaca ünlü markası Marks & Spencer için 5 Milyon adet antibakteriyel ve yıkanabilir özellikli maske üretimi gerçekleştirdi.

Yüzde 100 pamuk olan ve antibakteriyel özelliğiyle hem yetişkinler hem de çocuklar için farklı renk ve desenlerde üretilen maskeler İngiltere pazarına sunulacak.

STeP sertifikasıyla sürdürülebilirliğini belgelendirdi



Sürdürülebilirlik odaklı üretimi ve hayata geçirdiği ürünleri ile Zorlu Tekstil, hammadde, proses yönetimi ve ürün tabanlı birçok yenilikçi çözümlerle dünyadaki sayılı şirketlerden biri olmaya devam ediyor. Standart 100 by Oeko-Tex belgesine sahip olan, bir süre önce ise STeP by Oeko-Tex, "Sustainable Textile Production" (Sürdürülebilir Tekstil Üretimi) sertifikasıyla sürdürülebilir bir tekstil üreticisi olduğunu belgelendiren Zorluteks ve Hometeks fabrikaları, bu belgelerle kullanılan 'Made in Green' etiketiyle üretim yapabildiğini tes-cillemişti. Sahip olduğu belgeler ile Zorlu Tekstil, dün olduğu gibi bugün de Marks & Spencer gibi sürdürülebilirlik odaklı birçok şirketle olan işbirliklerini büyütmeye devam edecek.

Güvenli Ticaretin Merkezi Tüyap

Dünyayı etkisi altına alan ve uluslararası ticareti neredeyse durma noktasına getiren COVID-19 pandemisi başlangıç sürecinde ara verilen, ticaretin vazgeçilmez mecralarından biri olan fiziki fuarlar eylül ayından itibaren yeniden kapılarını açmaya başladı.

Fuarlar her zamanki gibi ekonominin merkezi olmaya hazırlanırken, her yıl 80'in üzerinde fuar organize eden Tüyap Fuarcılık Grubu, ticaretin ve işlerin sağlıklı bir ortamda yapılması için tüm önlemlerle yeni döneme hazırlandı! Fuarların düzenlemediği süreçte yeni normalin tüm gereksinimlerine göre planlar yapan ve hibrit modele yıllardır hazır olan Tüyap Fuarcılık Grubu "Ticaret İçin Önce Sağlık" mottosuyla bir dizi düzenleme ve önlemlerle fuarların yeni dönemde nasıl olacağını tüm paydaşlarına duyurdu. Önce sağlık için fuar içerisindeki bir çok işlemi dijitalleştiren Tüyap, temassız fuarcılıkla katılımcı ve ziyaretçisine güvenle iş yapmaları için dijital alt yapısının tüm imkanlarını sunacak. Ayrıca fuar alanına fiziki olarak gelen herkesin gönül rahatlığıyla iş yapması için de yapılan düzenlemeler karşılığını buldu. Tüyap, TSE Covid-19 Güvenli Hizmet Belgesi alan ilk ve tek fuar şirketi oldu.

TEMASSIZ YOL TÜYAP'TAN GEÇİYOR

Temassız fuarcılık deneyimi tüm Tüyap Fuarcılık Grubu katılımcı ve ziyaretçilerine ücretsiz şekilde sunuluyor. Fuarı ziyaret etmeyi planlayan ziyaretçiler MyTüyap mobil uygulaması üzerinden fuar davetiyesini alabilir, fuar yaka kartını oluşturabilir, fuar alanına hiçbir ekstra baskılı



Tüyap Yönetim Kurulu Üyesi ve Stratejik Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Zeynep Ünal Öztop

karta ihtiyaç duymadan mobil uygulamadaki QR kodu okutarak giriş yapabilir, sosyal mesafe kuralına uygun olarak düzenlenmiş alanlarda veya QR kodlu online görüşme alanlarında bire bir iş toplantıları yapabilir ve kartvizit yerine görüştüğü katılımcıya bilgilerini QR kodunu okutarak paylaşabilir. Konuyla ilgili açıklamalarda bulunan Tüyap Yönetim Kurulu Üyesi ve Stratejik Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Zeynep Ünal Öztop, "Ticari hayatı felç eden pandemi sürecinin olumsuz etkilerini maalesef hep beraber yaşıyoruz ancak uzun yıllardır dijital yaptığımız yatırımlarla birlikte böylesi zor bir süreçte tüm paydaşla-

rımız için 'Ticaret İçin Önce Sağlık' düşüncesinden yola çıkarak temassız fuar deneyimini hayata geçiriyor, fuar alanlarımızda tüm önlemleri alıyoruz" dedi.

Temassız fuar deneyimiyle beraber aynı zamanda fuar alanlarında alınan önlemlerle TSE'nin "Covid-19 Güvenli Hizmet Belgesi"ni alarak, aylardır sezona güçlü bir şekilde hazırlandıklarını da ifade eden Öztop fiziki olarak aldıkları önlemleri de şu şekilde anlattı;

"Tüyap Fuarcılık Grubu olarak paydaşlarımızın sağlığını önemsiyor ve buna yönelik bir dizi önlemler alıyoruz. Sağlık Bakanlığının yönergelerine uygun bir şekilde artırılmış hijyen uygulamaları, ortak alanların sosyal mesafeye uygun olarak revize edilmesi, fuar alanlarımızda yoğunluk kontrolü ile kalabalık yönetiminin sağlanması, havalandırma sistemlerinin iyileştirilmesi, gıda hizmetlerinin hijyen kurallarına uygunluğu ve fuara HES koduyla ziyaretçi kabulü gibi ek önlemlerle Mart ayından bu yana yeni sezona büyük bir özenle hazırladığımızı söylemek mümkün. Ayrıca Türk Standartları Enstitüsü'nün Covid-19 Hijyen, Enfeksiyon Önleme ve Kontrol Belgelendirme Programı şartlarını yerine getirerek TSE Covid-19 Güvenli Hizmet Belgesi almaya hak kazanan ilk ve tek fuarcılık şirketi olduğumuzun müjdesini vermek isterim."



Kendinizin ve gezegenin sağlığı için: Bitkisel bazlı beslenme



Koronavirüs salgını, tüketim alışkanlıklarında değişime yol açtı. Pek çok kişi bağışıklık sistemini güçlendirmek ve zamanın büyük bölümünün evlerde geçirilmesi nedeniyle kilo kontrolünü sağlayabilmek amacıyla bitkisel bazlı beslenmeye yönlendirildi, bu beslenme yöntemini doğayı koruyabilmek için tercih edenlerin sayısı da yükseliyor.

Bitkisel beslenme yönelimi dünya genelinde artıyor

Dünyadaki birçok insanın Covid-19 salgınıyla beraber bağışıklıklarını güçlendirmek için bitkisel bazlı beslenmeye ilgisinin arttığını belirten MÜMSAD Genel Koordinatörü, Gıda Mühendisi Ebru Akdağ, şunları söyledi: "Bitkisel bazlı beslenmede; meyveler, sebzeler, tam tahıllar (ekmek, pirinç, makarna, erişte, kuskus, bulgur, yulaf, arpa gibi), baklagiller ve bitkisel yağlar (zeytinyağı, ay çiçek yağı, margarin vb.) yer alır. Mevsiminde meyve sebze tüketmek, mutfaklardan baklagilleri eksik etmemek ve tam tahılları tercih etmek önemli. Dondurulmuş meyve sebzelerin de mevsimindekiler gibi besin değeri yüksek olduğu için tercih edilebileceği unutulmamalı."

Gezegenimizin iyiliği için bitkisel bazlı beslenme

Gıda seçimlerimizin yalnızca sağlığımızı etkilemekle kalmayıp aynı zamanda çevreyi de etkilediğinin altını

çizen MÜMSAD Genel Koordinatörü, Gıda Mühendisi Ebru Akdağ, "Günümüzde küresel gıda sistemi dünyadaki sera gazı emisyonlarının yaklaşık yüzde 20-35'ine katkıda bulunuyor ve arazi dönüşümü, ormansızlaşma ve biyoçeşitlilik kaybının başlıca nedenleri arasında yer alıyor. Genel olarak, hayvansal ürünlerin çevresel yükü daha fazla. Dolayısıyla diyetimizde bitkisel gıdalara daha çok yer vermek hem sağlığımıza hem de gezegenimize fayda sağlayabilir" dedi.

Bitkisel bazlı beslenme trendinin yükseleni margarin

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de bitkisel bazlı beslenme trendinin yükselişte olduğunu söyleyen Akdağ, sözlerini şöyle sürdürdü: "Bu rüzgardan tamamen bitkisel yağlardan oluşan ve tüm bitkisel ürünlerde olduğu gibi kolesterol içermeyen margarin de olumlu etkileniyor. Bilimsel olarak trans yağ içermediği kanıtlanmış, doymuş yağ asidi oranı neredeyse sıvı yağlar kadar olan margarin, hayvansal bazlı yağları tüketmek istemeyenlerin de tercihi oluyor. Ülkemizde Mutfak Ürünleri ve Margarin Sanayicileri Derneği (MÜMSAD) öncülüğünde bundan 14 sene önce başlatılan gönüllü uygulamayla margarinlerde trans yağsız üretime geçildi. MÜMSAD, bitkisel beslenme trendi kapsamında, margarinin yanı sıra; dondurulmuş gıda, bitki ve meyve çayları kategorileri ile de ön plana çıkıyor."

Dondurulmuş gıdalara ilgi artıyor

Bitki bazlı beslenmenin yükselen trendlerinden birinin de dondurulmuş gıdalar olduğunun altını çizen Ebru Akdağ, "Gıdaların besin değerlerini kaybetmeden tüketilmesinde ve sağlıklı bir şekilde saklanmasında en güvenilir yollardan biri de dondurma işlemi. Daldından koparılan meyve sebzelerin satış noktalarına, oradan da soframıza ulaşana kadar en az 7 günlük bir yolculuğu var. Bu yolculuğu sırasında da besin değerini kaybetmeye devam ediyor. Dondurulmuş gıdalar ise tesislerin hasat alanlarına yakın kurulması sayesinde, ürünlerin en fazla 8 saat içerisinde şoklanmasıyla üretiliyor. Yapılan bilimsel araştırmalar, dondurulmuş meyve sebzelerdeki besin değerinin tazelerden bile daha yüksek olduğunu gösteriyor. Bitki bazlı beslenme yükselişinde ilginin giderek arttığı dondurulmuş gıdalar, katkısız ve yüksek besin değerine sahip içeriği ile herkes için 4 mevsim boyunca taze ve sağlıklı seçenekler sunuyor" dedi.

**Ramazan Bağışlarınızla
Fitre ve Zekatlarınızla
ÖNCE ÇOCUKLAR
İYİLEŞSİN**

Ramazan ayında
yoksul bir aileyi doyurmak,
hasta bir çocuğu
iyileştirmek,
gözü yaşlı bir anneyi
güldürmek
ibadetlerin en güzelidir.

 0312

447 06 60

TÜM BANKA
ŞUBELERİNDEN
LÖSEV BAĞIŞ

BAĞIŞ yaz
3406'ya gönder

ONLINE BAĞIŞ
losev.org.tr



TURKCELL Dergilik Dijital Platformu'nda...



DAHA ÜSTÜN TEKNOLOJİ
DAHA FAZLA HAYAT

 **TURKCELL**



Binlerce dergi ve yüzlerce gazeteye Dergilik'ten ulaşabilirsin



Dergilik'i ilk kez indiren Turkcell kullanıcılarına özel 1 GB hediye



Üstelik Samsung Galaxy Note 9 dahil onlarca telefon ve tabletin hediye edildiği çekilişe katılma şansını yakala!

Dergilik'i mobil cihazınla
dergilik.app/go adresinden
hemen indirebilirsin



SanArD | Grup

DESEN *life*
CARPET YARN MACHINES FLOOR DECORATION

Aradığınız Sanatsa...

SanArt
Medya

GRAFİK TASARIM
WEB (TASARIM & YAZILIM)
SEO & ADWORDS
KURUMSAL İLETİŞİM
FOTOĞRAF ÇEKİMİ
PROMOSYON ÜRÜNLERİ
MOBİL UYGULAMALAR
SOSYAL MEDYA

DESEN *life*
www.desenlife.com CABRET YARNI & MACHINES & FLOOR DECORATION

KENT *life*

matbaa *dijital*
MAKİNA • ETİKET • KAĞIT • KARTON • AMBALAJ • 3D • İNKLJET • ENDÜSTRİYEL BASKI

FLÜORÜR • HAYAT • KARTON • METAL  PLASTİK • HİÇP • CAM • ELİKALDI MİKROFİLA
AMBALAJ

aktiv
branchenbuch

İŞ GÜVENLİĞİ



Dünya, bizimizin güvenliği, bizimizin güvenliğidir.
İŞ GÜVENLİĞİ, TÜRKİYE İŞ GÜVENLİĞİ İŞ ADAMLARI DERNEĞİ YAYINI ORGANİDİR.



Şık tasarımları, göz alıcı renkleri ve muhteşem dokusuyla

2021 Koleksiyonlarımızı sizin için dokuduk.



ROMA

ROYAL
HALI

PERLA

pierre cardin
HALI



FRAPE

atlas HA

