

GELECEĞİ YENİDEN ŞEKİLLENDİRMEK

7. DÜNYA AYAKKABI KONGRESİ SONUÇ RAPORU 2023

2023

07 - 09 KASIM ISTANBUL

www.wfc2023istanbul.com

TASD
TÜRKİYE AYAKKABI SANAYİCİLERİ DERNEĞİ
FOOTWEAR INDUSTRIES ASSOCIATION OF TÜRKİYE

ECF
European
Footwear
Confederation

Sevgili Katılımcılar, Değerli Konuşmacılar ve Saygıdeğer Konuklar,

Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği olarak, 7-9 Kasım 2023 tarihlerinde İstanbul'da gerçekleştirdiğimiz Dünya Ayakkabı Kongresi'ne ev sahipliği yapmaktan büyük bir onur ve mutluluk duyuyorum. Bu etkinlik, Avrupa Ayakkabı Üreticileri Federasyonu (CEC) ile birlikte planladığımız, birbirinden kıymetli konuşmacılarla ayakkabı sektörünün geleceğini yeniden şekillendirmeyi amaçladığımız önemli bir buluşma noktası oldu.

Kongremiz, sektörümüzün karşılaştığı zorlukları ve fırsatları tartışmak, geleceğin iş modellerini keşfetmek ve global ayakkabı sanayisinin geleceğini birlikte yeniden şekillendirmek için dünyanın dört bir yanından 300'den fazla uzmanı ve lideri bir araya getirdi. İki gün boyunca, yenilikçi fikirlerin ve stratejilerin paylaşıldığı, zengin tartışmaların yapıldığı bir ortamda birlikte olduk.

Etkinliğimiz, Türk ayakkabı sektörünün güçlü yanlarını ve potansiyelini vurgulayan, aynı zamanda global ayakkabı sanayisinin çeşitli aktörleri arasında etkileşim ve iş birliği fırsatları yaratan bir platform olarak hizmet etti. Bu, Türkiye'nin ayakkabı sektörü açısından düzenlediğimiz en önemli etkinliklerden biri oldu.

Kongremizin sonrasında, katılımcıların ve sektör temsilcilerinin, tartışılan konuları ve çıkarılan sonuçları derinlemesine anlamalarını sağlamak amacıyla bir sonuç raporu hazırladık. Bu rapor, sektörümüzdeki mevcut durumu, karşılaşılan zorlukları ve önümüzdeki dönem için önerilen çözüm yollarını içermektedir.

Bu önemli etkinliği mümkün kılan herkese, katılımcılara, konuşmacılara, sponsorlara ve organizasyon ekibine en içten teşekkürlerimi sunarım. Hep birlikte, sektörümüzün geleceğini yeniden şekillendirmek ve daha sürdürülebilir, yenilikçi ve rekabetçi bir yol çizmek için attığımız adımların önemini bir kez daha vurgulamış olduk.

Son olarak, bu kongrenin, sektörümüz için yeni başlangıçlar ve uzun vadeli başarılar için bir temel oluşturmasını umuyor ve gelecekteki etkinliklerde sizlerle tekrar bir araya gelmeyi dört gözle bekliyorum.

Saygılarımla,

Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD)
Berke İÇTEN

Hoşgeldiniz Kokteyli "Geleceği Yeniden Şekillendirmek"



Avrupa Ayakkabı Konfederasyonu (CEC) ve Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) tarafından ortak olarak organize edilen 7. Dünya Ayakkabı Kongresi 7-9 Kasım 2023 tarihlerinde İstanbul'da gerçekleşti.

Ana teması "Geleceği Şekillendirmek" olan Kongre'ye katılan yerli ve yabancı konuşmacılar ile yine yerli ve yabancı misafirler için Wyndham Grand Levent Hotel'de 7 Kasım akşamı bir "Hoşgeldiniz Kokteyli" düzenlendi. Geniş bir katılımımla ve sıcak bir ortamda düzenlenen Kokteyl sayesinde konuşmacılar ve katılımcılar birbirleriyle tanışma ve network kurma fırsatı buldular.



Açılış Konuşmaları



8 Kasım sabahı yapılan Kongre'nin resmi açılışında konuşma yapan İstanbul Valisi Davut Gül, ayakkabı sektörünün her yıl daha da ileriye gittiğini, bunun bir tesadüf olmadığını belirterek, "Türk ayakkabı sektörü dünyada önemli bir pazar payına sahip. Yetenekli tasarımcılarımızla, meslek liselerimizle, kalifiye çalışanlarımızla sektörün rekabet gücünü daha da artırıyoruz. Bu gücü Anadolu'da yatırım için sunulan fırsatlarla daha da geliştirebiliriz. Öte yandan Türkiye'nin zengin yenilenebilir enerji kaynakları önümüzdeki süreçte karbon ayak izi başta olmak üzere birçok konuda ayakkabı sektörüne avantajlar sağlayacaktır." değerlendirmesinde bulundu.



İstanbul Ticaret Odası (İTO) Başkanı Şekib Avdagiç de ayakkabının, gıdadan sonra en önemli ihtiyaç maddelerinden biri olduğunun altını çizerken küresel karbon emisyonlarının azaltılması noktasında herkese görevler düştüğünü hatırlattı.

Açılış Konuşmaları



TASD Başkanı Berke İçten de ayakkabı sektörünün halen 1,2 milyar dolar düzeyinde bulunan ihracatını beş yılda 2 milyar dolara çıkarmayı hedeflediklerini kaydederek, Türk ayakkabı endüstrisinin 2028'de 2 milyar dolarlık ihracat için koşuyu bugünden başlattığını aktardı.

Türkiye'nin, 550 milyon çiftle Avrupa'nın birinci, dünyanın ise altıncı büyük ayakkabı üretim merkezi olduğunu bildiren İçten, "Üretimin yanı sıra tasarım gücümüzü de her geçen yıl artırıyoruz. 10 ayda 330 milyon çift ayakkabı ihraç ederek ülkemize 1 milyar doların üzerinde döviz girdisi sağladık.

Aslında adet bazında çok daha fazla satış yapabiliirdik. İçten, küresel talepteki daralmanın ve müşteri kayıplarının hem üretime hem de istihdama olumsuz yansıdığına altını çizerek, konjonktürel birtakım zorluklar olsa da iyimserliklerini koruduklarını ve 2024'te ihracatta yeni bir ivme yakalayacaklarına inandığını dile getirdi.

Avrupa Ayakkabı Konfederasyonu (CEC) Başkanı Luis Onofre de farklı kıtaların, kültürlerin ve medeniyetlerin kavşak noktası olan İstanbul'un Dünya Ayakkabı Kongresi için ideal bir yer olduğunu ifade etti. Ayakkabı endüstrisinin ekonomik büyümede yenilikçilikte ve istihdamda çok önemli bir rol oynadığını aktaran Onofre, Dünya Ayakkabı Kongresi'nin de sektörün geleceğini şekillendirecek bilgi, fikir ve iyi uygulamaların paylaşıldığı bir platform olma özelliği taşıdığını bildirdi.



Açılış Oturumu

Matthew Griffin - Step into the Future



Matthew Griffin'in sunumunda, ayakkabı endüstrisinin geleceği ve gelişen teknolojilerle ilişkisi üzerine detaylı bir değerlendirme yapıldı. Griffin, giyim ve ayakkabının tarihçesine odaklanarak, giysilerin yüz binlerce yıl öncesine dayandığını, ancak ayakkabının sadece yaklaşık 10.000 yıl önce icat edildiğini belirtti. Bu antik kökenlere rağmen, ayakkabı tasarımı, malzemeler ve üretim süreçleri açısından sürekli bir evrim içinde olduğumuzu vurguladı. Daha sonra Griffin, gelişen teknolojilerin ve küresel trendlerin hızla değişen endüstri peyzajını nasıl etkilediğine dair bir konuşma yaptı.

İleri imalat, 3D baskı, esnek elektronikler, yapay zekâ ve robot teknolojileri gibi gelişen teknolojilerin ayakkabı endüstrisini nasıl dönüştürdüğünü vurgulayarak, sektörleri doğrudan veya dolaylı olarak etkileyen yüzlerce trendin takip edilmesinin önemini vurguladı. Griffin ayrıca, yüksek enflasyon, faiz oranları ve ekonomik belirsizlik gibi ekonomik trendlere dikkat çekerek, bu zorlukların küresel doğasını ve tüketicilerin harcama alışkanlıkları üzerindeki potansiyel etkilerini açıkladı. Sunum, ayakkabı endüstrisinin geleceğine dair önemli bilgiler içeriyordu. Griffin, gelecek nesil üretim (Endüstri 5.0), malzeme yenilikleri ve evrimleşen kullanıcı deneyimi gibi konuları ele aldı. Ayrıca, şirketlerin üretim yöntemlerini, tasarım süreçlerini ve iş modellerini değiştirmelerinin, sektörde güncel kalmak için hayati önem taşıdığını öne sürdü. Griffin'in vurguladığı diğer bir konu da çevresel durumdu. İklim değişikliği, nüfus artışı ve su kıtlığı gibi sorunlar, gelecekte karşılaşılabilecek önemli zorluklar arasında yer alıyor. Özellikle genç nesillerin sürdürülebilir, etik ve amaç odaklı markalara olan ilgisi, işletmelerin bu değerlere odaklanmasını gerektiriyor. Politika ve ekonomik gelişmelerle ilgili olarak, Çin'in "Kuşak ve Yol" girişimleri ve Avrupa'nın benzer taahhütleri konuşmada öne çıkan konulardan biriydi. Griffin, küresel düzeydeki politika değişikliklerinin iş dünyasını nasıl etkilediğini detaylı bir şekilde açıkladı. Sunumun devamında, pazar trendlerine ve tüketici tercihlerine odaklanıldı. Yeni ayakkabı talepleri, özelleştirilebilir ürünlere artan talep ve döngüsel ekonomi gibi konular ele alındı. Ayrıca, şirketlerin sürdürülebilirlikle ilgili faaliyetlerini raporlamalarını zorunlu kılan düzenlemelerin önemi vurgulandı. Sonuç olarak, Griffin, ayakkabı endüstrisinin hızla değişen peyzajında başarılı olabilmek için şirketlerin sürdürülebilirlik, yenilikçilik ve teknolojiye uyum konularına odaklanmaları gerektiğini vurguladı. İleri imalat teknolojileri, yapay zekâ tasarımı, müşteri deneyimi ve çevresel sürdürülebilirlik gibi konularda yapılan atılımların, endüstriyi daha rekabetçi ve çevresel açıdan sorumlu hale getirebileceğini belirtti. Griffin, şirketlerin bu dönüşüme uyum sağlamak ve gelecekteki başarı için gerekli adımları atmaları gerektiğinin altını çizdi.

1.Oturum: Understanding Consumer Demands Tüketici Taleplerine Cevap Vermek



Moderatör: Prof. Dr. Erhan Aslanoğlu, Piri Reis Üniversitesi

Konuşmacılar: Miguel Pomares (Ecoalf), Francesco Carpineti (Future Fashion), Yuxiang Yang (Li-Ning Brand), Tahsin Akar (LC Waikiki), Kubilay Gençkan (Alibaba)

İspanyol markası ECOALF'ı temsil eden ilk konuşmacı Miguel Pomares, markalarının misyonu, amacı ve operasyonel yaklaşımı hakkında kapsamlı bir bakış sundu. ECOALF, 15 yıldır tamamen geri dönüştürülmüş giysi ve ayakkabı üreten bir İspanyol markası olarak faaliyet gösteriyor. Markanın ana kaygısı, dünya genelindeki devasa plastik atık sorunu. Pomares'in de ifade ettiği gibi misyonları, doğal kaynakların dikkatsizce tüketilmesini durdurmak. Bu misyon doğrultusunda Pomares, markanın 15 yıldır, geri dönüştürülmemiş en iyi alternatiflerin kalite ve tasarımıyla eşleşen ilk nesil geri dönüştürülmüş ürünleri yaratarak bu misyonu başarıyla eyleme dönüştürdüğüne dikkat çekiyor. Pomares, üretim sürecinde plastik şişelerden ananas yapraklarına kadar doğal malzemeler kullandıklarını vurguluyor. ECOALF özellikle sürdürülebilir üretime adanmış bir vakıf aracılığıyla Akdeniz'deki balıkçılarla iş birliği yapıyor. Dört ya da beş tekneyle mütevazı bir şekilde başlayan bu iş birliği o zamandan beri yaklaşık 500 tekneyi kapsayacak şekilde genişledi. Balıkçılar denizden aktif olarak plastik şişe topluyor ve bunları üretim için malzemeye dönüştürüyor. ECOALF ayrıca, Madrid ve Milano'daki satış noktalarında örneklediği gibi, karbon ayak izini azaltmaya kendini adanmış mağazalar da kurmuştur. Madrid, Las Rozas'ta tamamen geri dönüştürülmüş plastik şişelerden inşa edilen mağaza çarpıcı bir örnektir.

İkinci konuşmacı ve Future Fashion'ın kurucu ortağı Francesco Carpineti, şirketin yeni teknolojileri moda endüstrisine uygulamaya odaklanmasıyla ilgili görüşlerini paylaştı. Future Fashion, özellikle DIS markalarının yaratılmasında 3D üretime başladı. Carpineti, 3D üretimi benimsemelerinin ardındaki mantığı açıkladı: çevrimiçi dünyanın taleplerini karşılamak ve genellikle daha büyüleyici olan 3D görsellerle ürün sayfaları oluşturmak.

1.Oturum: Understanding Consumer Demands Tüketici Taleplerine Cevap Vermek

Marka, 3D teknolojisini ayakkabı üretimine uygulayarak İtalya'nın önde gelen sürdürülebilir markaları arasında yer alıyor. Tedarik zincirlerini dijitalleştirerek tüketicilerin online sipariş vermelerini, istedikleri ayakkabıyı online olarak tasarlamalarını ve özelleştirilmiş ürünlerini 10 gün içinde teslim almalarını sağlıyorlar. Carpineti, bu yaklaşımın özellikle karbon emisyonlarını azaltarak çevre üzerindeki olumlu etkisini vurguladı. Ayrıca, ayakkabı üretiminde kullanılan bileşenler geri dönüştürülebilir malzemelerden üretiliyor. Carpeneti ayrıca, tüketicilerin ürünleri sanal olarak denemesine olanak tanıyan ve genel tüketici deneyimine yeni bir boyut katan uygulamalarından da bahsetti. Carpineti, şirketin ileriye dönük bakış açısının altını çizerek, geleceği göz önünde bulundurarak ayakkabı üretmeye olan bağlılıklarını vurguladı.

Üçüncü konuşmacı olan Li-Ning Markasından Yuxiang Yang, markanın Çin pazarında Nike ve Adidas gibi devlerle rekabet eden önemli bir oyuncu olarak konumu hakkında değerli bilgiler verdi. 1990 yılında atlet Li Ning tarafından kurulan marka, spor tutkusunu paylaşan bireyler tarafından yönlendiriliyor ve kendisini sporculara adanmış ve birinci sınıf kalitede ayakkabılar sunan bir şirket olarak konumlandırıyor. Yang, Çin spor giyim pazarının olumlu görünümünün altını çizerek pandeminin yarattığı zorluklar sırasında bile övgüye değer bir büyüme yaşandığını belirtti. Bununla birlikte, son yirmi yılda tüketici taleplerinin değişen manzarasını da kabul etti. Yang özellikle, bir ürünü satmanın artık sadece somut bir ürün değil, aynı zamanda ilgi çekici bir hikâye satmakla ilgili olduğu değişen dinamiklere dikkat çekti. Yang, günümüz tüketicilerinin, özellikle de genç demografinin, bir üründen daha fazlasını aradığını, arzularını tatmin eden bir hikâye arzuladıklarını vurguladı. Bununla birlikte, yalnızca bir anlatıya güvenmenin mevcut pazarda yeterli olmayabileceğini belirtti. Yang, tüketicilerin internetin sunduğu geniş fırsatlar sayesinde kendilerini eğiterek daha rasyonel hale geldiğinin altını çizerek, tüketicilerin ürün detaylarını araştırarak, karşılaştırmalı ve bilinçli seçimler yaptıklarını vurguladı.

Dördüncü konuşmacı LC Waikiki'den Tahsin Akar, değişen tüketici talepleri karşısında perakende perspektifine odaklanan bir sunum gerçekleştirdi. 30 yıllık bir geçmişe sahip LC Waikiki markasını tanıtarak sunumuna başlayan Akar, tüketici taleplerinin VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity) dünyasında gezinirken çözülmesi gereken dört kilit noktanın altını çizdi. İlk olarak Akar, hem tüketiciler hem de perakendeciler için en iyi sonucu vurgulayarak basit kod çözmenin önemini altını çizdi. İkinci nokta, hem tüketici hem de perakende perspektifinden nelerin değiştiğini anlamaya yönelikti. E-ticaret, yeni moda algıları ve anlam arayışı ile tüketici dinamikleri değişirken, perakende de VUCA, tedarik zinciri zorlukları, hipermedya enflasyonu ve yapay zekâ gibi yeni teknolojilerin entegrasyonundan etkilenmiştir. Üçüncü nokta, yaş, profil/kişilik, coğrafya/iklim kümelenmesi, fırsat tanımı, ürün tipi tanımı ve kişisel dokunuşun önemi gibi faktörleri anlama ihtiyacını vurgulayarak tüketicilerin kodlarının çözülmesine odaklandı. Ürünün kodunun çözülmesi son noktaydı.

Akar, geleceğe hazırlanırken, tüketicileri mikro segmentlere ayırma stratejileri, hem müşteri memnuniyetini hem de kârı artıran ideal bir ürün karması için planlar, müşterilerle ve tüketicilerle etkileşim kurma yaklaşımları, performansı test etme ve izleme yöntemleri, yapay zekâyı işletmede uygulama stratejileri ve ürün portföyünün ve tedarik zincirinin sürdürülebilirliğini sağlamak için atılan adımlar dahil olmak üzere dikkate alınması gereken kritik sorular yöneltti. Devam eden zorluklar karşısında tedarik zincirinin esnekliği, dayanıklılığı ve rekabetçiliğine ilişkin önemli bir soru da gündeme geldi. Akar'ın kapsamlı sunumu, perakende ortamının karmaşıklıklarını aşmak için gereken çok yönlü yaklaşım hakkında değerli bilgiler sağladı.

Son konuşmacı olan ALİBABA Türkiye İş Geliştirme Müdürü Kubilay Gençkan, Alibaba platformunun karmaşık ekosistemini tanıtan bir sunum yaptı. Gençkan, Alibaba'nın iş yapma yaklaşımı ve dünyanın farklı bölgelerindeki alıcılara nasıl etkili bir şekilde yanıt verdiği hakkında bilgiler verdi. Alibaba Group'un Trendyol, AliExpress ve Alibaba.com da dahil olmak üzere Türkiye'deki önemli yatırımlarının altını çizen Gençkan, Alibaba'nın lider bir B2B (İşletmeden İşletmeye) platformu olarak rolünü vurguladı. Gençkan, platformun üreticilerin çok çeşitli potansiyel alıcılara bağlantı kurması için çok önemli bir yol olarak hizmet ettiğini belirtti. Gençkan sunumunu, ayakkabı pazarı ve Alibaba platformundaki mevcut eğilimler hakkında değerli bilgiler paylaşarak ve sektörün dinamiklerine dair bakış sunarak tamamladı.



2.Oturum:

Business Manufacturing Strategies for the New World Yeni Dünyada Üretim Stratejileri



Moderatör: Erkan ZANDAR, Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı

Konuşmacılar: CLARKS (UK): Jonathan RAM, CEO, DEICHMANN (DE): Manfred KRONEDER, Başkan Yardımcısı, DESA (TR): Burak ÇELET, CEO, PIKOLINOS (SP): Julia PÉREZ DE TUDELA NAVARRO, KAIZEN Departmanı Müdürü

İlk konuşmayı yapan **Pikolinos'tan Julia Pérez de Tudela Navarro**, şirketin üretim stratejisini ve özellikle bu stratejilerin pandemi bağlamında yeni dünyanın getirdiği zorluklara nasıl uyarlandığına değindi. Navarro şirketlerinin dış dünyadaki ortaya çıkan zorlukları (lojistiğin daha karmaşık ve pahalı hale gelmesi, teslimat sürelerinin uzaması gibi dış faktörler) şirket içi yeni üretim stratejileri geliştirerek nasıl çözdüklerine odaklandı. Şirketin üretim merkezi Pikokaizen, 5.000 m²'lik bir alanda yılda 500.000 çift ayakkabı üretiyor ve üretimin %80'i Pikolinos ve %20'si Martinelli (Pikolinos grubu içindeki başka bir marka) için yapılıyor. Her bir üretim aşamasının (kesim, dikiş, kalıplama ve depolama) analizi, dikişin en önemli ancak genellikle verimsiz aşama olduğunu ortaya koymuş. Yetenek israfının farkına varan ve dikiş sırasında ürün nakliyesi, bekleme süreleri ve yarı mamul ürün depolama gibi sorunları tespit eden Pikolinos, üretimde KAI-Otomatik Dikiş Teslim Sistemini uygulamaya koymuş. Bir planlama algoritması aracılığıyla üretimi optimize etmek için tasarlanan bu sistem, Navarro'ya göre teslimat sürelerini ve toplam çalışma süresini başarıyla azaltmış. Navarro son olarak, çalışanların yeni dikiş sistemine nasıl uyum sağladığından detaylı olarak bahsetti.

Clarks CEO'su Jonathan Ram ikinci konuşmacı olarak Clarks'ın tüketici merkezli yaklaşımından bahsetti. Karar verme sürecinde tasarım ve bilim arasındaki hassas dengeyi vurgulayan Ram, çekirdek tüketicinin önemini ve ürünün zamansız doğasının altını çizdi. Ram, şirket içinde uçtan uca bir anlayış geliştirmenin önemini tartıştı. Tedarik zinciri, satış ve operasyonlarda planlamanın değerini vurgulayarak, bu planların piyasa sinyallerine göre uyarlanması ve disiplinli bir şekilde yürütülmesi gerektiğinin altını çizdi.

2.Oturum:

Business Manufacturing Strategies for the New World Yeni Dünyada Üretim Stratejileri

Ram ayrıca yeni teknolojilerin ve işin dijitalleşmesi için organizasyonel hazırlığın önemine dikkat çekti. Son olarak, özellikle empatik liderlik, karar alma sürecini etkinleştirme ve güçlendirme, hesaplanabilir riskleri almayı teşvik etme konularına odaklanarak liderliğin önemini altını çizdi.

Üçüncü konuşmacı, **DEICHMANN'ı** temsilen **Manfred Kroneder**, şirketin 110 yıllık geçmişi ve uygun fiyatlarla kaliteli ayakkabı sağlama temel hedefi hakkında bilgiler paylaştı. DEICHMANN, üretimini çeşitli konseptler aracılığıyla farklı tüketici taleplerine göre gerçekleştiriyor. Aile ayakkabısı konsepti, bu tüketici grubunun özel ihtiyaçlarını karşılayan (örneğin çocukların büyümesi ve mevsimsel değişiklikler gibi) yüksek kaliteli, uygun fiyatlı ürünler sunarak anneleri ve çocukları hedefliyor. İkinci konsept ise 14-20 yaş arası genç spor ayakkabı tutkunlarını hedeflemekte ve satışları optimize etmek için çeşitli lokasyonlarda farklı mağaza fikirleri uygulamakta. Kroneder'e göre her konsept kendi kategorisinde üstün kaliteyi sağlamayı hedefliyor. Kroneder, 2023 yılı için 8,1 milyar Euro gelir, 178 milyon çift ayakkabı satışı 4.561 mağaza öngörüsünde bulundu. Halihazırda şirket üç kıtada 31 ülkede faaliyet gösteriyor. DEICHMANN, dış markalar, özel markalar ve lisanslar dahil olmak üzere farklı iş modelleriyle faaliyet gösteriyor. Kroneder'e göre şirketin gelecekteki başarısının önemli unsurları arasında iş konseptinin yeni beklentilere göre sürekli olarak geliştirilmesi, organik yollarla ve satın almalarla küresel büyüme, verimli tedarik zinciri yönetimi, uzun vadeli ortaklıklar, sürdürülebilirliğe dair adımlar ve ortaklarla bilgi paylaşımı yer almaktadır. Kroneder aynı zamanda şirketin dijital kanallara, mağazalardaki modern bilgi teknolojilerine yatırım yaptığını ve hem yerel hem de küresel kaynakları kullanarak ölçek ekonomisiyle büyümeye yaptığı yatırımlara dikkat çekti. Kroneder sözlerini, şirketin insanlara hizmet etme misyonuyla uyumlu sosyal yardım yatırımlarına olan bağlılığını vurgulayarak tamamladı.

Son konuşmacı **DESA CEO'su Burak Çelet**, şirketin hem perakendeci hem de üretici konumundaki ikili yapısı hakkında bilgi verdi. DESA bünyesinde tabakhane, Türkiye ve İtalya'da nihai ürün üretim tesisi ve şirket tarafından işletilen 123 mağaza da dahil olmak üzere her şeyi kendi bünyesinde gerçekleştiren, dikey olarak organize olmuş bir marka olarak faaliyet gösteriyor. %35'i halka açık olan şirket, 2004 yılından bu yana borsada işlem görüyor. Çoğunluk hissesi aileye ait ve uluslararası hissedarlar tarafından desteklenmekte. Samsonite ile 25 yıllık sağlam bir ortaklık kuran şirket, hem 25 yıldır distribütör hem de 15 yıldır iş ortağı olarak hizmet veriyor. DESA, Türkiye'nin önde gelen deri ihracatçısı konumunda ve bu bağlamda 2022 yılında Türkiye'den İtalya'ya ihraç edilen tüm deri ürünlerinin %70'ini üreterek sektöre önemli bir katkıda bulunmuş. Çelet, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerdeki iş modeli ve bu iş modelinin sürdürülebilirliği bağlamında, zorlukların ve bu zorluklara uyum sağlama gerekliliğinin altını çizdi. Türkiye gibi pazarın tahmin edilmesinin zor olduğu, yüksek enflasyonla mücadele eden ve yerel para biriminin sürekli değer kaybettiği bir ülkede, rekabetçi kalabilmek için yüksek düzeyde uyarlanabilir olmanın ve çeşitli zorluklarla ve belirsizliklerle yüzleşmeye hazır olmanın çok önemli hale geldiğini vurguladı.

2.Oturum: Business Manufacturing Strategies for the New World Yeni Dünyada Üretim Stratejileri

Çelet, bu bağlamda sürdürülebilirliğin çevresel kaygıların ötesinde, gelişmekte olan ülkelerin dinamik ve değişen ortamında işletmelerin hayatta kalması ve uzun ömürlü olmasıyla ilgili olduğunun altını çizdi. DESA'nın sürdürülebilirlik vizyonu iş modeli, malzeme, kaynak yönetimi, insan sermayesi ve toplum gibi unsurları kapsıyor. Çelet, iş modelinde sürdürülebilirlik bağlamında üç önemli noktayı vurguladı: ürün çeşitliliği, satış kanalı çeşitliliği ve Pazar çeşitliliği. İlk olarak, çeşitli deri uygulamalarına uygun kuzu derisi, koyun derisi ve sığır derisi üretmek için tabakhane imkanlarından yararlanarak her türden deri ürün üretip ürün çeşitlendirmesi yaptıklarını belirtti. DESA'nın karşılaştığı zorluklar nedeniyle artık ayakkabı üretmediğine dikkat çeken Çelet, ayakkabı tasarımı yapmaya devam ettiklerini ve bu tasarım bilgisini mağazalarında sunduklarını belirtti. Satış kanalı çeşitliliğinde Çelet DESA'nın, markalı deri giysileri, deri ürünleri ve ayakkabıları ihraç ederek, küresel lüks markalara işlenmiş deri ve ilgili ürünler tedarik ederek, 1972 DESA giysi koleksiyonunu uluslararası butiklere ve büyük mağazalara toptan satarak, markalı ürünleri dijital pazar yerleri aracılığıyla ihraç ederek ve yurt içinde çevrimiçi ve çevrimdışı satışlar gerçekleştirerek yaptıklarını belirtti. Son olarak satış kanalı çeşitliliği ile birlikte ilerleyen pazar çeşitliliğinde Çelet DESA'nın geniş bir yurtiçi perakende zincirine ve 120'den fazla satış noktası aracılığıyla 34 ülkeye yaptığı ihracat operasyonlarına dikkat çekti. Öte yandan Çelet, önemli lüks markalarla stratejik üretim ortaklıklarının, DESA'ya kilit küresel pazarlara erişim sağlayarak dinamik ve sürekli değişen iş ortamındaki konumunu güçlendirme imkânı sağladığını belirtti.



Gala Yemeđi



Kongre'nin ilk günü yani 8 Kasım'da yapılan oturumların sonrasında aynı akşam Kongre'nin düzenlendiği Wyndham Grand Levent Hotel'de bir Gala Yemeđi düzenlendi. Konuşmacıların, katılımcıların ve ilgili Kurum-Dernek Başkanlarının katıldığı Gala Yemeđi sıcak bir atmosferde geçerken, misafirler bir yandan canlı müzik ve dans ile iyi vakit geçirirken, bir yandan da birbirleriyle sohbet etme imkânı buldular.



3.Oturum:

A Sustainable & Circular Industry for People and the Planet First Panel Gezegen ve İnsanlık için Sürdürülebilir ve Döngüsel Bir Sanayi 1. Panel



Moderatör: Federico Brugnoli, SPIN360 Kurucu ve CEO

Konuşmacılar: Yuly Fuentes-Medel (M.I.T.), Marco Guazzoni (Vibram),
Nicoline Van Enter (Footwearology), Luca Boltri (Unic Italian Tanneries)

SPIN360'ın CEO'su ve kurucu ortağı moderatör Federico Brugnoli, oturumu sürdürülebilirlik üzerine bir açılış konuşması yaparak başlattı. Merkezi İtalya'da bulunan ve küresel olarak 27 ülkede faaliyet gösteren SPIN360, moda tedarik zincirinde sürdürülebilir yeniliklere odaklanıyor. Brugnoli konuşmasına "sürdürülebilirlik" teriminin tarihsel bağlamını ve çağdaş söylemde sıkça kullanıldığını vurgulayarak başladı. "Sürdürülebilir kalkınma" kavramını ortaya atan Gro Harlem Brundtland'ın çalışmalarına dikkat çekerek, yaygın kullanımına rağmen terimin gerçek anlamını tartışmaya açtı. SPIN360'ın yaptığı bir araştırmaya göre, katılımcıların %96'sı sürdürülebilirlik hakkında sınırlı bilgiye sahip olduklarını itiraf ederek, söylem ile kavramın anlamının kavranması arasındaki eşitsizliği vurguladı. Brugnoli daha sonra ortalama yaşam süresi, GSYİH ve insani kalkınma endeksi gibi ölçütlerde küresel ilerlemenin eleştirel bir incelemesini gerçekleştirdi. Brugnoli, bu alanlardaki gelişmeleri kabul etmekle birlikte, bu ilerlemelerin çevresel maliyetine ilişkin önemli bir soruyu gündeme getirerek, gezegen üzerindeki baskılara dikkat çekti. Bu bağlamda aşırı nüfus artışı temel bir sorun. Küresel gelişmelere rağmen, çevresel etki artmaya devam ediyor ve Brugnoli'ye göre temel bir ilke olan döngüsellığe olan kritik ihtiyacı tam da bu noktada ortaya çıkıyor. Piyasa perspektifinden bahseden Brugnoli, birçok küresel şirketin iklim değişikliği hedefleri belirlediğini (Fortune 500'deki şirketlerin %23'ü iklim yada enerji bazlı taahhütlerde bulunmuş örneğin), ancak asıl zorluğun bu istekleri somut eylemlere dönüştürmekte yattığını vurguladı. İzlenebilir ve sürdürülebilir tedarik zincirleri, yenilenebilir enerji kullanımı, kaynak verimliliği ve sıfır atık ve ileri dönüşüm gibi yenilikçi yaklaşımlar gibi kilit kavramlara kısaca değinerek sözlerini tamamladı.

3.Oturum:

A Sustainable & Circular Industry for People and the Planet First Panel Gezegen ve İnsanlık için Sürdürülebilir ve Döngüsel Bir Sanayi 1. Panel

İlk konuşmacı, Footwear Collective'i temsilen MIT'den Yuly Fuentes-Medel, 2022'de ortaya konan ve ayakkabı endüstrisinde döngüsel sisteme geçiş için bir adım olarak görülebilecek ayakkabı manifestosunu tanıttı. Bu manifestoya göre, ayakkabı sektöründe döngüsellığı geniş ölçekte ortaya çıkarmak için eksik halka işbirliği. Fuentes-Medel ayakkabı endüstrisinin karşılaştığı üç ana zorluktan bahsederek sözlerine başladı: tasarımın karmaşıklığı, üretimin karmaşıklığı ve zamansal karmaşıklık (ayakkabıların yaşam döngüsü). Fuentes-Medel, kaynakların kıtlığı ve malzemelerin gelecek için sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesinin önemi göz önüne alındığında, malzeme yönetiminin zorluklarını ele almanın çok önemli olduğunun altını çizdi. Ayrıca, tüketiciler ayakkabıları kullandıktan sonra ayakkabılara ne olduğunu anlamının önemini vurgulayarak, atık senkronizasyonuna ve ayakkabı şirketlerinin atık bilincine sahip kuruluşlara dönüştürülmesine duyulan ihtiyacın altını çizdi. Bu bağlamda, ayakkabı şirketlerini sadece üreticiler olarak değil, aynı zamanda atık yönetimi çözümlerine katkıda bulunanlar olarak gören ilgi çekici bir gelecek vizyonu sundu. Bu bakış açısı, gezegenin ihtiyaçlarını karşılama ve kaynak zorluklarını ele alma konusundaki daha geniş hedeflerle uyumludur. Fuentes-Medel, değişimde tüketici davranışının önemini vurgulayarak, insanların döngüsellığe aktif katılımını belirleme ihtiyacının altını çizdi. Sonuç olarak Fuentes-Medel, ayakkabı manifestosunda detaylandırılan kavramlar olan bir döngü yaratmanın ve yeni gelir kaynakları yaratmanın gerekliliğini dikkat çekti. Footwear Collective, iş birliği yoluyla döngüsellığı anlamaya yönelik bir platform olarak kolektif çabaya katılmaları için sektöre bir davette bulundu.

İkinci konuşma **Vibram'dan Marco Guazzoni** tarafından yapıldı. Vibram'ın Küresel Sürdürülebilirlik Direktörü Guazzoni, konuşmasının başında kendine özgü sarı logosuyla tanınan yüksek performanslı kauçuk taban üreticisi Vibram markası hakkında bilgi verdi. Ayakkabı sektöründe tamamlayıcı bir marka olan Vibram, dördüncü neslinde bir İtalyan aile şirketi olarak faaliyet gösteriyor. Vibram'ın iş modelinin temelinde yenilikçilik yatıyor ve şirket yüksek kaliteli ürünlere odaklanan niş bir pazarda ve bu pazarda lider olarak konumlanıyor. Guazzoni, Vibram'ın sürdürülebilirlik stratejilerini belirlemek için izlediği adımları detaylandırarak iki noktayı öne çıkardı: ölçüm ve ortaklık. Guazzoni, Vibram'ın, 2019 yılından beri Yaşam Döngüsü Değerlendirmesi (LCA) sistemini kullanarak tüm ürünleri için kapsamlı bir ölçüm süreci başlatarak çevresel etkileri değerlendiklerine dikkat çekti. İkinci nokta olan ortaklık ise Guazzoni'ye göre Vibram'ın sektör içinde iş birliği yapma, sektörü sürdürülebilirliğe doğru ilerletmek için alanında uzman kişiler ve kümelere katkıda bulunmaya yönelik felsefesi ile örtüşüyor. Bu bağlamda Vibram Bluesign, Monitor for Circular Fashion, Esosport gibi aktörlerle iş birliği yapıyor. Vibram'ın sürdürülebilirlik stratejisi, Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SDGs) ile uyumlu altı temel unsura dayanmaktadır: ürün inovasyonu, sıfır atık, organizasyon ve prosedürler, tedarik zinciri, enerji, paydaşlar. Bu bağlamda Guazzoni, üretimin döngüsel ilkelere uyarlanmasına odaklanarak ürün inovasyonunda döngüsellığın önemini vurguladı. Vibram, döngüsellığe katkıda bulunan temel unsur olarak eko-tasarımın önemine dikkat çekti.

3.Oturum:

A Sustainable & Circular Industry for People and the Planet First Panel Gezegen ve İnsanlık için Sürdürülebilir ve Döngüsel Bir Sanayi 1. Panel

İkinci nokta olan ortaklık ise Guazzoni'ye göre Vibram'ın sektör içinde iş birliği yapma, sektörü sürdürülebilirliğe doğru ilerletmek için alanında uzman kişiler ve kümelere katkıda bulunmaya yönelik felsefesi ile örtüşüyor. Bu bağlamda Vibram Bluesign, Monitor for Circular Fashion, Esosport gibi aktörlerle iş birliği yapıyor. Vibram'ın sürdürülebilirlik stratejisi, Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SDGs) ile uyumlu altı temel unsura dayanmaktadır: ürün inovasyonu, sıfır atık, organizasyon ve prosedürler, tedarik zinciri, enerji, paydaşlar. Bu bağlamda Guazzoni, üretimin döngüsel ilkelere uyarlanmasına odaklanarak ürün inovasyonunda döngüsellüğün önemini vurguladı. Vibram, döngüsellığe katkıda bulunan temel unsur olarak eko-tasarımın önemine dikkat çekti. Guazzoni sözlerini Vibram'ın sürdürülebilirlik deneyimini özetleyen anahtar kelimeleri vurgulayarak tamamladı: Ölçüm, Önemlilik, KPI - KPO (Temel Performans Göstergeleri - Temel Performans Sonuçları), Şeffaflık - İzlenebilirlik, Hedeflerle Yönetim, Tüm İş Ortaklarının Katılımı, Ortaklık, İletişim Değerler ve Tüm Paydaşlara Liderlik Etme ve İlham Verme. Bu kapsamlı yaklaşım, Vibram'ın ölçüm, iş birliği ve stratejilerin küresel sürdürülebilirlik hedefleriyle uyumunu kapsayan sürdürülebilirlik taahhüdünü özetlemektedir.

Footwearology'den Nicoline Van Enter, Barselona'da bir yenilik merkezi olarak faaliyet gösteren ve şirketlerin ayakkabı yaratma yöntemlerini geliştirecek sistemler tasarlayan yenilikçi platform Footwearology'yi tanıttı. Halen yapım aşamasında olan platform, Fabrika, Ar-Ge, Think-Thank, Eğitim ve Etkinlikler/Webinar olmak üzere beş aşamalı bir altyapıdan oluşuyor. Bu altyapının inşası bağlamında Footwearology tarafından atılan adımları detaylandıran Van Enter, yeni üretim modellerini yerel olarak test etmek üzere kurdukları fabrika; ayakkabı üretimi için işbirliğine dayalı bir iş akışı sistemi oluşturmak üzere makine, malzeme ve yazılım üretiminde yer alan kişileri bir araya getiren Ar&Ge laboratuvarı; sektör paydaşlarıyla deneyimlerini ve görüşlerini paylaşmak için düzenlenen Footprint 3D etkinliği ve Yeni Teknoloji Web Seminerleri gibi etkinlikler ve web seminerlerinden bahsetti. Öte yandan platformun, ayakkabı sektörünün geleceğine yönelik çalışan önemli bir düşünce kuruluşu kurma ve sektör içi eğitimin güçlendirilmesi hedeflerine dikkat çekti. Van Enter, ayakkabı üretimindeki gelişimi tartışarak üç temel gelişmenin altını çizdi: otomasyon, döngüsellik ve ülke dışı üretimden ülke içi üretime geçiş. Bu değişim ayakkabı tasarımını etkilemekte, geleneksel saya ve taban tasarımlarından yerel üretimi ve otomasyonu kolaylaştıran kabuk şeklinde bir üretime geçilmektedir. Van Enter, insan emeğini en aza indirmenin önemini vurgulayarak kesme, dikme ve çimentolama gibi geleneksel süreçlerden örme, kalıplama, kaynak ve 3D baskı gibi daha yeni yöntemlere geçişin hızlandığına dikkat çekti. Burada odak noktası, geri dönüştürülebilirlik ve tamir edilebilirlik ilkelerine uygun olarak daha az parçalı, daha az karmaşık ve kolay sökülüp takılabilen ayakkabılar yaratmaktır. Van Enter, sürdürülebilirlik ve döngüsellik bağlamında veri odaklı ve yapay zekâ destekli tasarımın ve bu tasarımın üretime entegrasyonunun önemini tartışarak sözlerini tamamladı.

3.Oturum:

A Sustainable & Circular Industry for People and the Planet First Panel Gezegen ve İnsanlık için Sürdürülebilir ve Döngüsel Bir Sanayi 1. Panel

Son konuşmacı İtalyan Tabaklama Sektörü Ulusal Birliği'nden Luca Boltri, birliklerinin temel olarak deri işleme ve tabaklamayı teşvik etme ve de bu alanlardaki bilgi eksikliğini gidermeye odaklandığını dile getirdi. Derinin yenilebilir doğasına dikkat çeken Boltri, dünyada et tüketimi devam ettiği sürece derinin materyal olarak kullanılabilirliğinin devam edeceğine dikkat çekti. Dünya tabaklama endüstrisi her yıl 8 milyon ton büyükbaş ham deri ve koyun/keçi derisini geri kazanılıyor ve bunları ayakkabı, moda, mobilya vb. için 1.700 km² bitmiş deriye dönüştürülüyor. Alternatif olarak, gerekmektedir ki bu da ciddi ekonomik ve çevresel maliyetlere neden olacaktır. Bu bağlamda Boltri, sektörün et üretim atıklarını kullanmaması halinde bu ham derilerin yakılması ya da çöp sahalarında bertaraf edilmesi yaratacağı ekonomik ve çevresel maliyetlerin büyüklüğüne dikkat çekti. İtalyan tabaklama endüstrisinin, küresel deri tedarik zincirinde önemli bir oyuncu olduğunu ve geleneksel olarak Avrupa deri üretiminin %63'ü ve küresel deri üretiminin %24'ü ile deri değer üretiminde uluslararası lider olarak kabul edildiğini belirten Boltri, sektörün özellikle lüks segmentin tedarikçisi olduğuna dikkat çekti. Sürdürülebilirliği, İtalyan tabaklama endüstrisi için öncelikli bir hedef olarak ortaya koyan Boltri, sürdürülebilirliği üretimlerinin yüksek kalitesini oluşturan unsurlardan biri olarak görüyor. Boltri, sürdürülebilirliğin birlik için teknik ve bilimsel bir değer olduğuna ve bu bağlamda tüm tedarik zinciri boyunca objektif ve ortak metodolojiler ve parametrelerle ölçülmesi gerektiğine dikkat çekti. 2003 yılından beri UNIC, deri sürdürülebilirliğinin temel yönlerini analiz etmek ve İtalyan tabaklama endüstrisinin ürün ve süreçlerin sürdürülebilirliğine yönelik taahhüdünü açıklamak için İtalyan tabaklama sektöründe sürdürülebilirlik raporunu yayınlıyor. Boltri İtalyan deri tabaklama sektörü için sürdürülebilirlik için yönetim, çevre ve sosyal olmak üzere üç ana başlıktan bahsetti. Yönetişim başlığı altında özellikle tedarik zincirinde izlenebilirliğe dikkat çekti. AB'nin tedarik zincirinde izlenebilirliğe yönelik attığı yasal adımlara dikkat çeken Boltri, ormansızlaşma içermeyen tedarik zincirlerine ilişkin AB düzenlemelerinde özellikle zincirdeki aktörlerin küresel uyumuna olan ihtiyaca değindi. Son olarak İtalyan tabaklama sektöründe döngüsel modelden bahseden Boltri, mevcut malzeme ve ürünlerin paylaşılması, azaltılması, yeniden kullanılması, onarılması, yenilenmesi ve geri dönüştürülmesine dikkat çekti. Bu bağlamda ürünün yeniden kullanılabilirliği, tamir edilebilirliği ve kompostlanabilirliğinin değerlendirilmesi ve ölçülmesi, tabaklama sektöründe sürdürülebilirlik için kritik faktörlerdir.



4. Oturum:

A Sustainable & Circular Industry for People and the Planet 2nd Panel

İnsanlar ve Gezegen için Sürdürülebilir ve Döngüsel Bir Endüstri 2. Panel



Moderatör: Prof. Dr. Erhan Aslanoğlu, Piri Reis Üniversitesi

Konuşmacılar: Steve Lamar (AAFA - U.S. Apparel and Footwear Association), Clementine Colin Richard (FFC - French Shoe Federation), Hua Lu (CLIA - Chinese Leather Industry Association), Horacio Moschetto (CIC - Argentine Chamber of Commerce)

İlk konuşmacı olan **Steve Lamar** konuşmasında bir endüstri birliği temsilcisi olarak şeffaflık, izlenebilirlik, iklim değişikliği, kimyasal yönetim, uzatılmış üretici sorumluluğu ve işçi hakları gibi konularda ABD’de yapılan ve yapılması gündemde olan düzenlemelerin sektöre olan etkilerini ele aldı. Lamar bu hususta, endüstri birliğinin düzenleyicilerle etkili bir iletişim için "THREADS" adlı bir akronim önerdiğini ve bu prensipleri benimseyerek iklim değişikliği ve ürün güvenliği düzenlemelerinde ilerleme kaydettiklerini belirtti. Buna göre, düzenleyici pratiğin olumlu bir şekilde etkilenmesini amaçlayan altı önemli prensibi içeriyor. Bu prensipler şu şekilde ayrıntılandırılabilir: Transition (Geçiş): Düzenlemelerin şeffaf bir şekilde geliştirilmesi ve uygulanması, endüstrinin bu değişikliklere sorumlu bir şekilde geçiş yapmasını sağlar. Harmonized (Uyumlu): Düzenlemelerin sektörler ve coğrafi bölgeler arasında uyumlu olması, karmaşık bir düzenleyici peyzajda daha etkili bir uygulama sağlar. Realistic Timelines (Gerçekçi Zaman Çizelgeleri): Uygulama süreçlerinin gerçekçi zaman çizelgelerine dayandırılması, endüstriye uyum sağlama ve düzenlemeleri etkili bir şekilde yerine getirme şansı tanır. Enforceable (Uygulanabilir): Düzenlemelerin etkili bir şekilde uygulanabilir olması, denetim ve takip süreçlerini güçlendirir. Adjustable (Uyarlanabilir): Düzenlemelerin değişen koşullara ve endüstri ihtiyaçlarına uygun bir şekilde ayarlanabilir olması, sürekli bir gelişim ve uyum sağlama imkânı sunar. Design for Success (Başarı İçin Tasarım): Düzenlemelerin, endüstriye sürdürülebilirlik ve sorumluluk hedeflerini başarılı bir şekilde gerçekleştirebilmesi için tasarlanması, uzun vadeli başarıya odaklanmayı destekler. Bu prensiplerin, düzenlemeye tabi konularda yapıcı bir diyalog kurulmasına ve endüstrinin hem sorumluluğunu yerine getirmesine hem de düzenleyicilerle etkileşimde bulunmasına katkıda bulunduğunu ifade etti.

4. Oturum:

A Sustainable & Circular Industry for People and the Planet 2nd Panel İnsanlar ve Gezegen için Sürdürülebilir ve Döngüsel Bir Endüstri 2. Panel

İkinci konuşmacı Clementine Colin Richards, sürdürülebilirlik politikalarına odaklanan bir sunum gerçekleştirerek özellikle Fransa'nın bu alandaki liderliğine vurgu yaptı. Richards, sadece tekstil değil, ayakkabı sektöründeki döngüsel modellere odaklanarak, endüstriyi daha hızlı bir geçişe teşvik etme gerekliliğini vurguladı. Ayakkabı sektörünün karmaşıklığına dikkat çekerek, ürünlerin geri dönüşüm süreçlerinin zorluğunu açıkladı. Fransa'da faaliyet gösteren Refashion adlı organizasyonun, giyim, ev tekstili ve ayakkabı üreticilerinin sorumluluklarını yerine getirmek üzere 15 yıl önce kurulduğunu belirtti. Refashion'ın temel amacının, endüstriyi sorumlu ve döngüsel bir modele dönüştürmek olduğunu ifade etti. Sunumda, Fransa'da giyim, ev tekstili ve ayakkabı pazarında yer alan 825.000 ton ürünün olduğu, ancak bu ürünlerin geri dönüşüm süreçlerinin ayakkabılar için daha karmaşık olduğu vurgulandı. Richards'ın verdiği bilgilere göre, Refashion, sürdürülebilir bir moda endüstrisine geçişi hızlandırmayı amaçlayan çeşitli projeler ve teşvik programları yürütmektedir. Eco-Modulation Tools ile markaları çevresel etkiyi azaltmaya teşvik ederken, Reparation Bonus tüketicilere giyim, ev tekstili ve ayakkabı gibi ürünleri onarmaları durumunda nakit geri ödeme yapmayı sağlayarak ürünlerin daha uzun süre kullanılmasını teşvik eder. Eco-Design Initiatives, markaları çevre dostu tasarım uygulamalarını benimsemeye yönlendirirken, Regeneration and Recycling Programs karmaşık ayakkabı yapılarına odaklanarak materyallerin verimli bir şekilde kullanılmasını ve geri dönüştürülmesini hedefler. Bu teşvik programları ve projeler, markaları, üreticileri ve tüketicileri daha sürdürülebilir moda uygulamalarına katkıda bulunmaya teşvik etmektedir. Ek olarak, organizasyonun sürdürülebilir tasarım ve geri dönüşüm konularındaki çalışmalarıyla endüstriyi daha sorumlu bir noktaya taşıma hedefine değindi.

Üçüncü konuşmacı Çin Deri Endüstrisi Derneği'nden Hua Lu, Çin ayakkabı üretim endüstrisinde çevresel düzenlemeleri açıkladığı bir sunum gerçekleştirdi. 2020'de yürürlüğe giren ve zorunlu olan "Ayakkabı Üretim Endüstrisi için Kirlilik İzni Başvurusu ve Teminatı Teknik Şartnamesi" adlı standart çerçevesinde, atık hava, atık katı ve atık su gibi kirleticilere odaklanarak, anahtar yönetim, basitleştirilmiş ve kayıt olmak üzere üç kategoride izin sınıflandırması yapılmaktadır. Bu standart, özellikle atık havaya odaklanarak, çeşitli endüstriyel süreçlerin ve makinelerin atık üretimini, toplama yöntemlerini ve işleme yönergelerini belirlemektedir. Sunum, standardın sektördeki 33.000 ayakkabı üretim şirketine etkisini vurgulayarak, yerel düzeyde çeşitli yönetmeliklere yol açabileceğini ve kirlilik emisyonlarını azaltmaya yönelik bir adım olduğunu vurgulamıştır. Ayrıca, yakında beklenen bir atık hava azaltma önlemleri standardına da değinilerek, endüstriyel üretimde çevresel etkiyi en aza indirme çabalarının devam edeceği belirtti.

4. Oturum:

A Sustainable & Circular Industry for People and the Planet 2nd Panel İnsanlar ve Gezegen için Sürdürülebilir ve Döngüsel Bir Endüstri 2. Panel

Son konuşmacı Horacio Moschetto, Latin Amerika ve Karayipler bölgesine odaklanan sunumunda sektördeki gelişmeleri paylaştı. Moschetto'nun verdiği bilgilere göre, 1.200'den fazla küçük ve orta ölçekli işletmenin bulunduğu Arjantin ayakkabı endüstrisi, 50.000'den fazla çalışana sahip olup, öncelikle iç pazara odaklanmış durumdadır. Moschetto, uluslararası pazarın talepleri ve bilinçli tüketici beklentileri ışığında sorumlu iş yapma çabalarını vurgulayarak, Latin Amerika'nın küresel ayakkabı üretimindeki ikinci sıradaki konumunu ve bölgesel iş birliğini önemsendiğini ifade etti. Latin Amerika Ayakkabı Endüstrisi Sürdürülebilirlik İlkeleri Bildirgesi ve Gönüllü Sosyal Taahhüt Programı gibi inisiyatiflerle sektörde sürdürülebilirlik ve etik standartlar konusunda çalışmalarını paylaşan Moschetto, ayrıca etiketleme yasaları, eğitim programları ve uluslararası iş birlikleri gibi konularda da detaylı bilgiler verdi. Sonuç olarak, Moschetto, sektördeki dönüşümü sağlamak için hükümet ve özel sektör iş birliğinin önemine vurgu yaparak, Arjantin ayakkabı endüstrisinin geleceğe yönelik taahhüdünü dile getirdi.



5. Oturum: Reimagining the Future Workforce Geleceğin İşgücünü Yeniden Tasarlamak



Moderatör: Erkan ZANDAR, Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı

Konuşmacılar: Gennaro Pigliocampo (Calzaturificio Gensi Group),
Clementine Colin Richard (Paraboot), Giovanna Ceolini (Thierry Rabotin)

Calzaturificio Gensi Group'un kurucusu **Gennaro Pigliocampo**, şirketinin üretim süreçlerinden, özellikle de sürekli öğrenme, mesleki büyüme, takım ruhu, tanıma ve refah odaklı stratejilere odaklandığını belirtti. Şirketin **Mastri Nascenti** adlı bir okul kurarak çalışanlarını eğitmeye ve geliştirmeye yönelik bir sürekli öğrenme programı başlattığını açıkladı. Ayrıca, profesyonel büyüme, aidiyet duygusu ve başarı odaklı bir kültür oluşturarak çalışanlarını motive etmeye odaklandıklarını vurguladı. Çalışanların başarılarına odaklanan ve hedefleri haritalayan bir sistem benimsediklerini belirterek, refahlarını sağlamak için sağlık platformları ve ödüllendirme sistemleri geliştirdiklerini ifade etti.

Paraboot markasından **Clementine Richard**, sürdürülebilir deri ve kauçuk gibi malzemeler kullanarak el yapımı olmak üzere hem erkek hem de kadın ayakkabıları ürettiklerini belirtti. Şirket, çalışanlarına yönelik çalışma saatleri, maaş paketleri, refah, kurumsal yönetim ve paydaşlar konusunda odaklanarak iş süreçlerini geliştiriyor. Şirket, çalışanlarına yönelik yönelik 35 saatlik çalışma haftası, esnek çalışma saatleri ve kendi mola sürelerini yönetme imkânı gibi uygulamalarla sağlıklı bir iş-yaşam dengesi sağlıyor. Çalışanların ücret paketleri içerisinde eğitim, kar paylaşımı, teşvik ve bonuslar bulunuyor, böylece çalışanlara aidiyet duygusu kazandırılıyor. Şirket, etkinlikler, iş birliği grupları ve çeşitlilik, eşitlik ve kapsayıcılık taahhütleriyle çalışanlarının refahını artırmayı amaçlıyor. Aile şirketinin uzun vadeli vizyonu ve okullar dahil olmak üzere paydaşlarla iş birliği, pozitif bir şirket algısı ve artan işe alım fırsatlarına katkıda bulunuyor.

5. Oturum: Reimagining the Future Workforce Geleceğin İşgücünü Yeniden Tasarlamak

Thierry Rabotin'in yöneticisi Giovanna Ceolini, 1985'te Thierry Rabotin ile işbirliğine başladıklarını ve 1999'da Parabiago'da bir ayakkabı fabrikası kurduklarını aktardı. Kendisi, kadın koleksiyonunun tasarım ve geliştirmesinden sorumlu. Ancak, genç nüfusun iş hayatına katılımı konusunda duyduğu endişeleri vurgulayarak, gençleri iş hayatına çekmek ve eğitmek için çeşitli projelerde yer aldıklarını belirtti. Ceolini, özellikle genç çalışanları eğitmek ve onlara şirket içindeki işleri öğretmek için çeşitli kurslar düzenlediklerini açıkladı. Bu çabaların, gençlerin teknik beceriler kazanmalarına ve şirketlere entegre olmalarına yardımcı olduğunun altını çizdi. Ceolini, genç nüfusun fabrikalara dönmelerinin sadece şirketlere değil, aynı zamanda endüstriye sürdürülebilirlik ve yenilik getireceğini vurguladı.



2023 UITIC Kongresi'nin Önemli Noktaları



UITIC başkanı Sergio Dulio, UITIC'in 1972'deki kuruluşundan bu yana teknolojik bilginin yayılmasının tarihsel köklerine değinerek, sektörün evrimine retrospektif bir bakış sundu. Dulio'nun konuşmasında, Bütünsel Dayanıklılık kavramından hareketle, söylemin ürün ömrünün ötesine geçerek modaaya uygunluğu da dikkate alacak şekilde genişletilmesinin üzerinde dururken, teknolojik değışim, yapay zekâ uygulamaları, özelleştirilmiş ayakkabı tasarımı için büyük verinin stratejik kullanımı, akıllı makinelerin entegrasyonu gibi hususların önemini altı çizildi.

Bu doğrultuda Dulio, Özellikle demontaj ve enjeksiyon kalıplamadaki robotik uygulamalara dikkat çekerek Endüstri 5.0'a geçişin işgücü ve çalışma alanları üzerindeki derin etkisine dikkat çekti.

Konuşmada, sorumlu endüstriyel uygulamaların ayrılmaz bir parçası olarak çevresel etkinin ölçülmesi, geri dönüşüm uygulamalarının yerleştirilmesi ve sürdürülebilirlik sertifikalarının alınmasının önemi ayrıca vurgulandı. Son olarak Dulio, Yin ve Yang'a metaforik bir gönderme yaparak, ayakkabı endüstrisinin geleceğine dair yol gösterici olarak sürdürülebilirlik ve inovasyonun uyumlu bir şekilde bir araya getirilmesinin önemini vurguladı.



Kongre Kapanış

9 Kasım'da yapılan Kongre oturumlarının 2. Gününde, öğleden sonra oturumlar sona erdi ve Kongre'nin kapanışı yapılarak Kongre'nin küresel ayakkabı sektörü için iyi sonuçlar doğurması temenni edilerek konuşmacı ve katılımcılara teşekkür edildi. Kapanış sonrasında konuşmacılar ve katılımcılar fabrika ziyaretlerinde bulundular.





İSTANBUL

**Sponsor
Firmalarımız**



Footwear Industrialists Association of Türkiye (TASF)

was established in Istanbul on May 27, 1985, with the primary goal of representing and supporting the Turkish Footwear Industry. TASF has been at the forefront of promoting and enhancing the Turkish footwear sector by providing technical support, fostering industry growth, and adapting to new technologies.

Comprising more than 800 dedicated members, TASF has been instrumental in driving Turkey's footwear production and export, accounting for a significant portion of the industry's activities. The association actively collaborates with industry professionals who have contributed to the sector through their knowledge, skills, and experience.

One of TASF's remarkable initiatives is the organization of AYMOD, Europe's largest Footwear Fair, held biannually. AYMOD serves as a global platform, bringing together leading footwear companies from all corners of the world. This exhibition not only plays a pivotal role in facilitating new business ventures but also offers exhibitors a unique opportunity to engage with local and international visitors.

TASF's commitment extends beyond the footwear industry. The association's efforts have positively impacted the footwear sub-industry throughout Türkiye, enhancing their competitive strength in the international arena. TASF's overarching mission is to fulfill the technical, economic, employment, and social needs of its members, aiming to make the Turkish Footwear Industry a global leader, contributing to the country's social and economic development along the way.

www.tasd.com.tr



“ Discover Trends Create the Future ”

aymod ISTANBUL
AYAKKABI MODA FUARI | FOOTWEAR FASHION FAIR

Get ready for AYMOD, one of the leading events in the global footwear industry! Scheduled to take place at the Istanbul Fair Center from February 28th to March 2nd, 2024, AYMOD will bring together top footwear companies from around the world. This exhibition is not only set to create groundbreaking business opportunities but also to provide participants with the chance to connect with both local and international visitors.



For years, the AYMOD Exhibition has been a powerful contributor to exports in the footwear industry, playing a pivotal role in introducing innovations to a diverse audience and establishing vital industry connections. With over 20,000 visitors from more than 110 different countries, AYMOD offers an ideal platform for meeting the needs of the footwear fashion sector. AYMOD serves as a vital bridge between manufacturers and buyers, offering a unique exhibition experience to international exhibitors and visitors from Russia, Ukraine, EU countries, the UK, the Middle East, and Turkic Republics. AYMOD also hosts buying delegations from over 50 countries, including hundreds of firms, looking to connect with Turkish footwear manufacturers and exporters. **Join us at AYMOD 2024 and be part of the global footwear revolution!**

www.aymod.com



Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği

Şu anda Türkiye Yan Sanayisinden 600 üyesi olan AYSAD-Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği 1988 yılında kurulmuştur. Ayakkabı üretiminde kullanılan her türlü malzemenin üretici, mümessil, ithalat ve ihracatçı firmaları ile ayakkabı tasarımcılarını, yenilikçi ve dinamik yaklaşımı ile kucaklayan sektörün ilk ve tek sivil toplum kuruluşu olarak faaliyet göstermektedir.

AYSAD yurt içi ve yurt dışındaki fuarlar, sektöre özel eğitim programları, ürün tanıtımları, mesleki sorunların çözülmesi ve benzeri pek çok konudaki organizasyon ve girişimleri ile ortak ve daha güçlü bir ses için üyelerinin en etkin şekilde temsil edilmesine odaklanmıştır.

Yaklaşık 36 farklı iş kolundan girdiyi bir araya getiren benzersiz yapısıyla AYSAD, ayakkabı yan sanayi alanında sektörün en önemli temsilcisi olarak, üyelerinin sektörel ve global gelişmelere adaptasyonlarını sağlayacak programları hayata geçirmek ve uygulamak amacıyla faaliyetlerini yürütmektedir.

İletişim Bilgileri

Tel : +90 212 549 36 12 , Gsm : +90 532 683 33 52 , Faks : +90 212 549 36 22

AYMAKOOP Sanayi Sitesi AYMAKOOP Ticaret Merkezi Kat:6 D:28 İkitelli - İstanbul / TÜRKİYE



/AYSAD
Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği



/aysadorg

www.aysad.org



70.

İLKBAHAR/YAZ • SPRING/SUMMER '25

Aysaf

AYAKKABI YAN SANAYİ FUARI

INTERNATIONAL EXHIBITION FOR FOOTWEAR MATERIALS,
COMPONENTS, LEATHER AND TECHNOLOGIES



01-04 Mayıs / May 2024

Istanbul Expo Center



aysafexpo.com

TASEV

TÜRKİYE AYAKKABI SEKTÖRÜ ARAŞTIRMA GELİŞTİRME VE EĞİTİM VAKFI

TASEV Turkish Footwear Industry Research Development and Education Foundation and On the Shoe Industry.

Considering the United Nations Sustainable Development Goals and the Zero Waste Target under the leadership of the Turkish Presidency, we develop innovation-oriented R&D projects that focus on information and design, together with technology centers in the European Union, and aim to take our sector to even higher levels in the world with Erasmus Education programs. TASEV-Turkish Footwear Sector Research, Development and Education Foundation takes the lead position in international projects. TASEV Foundation has trained 2000 young people so far with the TASEV Shoe and Saddlery Technology Vocational and Technical Anatolian High School. The school was constructed in 2002 and donated to the Ministry of National Education, and has been instrumental in employing young generations in the sector with the qualifications needed by the shoe industry.

Our high school, where approximately half of its graduates are employed in the shoe industry, is accepting students from all over Turkey with an arrangement made at the beginning of 2022. With this change, nearly 300 students from higher rankings in the country were enrolled in the 2023-2024 semester, with a record participation in the school's history. Apart from our vocational high school, TASEV Academy organizes courses such as pattern making, design modelling and computerized design, which adults who want to work in the sector can attend. Our cooperation with the Institute Istanbul İSMEK and the Istanbul Metropolitan Municipality Employment Office has begun to bear its first fruits. We add new ones to our upper stitching training course, which opened on October 9, 2023, at the Institute Istanbul İSMEK branch in Küçükçekmece Atatürk neighborhood. With the postgraduate education protocol we signed with YÖK-Higher Education Institution in July 2023, we continue preparations with Gazi University, Istanbul Technical University and Marmara University for the start of master's and doctoral programs in order to train academicians, which is the first leg of our goal of opening a shoe engineering department. Our foundation, with TASEV Laboratory, serves not only the shoe industry but also the textile and leather industry, with over 200 chemical and physical testing services at international standards and accredited to TÜRKAK, which are an important need of the sector. TASEV Laboratory, which also started to issue CE certification for shoes in personal protective format, took its place in the European Union New Approach Notified and Designated Organizations -NANDO as a certification body in June 2023.

As TASEV Foundation, in the long term, we will cooperate with the important non-governmental organizations of the sector, TASD-Turkish Shoe Manufacturers Association, AYSAD-Shoe Subcontractors Association and TUAFA-Turkey Public Shoemakers Federation, which represents the shoe trade chambers in all 81 provinces, and will continue to work with shoes in Turkey. We are working to increase the exports of the Turkish Shoe Industry by uniting all relevant segments and leading the industry. Thus, our sector is fulfilling its share and will continue to do so in line with our goal of achieving a current account surplus for the radical solution of economic development and inflation, which are the most important problems of our country.

www.tasev.org.tr





**İSTANBUL
TİCARET
ODASI** 1882

İstanbul Ticaret Odası, 700 bin üyesiyle dünyanın en büyük ve köklü ticaret odalarından biridir.

İstanbul Ticaret Odası, Türkiye'nin ve üyelerinin; uluslararası ticaretten daha fazla pay alan, küresel boyutlardaki siyasi ve ekonomik oluşumları kendi yararı doğrultusunda yönlendirebilen bölgesel bir güç olmasına katkıda bulunma vizyonuyla hareket eder. İTO, özel sektörün yapısal ve güncel sorunlarının çözülmesi, Türkiye'nin uluslararası rekabet gücünün geliştirilmesi, ülke ekonomisine güvenli ve istikrarlı bir gelişim ortamı sağlanmasının hayati önem taşıdığını bilir. İstanbul Ticaret Odası'nın misyonu Türkiye'yi ve üyelerini geliştirmek; çağa ayak uydurmuş ve ötesini hedefleyen bir vizyon ile hareket etmek; Global ticaretten daha fazla pay almayı, uluslararası siyasi ve ekonomik oluşumları kendi yararı doğrultusunda yönlendirebilen küresel bir güç olmayı hedeflemektir.

Türkiye'nin geleceğine adanmış bir kurum olarak İTO, misyonundan aldığı güçle; ticaret, küçük sanayi ve hizmet sektörlerinin hızla gelişme ve yaygınlaşmasını teşvik eder. Yurt dışında yeni pazarlar oluşturmak için çalışır. İş dünyasının gelişmesinin önündeki engelleri tespit eder ve kaldırılması için faaliyette bulunur. İTO, tüm üyelerinin ve diğer iş sahiplerinin işlemlerini süratle sonuçlandırır. Kamuoyunu aydınlatır. Kuruluş Yasası'nda da öngörüldüğü şekilde, meslek ahlak ve dayanışmasını korur. Ülke kalkınmasının sağlanmasında ve değişim yaratılmasında, kamu veya özel her türlü mesleki, bilimsel, toplumsal ve kültürel kuruluşla iş birliği yapar.

İTO'nun, 1882 yılından bu yana, üyeleri ile bütünleşerek, eksilmez bir heyecan ve şevkle sürdürdüğü hizmet yolculuğu, bu özellikleri ile aynı zamanda, tüm Türkiye'nin gelişmeyi ve aydınlığı hedefleyen ekonomik ve ticari yaşamının da bir fotoğrafıdır. İTO, Türkiye'nin ekonomik panoramasında daima en merkezde bulunmuştur. Bunun için de üç ayaklı ama her şartta "üye odaklı" bir hizmet anlayışı benimsenmiştir. Bunlardan ilki, kanunla kendisine verilen, tescilden ihracata kadar birçok resmi belgenin düzenlenmesini içeren görevleri, ikincisi, üyelerine, yerelden evrensele uzanan bir strateji ve perspektif kazandırmak için eğitim ve bilgilendirme faaliyetleri, üçüncüsü ise, üyelerinin ticari hak ve menfaatlerini korumak olarak özetlenebilir. İTO, bugüne kadar bu görevlerinin tümünü hakkıyla yerine getirme gayreti içinde olmuştur. Neticede, Türk ekonomisinin öncü kurumu olarak İTO, sadece Türkiye'nin değil bulunduğu bölgeden tüm dünyaya yayılan bir ticari ekol haline gelmiştir.

www.ito.org.tr





ICVB, 1997 yılında kar amacı gütmeyen tarafsız bir şehir tanıtım ve pazarlama örgütü olarak TUGEV bünyesinde kurulmuştur. Kuruluş amacı "Türkiye ve özellikle İstanbul'un kongre, konferans, fuar ve sergileme olanaklarını yurt dışında ve içinde tanıtip pazarlamasına yardımcı olmak sureti ile kongre ve konferans sektörünü özendirmek, kentin ve ülkenin tanıtımına katkıda bulunarak turizmin geliştirilmesini sağlamak"tır. Bu amaç doğrultusunda bugüne kadar birçok tanıtım ve pazarlama aktivitelerini gerçekleştiren ICVB, İstanbul'un uluslararası platformlarda tanıtımına ve markalaşmasına büyük katkılarda bulunmuştur. Nitekim ICVB, üyesi olduğu ICCA (International Convention & Congress Association), ECM (European Cities Marketing) ve MPI (Meeting Professionals International) gibi uluslararası toplantı sektörünün önde gelen kuruluşları nezdinde İstanbul'u temsil eden tek yetkili kuruluştur. Yanı sıra ICVB yetkilileri bu kuruluşların yönetim kurulları, komisyon ve icra kurullarında yer alarak uluslar arası iletişim ağında ülkemiz ve şehrimiz adına aktif rol almaktadırlar.

ICVB'nin ana faaliyetleri; Kültür ve Turizm Bakanlığımızın uluslar arası kongre fuarlarını organize etmek, benzeri fuarlara ve destinasyonlar arası iş borsalarına İstanbul adına katılmak, kongre imkanlarını araştırmak, yurtdışında tanıtım faaliyetleri yürütmek, potansiyel kongreler için satış ziyaretlerinde bulunmak, alıcılara yönelik İstanbul'a teftiş ve tanıtım gezileri organizasyonu yapmak, basılı ve görsel tanıtım malzemeleri üretmek ve uluslar arası dağıtımı gerçekleştirmek, uluslar arası kongre sektörü dernek ve birliklerinin organize ettiği genel kurullar ve workshop'lara katılmak sureti ile İstanbul adına network oluşturmak ve destinasyonun temsilini üstlenmek, kongre adaylık sürecinde İstanbul şehri adına ihale dosyası hazırlamak ve sunum yapmak gibi ana başlıklarla sıralanabilir.

ICVB'nin, ulusal ve uluslararası kongre sektörüne destinasyonun bir bütün olarak ve kar amacı gütmeksizin tanıtılması ve pazarlanması, ilgili pazarda payının artırılması şeklinde özetlenebilecek misyonu dahilindeki işleyiş biçimi, uluslar arası bürolarının çoğunluk işleyiş norm ve standartları ile aynıdır. İlaveten, ICVB yetkilileri, kongre ve toplantı turizmini özendirmek ve bu konuda kamuoyu oluşturulmasına öncü ve yardımcı olmak, bu turizm dalında nitelikli insan kaynaklarının yetiştirilmesi hususunda eğitim kurumlarına destek vermek amacı ile üniversitelerin turizm bölümlerinde kongre ve toplantı sektörü üzerine ders vererek, konferans ve sempozyum benzeri aktivitelere konuşmacı olarak katılarak sektöre hizmete vermektedir. Kurulduğu günden bu yana ICVB, uluslar arası pazarda İstanbul'u başarı ile temsil etmiş, şehir adına referans bir organizasyon olarak birçok kongre, toplantı ve etkinliği şehre kazandırmış ve üyesi olduğu uluslar arası kongre sektörü kuruluşları aracılığı ile İstanbul'un sesini dünyaya duyurmuştur. Tüm tanıtım ve pazarlama aktivitelerini İstanbul'un uluslar arası toplantı sektöründe markasını güçlendirmek, tanınırlığını ve pazar sürekliliğini sağlamak üzere planlayan ICVB, hali hazırda önümüzdeki on yıl ve daha ilerisine uzanan kongre potansiyelleri üzerinde çalışmalarına devam etmektedir.

www.icvb.org.tr





Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği

“Ülkemizin ihracatının yoğunlaştığı bölge ve şehirlerde ihracatla ilgili bütün faaliyetleri yürütmek üzere, Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin bağlı kuruluşları olarak faaliyetlerini sürdüren İhracatçı Birliklerinden biri olan ve Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği bünyesinde yer alan Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (EDMİB) 1991 yılında kurulmuş,

2023 yılı itibariyle 700 aktif üyesiyle faaliyetlerine devam etmektedir. Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (EDMİB) Türkiye'nin deri ve deri ürünleri ihracatında %10'luk paya sahiptir. Ege bölgesi ihracatçıları arasında birlik ve işbirliğini teşvik eden, sektörün gelişimine katkıda bulunan Birliğimiz Türkiye deri ürünleri ihracatının artmasına önemli katkılar sağlamaktadır.

Zengin üretim kabiliyeti ve tecrübeli işgücü ile uluslararası pazarda Türk deri ve deri ürünlerinin tanıtımını yapmak, sektörün büyümesini teşvik etmek ve Türk derisinin dünya çapında bilinirliğini artırmak amacıyla önemli çalışmalar yürütmektedir. Üyelerine ihracat destekleri, pazar araştırmaları, milli katılım organizasyonları, sektörel ticaret heyetleri, eğitim programları ve tanıtım faaliyetleri gibi birçok hizmet sunan Birliğimiz, sektörün uluslararası arenada rekabetçi bir konumda olmasını merkeze alarak faaliyetlerini sürdürmektedir.

Halihazırda dünyanın en önemli ayakkabı ve saraciye fuarlarından olan Expo Riva Schuh & Garda Bags Fuarı'na yönelik milli katılım organizasyonunu EDMİB düzenlemektedir. Birliğimiz dijitalleşme faaliyetleri kapsamında fuar katılımcısı firmalarımızın numuneleri fuara özel geliştirilen Metaverse altyapısında 3 boyutlu olarak ziyaretçilerin beğenisine sunulmaktadır. EDMİB Pandemi döneminde dünyanın sektörel bazda ilk dijital fuarı Shoedex'i iki kez organize etmiş olup hedef pazarlarda sektörel ticaret heyetleri düzenleyerek üye firmalarına ihracat yolunda rehberlik etmektedir.

Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği, Türk deri ve deri mamullerini dünya genelinde daha fazla tanıtmak, sektörün marka değerine pozitif katkı sunmak ve ihracatını artırmak için kararlı bir şekilde çalışmaya devam etmektedir.”

www.eib.org.tr

MICAM⁹⁷
M I L A N O

The world's leading
international
footwear trade fair

MICAM MAG
A STEP AHEAD



←
A new magazine
is live now
scan the QR code
& discover more

MICAM Milano 97
FW 2024–2025 collections

February 18–21, 2024
fieramilano (Rho)

→
scan the QR code
& discover more



#micam
#micamag
themicam.com



Supported by
madeinitaly.gov



BRINGING
 TR E N D S
 TOGETHER



13 - 16
 JAN 2024



exporivaschuh
 & gardabags
 the fair that moves the world

15 - 18
 JUN 2024



Organized by



RIVA DEL GARDA EXHIBITION CENTER
 INFO@EXPORIVASCHUH.IT



MEET THE FOOTWEAR
 COMMUNITY
 IN RIVA DEL GARDA
 SCAN THE CODE AND GET YOUR
 ENTRANCE TICKET



#exporivaschuh #gardabags



DEICHMANN

DOSENBACH

OCHSNER
SHOES

OCHSNER
SPORT

snipes



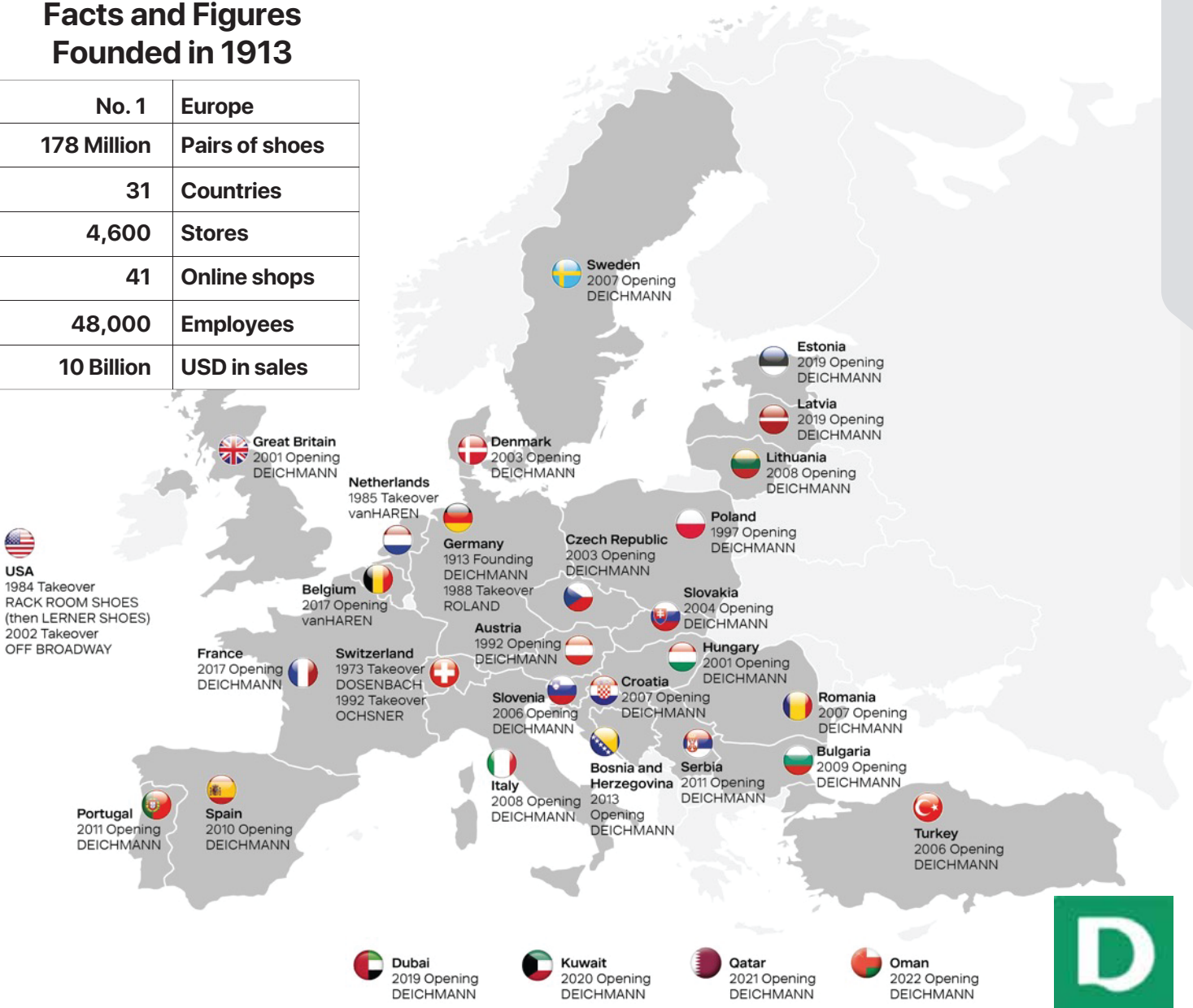
solebox

RACK ROOM SHOES

MYSHOES

Facts and Figures Founded in 1913

No. 1	Europe
178 Million	Pairs of shoes
31	Countries
4,600	Stores
41	Online shops
48,000	Employees
10 Billion	USD in sales





LC Waikiki

everyone deserves to dress well

4 Continents, 63 Countries, 391 Cities

More than 1200 stores

More than 54.000 employee

Market leader in 23 Countries

 [FACEBOOK.COM/LCWAIKIKI](https://www.facebook.com/LCWAIKIKI)

 [INSTAGRAM.COM/LCWAIKIKI](https://www.instagram.com/LCWAIKIKI)



AKFORM' un uzmanlık alanı, basit gibi görünen ancak çok kompleks bir yapıya sahip olan iç tabanlardır. 1999 yılında özel sünger iç tabanlarla sınırlı olan üretimimiz, bugün farklı yöntemlerle çok sayıda malzemenin şekillendirilmesi ile oluşan ürün yelpazemiz sayesinde ayakkabı sanayisine renk katacak düzeye gelmiştir. AKFORM, hem Türkiye'de hem de dünyada bir çok ayakkabı markasının başarısında rol oynayan gizli kahramandır. AKFORM üretim tesisi, Karabük Organize Sanayi Bölgesi'nde 18 dönümlük alan üzerinde 8.000 metrekare, tek kat kapalı alanda, son teknoloji makinelerle donatılmış modern bir tesis olarak sünger, ayakkabı, medikal, otomotiv, beyaz eşya gibi sektörlere üreterek sizlere hizmet vermektedir.

AKFORM olarak amacımız, markanızı hem yerel hem de evrensel trendlerin ötesine taşıyacak güçte, ihtiyaçlarınız doğrultusunda, bütünüyle size özel hizmet sunmaktır. Yenilikçi ve inovatif kimliğimizin bir yansıması olarak önceliğimiz, fikirlerinizi en hızlı şekilde anlayıp, analiz ederek, ihtiyaçlarınızı karşılayacak ürüne dönüştürebilmektir.

Günlük 60.000 çift P.U enjeksiyon, 40.000 çift özel sünger, 35.000 çift E.V.A – P.E. ve keçe iç taban üretim kapasitesine sahip olan tesislerimizde, ayrıca lateks laminasyon, alevli laminasyon, film laminasyon yöntemleri ile astarlık kumaş üretilmektedir. Akform üretim tesisleri, entegre tesisler olup, iç taban için ihtiyaç duyulan her prosesi kendi bünyesinde gerçekleştirmektedir. Tasarım aşamasından, kalıp yapımına, laminasyon işleminden, ürünün ihtiyaç duyduğu şekillendirme işlemine, ürün etiketlerinin üretiminden, iç taban uygulamasına kadar tüm prosesler ve kullanılan her tür ham madde AKFORM kalite kontrol süreçlerinden geçmektedir.

Ülkemizde ve dünyada, ayakkabı sanayisinde her geçen gün artan kaliteli ürün talebine destek olabilmek için, tesislerimizi değerli müşterilerimizin ihtiyaçları doğrultusunda şekillendirmek en büyük amacımız. Bu yüzden sizlerin ihtiyaçlarınız konusunda mutfağınız olmaya talibiz. Ayakkabı piyasası her geçen gün yeni fikirlere ve projelere ihtiyaç duyar hale gelmiştir. Devamlılık gösteren iş birliği ve bilgi paylaşımı ile başarılı projelere imza atmanın siz değerli müşterilerimizin desteği ile mümkün olacağı inancındayız. Bu nedenle yeni kataloğumuzda ürünlerimizi beğenilerinize sunmak, model çalışmalarınızda bir kaynak oluşturmak ve yeni modelleri keşfetmenize yardımcı olmak için AKFORM olarak daima hizmetinizdeyiz.

İletişim Bilgileri

Tel : +90 212 671 72 02 , Faks : +90 212 671 72 06

Akform Ayakkabı ve Tekstil San. Tic. Ltd. Şti İkitelli OSB, Bedrettin Dalan Cad. Aykosan Koop.
2.Kısım 10.Ada C Blok 34490 Başakşehir / İSTANBUL

www.akform.com.tr



LiG®



İstanbul, Türkiye'de kurulan LiG, 1982'deki kuruluşundan bu yana futbol ayakkabı dünyasının önde gelen isimlerinden biri olmuştur. Kalite ve yeniliğe olan sarsılmaz bağlılığıyla tanınan LiG, hem profesyonel hem de amatör futbolcuların güvenini ve takdirini kazanmıştır. Türkiye'deki birçok profesyonel futbolcunun altyapılarında LiG kramponları giyerek büyümüş olması, markanın yerel futbol dünyasındaki köklü varlığını kanıtlamaktadır.

LiG'i diğerlerinden ayıran, futbol sektörüne hizmet etme konusundaki zengin mirası ve sürekli mükemmellik arayışıdır. Şirketin entegre tesisi yalnızca son teknoloji taban üniteleri ve kalıplar üretmekle kalmıyor, aynı zamanda son derece dayanıklı ve sağlam futbol kramponları yaratmak için en son teknolojiyi de kullanıyor. LiG'nin kalite ve performansa olan bağlılığı onu futbol meraklıları arasında bir isim haline getirmiştir ve ürünleri sahadaki dayanıklılık ve uzun ömürlülük ile eşanlamlıdır. LiG'in mirası, 9 farklı ülkede büyüyen uluslararası varlığı ile Türkiye sınırlarının ötesine uzanıyor. Dünya çapında sporcuların ve profesyonellerin tercihi olan LiG, futbol ayakkabısının geleceğini şekillendirmeye devam ediyor.

"LiG, Türk futbolunun tabanından küresel sahneye kadar, performans ve dayanıklılıkta en iyisini talep edenler için tercih edilen marka olmaya devam ediyor.

İletişim Bilgileri

Tel : +90 212 672 06 72 , Faks : +90 212 672 02 38

Selahaddin Eyyubi mah. 1612 sok. No:11-17 Esenyurt - İstanbul / E-posta: info@lig.com.tr

www.lig.com.tr



7. DÜNYA AYAKKABI KONGRESİ
SONUÇ RAPORU



Deri ve deri mamulleri ihracatının itici gücü ayakkabı sektörünün 'Butik' fuarı olan Ayakkabı Moda Saracıye Fuarı Eksposhoes gerek katılımcı profili gerekse nitelikli yabancı alıcı prensibi ile üretim ve ihracat odaklı çalışan ayakkabı sektörünün markalaşmış fuarları arasında yer alıyor. Yılda iki kez düzenlenen ve 100'e yakın üreticinin katıldığı fuarı Arnavutluk, Azerbaycan, Avusturya, Bulgaristan, Beyaz Rusya, Gürcistan, İtalya, Karadağ, Kazakistan, Kırgızistan, Kosova, Litvanya, Lübnan, Macaristan, Moldova, Özbekistan, Polonya, Romanya, Rusya, Sırbistan, Slovakya ve Türkmenistan olmak üzere toplam 45 ülkeden sektör profesyonelleri ve alıcılar ziyaret etmekte.

Bu yıl 15'incisi düzenlenen fuarı 700'e yakın yabancı ziyaret ederek Türk ayakkabı üreticileri ile ikili iş ilişkileri ileriye taşındı. EKS Fuarcılık Yönetimine göre ayakkabı ihracatını sürdürülebilir kılmak, üretici firmaların daha fazla ihracat pazarlarına ulaşmasına köprü olmak, alternatif ihracat pazarlarının sektöre kazandırılmasını sağlamak, en önemlisi de ayakkabı sektörünün Türkiye'nin toplam ihracatına aralıksız katkı vermesine destek olmak Eksposhoes'un başlıca var olma nedenleri arasında yer alıyor.

İletişim Bilgileri

Tel : +90 212 671 10 46 , Faks : +90 212 671 10 47

İ.O.S.B Bedrettin Dalan Bulvarı Aykosan Ayakkabıcılar San. Sit. Çarşı Blok No:304 İkitelli-Başakşehir/İstanbul TÜRKİYE

www.eksposhoes.com



Ontur TRAVEL, 2012 yılından bu yana turizm sektöründe yer alan, İstanbul merkezli ve TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği) üyesi olarak, müşterilerin seyahat ihtiyaçlarına da hizmet veren geniş portföye sahip bir seyahat acentasıdır ve zengin firma portföyüyle her geçen gün genişlemeye devam etmektedir. Firmamız fuarlara katılan ve ziyaret eden çeşitli firmalara paket turlar düzenlemektedir.

Paket tur hizmeti verdiğimiz fuarlardan bazıları şunlardır:

(MICAM-Milano, Expo Riva Schuh-Riva Del Garda, Kanton Fuarı – Guangzhou - Euroshoes – Moskova, Diflex -Dubai, Ruplast – Moskova)

Ülkemizde düzenlenen AYMOD - İstanbul Ayakkabı Fuarı ve EKSPOSHUES Antalya fuarlarına satın alma heyetleri ve yerel hizmetler ile destek vermekteyiz. Hizmetlerimize dahil olanlar; Uçuş bileti, Vize Danışmanlık Hizmetleri, Otel ve Paket tur rezervasyonları, Yurt içi ve Yurt dışı transfer ve araç kiralama hizmetleri

İletişim Bilgileri

Tel : +90 507 276 68 87

Gülbahar Mah. Avni Dilligil Sok. No:7 Çelik İş Merkezi C Blok D:13 ŞİŞLİ/İSTANBUL

www.onturtravel.com





LA PINTA®

SABİR AYAKKABI



Firma olarak amacımız toptan ayakkabı sektöründe çağdaş bir anlayışa sahip olabilmek için etkin, yenilikçi ve ilerici bir çalışma politikasına sahip olmaktır. Yıllar geçtikçe faaliyetlerimiz, ayakkabı tedariki ve tasarımında lider bir şirket olmamızı sağladı. Bununla birlikte "LP ATELIER" adı altında özel bir koleksiyon oluşturarak tecrübelerimizi hayata geçirmek için 2019 yılı sonunda kendi atölyemizi kurduk. Şu anda toptancı ve üretici olarak aynı anda faaliyetimize devam etmekteyiz. Bu doğrultuda EXPORIVASCHUH, MICAM, AYMOD, EKSPOSHoes vb. uluslararası ve yurt içi fuarlara düzenli olarak katılıyoruz. LA PINTA olarak her sezona özel koleksiyonlar sunuyoruz. Ürün yelpazemizin çoğunu, günlük ayakkabı, bot, sandalet, terlik, topuklu ayakkabı, platform, topuklu ayakkabı, spor ayakkabı vb. oluşturmaktadır. Ayrıca ürünler üzerinde özel tasarım, özel etiket, ambalaj vb. gibi özelleştirmeler yapılabilmektedir.

İletişim Bilgileri

Tel : +90 212 670 11 70 , Faks : +90 212 670 11 73

İkitelli OSB Mah. Heskoop E Blok Sk Heskoop E Blok No:19 Başakşehir, İSTANBUL, TURKEY

www.lapintashoes.com



7. DÜNYA AYAKKABI KONGRESİ
SONUÇ RAPORU



Pames A.Ş., kurulduğu günden bu yana sürekli büyüyerek bugün Avrupa'nın en büyük ayakkabı üretim tesisine sahip durumdadır. 1987 yılında Zeytinburnu'nda sadece 125 metrekarelik bir alanda kurulan firma, şu anda Esenyurt'taki 44 bin metrekarelik modern fabrikasında faaliyet göstermektedir. Pames A.Ş., Türkiye genelinde 2 bin 500 satış noktasında ve www.mp.com.tr alışveriş sitesinde M.P, M.P ONE ve M.P PREMIUM gibi kendi markalarıyla sektörde önde gelen bir konuma sahiptir.

Firmanın başarısı sadece Türkiye ile sınırlı kalmamış, aynı zamanda birçok ülkeye de ihracat yapmaktadır. Pames A.Ş., AR-GE çalışmalarına verdiği önemle birlikte üretim kapasitesini sürekli olarak artırmaktadır. Doğru kalite anlayışı ve rekabetçi fiyat politikasıyla sektörde fark yaratmaya devam eden Pames A.Ş., müşteri memnuniyetini her zaman en ön planda tutmaktadır.

İletişim Bilgileri

Tel : +90 212 412 50 00, GSM: 0 533 304 01 21

Selahaddin Eyyubi Mah. Uğur Mumcu Cad. No.31 Pames Plaza Esenyurt / İstanbul

www.mp.com.tr





Geçmişten günümüze kadar deri ve ayakkabı sektörlerinde müşterilerine kusursuz hizmet anlayışıyla hizmet veren YAZGANLAR DERİ VE TEKSTİL MAKİNALARI LTD. ŞTİ , son yıllarda göstermiş olduğu özveri ve yenilik sonucu VINLEX markası ile ayakkabı ve deri sektöründe TÜRKİYE ve komşu ülkelerde hem satış adeti olarak hem de müşteri memnuniyeti açısından 1 numara olmuştur. YAZGANLAR , bu gururla gelecekte , ayakkabı ve deri sektörü için her zaman en yüksek kaliteyi en iyi fiyata müşterilerine sunmaya devam edecektir.

İletişim Bilgileri

Tel : +90 212 526 48 26 - +90 212 527 55 78

Atatürk Bulvarı Hacı Kadın Mahallesi İmç 2.Blok No : 2312 - 2313 Unkapanı - Fatih - İstanbul

www.taking.com.tr / www.vinlex.com.tr



7. DÜNYA AYAKKABI KONGRESİ
SONUÇ RAPORU



İSTANBUL / TÜRKİYE



PLOYDİV / BULGAR

DENLAKS'ın 1974 yılındaki kuruluşundan bu yana, ana odak noktamız en iyi şekilde profesyonel hizmet ve kişisel dürüstlük yoluyla müşteri memnuniyetine, kaliteye, insana ve çevreye bağlılık olarak tanımlanabilir.

Yaklaşık 50 yıllık geçmişi olan aile şirketi, İstanbul ve Avrupa'da bulunan 18.000 m²'lik modern tesisleri ile sürekli olarak gelişmektedir.

DENLAKS markamız yanı sıra, DENLAKS UZIN, RIBOND, GALLUS, FALCONI ve EUROCOLLA markalarımız ile ayakkabı, ağaç işleme, inşaat, tekstil, kağıt ve ambalaj, yatak-döşeme, doğal taş-mermer, taşımacılık ve filtre sektörlerine özel formüle ettiğimiz ürünlerimizle müşteri memnuniyeti odaklı çalışıyoruz. Dünya çapında 42 farklı ülkede 1.200 müşteriye, satış ve satış sonrası faaliyetlerde Ar-Ge laboratuvarları, pazarlama-satış ekibi ve teknik danışmanlarıyla en verimli ve etkin hizmeti sunmak için sürekli bir çaba sarf edilmektedir.

İletişim Bilgileri

Tel : +90 212 422 11 00

Cihangir Mah. Güvercin Cd. No:11, Avcılar, İstanbul / E-posta: info@denlaks.com

www.denlaks.com





BAYRAK EBT TABAN



- 1994 YILINDA KURULDU
- %100 YERLİ SERMAYE
- MERKEZİ İSTANBUL ,TÜRKİYE
- 200 DEN FAZLA ÇALIŞAN
- 500' DEN FAZLA MODEL
- GÜNLÜK 22.500 ÇİFT ÜRETİM KAPASİTESİ

- 16.000 çift tek renk , 4.000 çift alt parçalı
- ÖNCÜ FİRMA
- KURULDUĞU GÜNDEN BERİ 6 MİLYON \$'LIK KALIP VE 2 MİLYON \$' LİK MAKİNE YATIRIMI
- BORSA İSTANBUL' DA İŞLEM GÖRMEKTEDİR

İletişim Bilgileri

Tel : +90 0212 886 46 70 | 0212 417 24 08

Adnan Kahveci Mahallesi, Çalışlar Caddesi No:24 - PK:34528 Beylikdüzü / İstanbul / E-posta: info@bayrakebt.com.tr

www.bayrakebt.com.tr





HAMMERJACK



Temelleri 1925 yılında Gaziantep'te Mehmet Ali Urgan tarafından kurulan 3,5 metrekarelik küçük bir yemeni dükkanıyla atılan ve marka olarak ileri teknolojiyle ürettiğimiz ayakkabılarla her mevsime özel geniş ürün gamımızı müşterilerle buluşturuyoruz. Ayakkabı atölyesinde başlayan üretim yolculuğumuzu 1970 yılında kurulan fabrikamızla ileri taşıırken 1980 yılından itibaren ise İstanbul'da büyümeye karar verip üretimi önce Bayrampaşa, sonra Merter ve son olarak da Hadımköy'e taşındık. 2006 yılında büyük bir atılımla markalaşma yolunda çalışmalarımızı hızlandırırken bugün geldiğimiz noktada 750 bayi, 1250 satış noktası ve 600 çalışanla hizmet vermekteyiz. Türkiye'de en ileri teknolojiyle donatılmış entegre üretim tesislerine sahip markaların başında gelirken pazara outdoor, erkek, kadın, çocuk ayakkabı ve botlar ile tamamlayıcı aksesuarlar sunuyoruz. Seçkin lokasyonlarda ve AVM'lerde bulunan 9 mağazamızın yanı sıra 15 bin metrekarelik modern iki fabrika binasında faaliyet gösteren bir marka olarak üretimimizin yüzde 40'ını 25 ülkeye ihracat ediyoruz.

İletişim Bilgileri

Tel : +90 850 888 19 25

Akçaburgaz Mah. Akçaburgaz Cad. No: 28 Esenyurt - Kiraç / İSTANBUL / TÜRKİYE / E-posta: iletisim@hammerjack.com

www.hammerjack.com



PRO LAB



Prolab İstanbul ve Şanlıurfa olmak üzere, iki üretim tesisi olarak ayrılmıştır. Modern makinelerle donatılan üretim birimleri, Dünyaca ünlü markaların spor ayakkabı üretimini gerçekleştiren 650 çalışanı bulunuyor.

İnovasyon ve Teknoloji, Kalite, Müşteri Memnuniyeti, Sürdürülebilirlik, Küresel Liderlik, Topluma Katkı, Ekip Çalışması, Etik Davranış değerlerine sahip Prolab hızla büyümeye devam ediyor.

İletişim Bilgileri

Akçaburgaz Mah. Muhsin Yazıcıoğlu Cad Akter 5 İş Merkezi No:3, 34538 Esenyurt/İstanbul



LESCON; spor giyim, ayakkabı ve ekipmanı konusunda dünya standartlarında sunduğu kalitesi ve geniş ürün yelpazesıyla sektördeki öncü firmalardan biridir. Başta futbol, koşu, basketbol ve indoor sporları olmak üzere tüm spor branşlarında amatör ve profesyonel sporculara hizmet vermekle birlikte günlük kullanıma uygun ürünleriyle de stil ve performansı birleştirmek isteyen herkese hitap etmektedir.

Toptan, perakende ve online satış kanallarıyla Türkiye'nin yanı sıra uluslararası platformda da yerini sağlamlaştırmaya devam eden LESCON, Türkiye'nin ilk ve tek aktif spor markası olarak edindiği tecrübe ve sorumlulukla hedeflerini büyütmeye devam etmektedir.



İletişim Bilgileri

Tel : +90 212 413 27 27

İkitelli OSB Mahallesi Hürriyet Bulvarı Deparko San. Sitesi, Deparko Sokak No :1-11 34306 Başakşehir / İstanbul

E-posta: info@lescon.com.tr

www.lescon.com.tr



BARIŞ KARDEŞLER DERİ

Her Türlü Deri Üretimi, Ayakkabılık, Çantalık, Saraciyelik, Kemerlik, Etiketlik, Yarma Süet, Keçi Süet, Dana Astar, Keçi Astar, Vidala Deri, Vejital Deri, Finisajlı Deri. Alım, Satım, İtaalat Ve İhracatı

Barış Kardeşler Deri 2013 yılından günümüze kadar yıllar içerisinde farklılık göstererek ürün çeşitlerini genişletip daima kalite ve prensipli çalışmayı ön planda tutarak hizmetlerine devam etmektedir.

Barış Kardeşler Deri olarak geniş makine parkurumuz ve ileri teknoloji üretim ile tamamen kendi bünyemizde ürünlerimizin imalatını tamamlıyoruz. Müşteri odaklılığı tüm çalışmalarımıza yayarak müşterilerimizin memnuniyetini en üst seviyeye taşıyarak beklentilerini önceden tahmin ederek beklenen kaliteyi yerinde müdahale ile çözüm üretiyoruz.

İletişim Bilgileri

Tel : +90 212 549 02 82 / 212 637 78 91

Ziya Gökalp Mah.Aymakoop Sosyal Tesis Sk.Aymakoop Ayakkabıcılar San Sitesi Yeni Ticaret Merkezi No : 41
Başakşehir/İstanbul

www.bariskardeslerderi.com





CABANI

SHOES

Doğru Yolda Yürümek İçin;

Burada çoğu marka gibi, klasik küçük bir atölyeden, günlük binlerce çift ayakkabı üretimine ve dünya devleri ile yarışan marka gibi klasik bir hikaye ile başlamak istemiyoruz. Her ne kadar hikayemizin içinde böyle bir başlangıç olsada.

Cabani olarak biz; değişimi marka DNA'mızın içine entegre ettik. Yeni dünyanın her geçen gün değişen trendlerine ayak uydurabilmek, hatta onları yaratan marka olmak için, yarını ve geleceği kucaklıyoruz. Yüz yıllardır üretim yapan, biz en eskisiyiz diyenlere biz de "Yeniyiz" diyoruz. Onlar gibi eski olmaya yada geleneksel olmaya çalışmıyoruz.Yeni ve farklı olanı arıyoruz. Dünyanın bilgisine hiç olmadığı kadar hızlı erişebildiğimiz günümüzde, bugün rahat ve trend ayakkabı üretebilmek için, dünyadaki tüm gelişmeleri bizzat yerinde ve yakından takip etmeye çalışıyoruz.Arge çalışmalarımız içinde, bilim insanlarından rahat ve konforlu ayakkabı üretmek için destek alıyoruz. Bu nedenle 2019'da GELAX / Pedigel teknolojisini tüm ayakkabı modellerimize entegre etmeye başladık. Şehirli ve çalışan insanın tüm ihtiyaçlarını incelediğimiz Arge departmanımızda kullanıcı senaryolarına en ince detayına kadar çalışıyoruz. Kaç saat ayakta kalırız, bilek ve ayak anatomisi, kaliteli nefes alan malzemenin avantajları gibi bir çok konuda çalışmalarımız her geçen gün mesafe kat ediyor.

Sosyal medya ve iletişim ekibimiz, yeni trendleri anında markamıza entegre ederek, bizi tercih eden tüketicilerimizi en yeni modeller ile buluşturuyoruz. Bazen tasarımda dünyaca ünlü tasarımcılar ile, bazen de sosyal medyada yer alan fenomenler ile birlikte koleksiyonlarımızdaki moda çizgisini belirliyoruz. Hızlı moda kavramını benimseyen ve artık sadece sezona göre ayakkabı üretmeyen markamız, çeşitli dönemlerde onlarca yeni modeli koleksiyonuna dahil ediyor. İkinci nesil olarak biz, gelenekseli değil, değişimi ve yeniliği kucaklıyoruz. Amacımız sadece ihtiyacı karşılamak değil, inovasyon ve trend yaklaşımlar ile sizi farklı kılacak, sizi önemseyen bir marka inşa etmek. Cabani gelecekte size sadece ayakkabı satan bir markadan daha fazlası olmak istiyor. Sizi ve iş yaşamınızı düşünen ve buna göre size ürünler sunan, trend tasarımları ile kişiliğinizi yansıtabileceğiniz ürünler üreten, sosyal ve toplumsal meselelerde hassas, sorumlu ve bilinçli, hayvan haklarına ve onların yaşam mücadelelerinde destekçi olan bir marka olarak tüketicisinin yanında olmak istiyor.

Çünkü şunu çok iyi biliyoruz ki, her ne kadar 1983 de Gedikpaşada 50 çift ayakkabıdan, 10.000m2 lik modern binasında 41 ülkeye ayakkabı üreten bir marka da olsak, bu hikaye bizi tercih etmeniz için yeterli olmaz. Bizi tercih etmeniz için, hikayenin içine dahil olabilmelisiniz, markayı her an yanınızda hissetmeli, ona önerilerde bulunabilmeli, hatta ürün tasarlamalı, kampanya fikirleri vermeli ve sizi düşündüğünü bilmelisiniz. İşte bu yüzden doğru yolda yürüyebilmek için gelin birlikte yürüyelim.

İletişim Bilgileri

Tel : +90 850 242 22 20

Cabani İş Merkezi No: 82 Kat: 1 İkitelli Organize San. Bölgesi Atatürk Bulvarı İkitelli-Başakşehir-İstanbul

E-posta: info@cabani.com.tr

www.cabani.com.tr



Gamelu, dünyanın en eski dillerinden biri olan Baskça'dan günümüze kadar gelen özel bir kelime ve deve anlamına geliyor. Devenin, tarihin en eski zamanlarından beri ticari kervanları birbirine bağlayan, dayanıklı bir hayvan olduğu biliniyor. Keskin duyuları ile çevreye ayak uyduran, gece gündüz her sıcaklıkta sağlamlığı ile bilinen bu özel hayvan; üretim sürecimizde benimsediğimiz tüm kriterlerde bize ilham veriyor.

Moda ve ayakkabı sektöründeki dayanıklılığımız, çağa ayak uyduran bakış açımız ve öncü tasarım anlayışımızla Gamelu severlere "Walk the line" diye sesleniyoruz ve onları sınırları aşmaya davet ediyoruz.

1995 yılından bu yana sürekli üretime devam ettiğimiz atölyemizden Türkiye'nin ve Dünya'nın 500'den fazla satış noktasına ulaşan ürünlerimizle sizleri de hikayemize ortak ediyoruz. Global e-ticaret ağıımız, kalitemiz ve inovatif tasarımlarımızla fark yaratıyoruz.

Kendinizi Gamelu'nun imza tasarımlarına bırakın, fark yaratın.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Dünyanın doğal kaynaklarını tüketmeden üretiyoruz!

Ortak ve mutlu bir gelecek için dünyayı hep beraber koruyoruz. Gamelu Ailesi olarak tekstil ürünlerimizde geri dönüştürülebilir malzemeler kullanıyoruz. Üretim sürecinde kullanılan atıl hammaddeleri geri dönüşüm tesislerine ulaştırıyoruz.

2033 yılına kadar ürünlerimizin %40'ını geri dönüştürülebilir malzemelerden, %60'ını organik hammaddelerden üretmeyi hedefliyoruz.

İletişim Bilgileri

Metal İş Sanayi Sitesi 10. Blok No: 43-45 Başakşehir - İstanbul

E-posta: info@gamelu.com.tr

www.gamelu.com.tr



İlkemiz; kalitede sürekliliği sağlamaktır

1993 yılında Fikret Şerafettinoğlu tarafından kurulan Macro Ayakkabı ve Otel. Tur. San. ve Tic. A.Ş sektöründe her zaman bir adım önde olmayı başaran. uzman tasarımcı ve deneyimli kadrosuyla, oluşturduğu Scooter markası ile dünya kalite standartlarında üretilen ayakkabıları uygun fiyata alma olanağı sağlarken, tüketicilerden gelen yoğun isteklere paralel olarak su geçirmeyen ve ayağın nefes almasına sağlayan Watertight teknolojisini de tüketicilerin beğenisine sunuyor.

Merkezi İstanbul'da bulunan 16.000 m2 alana sahip fabrikamızda yıllık ortalama 1 Milyon adet ayakkabı üretimi yapılmakta olup, 2021 Yılı itibari ile Türkiye'de 600 satış noktası ve markanın resmi online satış sitesi scooter.com.tr aracılığı ile tasarımlarını müşterileri ile buluşturuyor.

Macro Ayakkabı ve Otel. Tur. San. ve Tic. A.Ş ayakkabı sektörünün yanında Turizm alanında da yatırımlar yapmış olup, yüksek konforun Mahmutbey İstanbul'daki adresi Clarion Hotel İstanbul Mahmutbey, Otelini 2016 Yılında hizmete açmıştır. Business konseptiyle iş konaklamalarında olduğu kadar, 5 yıldızlı konaklama seçenekleriyle diğer misafirleri için de çok özel ayrıcalıklar vadeden ve İstanbul'un kalbinin attığı noktada yer alan ve hem şehir içinden hem de yurt dışından ulaşım için son derece ideal bir konumda bulunan otelimiz, İstanbul Havalimanı'na 33 km. mesafede konuklarını ağırlıyor.

İletişim Bilgileri

Tel : +90 212 858 02 12 Pbx

Akçaburgaz Mh. 1573 Sk. No:4 34522 Esenyurt - İstanbul - Turkey

E-posta: scooter@macro.com.tr

www.macro.com.tr



Bueno ayakkabı bir Türk markası olarak dünyanın dört bir yanında kaliteli ve özgün tasarımları ile hizmet vermektedir.

1950'li yıllarda ayakkabı sektörüne adım atan firmamız, ayakkabı, bot, sandalet, terlik, çanta ve aksesuar ürünlerini %100 deri kullanarak bueno markası ile tüm dünyanın beğenisine sunmaktadır.

Bueno markası Türkiye dışında, İtalya, Fransa, Kanada, Amerika, Avusturya, İspanya, Hong Kong, Güney Kore, Çin, Güney Afrika, Almanya, Slovenya, Sırbistan, Belçika, Hollanda, Yunanistan, Ukrayna ve Rusya başta olmak üzere toplam 45 ülkeye ihracat yapmaktadır.

Bueno Ayakkabı, son 5 yıldır, deri ürünleri kategorisinde Ticaret Bakanlığı ve Türkiye İhracatçılar Meclisi tarafından verilen, "İhracatta Fark Yaratan Firmalar" ödül kategorisinde 'En Prestijli Ödül' olan PLATİN ödülüne sahiptir.

Amacımız; yerli, kaliteli ve gerçek deri kullanılarak üretilen ürünlerimize herkesin kolaylıkla ulaşabilmesidir.

"HER ADIMDA ÖZGÜRCE" hareket etmek herkesin hakkı!

www.buenoshoes.com.tr



TWIGY

1988 yılında kurulan Terteks'in ürünleri, Türkiye'de 25 TWIGY mağazası, zincir mağazalar aracılığı ile yaklaşık 1200 satış noktası ve internet satış kanalları ile tüketiciyle buluşmaktadır.

Terteks, De Fonseca ev ve plaj grubu; Brezilya markaları olan Rider, Grenda, İpanema, Zaxy terlik ve ayakkabılarının Türkiye'deki tek yetkili dağıtıcısıdır. Terteks kendi markası olan "Twigy" terlik ve ayakkabıları ile "Twigy Taraftar" terlik ve çocuk ayakkabıları için yılda 2 koleksiyon hazırlayıp, satışa sunmaktadır.

İran, Rusya ve Ukrayna gibi komşu ülkelere ihracat yapmakta olan Terteks, Beşiktaş ve Fenerbahçe kulüplerinin lisanslı terlik üreticisidir.

TERTEKS, TWIGY markasıyla, 2003 yılında Beşiktaş Kulübü'nden "En Başarılı Lisansiyeye Ödülü", 2004 yılında Ekonomist Dergisinin düzenlediği "Mor İnek Farklılaşma Ödülü" ayrıca farklı ve yaratıcı olarak kabul edilen pazarlama kampanyaları ilgili olarak da "Effie Ödülü" ne layık görülmüştür.

İletişim Bilgileri

Tel : +90 212 212 13 04

Fulya Mehmetçik Cad. No: 64/B 34394 Mecidiyeköy /İstanbul /Türkiye

E-posta: bilgi@twigy.com

www.twigy.com



INTRODUCING VESBA, THE ESTEEMED SHOE COMPANY DRIVEN BY A RELENTLESS PASSION FOR CRAFTSMANSHIP AND INNOVATION.

WITHIN VESBA LIES HUD'S, A BRAND THAT REPRESENTS THE EPITOME OF STYLE AND QUALITY. FOUNDED IN ISTANBUL IN 1955, VESBA IS A FAMILY COMPANY THAT CHERISHES LOVE AND RESPECT, VALUES THAT HAVE SHAPED OUR ENDURING LEGACY.

WE ARE PROUD TO COLLABORATE WITH +500 STORES OVER 25+ COUNTRIES WORLDWIDE. WITH OUR 5500M², 3-FLOOR PRODUCTION FACILITY, WE HAVE THE CAPACITY TO PRODUCE 150K SHOES ANNUALLY.

VESBA STANDS AS A SYMBOL OF CRAFTSMANSHIP AND EXCELLENCE, CRAFTING SHOES THAT REFLECT OUR UNWAVERING ATTENTION TO DETAIL. OUR COMMITMENT TO RESEARCH AND DEVELOPMENT FUELS THE CREATION OF COUNTLESS UNIQUE AND DISTINCTIVE SHOE MODELS EACH SEASON, ENABLING US TO MAKE A LASTING IMPACT IN THE GLOBAL MARKETPLACE.

DRAWING STRENGTH FROM OUR THREE GENERATIONS OF METICULOUS CRAFTSMANSHIP, PRECISE PRODUCTION ATTITUDE, AND AN UNWAVERING DEDICATION TO UNCOMPROMISING QUALITY, WE CONTINUE TO ELEVATE THE STANDARDS OF EXCELLENCE. STEP INTO THE REALM OF VESBA AND HUD'S, WHERE HANDMADE MASTERY IN ISTANBUL MEETS TIMELESS SOPHISTICATION. AS WE CONTINUE TO PUSH BOUNDARIES, WE INVITE YOU TO BE PART OF THE EXCITING JOURNEY AND CREATE UNFORGETTABLE STORIES TOGETHER.

CONTACT US

WEBSITE

www.vesba.com.tr

ADDRESS

AYMAKOOP SANAYI SITESI
B-9 KAT 2, 34306 ISTANBUL

E-MAIL

sales@vesba.com.tr



+90 545 345 46 25



YDS asker ve güvenlik alanında, teknik bot, ayakkabı ve tekstil başta olmak üzere balistik gözlük, saraciye ve çadır gibi ürünlerin dünya standartlarında üretimini yapan bir Türk firmasıdır. Ankara'da 100.000 m2 alan üzerinde bulunan tesislerinde, dünyadaki en son teknolojileri bünyesinde barındıran YDS, yıllık 6 milyon çiftlik teknik bot üretimiyle sektörünün lideridir. Türkiye'nin ilk 500 firması içerisinde yer alan YDS, bu listeye giren sektöründeki tek firma konumundadır. YDS, yenilikçi bakış açısıyla teknik tekstil ürünleri üretiminde son yıllarda ürün gamını genişleterek Asker, Polis ve Outdoor ihtiyaçlarına yeni çözümler sunmaya başlamıştır. Uzun yıllardır ürettiği üniforma, soğuk iklim parka-pantolon, sırt çantası, mühimmat ve balistik yeleği, uyku tulumu, panço, çadır gibi her türlü tekstil ihtiyaçlarını sürekli geliştirerek dünya çapında karşılamayı hedeflemektedir.

YDS, 2003 yılında bünyesine kattığı Goliath markası ve ekibiyle İngiltere'nin, teknik ayakkabı/bot alanında en önemli tedarikçilerinden biri olmuştur. EN ISO 20345 /20347, ISO 9001, OHSAS 18001 gibi uluslararası belgelere sahip YDS ürünlerini Türkiye pazarının dışında, başta İngiltere, Danimarka, Umman, Ürdün, Suudi Arabistan, Katar, Fransa, İtalya, İspanya, Portekiz, Moğolistan, Kırgızistan, Kazakistan, Gürcistan, Azerbaycan, Birleşik Arap Emirlikleri, Lübnan olmak üzere yaklaşık 55 ülkeye ihraç etmektedir.

YDS, İngiliz Savunma Bakanlığı tarafından açılan dünyanın ciro bazında en büyük bot ihalesini kazanarak İngiliz ordusunun teknik botlarını üretmektedir. YDS, bünyesinde, Uluslararası Ayakkabı Teknolojisi ve Test Merkezi SATRA tarafından akredite edilmiş, Teknoteks Laboratuvarına sahiptir. Kullanılan hammadde ve malzemeler ile üretilen ürünlerin kalite kontrolü, fiziksel ve kimyasal metotlarla istenilen teknik şartnamelere, Avrupa ve NATO normlarına uygunluğu düzenli ve sürekli olarak test edilmektedir. Dünyanın en fazla tercih edilen teknik bot ve tekstil markası olma yolculuğumuzda bizim için ZOR YOK!

İletişim Bilgileri

Tel : +90 850 840 0384

Havalimanı Yolu Üzeri 20.km 06750 Akyurt - Ankara - Türkiye

www.ydsshop.com





GELECEĞİ YENİDEN ŞEKİLLENDİRMEK

7. DÜNYA AYAKKABI KONGRESİ
SONUÇ RAPORU

2023

07 - 09 KASIM ISTANBUL

www.wfc2023istanbul.com

