

Açık Havadaki haberler

YIL: 11 SAYI: 65

2 AYDA 1 YAYINLANIR. AÇIKHAVA REKLAMCILARI DERNEĞİ BÜLTENİDİR. ÜCRETSİZDİR.

EYLÜL 2019



Türkiye Endüstriyel Reklam Ürünleri Sektörü'nün İlk Genel Değerlendirme Raporu Yayınlandı

deniz

GÜCÜMÜZÜ
HISSEDİN



DİSTRİBÜTÖRLÜKLERİMİZ

FLEXFACE

KAPLAMA
GERME VİNİLERİ

FLEXMED

LAMİNE GERME VİNİLERİ, MESH, FOLYOLAR,
LAMİNASYONLAR, OWV, KUMLAMA FOLYOSU,
YER GRAFİKLERİ, DURATRANS

A
ARLON

KURUMSAL KİMLİK ÇALIŞMALARINA YÖNELİK,
GARANTİLİ BASKI VE RENKLİ KEŞİM FOLYOLARI

WONPOONG

TABELALIK
GERME VİNİLERİ

HEXIS

ARAÇ RENK DEĞİŞİM VE KURUMSAL KİMLİK
ÇALIŞMALARINA YÖNELİK, GARANTİLİ BASKI
VE RENKLİ KEŞİM FOLYOLARI

DECLAM

LAMİNASYON VE ULTRA
ŞEFFAF CAM FİLMERİ

Riflütiv
Windows Film

MİMARİ VE OTOMOTİV
CAM FİLMERİ

LG Hausys
sign & graphic materials

İÇ MEKAN DEKORASYON FOLYOLARI
VE KURUMSAL KİMLİK ÜRÜNLERİ

REMİFOL
DIGITAL PRINTING MEDIA

EKONOMİK BASKILIK
VE KEŞİM FOLYOLARI

DENİZ REKLAM TANITIM VE DIŞ TİCARET ANONİM ŞİRKETİ

Ayazağa Mahallesi, Cendere Caddesi, Çakırlar Sokak No:21 Sarıyer/İstanbul /TÜRKİYE
Tel: +90 212 222 83 30 - Fax: +90 212 221 69 46

Değerli Meslektaşlarım

Ahmet ÖZDEMİREL
Açık hava Reklamcılar Derneği
Başkan

ahmet.ozdemirel@duygureklam.com



Büyük Önder M. Kemal ATATÜRK ve silah arkadaşları tarafından 4 Eylül 1919'da gerçekleştirilen Sivas Kongresi, manda ve himaye fikrinin reddedilerek, ulusal bağımsızlık düşüncesinin benimsendiği, Ulusal Kurtuluş Mücadelesi'ne ışık tutacak kararların alındığı, Türkiye Cumhuriyeti'nin temellerinin atıldığı, tarihi bir kongreydi. Bu tarihi kongrenin 100. yıldönümünde Sivas'ta meslektaşlarımızla bir araya gelmek muhakkak ki çok anlamlıydı.

Genç ARED Başkanımız ve Yönetim Kurulu'nun da yanımızda olması ayrı bir mutluluk kaynağıydı. Sivas toplantımızın ilk göze çarpanı muhakkak ki misafirperverlikleriydi. Çevre il ve ilçelerden gelen meslektaşlarımızın etkisiyle geniş bir katılımın gerçekleştirildiği toplantımız, interaktif biçimde geçen 'İş hayatında Düğüm Çözme' semineriyle başladı ve araç kaplama eğitimiyle devam etti.

Her zamanki gibi fırçadan gelen değerli ustalarımızın anıları bizleri geçmişe götürdü ve bizlere hoş anlar yaşattı. Kendilerine günün anlamını belirtir şiltlerini takdim ederken, unutulmamış olmalarının mutluluğu sanki yüzlerine yansıyor.

Genç ARED Başkanı ve Yönetim Kurulu olarak, Sivas İl Temsilcimiz öncülüğünde, Sivas Valisi Sayın Salih AYHAN'ı makamında ziyaret ederek ARED'i ve Sivas'ta bulunma nedenimizi anlattık, onlar da bize Sivas'ın tarihsel süreç içerisindeki öneminden bahsederek Sivas Kongresi'nin 100. Yıl etkinliklerinde reklamcı arkadaşların ortaya çıkarmış oldukları çalışmalarından ötürü teşekkür ettiler.

Belediye Başkanı Sayın Hilmi BİLGİN'i ziyaretimizde, sektördeki meslektaşlarımıza toplu işyeri için arsa tahsis edilmesi halinde kuracakları kooperatifle, kentte istihdamı arttırmaya yönelik girişimlerine yardımcı olmalarını istedik ve sözünü alarak ayrıldık. Sivas'tan ayrılırken meslektaşlarımızla 10 Ekim'de Malatya'da buluşmak üzere sözleştik.

Uzun yıllardır sektörümüzün rakamsal verilerine ulaşmak ve sektörümüzü bilimsel verilerle tanımlamak en önemli hedeflerimizden biriydi. İstanbul Ticaret Odası 30 No'lu Bilgi, İletişim ve Medya Meslek Komitesi, 2016 yılında düzenlediği Endüstriyel Reklam Sektörü toplantısında talep ettiğimiz konulardan biri de sektör araştırmasıydı. Komitenin desteğiyle gerçekleşen bu bilimsel raporun hazırlanması sürecinde, biz de sektörümüzün faaliyet alanlarını günümüz koşullarına göre tekrar güncelleme imkanı bulduk.

Bu rapor sayesinde birçok meslek dalını içinde bulunduran ve multidisipliner bir yapıya sahip olan sektörümüzün tanımlanması tabelacılıktan, endüstriyel reklam ürünleri sektörüne geçiş tarihçesi yazılırken, hem sektörümüzün rakamlarla ifade ediliyor olması sağlanmış oldu hem de büyük bir boşluk dolduruldu.

Akademisyenlerimizin titiz çalışmaları ile bir yıla yakın süren, uzun soluklu bu değerli bilimsel kaynağın lansmanını 5 Eylül 2019 tarihinde İstanbul Ticaret Odası'nda meslektaşlarımızın geniş katılımı ile gerçekleştirdik. Bu bilimsel kaynağın, bundan sonraki endüstriyel reklam ürünleri sektörünün önünü açacak ve gelişimine katkı sağlayacak olmasından ötürü tüm emeği geçen çalışmalara katkı koyan başta İstanbul Ticaret Odası'na ve Meslek Komitemize, İstanbul Düşünce Akademisi'ne, İstanbul Kalkınma Ajansı'na ve tabi ki ARED olarak kendimize çok teşekkür ediyorum.

Yaşamınızda sağlık, çalışmalarınızda başarılar.

Sevgi ve saygılarımla,

KÜNYE

YAYIN TÜRÜ

Yaygın Süreli Yayın / Ücretsizdir.

DERGİ ADI

Açık Havada Haberler

İMTİYAZ SAHİBİ

Açık Hava Reklamcılar Derneği adına
Kamil Halil Eligür

ADRES

Açık Hava Reklamcılar Derneği
Gazeteciler Sitesi Keskin Kalem Sk. No:35
Esentepe 34394 Şişli / İstanbul
Tel: 0 212 212 41 16

GENEL YAYIN YÖNETMENİ

İbrahim Demirseren

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Levent Olcayto

DERGİYİ HAZIRLAYANLAR

ARED Basın, Yayın ve Tanıtım
Çalışma Komitesi
Birol Fedai
Levent Olcayto
Şenay İpek
Nurseli Demir

SAYFA TASARIMI

M. Elçin Gırmaz

YÖNETİM YERİ

Açık Hava Reklamcılar Derneği
Gazeteciler Sitesi Keskin Kalem Sk. No:35
Esentepe 34394 Şişli / İstanbul
Tel: 0 212 212 41 16

BASIM YERİ

Etika Matbaa-Hakan Cırcır
Davutpaşa Cad. Emintaş
Davutpaşa Matbaacılar Sitesi No:103/495
Topkapı 34010 İSTANBUL

BASIM TARİHİ

Eylül 2019

YOUTUBE

ARED Açık Hava Reklamcılar Derneği

FACEBOOK

AREDTR

TWITTER

ARED_TR

INSTAGRAM

ared_tr

LINKEDIN

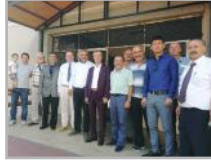
ARED TR

WEB SİTESİ

http://www.ared.org.tr

İŞ BİRLİĞİ İÇERİSİNDE OLDUĞUMUZ

KURULUŞLAR



Yılın Açılış Dersi Endüstriyel Reklam Sektörünün Önemi

ARED'in iş birliğinde olduğu okullardan İstanbul Bayrampaşa MTAL'de 9 Eylül'de gerçekleşen 2019-2020 eğitim öğretim yılı açılışına ARED Yönetim Kurulu Üyesi Şaban Beyler ve ARED İstanbul Avrupa Yakası İl Temsilcisi Muharrem Yıldırım, ARED Eğitim Komitesi İstanbul Temsilcileri olarak katıldılar. Ardından bölüm öğrencileri için gerçekleştirdikleri "Endüstriyel Reklam Ürünleri Sektörünün Önemi" konulu sunum, yeni öğretim yılının açılış dersi oldu.



ARED Eşliğinde İstanbul İnönü MTAL'den Bayrampaşa MTAL'ye İşbirliği Ziyareti

ARED Yönetim Kurulu Üyesi ve Eğitim Komitesi İstanbul Temsilcisi Şaban Beyler, 2019-2020 eğitim ve öğretim yılının açılış günü 9 Eylül'de, İnönü Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Metal Teknolojisi Alan öğretmenleri Aydın Karahan ve İsmail Kaya ile birlikte Bayrampaşa Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Okul Müdürü Ömer Çalışkan'ı ziyaret ederek grafik ve fotoğraf alanındaki iş birliği konularında bilgi alışverişinde bulundular.



ARED, Sivas Valisi Salih Ayhan'ı Makamında Ziyaret Etti

Sivas Kongresi'nin 100. Yılı dolayısıyla Sivas'ta gerçekleşen ARED Sivas İl Toplantısı ve Sektörel Eğitim Semineri öncesinde ARED Yönetim Kurulu, Genç ARED Yönetim Kurulu ve sektör temsilcileri Sivas Valisi Salih Ayhan'ı makamında ziyaret etti. ARED'in Tarihi Hükümet Konağı'ndaki bu ziyaretine Sivas Valiliği İl Basın ve Halkla İlişkiler Müdürü İbrahim Uçar da eşlik etti.



ARED, Sivas Belediye Başkanı Hilmi Bilgin'i Makamında Ziyaret Etti

ARED ve Genç ARED Yönetim Kurulu Üyeleri, ARED Sivas ve ARED İstanbul Avrupa Yakası İl Temsilcileri ve sektör temsilcileri, Sivas Belediye Başkanı Hilmi Bilgin'i makamında ziyaret ettiler. ARED Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Özdemirel öncelikle 31 Mart 2019 yerel seçimlerinde Sivas Belediye Başkanlığına seçilen Hilmi Bilgin'i kutlayarak yeni görevinde başarılar diledi. Ahmet Özdemirel, ARED faaliyetleri ve Endüstriyel Reklam Ürünleri Sektörü hakkında Hilmi Bilgin'i bilgilendirdi. Genç ARED Başkanı Alihan Aydın yerel sektör adına yeni yapılan sanayi sitesinde sektör firmalarımıza da yer verilmesini talep etti. Ziyaret sonunda Sivas Belediye Başkanı Hilmi Bilgin, günün anısına ARED temsilcilerine dokuma kilim heybe armağan etti.



ARED Yönetimi Eylül Ayında İTO'da Toplandı

Türkiye Endüstriyel Reklam Ürünleri Sektörü Genel Değerlendirme raporunun lansman toplantısı için 5 Eylül'de İstanbul Ticaret Odası'ndan bir araya gelen ARED Yönetim Kurulu Üyeleri Eylül ayı toplantısını İTO'da gerçekleştirdi. Gündemde yer alan konuları değerlendiren ARED Yönetim Kurulu Üyeleri, okulların açılması öncesinde iş birliğinde olunan okullarla ilgili yapılacak faaliyetleri değerlendirdi.

4 Yeni Kategoriyile FESPA Awards 2020



FESPA Awards 2020, PSP ve endüstriyel reklamcıların görsal tasarımıyla katılımlarını bekliyor. FESPA Awards 2020, dekorasyon sektörünün büyümesini vurgulayan The Printerious kategorisinin yanı sıra, Kağıt ve Karton Ambalajlama, Plastik Ambalajlama ve Araç Kaplama kategorileriyle bünyesine toplamda 4 yeni kategori daha ekledi. 16-25 yaş aralığındaki katılımcıları hedef alan The Young Star Award kategorisiyle de, bu yaş aralığındaki gençler, FESPA Awards 2020'de yer alan ana kategorilerin tümüne katılabilecek.

FESPA Africa 2019 ve Sign Africa 11-13 Eylül'de Johannesburg'da



13,000 metrekare alanı kapsayan, 150'den fazla katılımcı ve 6000'den fazla olması beklenen ziyaretçi sayısı ile FESPA Africa 2019 ve eş zamanlı gerçekleşecek olan Sign Africa, 11-13 Eylül'de Johannesburg'da tüm baskı ve endüstriyel reklam severleri bekliyor. Bölgenin en

büyük geniş format dijital baskı, serigrafi, tekstil baskı, konfeksiyon süsleme ve endüstriyel reklam fuarı, Gallagher Convention Center'da Roland sponsorluğunda gerçekleşecek.

Eğitici Etkinlikleriyle Global Print Expo 2019



FESPA Global Print Expo 2019, sunduğu interaktif etkinlikler ve içeriklerle, ziyaretçilere yeni bir bakış açısı kazanma ve yeni fırsatlar keşfetme imkanı tanıdı. Printeriors, Colour L*A*B*, Print Make Wear, World Wrap Masters, Trend Theatre ve FESPA Awards adındaki 6 farklı etkinliğe ortalama 7,000 tekil ziyaretçi katılım gösterdi. Her üç kişiden biri, ziyaretlerinin sektör bilgilerine değer kattığını ve geliştirdiğini belirterek FESPA, "Amaç için kazanç" sloganıyla tutarlı olarak sektöre değer kattığını bir kere daha kanıtlamış oldu.

Doritos Logosunu Reklamlarından ve Sosyal Medya Hesaplarından Kaldırdı



Doritos Z jenerasyonunu hedef alan kampanyası kapsamında logosunu reklamlardan ve tüm sosyal medya içeriklerinden kaldırıyor. Özellikle Z jenerasyonunun ürün tanıtımlarında direkt olarak reklama maruz kalmak istememesi bu stratejinin temelini oluşturuyor. Doritos değişim sürecinde olan ürün tanıtım kampanyalarına ayak uydurarak 26 Ağustos'tan itibaren logosunu tüm reklam ve sosyal içeriklerden kaldıracağını duyurdu. Şirket bunun yerine ikonik üçgen tasarımını ve "Logo Goes Here" (Logo Buraya Gelecek) yazısını kullanacak. Marka bununla birlikte cips severlerin klasikleşmiş Doritos renklerine bakarak hangi ürünü aldıklarını bileceklerini umuyor. Kaynak: <https://bigumigu.com>

Volkswagen Logosunu Yenileyeceğini Duyurdu



Volkswagen 2010 yılından beri kullandığı logosunu yenileyeceğini duyurdu. 12 - 22 Eylül tarihleri arasında Frankfurt Otomobil Fuarı'nda tanıtılacak olan logo daha modern ve daha sade olacak. Düz ve iki boyutlu tasarıma sahip yeni logo dijital ortamlarda daha rahat kullanılabilir. Ancak bununla birlikte logo üç boyutlu görünümünden kurtarılıp siyah ve beyaz renklerle daha rahat tanınabilecek bir forma sokulacak. Siyah arka plan üzerine beyaz parlak renkli olarak otomobillere yerleştirilecek olan logo ilerleyen dönemlerde farklı renklerde ve temalarda varyasyonlar bulundurulabilecek. Önümüzdeki süreçlerde GTI modellerinde kullanılmak üzere kırmızı renkli logonun da çıkarılması bekleniyor. Logonun kullanılacağı ilk model ise 2020 yılının başlarında satışa sunulacak olan sekizinci jenerasyon Golf olacak. Kaynak: <https://bigumigu.com>



SÜBLİME TEKSTİL BASKI

Görselliğin en önemli faktörlerden biri olduğu günümüz teknolojisinde, dijital tekstil baskı, sektörümüze beklenen çözüm ve taze kan olmuştur. Ores Tanıtım Sistemleri olarak, 320 cm enindeki yeni dijital süblime baskı makinamızla sektördeki ihtiyaçları, yenilikçi ve kalite odaklı yapımızla karşılayacağız.



www.ores.com.tr

TEKSTİL ÇERÇEVELERİ

"Kalite ilk Ürünümüzdür"



Duvara Monte
Opsiyonu



Askı
Opsiyonu



Taban
Opsiyonu



Küp Tekstil
Çerçeveleri

Sizlere en geniş alüminyum tekstil çerçevesi, reklam standı, baskısı, aksesuar ve bağlantı parçaları yelpazelerinden birini sunuyoruz. Doğru sistem seçimi ve yüksek kalite baskı imkanımız sayesinde, tüm dikkatleri görsel tasarımınızın üzerine çekeceğiz.

Tacir Yardımcıları ve Acentelere Yönelik Rekabet Etmeme Düzenlemeleri

Evren GÜLDOĞAN
Açık hava Reklamcılar Derneği
Yönetim Kurulu Üyesi

evren@sayreklam.com



Türk Ticaret Kanunu'nun bir şirketin ortaklarının, şirkete karşı rekabet teşkil edecek fiil ve işlemlerine ilişkin bazı kısıtlamalar içerdiğini geçen yazımızda görmüştük. Peki, tacir yardımcıları ve acenteler açısından durum ne?

Bu yazımızda öncelikle bahse konu kavramlara kısaca ışık tutacağız, ardından da rekabet etmeme düzenlemelerine ilişkin hükümlere göz atacağız.

Tacir Yardımcıları: Kanundan Doğan Yasak

Tacir – adı üstünde – ticaret yapan anlamına geliyor. Velhâsıl tacir sözcüğü aynı zaman bir hukuk terimi, hem de oldukça önemli bir terim. Türk Ticaret Kanunu'nun 12/1'inci maddesine göre bir ticari işletmeyi, kısmen de olsa, kendi adına işleten gerçek kişilere tacir deniliyor. 16/1'inci maddesine göre ise ticaret şirketleri ile ticari işletme işleten dernek, vakıf, kamu idaresi ve kamu kurumları da tacir sayılıyor. Tacir ve esnaf ayrımı ile hali hazırda bir Bakanlar Kurulu Kararı ile ortaya konulmuş durumda. Tacir olmanın önemi ise başta Türk Ticaret Kanunu olmak üzere ticari hükümlere tabi olmak, yani farklı bir hukuksal rejim kapsamına girmekten kaynaklanıyor.

Tacirlerin ticari işletmelerine ilişkin olarak yetkilendirdiği kişilere genel olarak tacir yardımcılığı adı veriliyor. Tacir yardımcılığı Türk Borçlar Kanunu'nda düzenleniyor ve üçe ayrılıyor: Ticari temsilciler, ticari vekiller ve diğer tacir yardımcılığı. Kısaca açıklamak gerekirse ticari temsilciler ticari işletmeyi yönetmek ve temsil etmek üzere, ticari vekiller ise temsilcilik yetkisi olmadan yönetimde bulunmak üzere yetkilendirilen kişiler. Diğer tacir yardımcılığına gelince, onlar da toptan, yarı toptan ve perakende satışta bulunan işletmelerde satış yapmak, fatura imzalamak gibi işlerden yetkili olanlar.

Türk Borçlar Kanunu'nun 553'üncü maddesi bir işletmenin bütün işlerini yöneten veya işletme sahibinin hizmetinde bulunan tacir yardımcılarının, işletme sahibinin izni olmaksızın kendileri ya da bir başkası hesabına işletmenin yaptığı türden işleri yapmalarını veya yaptıklarını yasaklıyor.

Bu yasağın ihlal edilmesi halinde işletme sahibinin iki seçeneği var: Zararının giderilmesini ya da tacir yardımcılarının yaptıkları işlerin kendi hesabına yapılmış sayılmasını talep etmek. Ayrıca rekabet yasağını ihlal eden tacir yardımcılığı ile aralarındaki hukuksal ilişkiden kaynaklanan başka haklar varsa bunları da

talep edebiliyor işletme sahibi. Bu vesileyle hemen belirtelim ki tacir yardımcılığı genelde aynı zamanda çalışan oluyor.

Görüldüğü üzere tacir yardımcılığı söz konusu olduğunda konu doğrudan ilgili kanun tarafından net şekilde düzenlenmiş durumda. Ancak acenteler de durum biraz farklı.

Acenteler: Kanundan Doğan İmkan

Tacir yardımcılığı Türk Borçlar Kanunu'nda düzenleniyordu, acenteler ise kendine Türk Ticaret Kanunu'nda yer bulmuş. Kanun'un 102'nci maddesinde yer alan tanıma göre tacir yardımcısı olmaksızın, bir sözleşmeye dayanarak, belirli bir yer veya bölge içinde sürekli olarak ticari bir işletmeyi ilgilendiren sözleşmelerde aracılık etmeyi veya bunları o tacir adına yapmayı meslek edinen kimseye acente deniliyor. Ticari yaşamda acenteler genelde mal ve hizmet satışlarında aracılık ediyor, ancak kurumsal kimlik ürünleri gibi eser sözleşmelerinde aracılık etmeleri de mümkün.

Acentelere ilişkin olarak iki ayrı rekabet etmeme düzenlemesi söz konusu: İnhisar ve rekabet yasağı anlaşması.

İnhisar, yani tekel, Kanun'un 104'üncü maddesinde düzenlenmiş. Buna göre yazılı olarak aksi kararlaştırılmadıkça acenteler aynı yer ya da bölgede rakip işletmeler hesabına acentelik yapamayacağı gibi tacirler de birden fazla acente görevlendiriyor.

Görüldüğü üzere inhisar düzenlemesi acentelik ilişkisinin devam ettiği döneme ilişkin. 123'üncü maddede düzenlenen rekabet yasağı anlaşması ise acentelik ilişkisinin bitmesinden sonraki döneme. Bu tip anlaşmalar aracılığıyla tacir aralarındaki ilişkinin bitmesinden sonra acentenin kendisiyle rekabet etmesini sınırlandırabiliyor. Ancak belirli şartlara tabi olarak. Bunların başlıcaları anlaşmanın en fazla iki yıl için geçerli olması, acenteye bırakılmış bölge, müşteri kitlesi veya kurduğu sözleşmeler ile sınırlı bulunması ve karşılığında uygun bir tazminat ödenmesi.

Ufak bir not daha düşelim: Türk Ticaret Kanunu ve Rekabetin Korunması Hakkında Kanun kapsamında acentelere yaklaşım farklılık gösteriyor. Bu nedenle rekabet yasağı anlaşmalarının aynı zamanda rekabet hukuku açısından da incelenmesi gerekiyor.

ARED, Sivas Kongresi'nin 100. Yılı Dolayısıyla Sivasta'ydı

ARED Açık hava Reklamcılar Derneği'nin 2019 yılı il toplantılarından biri Sivas Kongresi'nin 100. Yılı olması dolayısıyla Sivas'ta yapıldı.



Sivas Kongresi'nin 100. yılı dolayısıyla 1 Ağustos'ta Sivas'ta, ana sponsorluğunu Printtech Reklam'ın üstlendiği ARED Sivas Toplantısı ve Sektörel Eğitim Semineri, FESPA Eurasia, Folpa, İstanbul Reklam, SDS ve Unifol'un sponsorluklarında, 65 kişinin katılımı ile gerçekleşti.

ARED Sivas İl Toplantısı ve Sektörel Eğitim Semineri, İl Temsilcisi Mesut Otçeken (Kuzey Cephe), Yönetim Kurulu Üyesi Şaban Beyler ve İstanbul Avrupa Yakası İl Temsilcisi Muharrem Yıldırım'ın organizasyonu ile 1 Ağustos 2019'da Sivas Malia Hotel'de 11:30 – 17:00 saatleri arasında gerçekleşti. ARED Sivas İl Toplantısına Genç ARED Yönetim Kurulu da katıldı. Toplantının açılışını toplantının moderatörü ve aynı zamanda ARED Yönetim Kurulu Üyesi olan Şaban Beyler yaptı.

Toplantı açılış ve hoş geldiniz konuşmasını ARED Başkanı Ahmet Özdemirel yaptı. Ahmet Özdemirel konuşmasına bu organizasyonda görev alanlara ve sponsorluklarıyla destek veren ana sponsor Printtech Reklam, sponsorlar FESPA Eurasia, Folpa, İstanbul Reklam, SDS ve Unifol firmalarına teşekkür ederek başladı. Sivas Kongresi'nin 100. Yılı dolayısıyla bu yıl Sivas'ın ilk defa ziyaret edildiğini vurgulayan Ahmet Özdemirel, katılımları ve misafirperverlikleri için tüm salona teşekkür etti. Ahmet Özdemirel, ARED'in sektördeki iletişimi mümkün olduğunca artırmaya ve

güçlendirmeye yönelik düzenlediği il toplantılarında, ARED'in de yerel sektör sorunlarını birebir dinleme imkanı bulduğunu belirtti. Son yıllarda sektörde teknoloji, makine ve bilgisayarların yoğun kullanımı ve çeşitlenme ile tabelacılık, açık hava reklamcılığı gibi terimlerin sektörü adlandırmakta yetersiz kaldığını belirten Ahmet Özdemirel, ARED'in 10 yıldır sektör adını "Endüstriyel Reklamcılık" olarak telaffuz ettiğini söyledi. Günümüzde Endüstriyel Reklam Ürünleri Sektörü adının kabul gördüğünü ve kullanılır olduğunu belirten Ahmet Özdemirel, sektördeki gelişmeleri de güncellemek amacıyla sektörün faaliyet alanlarının yeniden oluşturulduğunu anlattı. Konuşmasının devamında ARED faaliyetleri ve sektörel sorunlar hakkında bilgilendirmede bulunan Ahmet Özdemirel, salondaki tüm katılımcıları ARED ve FESPA ortaklığıyla 5 – 8 Aralık 2019'da İFM'de (İstanbul Fuar Merkezi) düzenlenecek 7. FESPA Eurasia Fuarı'nı ziyaret etmeye davet ederek konuşmasını sonlandırdı.

ARED Başkanı Ahmet Özdemirel'in açılış ve hoş geldiniz konuşmasının ardından ger-



Toplantının moderatörlüğünü ARED Yönetim Kurulu Üyesi Şaban Beyler üstlendi.



ARED Başkanı Ahmet Özdemirel konuşma sırasında, ARED'in Endüstriyel Reklam Ürünleri Sektörü'nün faaliyet alanlarını güncellediğini açıkladı.

çekleşen tanışma bölümünde farklı illerden bir araya gelen katılımcılar tek tek söz alarak hem kendilerini hem de firmalarını tanıttılar.

Yeni Üyelere ARED Yaka Rozeti Takdimi Töreninde, 2016 yılından bu yana ARED Üyesi olan ve Sivas İl Temsilcisi Mesut Otçeken, Sivas Anadolu Grup'tan İlhan Ilıkçay ve Şen-Er Reklam'dan Ramazan Şahin'in ARED yaka rozetlerini Başkan Ahmet Özdemirel takdim etti.

ARED Sivas Ustalara Saygı Töreni'nde, Sivas ve civar illerde sektörde iz bırakan ustalardan, Şanlıurfa Birecik'ten Mehmet Güzeltaş'ın plaketi ARED Başkanı Ahmet Özdemirel, Sivas'tan Bayram Şahin'in plaketi ARED Başkan Yardımcısı Şahin Acar, Sivas'tan İlhan Ilıkçay'ın plaketi ARED Saymanı Levent Olcayto takdim etti.

Törenlerin ardından söz alan FESPA Eurasia Fuar Müdürü Betül Binici, FESPA Eurasia 2018 Fuarı, rakamsal verileri ve gerçekleşen etkinlikleri ile katılımcıları bilgilendirirken 2019 tarihlerini yeniden hatırlatarak tüm sektör temsilcilerini, sektörün fuarı FESPA Eurasia 2019 Fuarı'na katılmaya davet etti. Betül Binici'nin sunumunun ardından bir saatlik öğle yemeği arası verildi.

Toplantının öğleden sonra gerçekleşen ilk bölümünde sunumunu Unifol – Bes Reklam'dan İlyas Kılavuz'un gerçekleştirdiği uygulamalı araç giydirmeye eğitim semineri yapıldı. Bir yandan teorik bilgiler aktaran İlyas Kılavuz salona getirilen bir araç kapısı üzerinde de teorik bilgilerin uygulamalarını gerçekleştirdi.

Araç giydirmeye eğitim seminerinin ardından sunumunu Eğitimci Ruhan Maral'ın yaptığı İş Hayatında Cesaret Yönetimi konulu eğitim semineri gerçekleşti. Ruhan Maral sunumunda korku duygusunun insanın karar alma mekanizmasını kilitlediğini, cesaretin ise karar vermeyi sağladığını vurguladı. Erdemlerin ve değerlerin insana cesaret verdiğini, yeteri kadar korkutulan kişilerin ise erdemlerini kaybettiğini örneklerle anlattı. Başarılı olmak için, iş hayatında cesaretli olmanın önemini anlatan Maral, insanın kendi potansiyelini doğru kullanabilmesi için korkudan daha önemli olan değerlerin farkına vararak hareket etmesi gerektiğini söyledi. Sunumun sonlarına doğru dinleyicileri ayağa kaldıran Maral, katılımcıların kendilerine limit koymazlarsa yapabileceklerinden biraz daha fazlasını rahatlıkla yapabileceklerini gösteren ufak bir oyun oynattı. Böylece katılımcılar başarının konfor alanından çıkmak olduğunu uygulamalı olarak görmüş oldu.

Toplantı sonunda ise katılımcılara katılım belgeleri, organizasyonda emeği geçenlere teşekkür belgeleri takdim edildi. Printtech Reklam'ın ana sponsorluğunda gerçekleşen ARED Sivas Toplantısı ve Sektörel Eğitim Semineri'ne Sivas'ın yanı sıra Antalya, Ankara, İstanbul, Kayseri ve Şanlıurfa'dan toplam 65 kişi katılım sağladı. Günü birlik düzenlenen ARED Sivas İl Toplantısı ve Sektörel Eğitim Semineri etkinliği çerçevesinde, Sivas Valisi ve Sivas Belediye Başkanı ziyaretinin ardından kalan kısa zamanda ARED Yönetim Kurulu Üyeleri, Sivas Kongre binasını ziyaret etti. ARED'in bir sonraki il toplantısı 10 Ekim 2019 Perşembe günü Malatya'da gerçekleşecek.



Toplantıda, 2016 yılından bu yana ARED Üyesi olan Sivas İl Temsilcisi Mesut Otçeken (Kuzey Cephe Reklam), İlhan Ilıkçay (Sivas Anadolu Grup) ve Ramazan Şahin'e (Şen-Er Reklam) yaka rozetlerini ARED Başkanı Ahmet Özdemirel takdim etti.



ARED Sivas Ustalara Saygı Töreni'nde, sektörde iz bırakan ustalardan Mehmet Güzeltaş, Bayram Şahin ve İlhan Ilıkçay'a onur plaketteği takdim edildi.



Eğitmen Ruhan Maral, Sivas'ta "İş Hayatında Cesaret Yönetimi" konulu sunumunu gerçekleştirdi.

ANA SPONSOR



SPONSORLAR



www.fespaeurasia.com



ARED'in FESPA Eurasia ve Üye Geliştirme Çalışmaları Kapsamında Firma Ziyaretleri Devam Ediyor

Endüstriyel reklam ürünleri sektörü temsilcilerinin görüşlerini almak, ARED ile sektör temsilcileri arasındaki iletişim ve diyalogu artırmak amacıyla gerçekleşen firma ziyaretleri Temmuz ve Eylül aylarında İzmir ve İstanbul'da yapıldı. Ziyaretlere ARED Yönetim Kurulu Üyeleri ve FESPA Eurasia Satış Müdürü Betül Binici'nin yanı sıra ARED İl Temsilcileri de katılıyor.



Fatma Gencer, Murat Fedai, Zeki Fedai, İzzet Külekciöğlu / Sistem Printing Company



Mert Ünveren, Enes Boyacı / Süstaş Süsler A.Ş.



Erkan Erdoğan / Dinamik Açık hava Reklam Malz. San. ve Tic. Ltd. Şti.



Hüseyin Karaca / SDS İzmir Satış Destek Sis. Paz. Rek. San. ve Tic. Ltd. Şti.



Ertunç Tunç / Blackink Tunç Büro Makinaları Tic. ve San. Ltd. Şti.



Uğur Mıcık / Bronz Reklamcılık Tic. Ltd. Şti.



Nazım Kaytan / Çığır Reklam



Talha Temiroğlu / Milim Grup

2 Temmuz'da İzmir'de sırasıyla Sistem Printing Company'den Fatma Gencer, Murat Fedai, Zeki Fedai, M. İzzet Külekciöğlu, Süstaş Süsler A.Ş.'den Mert Ünveren, Enes Boyacı, Dinamik Reklam'dan Erkan Erdoğan, SDS İzmir'den Hüseyin Karaca, Blackink'ten Ertunç Tunç, Bronz Reklamcılık'tan Uğur Mıcık, Çığır Reklam ve aynı zamanda ARED İzmir İl Temsilcisi Nazım Kaytan firmalarında ziyaret edildi.

4 Temmuz'da İstanbul'da sırasıyla Milim Grup'tan Talha Temiroğlu, FESPA Eurasia'nın da ana sponsoru olan Mimaki Eurasia'dan Arjen Evertse, Reklam 2000'den Kasım Dilek, Promakim'den Ali Oğuz, Pigment Reklam'dan Serkan Çağlıyan, A ve A'dan Atilla Keşkekler, Karya Tekstil'den Bekir Aras firmalarında ziyaret edilerek günün son durağı ARED Yönetim Kurulu Üyesi Şaban Beyler'in firması İstanbul Reklam oldu.

16 Temmuz'da Gfk Dijital'den Osman Gündoğan ve Bülent Uygur ile ARED İstanbul Avrupa Yakası İl Temsilcisi olan Yazım Reklam'dan Muharrem Yıldırım, 29 Temmuz'da Akpar Makine'dan Aydın Akkuş ve Mevlüt Parlak, Optimum Digital Planet'ten Taner Güven, Lidya Grup'tan Bekir Öz, Taç Grup'tan Numan İskit, 6 Eylül'de Cevizlibağ Reklam'dan Aydın İlkkan, Akarsu Reklam'dan Kadir Akarsu ve Hazar Makine'dan Murat Karakaya firmalarında ziyaret edildi.



Arjen Evertse / Mimaki Eurasia Dijital Baskı Tek. ve Paz. Tic. Ltd. Şti.



Kasım Dilek / Reklam 2000



Ali Oğuz / Promakim Boya Reklam Makine San. Tic. A.Ş.



Serkan Çağlayan / Pigment Reklam Ürünleri Tic. Ltd. Şti.



Atilla Keşkekler / A ve A Endüstriyel Teknoloji Ürünleri Makine San. Tic. Ltd. Şti.



Bekir Aras / Karya Tekstil San. ve Dış Tic. A.Ş.



Hülya Beyler, Onur Beyler, Şaban Beyler / İstanbul Reklam Ürünleri San. Tic. Ltd. Şti.



Bülent Uygur, Osman Gündoğan / GfK Dijital



Muharrem Yıldırım / Yazım Reklam Ürünleri Ltd. Şti.



Taner Güven / Optimum Digital Planet



Bekir Öz / Lidya Dağıtım İç ve Dış Tic. A.Ş.



Numan İskit / Taç Grup Reklam Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti.



Aydın İlkkan / Cevizlibağ Reklam San. Tic. Ltd. Şti.



Kadir Akarsu / Kadir Akarsu Açık Hava Reklam Hiz. San. ve Dış Tic. Ltd. Şti.



Murat Karakaya / Hazar Makina

Endüstriyel Reklam Ürünleri Sektörü 124 Bin Kişiye İstihdam Sağlıyor

İstanbul Ticaret Odası, cephe giydirmeden, ATM kiosklarına kadar her sektöre etki eden endüstriyel reklam ürünleri sektörüne yönelik ilk bilimsel araştırma raporunu 5 Eylül'deki tanıtım toplantısında açıkladı.



İTİTO'nun en başından bu yana destek vererek görev aldığı, İstanbul Ticaret Odası (İTO) İstanbul Düşünce Akademisi tarafından hazırlanan ve sektörümüz için bir ilk olan "Türkiye Endüstriyel Reklam Ürünleri Sektörü Genel Değerlendirme" raporunun tanıtım toplantısı 5 Eylül 2019 tarihinde İTO'da yapıldı.

İstanbul Ticaret Odası (İTO) Başkan Yardımcısı İsmail Kuralay, endüstriyel reklam ürünleri sektörünün hızla büyüdüğünü belirterek, "Sektörde 100 bin 663'ü İstanbul'da olmak üzere, 124 bin 191 kişi istihdam ediliyor. 6.8 milyar lirası İstanbul, 1 milyar lirası ise İzmir kaynaklı, toplam 9.1 milyar lira ciro gerçekleştiriliyor." diye konuştu.

Kuralay, İstanbul Ticaret Odası'nın (İTO) kurduğu İstanbul Düşünce Akademisi'nin (İDA) öncülüğünde hazırlanan Türkiye Endüstriyel Reklam Ürünleri Sektörü raporunun tanıtım etkinliğinde yaptığı konuşmada, endüstriyel reklam ürünleri sektörünün neredeyse tüm sektörlerin dışa dönük yüzünü oluşturduğunu söyledi.

Kuralay, endüstriyel reklam ürünleri sektöründe benzin istasyonları, mağaza içleri, araç giydirmeleri, fuar tanıtım standları, sergi ve satış standları, promosyon ürünleri, dijital elektronik reklam, led panolar gibi çok geniş bir faaliyet alanı olduğunu belirtti.

Kuralay, "Hızla büyüyen endüstriyel reklam ürünleri sektöründe 100 bin 663'ü İstanbul'da olmak üzere, 124 bin 191 kişi istihdam ediliyor. 6.8 milyar lirası İstanbul, 1 milyar lirası ise İzmir kaynaklı olmak üzere, toplam 9.1 milyar lira ciro gerçekleştiriliyor." dedi.

Sektörün en temel sorunlarının başında sektöre giriş engellerinin düşük olması, girdi maliyetlerindeki döviz kurlarına bağlı

artışlar ve nitelikli insan kaynağı yetersizliğini dile getiren Kuralay, şunları kaydetti:

"Araştırmamızda, sektörde imal edilen dış mekan uygulamalarının uzun süreli kullanımlarına yönelik yönetmelik eksikliğinin de bir başka önemli sorun olduğunu gördük. Dış mekan uygulamalarında kullanılan materyallerin periyodik bakımlarının zorunlu hale getirilmesi gerekiyor. Buna ilişkin denetim standartlarının belirlenmesi, özellikle kamuya açık alanlarda oluşabilecek tehlikelerin önlenmesi açısından büyük önem taşıyor."

Açık hava Reklamcılar Derneği (ARED) Başkanı Ahmet Özdemirel, ARED'in endüstriyel reklam ürünleri sektöründe Türkiye'de ve uluslararası arenada temsil eden tek dernek olduğunu ifade ederek, İDA öncülüğünde hazırlanan raporun kendilerine sektörün faaliyet alanlarının günün koşullarına göre uyarlama imkanı sağladıklarını söyledi.

Özdemirel, endüstriyel reklam ürünleri sektörünün çoklu disiplin yapısına işaret ederek, "Bu raporla sektörümüzün tanımlanmasını önemsiyorum. Tabelacılıktan profesyonel reklam ürünleri sektörüne geçişin tarihçesi yazılırken sektörümüz hem rakamlarla ifade edildi hem de büyük bir boşluk dolmuş oldu. Bu bilimsel kaynak, bundan sonraki endüstriyel reklam sektörünün önünü açacağına inanıyorum." değerlendirmesinde bulundu.

Sektörde 11 bin 712 firma faaliyet gösteriyor

İTO Bilgi, İletişim ve Medya Meslek Komitesi ile ARED Açık hava Reklamcılar Derneği'nin desteğiyle oluşturulan Endüstriyel Reklam Ürünleri Sektörü raporuna göre, sektörde 2019 Haziran itibarıyla Türkiye çapında 3 değişik NACE kodu altında toplam 11 bin 712 firma faaliyet gösteriyor.

Bu firmaların 9 bin 319'u İstanbul'da bulunuyor. İstanbul'un ardından İzmir, Ankara, Antalya ve Kocaeli geliyor. Ayrıca ilk 10 il, sektörün katma değerinin yüzde 95'inden fazlasını gerçekleştiriyor.

Sektör raporunda ortaya çıkan sonuçlardan biride sektörde kullanılan girdilerin önemli bir kısmının ithal girdiler olması. Dolayısıyla bu alanda ciddi bir yerleşirme ve millileştirme potansiyeli de bulunuyor.

Raporda, Türkiye'den 34 ili kapsayan ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nden de 354 firmanın katılımı ile gerçekleştirilen anket de yer aldı. Yıldız Teknik Üniversitesi ve Marmara Üniversitesi akademisyenlerinden oluşan ekibin gerçekleştirdiği anketten çıkan sonuçlar satırbaşları ile şöyle:

Ankete göre, katılımcıların yüzde 58'i iş yerini kiralamış. İş yeri sahipliği, daha çok küçük mekanlara sahip firmalarda gözleniyor. Katılımcıların büyük çoğunluğu 100-500 metrekare arasında iş yerlerinde çalışıyor.

Ankete katılan firmalar, siparişlerini çoğunlukla doğrudan, talep sahibi firmadan alıyor. Raporda, aracı reklam ajansı ile sipariş alım oranının düşük olduğu sonucuna varılıyor.

Kurumsal müşterilerle çalışan firmalarda kalite belgeleri ve sertifikasyon konusu ciddi bir şekilde ele alınıyor. Küçük şirketlerde bu farkındalık yeterli görünmüyor.

Firmalar, pazarlama maliyetlerinde yüzde 70.5'le doğrudan pazarlamayı tercih ederken, sosyal medya kullanımının yaklaşık yüzde 46, internet üzerinden verilen reklamların payının ise yüzde 41 seviyesinde olduğu anlaşıyor.

İhracat bakımından Türkiye'nin Avrupa pazarlarına yakın oluşu, sektörel çözümlerde esnek yaklaşım, tasarım, üretim ve montaj konusundaki yetkinlik Türk ya da Türk ortaklı firmaları öne çıkarıyor.

Çalışanların önemli bir kısmı lise ve yüksek okul mezunu. Firmaların yüzde 69.8'i yabancı dil bilen çalışan istihdam ediyor.

Firmaların yüzde 67'si, iş yapımında yüzde 60'dan fazla ithal malzeme kullanıyor.

Ankete katılan firmaların yüzde 40'ının gelecek 12 ay içinde yeni yatırımlar için kredi kullanma beklentisi tespit edildi.



Türkiye Endüstriyel Reklam Ürünleri Sektörü Genel Değerlendirme raporu tanıtım toplantısı İTO, İDA, ARED, sektör ve basın temsilcileri ile akademisyenlerin katılımıyla gerçekleşti.



Ahmet ÖZDEMİREL, ARED Açık hava Reklamcılar Derneği Başkanı



İsrafil KURALAY, İstanbul Ticaret Odası (İTO) Başkan Yardımcısı



Prof. Dr. İbrahim KIRCOVA, Yıldız Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü

19
**FESPA
EURASIA
2019**
İstanbul
5-8 Aralık 2019

FESPA EURASIA ile POTANSİYELİNİ KEŞFET

7. ULUSLARARASI GENİŞ FORMAT BASKI VE ENDÜSTRİYEL REKLAM FUARI



5-8 ARALIK 2019 İFM / İSTANBUL FUAR MERKEZİ

www.fespaeurasia.com

Ana Sponsor:

MIMAKI

Destekleyen:

KOSGEB

Fuar Yeri:

ifm
İstanbul Fuar Merkezi

Fuar Ortağı:

ARED
ACIKHAYAT
REKLAMCILARI
DERNEĞİ
SIGN ASSOCIATION
OF TURKEY

FESPA
profit for purpose

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ)
DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.

Baskı Dünyası FESPA Eurasia 2019'u Bekliyor!



Avrasya Bölgesi'nin lider fuarı FESPA Eurasia, 5-8 Aralık 2019'da İstanbul Fuar Merkezi'nde (İFM) baskı ve endüstriyel reklam dünyasını 7. kez bir araya getirecek. Şimdiden neredeyse yüzde 100 doluluğa ulaşan FESPA Eurasia, Türkiye'yi baskı sektöründe uluslararası bir merkez haline getirmeye hazırlanıyor...

Sektörde heyecanla beklenen FESPA Eurasia'da Alfa Lazer, Folpa, GFK Dijital, İstanbul Reklam, Lidya Grup, Mimaki Eurasia, Optimum Digital Planet, ROQ Makina, Poliset, SDS, Turan Kimya, Yazım Reklam, Zenit LED gibi katılımcılar en yeni ürünlerini sergileyecek. Sektörün önde gelen firmaları ürünlerini ilk kez ve sadece FESPA Eurasia'da ziyaretçilerle buluşturacak.

Mimaki: Sektörü eğitiyor

FESPA Eurasia'yı değerlendiren sektörün en büyük oyuncularından Mimaki Eurasia'nın Genel Müdürü Arjen Evertse şöyle konuşuyor: "FESPA ve Açık Hava Reklamcılar Derneği'nin (ARED) sektörün geliştirilmesi ve eğitilmesi için çeşitli çalışmalar yapıyor olması bizim de FESPA Eurasia'yı desteklemize sebep oluyor."

'Türkiye merkez oluyor'

Optimum Digital Planet'in Genel Müdürü Taner Can Güven ise, "FESPA Eurasia'yı uluslararası bir fuar olduğu için ve Türkiye'yi baskı sektöründe uluslararası bir merkez haline getirebilmek için bölgedeki herkesi tavsiye ediyoruz" diyor.

ROQ Makine Genel Müdürü Bülent Altaylar da FESPA Eurasia 2018 ile son beş yılın en iyi fuarını deneyimlediklerini vurguluyor.

'Serigrafide de en iyi fuar'

"Fuarın İstanbul gibi mükemmel bir lokasyonda düzenlenmesi Avrasya bölgesinde ticaret yapmak isteyen firmalar açısından eşsiz bir fırsat" diyen Turan Kimya Genel Müdürü Devrim Başar Turan, FESPA'nın serigrafi alanında şimdiye kadarki en iyi fuar organizasyonu olduğunu söylüyor.

FESPA Eurasia Fuar Müdürü Betül Binici, katılımın yoğun şekilde devam ettiğini belirterek şöyle konuşuyor: "Neredeyse yüzde 100 doluluğa ulaşmak üzereyiz. FESPA Eurasia Avrasya bölgesindeki hakimiyetini kanıtladı. Hem uluslararası arenada öne çıkan markalar, hem de yerel markalar FESPA Eurasia'yı tercih ediyor. Tüm sektör temsilcilerini 5-8 Aralık'ta bölgenin lider fuarına davet ediyoruz."

Türkiye turu devam ediyor

Sektörün en büyük oyuncularının şimdiden yerlerini aldığı FESPA Eurasia 2019 kapsamında çalışmalara yılın başında start veren Açık Hava Reklamcılar Derneği (ARED) ve FESPA Eurasia yöneticileri, şirket ziyaretlerine de devam ediyor. Katılımcı ve ziyaretçi çalışmaları için bu yıl ARED ve FESPA ekibi Adana, Bursa, İzmir, Konya, Aydın, Mardin, Muş, Sivas illerini ziyaret ederek oradaki baskı uzmanları ve endüstriyel reklam sektörü temsilcileriyle bir araya geldi. Buluşmalarda, ARED'in çalışmaları ve fuar hakkında sektör bilgilendirildi. Ziyaretlerin Ekim ayında Malatya ile devam etmesi hedefleniyor.

Yılın teması 'Potansiyelini Keşfet'

FESPA Eurasia bu yıl kullandığı 'Potansiyelini Keşfet' sloganı ile, baskı ve endüstriyel reklam camiasının doğru zamanda doğru kararlar alabilme, trendleri takip edebilme ve çağı yakalama becerilerini geliştirerek gerçek iş potansiyelini keşfetmesinin; yeni alanlarda yeni işler yaratabilmesinin önünü açmayı hedefliyor. 2017 rakamlarına göre 7.5 milyar dolara yakın bir büyüklüğe sahip olan baskı sektöründe FESPA Eurasia'nın hedefi, baskılı işlerin talebini artırarak baskı sektörünün iş hacmini daha da genişletmek.

BİROL
FEDAI
Onuruna

5. ARED ÖDÜLLERİ

“Çabani Ödüllendir”

EN İYİ ENDÜSTRİYEL REKLAM ÖDÜLÜ

Nasıl Katılırım?

Montaj ve uygulaması tamamlanmış, kamuya sergilenmiş yenilikçi endüstriyel reklamlarınızla, 25 Ekim 2019 tarihine kadar web sitemizdeki başvuru formunu doldurarak yarışmamıza katılım gerçekleştirebilirsiniz.

Kimler Katılabilir?

Endüstriyel reklam üreticisi tüm firmalar katılım sağlayabilirler.

DENİZBANK GELECEK VADEDEN TASARIMCI ÖDÜLÜ

Nasıl Katılırım?

DenizBank markası için, özgün, yenilikçi ve katma değer/maliyet avantajı sağlayan bir tasarım ile projelendirilmiş ATM kabini, tabela, totem ve fuar standı çalışmalarından biri ile 25 Ekim 2019 tarihine kadar web sitemizdeki başvuru formunu doldurarak yarışmamıza katılım gerçekleştirebilirsiniz.

Kimler Katılabilir?

Reklam, Tasarım, Mimarlık Fakülteleri öğrencileri
Güzel Sanatlar, Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencileri katılım sağlayabilirler.



JÜRİ ÜYELERİ

Ahmet ÖZDEMİREL
ARED Başkanı

Bırol FEDAI
ARED V.-VI. Dönem Başkanı

Sertaç ERSAYIN
ETMK Başkanı

Günseli ÖZEN
ROTA Yayınları Yön. Kur. Başkanı

Emre KUZLU
I-AM İstanbul Kurucu Ortağı

Bora HIZAL
Ankara Reklamcılar Derneği Başkanı

Tolay TANRIDAĞLI
Türkiye Unilever Yön. Kur. Üyesi

Başvuru için son tarih: **25 Ekim 2019**
www.aredodulleri.com

Çocuklarımızın Başarısı ve Velilerin Çocuklarına Karşı Olan Görevleri

Şaban BEYLER
Açık hava Reklamcılar Derneği
Yönetim Kurulu Üyesi
Üyelik Geliştirme Komitesi Başkanı
beyler@istanbulreklam.com



9 Eylül'de okulların ilk, orta ve lise bölümleri açıldı. Her anne, baba çocuğunun okulda başarılı olmasını, üniversiteyi okumasını, yüksek lisans yapmasını ister. Kısacası hayatta başarılı olmasını ister. Çocuklarınızın başarılı olması için ne yapmanız gerektiğini eşinizle oturup planladınız mı, çocuğun yetenek ve isteklerinin ne olduğunu gözlemlediniz mi? Yoksa saldım çayıra mevlam kayıra deyip, rüzgarın yaprağı sürüklediği gibi hayatın içinde sürüklenmesini mi izlediniz?

Çocuğun eğitimi henüz anne karnında iken başlar. Bebek, ailedeki sevinç ve tartışmaları beyni oluştuktan sonra algılamaya başlar. Aileler, çocuğa ilkokuldan itibaren ders çalışması için baskı yapar. Her akşam babanın rutin sorusu; "oğlum, kızım dersini yaptın mı?" olur. Televizyonda; çizgi filmler, eğlenceli filmler, programlar varken çocuk niye sıkıcı olan derslere çalışsın ki. Bu yüzden çocukların eğitilmesi; söylem ile değil, eylem ile olur. Yaptıklarımızla çocuklara örnek olmak zorundayız.

Eğitim ailede başlar, sonra çevre devreye girer. Daha sonraki aşama okuldur.

Günümüzde televizyon, yazılı basın ve sosyal medya çocuğun gelişiminde oldukça yer tutar.

Öncelikle çocuklarımıza örnek veli olmalıyız. Televizyonu kapatmadan çocuğa ders çalıştıramayız. Öncelikle bizim çocukların derslerine yardımcı olmamız gerekiyor. Anne, babanın her gün kitap okuyarak çocuğa örnek olması gerekiyor. "Ders çalış, kitap oku." demekle olmaz. Öncelikle bizim okumamız gerekiyor. Diyelim ki kitap okuma alışkanlığımız yok. Ya da sevmiyoruz. O halde en azından gazete okuyabiliriz. Çocuğun beynini yıkamamak için, değişik gazete okunması da önemlidir.

Çocuğun dışarıda oyun zamanını, tv izleme, bilgisayar ve telefon ile oynama zamanını belirlemeli, ku-

rallar koymalıyız. Çocukla bolca sohbet etmeli, oynamalıyız. Her hafta sonu birkaç saatliğine, ailece gezmeye gitmeliyiz. Haftada en az 1-2 gün akraba gezisi yapmalı, akrabaları evimize davet etmeliyiz.

Dünya değişirken, çocuklar yetişkin hale geldiklerinde ebeveynleri gelecekte geçerli olan meslekleri araştırıp ön görülerde bulunmalıdır. Çocukları geleceğe hazırlamalıyız.

Çocuklarımızın geleceğe hazırlanmasındaki önemli noktalardan birisi de rol modelleridir.

Çocukların en öncelikli rol modelleri anne ve babalarıdır. Sonrasında hemşire, öğretmen, polis, asker gibi meslek gruplarıdır. Onlara daha farklı, daha parlak rol modelleri gösterebilmek gereklidir.

Mesela Bill Gates veya Steve Jobs'un başarıyı nasıl çalışarak yakaladıklarını çocukların görmesini sağlamak gereklidir. Veya Türklerden bu başarıyı nasıl yakaladıklarını, bu topraklardan çıkıp bütün dünyanın saygı duyduğu yönetici, bilim insanları, girişimcileri, onlara tanıtmak ve işlerini doğru yaptıklarında, çok çalıştıklarında benzer başarıları yakalayabileceklerini anlatmak gerekir.

HAYATINIZI ÜÇE BÖLÜN:

1-İŞİNİZE

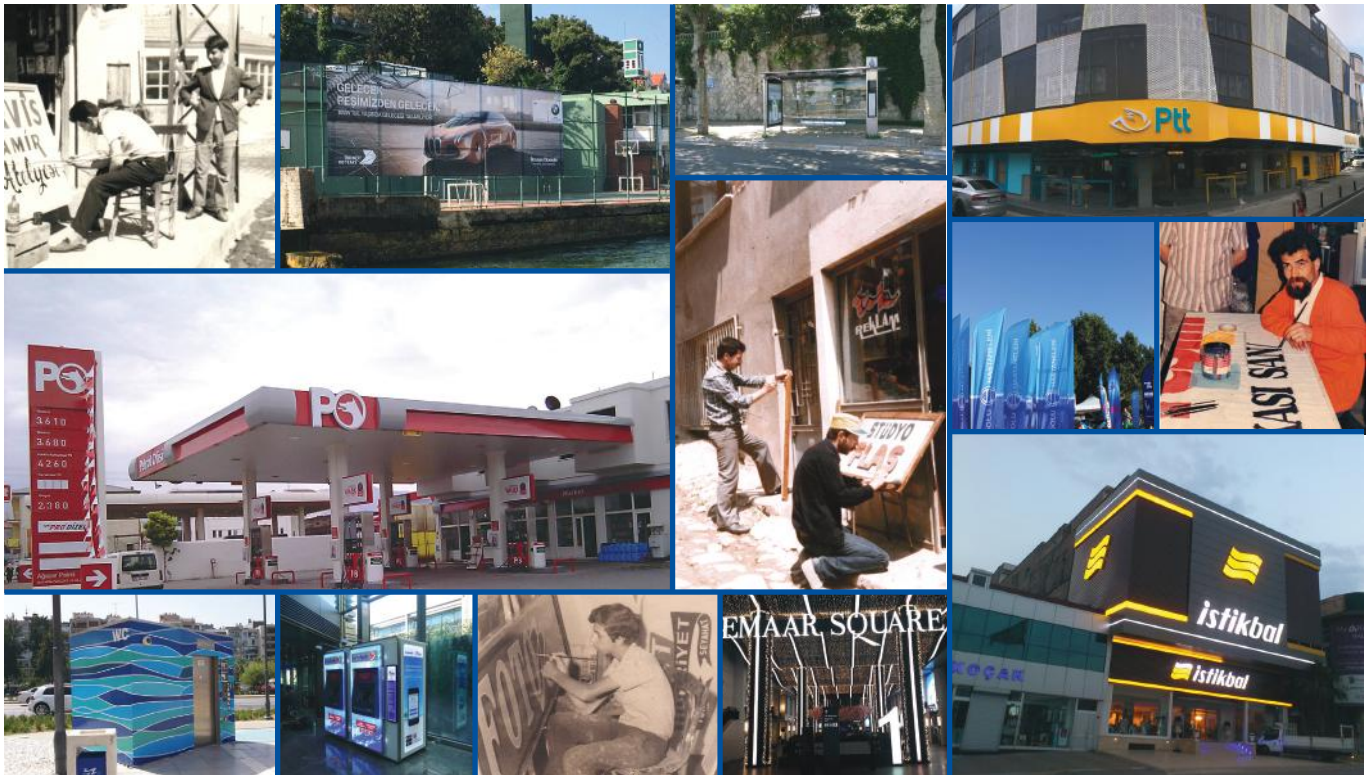
2-AİLENİZE

3-KENDİNİZE

Ülkemize iyi evlatlar yetiştirmek dileği ile, mutlu olun, mutlu yaşayın, mutlu çocuklar yetiştirin.

ARED, Endüstriyel Reklam Ürünleri Sektörünün Faaliyet Alanlarını Güncelledi

Levhacılık ile başlayan Tabelacılık mesleği, makinalaşma ve dijitalleşme ile Endüstriyel Reklam Ürünleri Sektörüne evrildi.



Endüstriyel Reklam Ürünleri sektöründe son yıllarda teknoloji, makine ve bilgisayarların yoğun kullanımı ve çeşitlenme, günün koşullarına göre sektörün faaliyet alanlarının güncellenmesini zorunlu kıldı.

Tabelacılık döneminde mesleği tanımlamak oldukça kolaydı. Mesleği icra edebilmek için güzel yazı yazabilme ve resim yapabilmek yeteneğine sahip olmakla birlikte yağlı boya ve fırça yeterli ekipmanlardı. 1950'li yıllardan itibaren dünyaca ünlü markaların ülkemize gelmeye başlaması ile artan tabela ihtiyaçları, tabelacılık mesleğinin ülkemiz genelinde yaygınlaşmasını sağladı. Tabelacılık mesleği bir yandan ülke genelinde yaygınlaşırken bir yandan da meslekte kullanılan malzemeler ile reklam alanları çeşitlendi. 1980'li yıllarda bilgisayarın da mesleğe dahil olması ile meslekte seri üretimler başladı. 2000'li yıllara gelindiğinde grafik programları yaygınlaştı ve fırçadan gelen ustalar yerini yavaş yavaş endüstriyel tasarımcılara bıraktı. Teknolojiye hızla uyum sağlayarak teknoloji hızında gelişimini sürdürmeye devam eden Tabelacılık mesleği, kullanılan malzeme ve makine çeşidi ile endüstriyelleşerek "Endüstriyel Reklam Ürünleri Sektörü"ne evrildi.

Günümüzde “Endüstriyel Reklam Ürünleri Sektörü”nde faaliyet gösteren firmalar akla gelen her türlü malzemeyi işleyerek reklam, tanıtım ve sergileme ürünü haline getirebiliyorlar. Bu hızlı dönüşüm süreci sektördeki firmaların faaliyetlerini anlatırken karışıklıklara neden olmaya başladı.

İstanbul Ticaret Odası 30 Nolu Bilgi, İletişim ve Medya Meslek Komitesi'nin 2018 yılında başlattığı ve ARED'in de sektörel bilgi ve birikimiyle destek verdiği Endüstriyel Reklam Ürünleri Sektörü araştırma raporu çalışması sürecinde, sektörün günün koşullarına göre güncellenmesi gerektiği kesinlik kazandı.

ARED Açık hava Reklamcıları Derneği, Endüstriyel Reklam Ürünleri Sektörünün dönüşüm sürecini değerlendirerek sektörün faaliyet alanlarını günümüz koşullarına göre yeniden güncelledi. İşte ARED'in güncellediği "Endüstriyel Reklam Ürünleri Sektörü'nün faaliyet alanları:

Faaliyet Alanları	Endüstriyel Reklam Ürünü
Kurumsal Kimlik Uygulamaları	Kompozit ve Metal Cephe Kaplamalar
	Cephe Tabelaları
	Kutu Harfler
	Totemler
Perakende Satış Noktaları Mimari ve Görsel Uygulamaları	Akaryakıt İstasyonları
	Mağaza İçi Uygulamaları
	AVM Uygulamaları
	Banka ATM Kabinleri
	Satış Noktası Kiosklar
	Akrilik, Solid, Pvc vb. Levha Uygulamaları
	Cephe/Duvar Vinil ve Mesh Germe Uygulamaları
Baskı Hizmetleri	Billboard, Raket ve Poster Baskılar
	Folyo ve One Way Vision Cam Uygulamaları
	Bayrak, Pankart, Flamalar vb.
	Araç Giydirme Uygulamaları
	Yer Grafikleri
	Levha Üzerine Baskılar
	Tekstil Ürünlerine Baskı ve Uygulamaları
	Serigrafi Baskılar, Etiket, Plaket, Rozet Vb.
Şehir Mobilyaları	Billboard
	Megalight
	Megaboard
	Raket Pano
	Otobüs Durağı
	Silindir Kule
	Şehir Tuvaletleri
	Oturma Bankları
	Dışmekan Çöp Kutuları
Dijital Tabela ve Uygulamaları	Led Ekranlar
	Dokunmatik Ekranlar
	Bilgi Ekranları
	Kayan Yazılar
	Hologram ve Sanal Ekran Uygulamaları
Teşhir ve Tanıtım Uygulamaları	Fuar Standları
	Display Ürünler
	Raf, Dolap ve Sergileme Uygulamaları
	Ürün Teşhir Standları
	Etkinlik, Podyum ve Sahne Uygulamaları
Uyarı Levhaları ve Yönlendirme Sistemleri	Mimari Yönlendirme Sistemleri
	İş Sağlığı, İş Güvenliği Uyarı ve İkaz Panoları
	Trafik Yönlendirme ve İkaz Levhaları
Özel Proje Uygulamaları	3D Maketler
	İç Mekan Proje Uygulamaları
	Dış Mekan Proje Uygulamaları
Makine üreticileri ve tedarikçileri	
Malzeme üreticileri ve tedarikçileri	
Montaj, bakım ve onarım	

Değer Katan Çözümler

Tekstil (DYE-SUB)
Baskı Makineleri

hp HP Stitch S300 / 500



YENİ

hp HP Stitch S1000



Rulo Baskı
Baskı Makineleri

hp HP Latex 300/500 serisi



hp HP Latex 3200/3600/3800



Tabaka Baskı
Makineleri

hp HP Latex R1000 / R2000



hp HP Scitex FB550 / FB750



Sonlandırma
Makineleri

eurolaser
Partner for your success.



ZUND
swiss cutting systems



FOTOBA



Baskı
Malzemeleri

avery
DENNISON

Jac

Re-board®
Built-in Sustainability®

SENFA
DECOPRINT



Açikhava'nın Dünyası Değişiyor

Duygu ÖZDEMİREL
Açikhava Reklamcılar Derneği
Genç Aredliler Yönetim Kurulu Üyesi
Duygu Reklam Tanıtım Ltd.Şti.
duyguozdemirel@duygureklam.com



Açikhava reklamcılığının düne kadar en büyük avantajı evden çıktığımız anda reklam amaçlı kullanılabilecek her mecrada var olabilmesiydi. Bunun yanında televizyon ve yazılı basını destekler bir haldeydi. Evrim geçirebilen mecraların hayatta kalabileceği yeni teknoloji dünyasında diğer mecralardan daha başarılı olabilecek adaptasyonuyla diğer geleneksel mecralardan çok daha hayatta kalma şansı olduğuna inanıyorum. Uygulanan örnekler ve tahminler geçmişin aksine destekler nitelikte değil, ana mecralardan olma yolunda adımlar atılabileceğini gösteriyor.

Günümüzün %70'inden fazlasını dışarıda geçirdiğimiz ve bu rakamın hızla arttığı gerçeği reklam verenleri açık havaya yönlendiriyor. Televizyondan servis edilen hazır içeriği tüketmek istemeyen, radyo yerine kendi oluşturduğu listeyi dinleyen, internet reklamcılığında bile tek tıkla başladığı gibi reklamı geçen insanlar artık hedef kitlemiz. Reklam veren her türlü mecrada görünmek için uğraşırken hedef kitle reklamı görmemek için para ile platformlardan servis satın alıyor.

Açikhava reklamcılığının önünde büyük bir engel teşkil eden ölçümlenemiyor olması bugüne kadar onun ana mecradan ziyade mecrayı destekler nitelikte olmasına neden oluyordu. Medya satın alma şirketlerinin ve markaların en verimli kullandığı alanın artık dijital medya olması da hem net olarak ölçümlenebilir hem de tam olarak hedef kitle analizi yapabiliyor olmasından kaynaklanıyor. Diğer ana mecraların da ölçümlendiği söylenirse de hiçbirisi dijital kadar net veri ortaya koyamıyor. Teknolojiyle birlikte açık havanın da dijital medyada olduğu gibi hedef kitle analizleriyle kişiye göre reklam gösteriyor olması üzerinde çalışan bir durum.

Ülkemizde de programatik sayesinde daha durumsal zamanlarda benzeri başarılı işler yürütülüyor. Yağmur yağdığında şemsiye reklamı göstermek, güneş

çıktığında güneş gözlüğü ya da güneş kremi reklamı göstermek gibi fakat gelişen teknolojiyle direkt kişi bazlı etkileşime geçmek daha mümkün oluyor. Dijital dünya sizi herkesten daha iyi tanıyıp; gün boyunca online olduğunuz her an ne yaptığınızı biliyor. Sepete atıp geri dönüp almadığınız ayakkabıyı, mesaj platformları üzerinden arkadaşınıza pizza yiyelim dediğinizi, az önce satın aldığınız pantolonun üzerine giyilebilecek t-shirtleri gösteriyor; sonlanan her davranış için dönüp bir sonraki hamlesini yapıyor.

Açikhavaya açılan bu alanı iyi kullanabilmek için de sektör adaptasyonunu gelişen teknolojiyle beraber doğru zamanlı yapmamız gerekiyor. Baskıdan ziyade ekranlarla çalışıyor olacağız. 2030 yılı için Açikhava mecralarında dışı full ekran kaplı toplu taşıma araçları, tamamen dijitalleşen parapetler, billboardlar, cıpları öngörülüyor. 2050'ler de ise gözümüze yerleştirilecek mercek ile bir adet basılı iş olmadan her yerde kişiye özel sanal reklamlar görüyor olacağız. Genel olarak tv, basın, radyo, açık hava özellikle de internet reklamcılığında her şeyin Amerika'da başlayıp; gelişmelerin bizlere ulaşması uzun yıllar alan günler yeni dünya düzeninde eskilerde kaldı. Hatta San Francisco'da uberlerin üzerine yerleştirilen dijital panolar şehirle ilgili de veri toplayıp; toplanan veriler İstanbul'daki merkez ofiste inceleniyor. Artık dev arazilere, dev fabrikalar kuranlardan ziyade bir bilgisayarla dünyayı yönlendiren gençler konuşuyor.

Teknolojinin ağırlığı artarken; dünya her geçen gün artan bir hızla küçülüyor. Küçülen dünya ile büyüyecek için teknolojiyle barışık olmak gerekiyor.

Saygı ve Sevgilerimle,

Yılın En İyi On 3 Boyutlu Baskı Uygulaması

Dünyanın en heyecan verici teknolojilerinden 3D baskı hayallerin ötesine geçiyor. Yılın en iyi on 3D baskı uygulamasının arasında yapay uzuvlardan otomobil kopyalamaya, kıyafetten tarihi eserlere kadar birbirinden ilginç yenilikler var...

Dünyanın en heyecan verici teknolojik gelişmelerinden olan 3D (3 boyutlu) baskı, yeni kullanım alanlarıyla her geçen gün daha fazla ilgi görüyor. Modadan sağlık sektörüne, mimariden otomotive onlarca sektörde standartları yeniden belirliyor. Dünyanın en büyük baskı sistemleri fuarı olarak 3 boyutlu baskıya dair tüm yeniliklere ev sahipliği yapan FESPA, yılın en iyi 10 3D baskı uygulamasını sıraladı...



1 Okyanus Çöpünden Proteze

Tasarımcı: Milyonlarca Dalgı Projesi / Greenbatch / 3DUniverse

Australyalı kar amacı gütmeyen Greenbatch ve 3D Universe, okyanuslardaki milyonlarca plastik atığı kullanmak amacıyla güçlerini birleştirdi. 3D teknolojisi ile bu atıkları kullanarak çalışabilen protez uzuvlar yaratmayı başardılar.



2 3D baskı teknolojisi ile hayat kurtar!

Tasarımcı: 3D Systems / OpHeart

3D baskı teknolojisi sağlık sektöründe de birçok farklı uygulamada kullanılıyor. Ameliyat esnasında doktorlara ve cerrahlara yardımcı oluyor. Bunun örneği kâr amacı gütmeyen OpHeart tarafından, kalp krizi geçiren veya kalp yetmezliği olan çocukların ameliyatlarında kalp cerrahlarına yardımcı olmak için anatomik modeller üreterek mümkün olan en iyi tıbbi tedaviyi almalarına yardımcı oluyor.



3 3D baskı ile catwalk yürüyüşü

Tasarımcı: Julia Daviy

Moda, tekstil baskı sektöründeki yeniliklerden uzun bir süredir faydalanan. Tasarımcılar şimdi de 3D baskı teknolojilerine göz dikmiş durumda. Julia Daviy yeni tasarımını 'The Fragility Dress' (Kırılganlık Kıyafeti) adı altında sundu.



4 Otomobilde kahve?

Tasarımcı: Senseo

Marie 3D, bu yaratıcı uygulamayı üretmek için kahve makinesi üreticisi Senseo ile birlikte çalıştı. Dev bir kahve makinesi bir aracın üzerine monte edilerek Fransa Bisiklet Turu organizasyonu süresince Fransa sokaklarında dolaştı. Bu uygulamada Marie, 3D teknolojilerinden faydalandı.



5 4 günde otomobil kopyalandı

Baskı Merkezi: Colorzenith

İtalyan baskı sağlayıcısı Colorzenith 3D, Don Pasquale operası için klasik İtalyan otomobil Lancia B24'ün gerçek boyutta bir kopyasını aldı. Tasarımcı Gio Forma tarafından tasarlanan otomobil, sadece dört günde bir Massivit 1800 3D yazıcıda üretildi. Araç, operanın en ünlü sahnelerinden birinde soprano Rosa Feola eşliğinde sahneye çıkıyor.



6 Ayakkabınız ayağınıza tam uysun

Tasarımcı: PLAE

3D baskı teknolojisiinden yararlanan bir diğer moda markası ve ayakkabı üreticisi PLAE oldu. Şirket müşterilerin ayakkabı tabanlarını evden 3D olarak basmalarına olanak tanıyor. Böylece daha konforlu bir giyim sağlanmış oluyor.



7 Dinozorlar geri döndü

Geniş format baskı merkezi: Metropole

METROPOLE, Paris'teki Ulusal Tarih ve Doğa Müzesi'nde bir paleontoloji sergisini tanıtmak için bu tam boyutlu Triceratop'ları üretmek için Massivit 1800 3D yazıcısını kullandı. Basmanın sadece iki gün sürdüğü 3D baskı, 1.8 metre genişliğinde, 2.33 metre uzunluğunda ve 3 metre yüksekliğinde.



8 Antik dünyayı hayata geçirmek

Baskı merkezi: Stratasys

3D baskı lideri Stratasys, dünyanın en ünlü eserlerinden ve tarihi eserlerinden bazılarını 3D baskı biçiminde yeniden hayata geçirmek için Google Sanat ve Kültür ile bir araya geldi. Stratasys J750 3D Yazıcıda üretilen resim, Tayland'daki Ayutthaya tapınağının minyatür bir versiyonunu gösteriyor.



9 Kendi kar küreme makinesini üret

Tasarımcı: Spyker Workshop

Ani bir kar fırtınasıyla karşılaşırsanız, neden çözümlü 3 boyutlu olarak yazdırmıyorsunuz? Spyker Workshop'taki ekip, müşterilerin evden kendi 2X Spyker KAT kar küreme makinesini 3D olarak yazdırmalarını sağlayan yeni bir teklif geliştirdi.

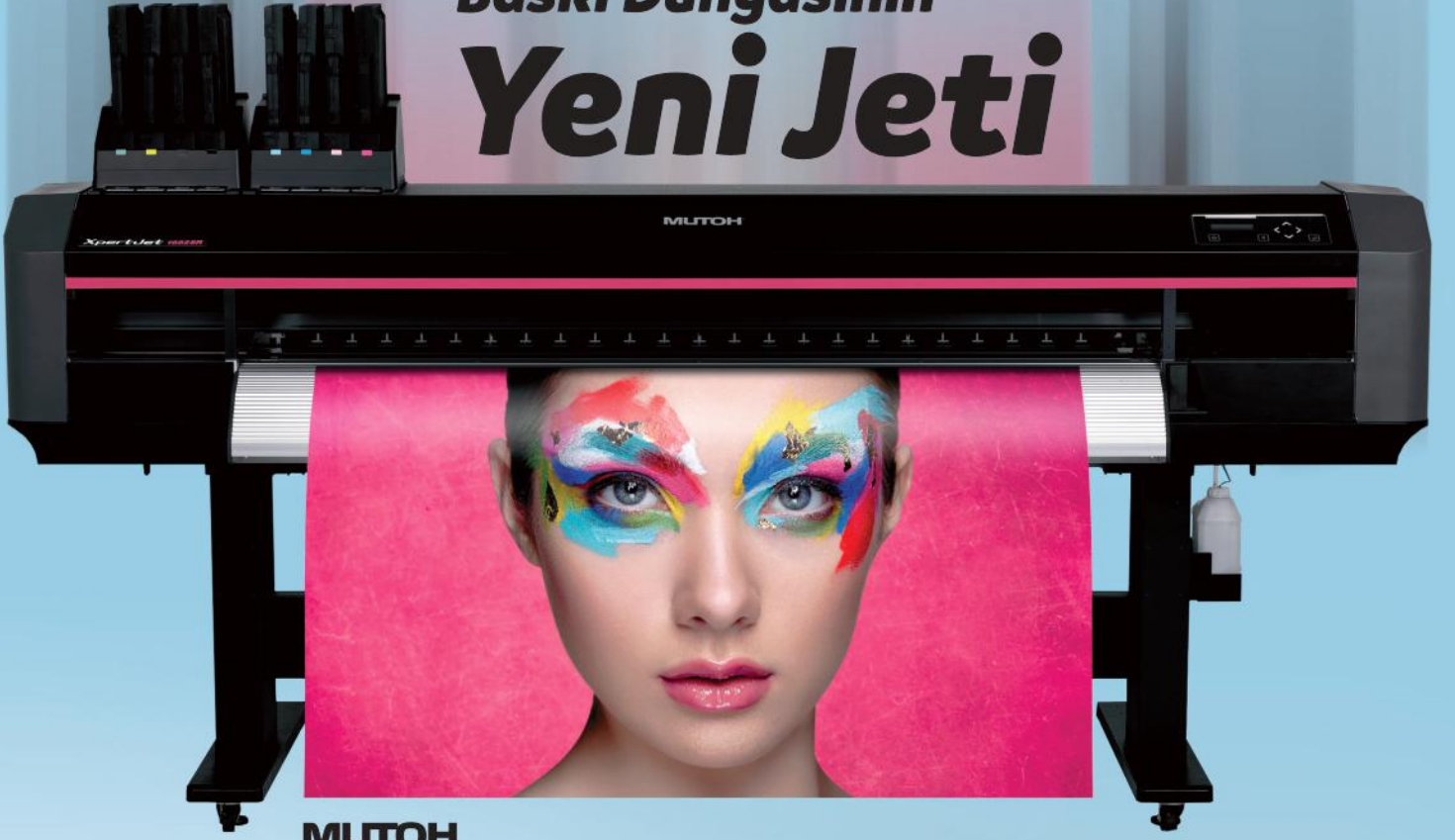


10 Engellinin hayalini gerçekleştirmek

Baskı merkezi: Dangling Carrot Creative

Star Wars hayranı olan bir engelli gencin hayalini gerçekleştirmek için 3D teknolojisi kullanıldı. 13 yaşındaki Vedant Singhania isimli Star Wars hayranına, Star Wars'taki X-Wing'lerden birine benzeyen tekerlekli sandalye hediye edildi.

Baskı Dünyasının
Yeni Jeti



MUTOH
XpertJet
Eco-Solvent Dijital Baskı Makinesi

1641SR - 1682SR
ECO SOLVENT
161.5 cm
1440 dpi



www.folpa.com
444 6 988
www.mutohturkiye.net


Folpa
gücü yeniden güveni eskiden

BU HIZLA DENGELER DEĞİŞECEK



JFX200-2513 EX

Benzersiz baskı kalitesi ve yüksek stabilitesinin yanında kapsamlı boya seçenekleri ile sektörde ikon haline gelen JFX200 Serisi'nin yeni üyesi olan **JFX200-2513 EX** ile tanışın.

Alışılmış kalitesi ve saatte 35m² baskı hızının yanı sıra kabartmalı baskı imkanı sunan yeni geliştirilmiş 2.5D baskı özelliği sayesinde **JFX200-2513 EX** iki boyutun ötesine geçiyor.

Mimaki
www.mimaki.com.tr