



Genç Aredliler Uludağ'da Bir Araya Geldiler



444 6 988

www.folpa.com

İyi Takım Kazandırır.

Sevgili Meslektaşlarım,

Birçoğumuz uzun yıllardır üretimin içindeyiz. Sektörde kimimiz aynen "Endüstriyel Reklamcılık" olarak tanımladığımız ve birçok malzeme ve disiplini içeren bir üretim bilgi ve pratiğine sahipken, kimimiz sadece akrilik, dijital baskı gibi üretim şekillerine ve işgal alanlarına sahip. Bazılarımız ise hiç üretim yapmayıp çeşitli malzeme ve hizmetler konusunda sektörde alakalı ticaretle uğraşıyorlar. Geçtiğimiz yıllar içinde üretim ve sanayide sayısız akım ve moda tabiri ile trendleri gördük, dinledik, uyguladık veya uygulayamadık. Bir gerçek var ki; müşteriler, talep biçimleri, piyasa koşulları ve gösterilen servisin içeriği anormal bir hızla değişti.

Artık gelecek endüstrilerde ve üretimde Endüstri 4.0 ten bahsediliyor.

Peki nedir bu Endüstri 4.0? Üretim sektöründeki önemli endüstriyel devrimler sonrası ülkeler ve şirketler küresel boyutta yaşanan değişimlere ayak uydurmak zorunda kalmış ve artan rekabet koşulları karşısında rekabet üstünlüklerini devam ettirebilmek amacıyla bazı stratejiler geliştirmişlerdir. İlk olarak 2011 yılında Almanya'da gündeme gelen Endüstri 4.0 da bu stratejilerden birinin adı.

Tarih boyunca dört büyük endüstriyel devrim yaşanmıştır genel kabule göre ve bunlar:

1. Su ve buhar gücünün daha verimli kullanılmasını sağlayan mekanik tezgahların bulunması.
2. Henry Ford'un üretim bandı tasarımı ve elektriğin seri üretimde kullanılmaya başlanması, üretim hattının geliştirilmesi.
3. 1970'lerde üretimde mekanik ve elektronik teknolojilerin yerini dijital teknolojiye bırakmasına sebep olan programlanabilir makinelerin kullanılmaya başlanması. Günümüz bu Endüstri devrimi içindedir.
4. Endüstri 4.0 ise 4. Endüstriyel Devrimi başlatacağı düşünülen endüstriyel bir strateji planı.*

Bu strateji temel olarak bilişim teknolojileri ile endüstriyi bir araya getirmeyi hedefliyor.

Ana bileşenlerinden ilki ise "Yeni Nesil Yazılım ve Donanım". Yani bugünün klasik donanımlarından farklı olarak düşük maliyetli, az yer kaplayan, az enerji harcayan, az ısı üreten, ancak bir o kadar da yüksek güvenilirlikte çalışan donanımlar ve bu donanımları çalıştıracak işletim ve yazılım sistemlerinin kaynak ve bellek kullanımı açısından tutumlu olması hedefidir. İkinci ve belki de en önemli bileşen ise Cihaz Tabanlı İnternet (İng: İnternet of Things), yeryüzündeki tüm cihazların birbiriyle bilgi ve veri alışverişi için kullandığı, her türlü araç gerece entegre edilmiş, sensor ve işlemcilerle donatılmış, internet bağlantılı akıllı elektronik sistem. Bu sisteme kısaca Siber-Fiziksel Sistemler de diyebiliriz. Üretim sürecinde fabrikalardaki makinelerde siber-fiziksel sistemlerin kullanılması demek insanlardan neredeyse bağımsız olarak kendi kendilerini koordine ve optimize ederek üretim yapabilecek 'akıllı fabrikalar' demektir. Eğer Endüstri 4.0 stratejisi gerçekleşirse üretim süresi, maliyetler ve üretim için ihtiyaç duyulan enerji miktarı azalacak, üretim miktarı ve kalitesi artacak.

Yani fabrikalar düşünün, içerisinde hiçbir ışık yanmıyor, kahve ve çay makineleri yok. Sekreter yok, klima yok, sigara molaları yok, varlığı yok, yemekhane yok, robotlar çalışıyor, çevreye minimum zararlı, ekolojik bir fabrika... İnternet ve güçlü bir ağ üzerinden koordine olan, devamlı kendini kontrol eden ve güncelleyen yazılımlar ve sistemler. Esnek üretim, özel üretim gibi adaptasyonlara uygun. Verimlilik öyle bir seviyeye gelmiş ki makinelerin bir dakikası bile boşa geçmiyor ama stoklar da sıfır!

Tabii ki bu düzen ve sistemin istihdama, özellikle kol kuvveti ile çalışan insan gücüne çok negatif etkisi olacaktır. Ama geleceğin bu şekilde yönleneceğine dair çok önemli görüş birliği var.

Arkadaşlarımla konuşurken güzel ve sistemli fabrikaları tarif etmek için "danayı bir kapıdan koyuyorsun, diğer taraftan sosis olarak çıkıyor" şeklinde benzetmelerim olurdu. Artık Endüstri 4.0'da sistem, sosis stoklarına da otomatik bakıyor, ona göre kendi kendine pastırmaya, kuşbaşı üretimine geçiyor, yaz geldi, sıcaklar arttı, fabrika ve stok alanını bir derece kendi kendine soğutuyor, makine bakım ve kalibrasyon zamanlarında anlaşılan tedarikçiye önceden otomatik mail atıyor. Bilim kurgu gibi gerçekten... Belki de korkutucu...

Bizim sektörümüzde bu kadar entegre ve yüksek teknoloji bir sisteme gerek olur mu, emin değilim. Ama tüm trendleri bilmemiz, ona göre milletçe altyapı, eğitim gibi konularda adımlar atmamız ve vizyonumuzu buna göre çizmemiz gerekiyor.

İşlerinizin bol ve bereketli geçmesini diliyor, saygılarımı sunuyorum.

* tr.wikipedia.org/wiki/Endüstri_4.0



K. Halil ELİGÜR

Açık Hava Reklamcılar Derneği
Yönetim Kurulu Başkanı

halileligur@ared.org.tr

Facebook

<https://www.facebook.com/AREDTIR>

Twitter

https://twitter.com/ARED_TR

LinkedIn

<http://www.linkedin.com/company/ared-turkiye>

Web sitesi

<http://www.ared.org.tr>

açık havada
haberler

www.ared.org.tr

Yayın Türü
Yaygın Süreli Yayın

Dergi Adı
Açık Havada Haberler

İmtiyaz Sahibi
Açık hava Reklamcılar Derneği adına
Bırol Fedai

Adres
Açık hava Reklamcılar Derneği
Gazeteciler Sitesi Keskin Kalem Sk. No:35
Esen-tepe 34394
Şişli / İstanbul
Tel:0 212 212 41 16

Genel Yayın Yönetmeni
İbrahim Demirseren

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Ayşe Z. Aydın

Dergiyi Hazırlayanlar
ARED Basın, Yayın ve Tanıtım
Çalışma Komitesi
Bırol Fedai
Levent Olcayto
Ayşe Z. Aydın
Şenay İpek
Ekin Gencer

Sayfa Tasarımı
M. Elçin Gırmzal

Yönetim Yeri
Açık hava Reklamcılar Derneği
Gazeteciler Sitesi Keskin Kalem Sk. No:35
Esen-tepe 34394
Şişli / İstanbul
Tel:0 212 212 41 16

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

Basım Tarihi
Mart 2016
Ücretsizdir.

İşbirliği içerisinde olduğumuz kuruluşlar



European Sign Federation
FEDERATION EUROPEENNE DE SIGNATURE ET DE COMMUNICATION
EUROPEANER SIGN VERBAND DER VERBANDEN



INTERNATIONAL SIGN ASSOCIATION
IDENTITY USAGE GUIDELINES



ARED Antalya Üyeleri "İş Kanunu Eğitimi" İçin Bir Araya Geldiler

2014 yılından beri sürdürdüğü ARED Antalya İl Temsilciliği görevini 2016 itibarıyla devreden Alper Teniş (Rekmar Reklam), görev döneminin son etkinliği olarak 30 Ocak'ta düzenlenen "İş Kanunu Eğitimi" semineriyle ARED Antalya Üyeleri'ni bir araya getirdi. İl Temsilciliği döneminde toplam 14 organizasyona liderlik ederek, kimi zaman eğitim kimi zaman da sektörel sohbet formatlarındaki etkinliklerle Antalya üyelerinin sektörel bağlarının aktif ve güçlü olmasına büyük katkı koyan Alper Teniş'e çok teşekkür ederiz.



Atatürk Köşesi Projesi 2016'da Şanlıurfa ile Devam Ediyor

ARED'in 2009 yılında ilk adımlarını attığı "Okullara Atatürk Köşesi, Atatürk Posterleri, Türk Bayrağı, Armağanı" projesine 2016 yılında ilk destek Şanlıurfa'dan geldi. Başladığı tarihten itibaren 104 okula erişmeyi başaran projeye, 2014 yılından beri özveriyle sürdürdüğü ARED Şanlıurfa İl Temsilciliği görevinin son çalışması olarak Mehmet Nur Köroğlu (Şua Reklam), Ümmü Hayr Selma Hatun İmam Hatip İlkokulu'na Atatürk Köşesi hediye etti. Mehmet Nur Köroğlu'na değerli çalışmaları ve eğitime verdiği destek için çok teşekkür ederiz.



MEB Meslekî ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü'ne ARED Ziyareti

ARED Genel Sekreteri Aynur Çakır, Ankara İl Temsilcisi Erol Gökmen, Okullarla İlişkiler ve Eğitim Komitesi Ankara Üyesi Şahin Acar, yeni atanan 07.01.2016 tarihinden bu yana görevini sürdürmekte olan MEB Meslekî ve Teknik Eğitim Genel Müdürü Osman Nuri Gülay'ı 3 Şubat'ta makamında ziyaret ettiler. Bu ziyarete Meslekî ve Teknik Öğretim Genel Müdürlüğü Sosyal Ortaklar ve Projeler Daire Başkanı Şennur Çetin de eşlik etti. Aynur Çakır, Erol Gökmen ve Şahin Acar ziyaret programının ardından değerlendirme toplantısı gerçekleştirdiler.



ARED ve Milli Eğitim Bakanlığı'nın İş Birliği Protokolü Değerlendirildi

ARED Genel Sekreteri Aynur Çakır, Yönetim Kurulu Üyesi Ali Tekin Çelik, Ankara İl Temsilcisi Erol Gökmen, Okullarla İlişkiler ve Eğitim Komitesi Ankara Üyesi Şahin Acar, 5 Şubat'ta Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü'nde Daire Başkanı Osman Akkuş ve Eğitim Uzmanı Kubilay Sungur ile bir toplantı gerçekleştirdiler. Toplantıda Milli Eğitim Bakanlığı ile ARED arasında yapılan 29.03.2013 tarihli işbirliği protokolü değerlendirilerek, protokolün süresinin bitim tarihine kadar devam etmesinin uygun olacağı kararlaştırıldı.



ARED Okullarla İlişkiler ve Eğitim Komitesi Önümüzdeki Yılın Yol Haritasını Çizdi

Açık hava reklamcılığı mesleğine olan ilgi ve talebi artırmak, ARED'in iş birliği içinde olduğu okulların öğrencilerinin nitelikli yetişmesine ve sektörde kalmasına ön ayak olmak ve sektör profesyonellerinin ve sektörel kurumların mesleki bilgi ve becerilerini eğitim ve seminerlerle geliştirmek amacıyla çalışan ARED Okullarla İlişkiler ve Eğitim Komitesi, ARED ofisinde bir toplantı düzenledi. Komite Başkanı Bırol Fedai, üyeler Şaban Beyler ve Şahin Acar'ın yanı sıra eğitim uzmanları Erdal Küçüköğlü ve Volkan Binici'nin katılımıyla 22.2.2016 tarihinde gerçekleşen toplantıda gelecek hedefleri belirlendi ve endüstriyel reklamcılığın dal olma süreci değerlendirildi.

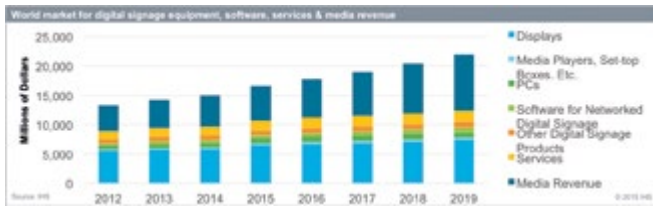
KA.DER'in Reklam Kampanyası ABD'den Üç Ödülle Döndü

Kadın Adayları Destekleme derneği KA.DER'in 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri için Öykü Ajans tarafından hazırlanan kampanyası, "Campaigns & Elections" dergisi tarafından düzenlenen Reed Awards'da üç ödül kazandı. Seçim kampanyası yönetimi, siyasi danışmanlık ve politik tasarı alanlarında başarıyı ödüllendiren Reed Awards'da bu sene yaklaşık 3.000



aday yarıştı. Dokuz kategoride finale kalan "Biz ne diyoruz, siz ne anlıyorsunuz." projesi, En İyi Uluslararası Kampanya, En İyi Uluslararası Açık hava Kampanyası ve En İyi Avrupa Açık hava Kampanyası dallarında ödül kazandı.

Dijital Endüstriyel Reklamcılığın 2016'da %7 Büyümesi Öngörülüyor



Dünyanın önde gelen öngörü, analiz ve uzmanlık şirketlerinden ABD bazlı IHS, dijital endüstriyel reklama dair 2015 verilerini ve 2016 tahminlerini açıkladı. IHS'nin; büyüme oranları, gelir ve LCD, plazma panel, LED video, projeksiyon ve açık hava ekranlarının fiyatlandırmasını belirlediği Dijital Endüstriyel Reklam Piyasa Takipçisi projesinin sonuçları, 2016'da sektörün global anlamda %7 oranında büyüyeceğine işaret ediyor. Dijital endüstriyel reklam ürünleri üretim giderlerinin ve ekranların güç sarfiyatının azalmasıyla beraber daha geniş kitlelere ulaşımın sağlanabilmesi, büyümenin arkasındaki en önemli itici güç olarak belirlendi.

Üçüncü drupa Küresel Trendler Raporu Açıklandı

Dünya genelinde 750 baskıcıdan toplanan verilerle hazırlanan ve baskı sektörünün geçtiğimiz üç yılını ve gelecekte beklenenleri değerlendiren rapor, FESPA'nın geçen sene sonuçlarını açıkladığı FESPA Baskı Anketi ile paralel olarak, sektörün gelecekte umutlu olduğunu ortaya koydu. 2008 ekonomik krizini takip eden iyileşme sürecinin henüz tamamlanmamış olmasına rağmen araştırma sonuçları sektör profesyonellerinin 2016'dan itibaren yatırım planlarını bu iyimserlik doğrultusunda yapacaklarına işaret etti.



Havalimanı Kiosklarıyla Kalp Masajı Eğitimi

Amerikan Kalp Derneği'nin (AHA) 2013'te tek bir havalimanında başlattığı kalp masajı eğitimi kioskları, 2016 itibarıyla altı havalimanında uygulanmaya başlandı. Plastik gövde modellerinin yerleştirildiği dokunmatik ekranlardan oluşan kiosklarda, kalp masajı yaparken ellerin doğru yerleşimi ve uygulanan baskının derinlik ve sıklığına dair hayati bilgiler yolculara öğretiliyor. ABD'de yapılan araştırmaya göre kalp krizlerinin %20'si hastane dışı kamusal alanlarda gerçekleşiyor ve kriz geçirenlerin sadece %10'u hayatta kalıyor.

Kinetic'ten AçıkHAVANIN Ölçümünde Yeni Araç



Uluslararası medya satınalma ajansı Kinetic, Sosyal Amplifikasyon Skoru (SAS) adını verdiği yeni ölçüm yöntemiyle, dünyada ilk defa açık hava reklamlarının alışverişe doğrudan etkisini sosyal medya aktivitesi üzerinden ölçmüştür. Kişiyi özel algoritma ve yazılımlar sayesinde SAS, Twitter, Facebook, Instagram ve Tumblr üzerinden topladığı sosyal medya verilerini açık hava reklam kampanyalarıyla eşleştiriyor. Sosyal medyanın gücü arttıkça, dijital ve fiziksel mecraları birleştiren SAS'nin öneminin büyüyeceği tahmin ediliyor.

Sürücü Yorgunluğuna Çare Olan Billboardlar



Reklam mecrası olmanın ötesinde işlevsel özelliğe sahip billboardlara Peru'dan yeni bir örnek geldi. Bir ev dekorasyon firmasının başlattığı kampanyanın billboardları aynı zamanda sürücülere ücretsiz, tek arabalık park alanları işlevi görecektir. Ülkedeki her üç kazanın birinin sürücü yorgunluğundan kaynaklandığını belirten reklamveren, bu sebeple billboardları kazaların en sık yaşandığı uzun ve manzarasız otoyol Panamericana Sur üzerine yerleştirdi. Park alanlarında 24 saat güvenlik ve kablosuz internet gibi hizmetler de bulunuyor.

Teknolojiyi

Yeniliyoruz.



JFX500-2131



JFX200-2513



JV150-160



CG-130SR III



JV400SUV



UJF-6042
UV PRINTER

Mimaki



UJF-7151plus



CJV150-160



UJF-3042



JV400-160LX



SWJ-320 S4



SJJ-320UV

Yüksek Performanslı Geniş format LED UV Baskı Makinesi

Mimaki Türkiye Distribütörü

PIMMS

0212 284 11 77
pimms.com

İstanbul Büyükşehir Belediyesi, 2016 Yılında Cam Cephe Reklam Uygulamalarına İzin Vermeyecek

İstanbul genelinde son yıllarda açık hava mecrasında en çok öne çıkan ve sıklıkla kullanılan bina cam cephe uygulamalarına 2016 yılında izin verilmeyecek. Derneğimize gelen sorular üzerine aradığımız İBB Kentsel Tasarım Müdürlüğü yetkilileri, 2016 yılı için bu uygulamalara izin verilmeyeceğini, "Başkanlık tarafından alınan yasaklama kararının bu yıl uygulanmasına başlanılacağını" bildirdiler.

Bunun üzerine İBB İlan Reklam Yönetmeliği'nde yaptığımız incelemede:

Madde 5'te yer alan: **"Giydirme cepheli binaların cam yüzeylerinin; cam grafiği veya yapıştırma film tekniğiyle, söz konusu güzergahtaki reklam ve tanıtım yoğunluğu, cephe kimliği ve benzeri etkenler dikkate alınarak reklam alanı olarak kullanılmasına izin verilebilir.**

Ürün mesajının, cam giydirme cephe yüzeyinin %50'sini aşmaması esastır. Bina cephesi bir bütün olarak değerlendirilir. Cam ile beraber diğer cephe kaplama malzemeleri ile kaplanmış cephelerde; cam yüzey alanının, toplam cephe alanına oranı ve bina mimarisi dikkate alınarak cam grafiği uygulaması yapılmasına izin verilebilir.

Bir cephe yüzeyinde birden fazla reklam uygulaması yapılamaz. Bir binada birden fazla reklam yapılabilir cephe olması durumunda; binanın mimari özellikleri, binanın yer aldığı güzergahtaki reklam yoğunluğu, silüete etkisi, trafiğe etkisi ve benzeri unsurlar dikkate alınarak, reklamın uygulanabileceği cepheler ilgili Belediye tarafından belirlenir." hükmüyle bu uygulamalara izin verilmesinin mümkün olduğu, Belediye Meclisi'nin yetkisinde olan bu düzenlemelerin, Belediye Meclisi'nin dışındaki bir karar organı tarafından değiştirilmesinin mümkün olamayacağı sonucuna ulaştık.

Üyelerimizin ve sektörün bu yasaklamadan zarar göreceğini öngören Yönetim Kurulumuz, konuyu Mart ayındaki toplantısında değerlendirecek. Gerekirse, dernek olarak kararın kaldırılması için öncelikle belediye yetkilileri ile görüşme sonrasında yargı yoluna gitme kararı alınması gerekecek.

Gelişmeleri ARED web sayfası www.ared.org.tr'den takip edebilirsiniz.



Av. Ayşe Z. AYDIN
Açık Hava Reklamcılar Derneği
Genel Koordinatör
aysezaydin@ared.org.tr

İngiltere'de Açık hava Mecrasında Dönüm Noktasına Gelindi

Avrupa'daki en değerli reklam mecralarından biri olan Londra metrosunun ihaleye açılmasıyla kiracısının değişecek olmasının, Avrupa genelinde açık hava mecrası alım satımını değişim sürecine sokması bekleniyor. Reklam alanlarının yıllık yaklaşık 210 milyon dolar getisi olan Londra metrosu, İngiltere'de açık hava reklam piyasasının %15'ini teşkil ediyor. Exterion ve JCDecaux şirketlerinden birine gidecek ihale ile gelen değişimin analogdan dijitale dönüşün her geçen gün hızlanmasıyla beraber açık hava mecrasında süregelen güneşli afiş değişimi gibi geleneksel uygulamaların tarihe karışmasına sebep olabileceği öngörülmüyor.



Pantone İlk Defa Yılın Rengi Olarak İki Rengin Kombinasyonunu Belirledi

Pantone her sene seçtiği yılın rengini 2016'da Rose Quartz (Gül kuvarısı) ve Serenity (Dinginlik) tonlarının harmanı olarak belirledi. Pantone, modern hayatın stresine çare olması amacıyla ılık gül tonları ve dingin maviyi bir araya getirerek huzur ve güven duygularına hitap etmeyi amaçladıklarını açıkladı. 13-1520 kodlu rose quartz ve 15-3919 kodlu serenity, aynı zamanda kültürel anlamda toplumsal cinsiyetlere kodlanmış pembe ve mavi renklerini temsil ediyor. Bu iki rengin birlikteliği bu sayede günümüzün akışkan toplumsal cinsiyet ve oryantasyon ifadelerine atıfta bulunuyor.

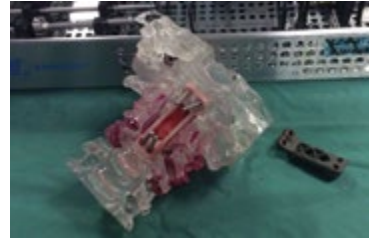


ABD'de ATM Kartlarının Yerini Akıllı Telefonlar Alacak

ABD'nin en büyük üç bankası Bank of America, Chase ve Wells Fargo, ATM işlemleri için kart gereksinimini yakın saha iletişimi ile ortadan kaldırmak için ilk adımı attı. Banka uygulaması ya da mobil cüzdan giriş yapıldıktan sonra ATM şifresi girilerek bankacılık işlemleri kartsız halledilebilecek. Mevcut kartsız işlem sistemlerinde bankadan işlem onay kodu talep etmek gerekiyor. Yakın saha iletişimi teknolojisiyle kartsız işlemlerin hem daha güvenli hem daha hızlı hale getirilmeleri amaçlanıyor. Banka mesajından daha güvenli olan uygulama erişimi hırsızlık ihtimalini azaltırken kod beklemeye ihtiyaç duyulmaması ortalama 30-40 saniye süren işlem süresini 10 saniye civarına indirmeyi başarıyor.



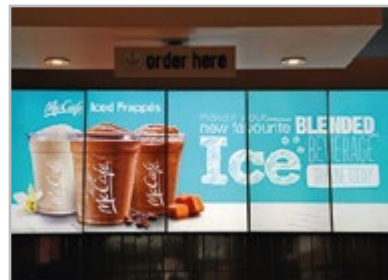
3D Baskıyla Üretilen Omurlarla Yapılan İlk Ameliyat Başarılı Geçti



Avusturalyalı beyin cerrahı Ralph Mobbs'un Sidney'de gerçekleştirdiği 15 saat süren operasyon ile tıp tarihine geçildi. 60 yaşındaki hastanın omurgasındaki tümörün omurlığına yakınlığı geleneksel ameliyatlara felç ile sonuçlanacağından, Mobbs

Avusturalyalı Anatomics firmasıyla birlikte çalışarak hastanın omurlarının birebir kopyasının üretilmesini sağladı. Titanyumdan üretilen omurların gerçek omurlarla tamamen aynı olmaları, operasyonda tümörün başarıyla alınıp hastanın hareket kabiliyetinin korunmasına imkan tanıdı.

McDonalds'dan Hava Durumuna Göre İçeriğini Programlayan Dijital Menüler



McDonalds'ın dijital endüstriyel reklam projesi ile restoranlardaki dijital menü ekranları hava durumunu dikkate alarak müşterilere tavsiyeler sunacak. Hava sıcaklığı doğrultusunda buzlu içecekleri ya da sıcak alternatifleri öne çıkarak menüler test için

Kanada'da denendi ve yeni ekranların bulunduğu şubelerde müşterilerin harcadığı paranın ortalama olarak yükseldiği ortaya çıktı. Menülerin gelişmiş yazılımları sayesinde zaman da hesaba katılarak kahvaltı ya da öğle yemeği seçenekleri ekranlarda yer alacak. Yıl sonuna kadar ABD genelinde uygulanmaya başlanacak dijital menüler, sonrasında dünya genelinde kullanıma hazır olacak.

Esnek Elektronikler ile Cilt Kanseriyle Mücadele



L'Oreal'in ürettiği ve 16 ülkede bu yaz ücretsiz olarak dağıtacağı süper ince cilt bantları sayesinde bantı kullananlar gölgeye geçme zamanının geldiğini geç olmadan fark edecekler. Saç telinin yarısı inceliğindeki bantlarda bulunan ışığa duyarlı mürekkep, ten

renginde değişim olduğunda bantın da renginin değişmesini sağlayacak. Cilt Kanseri Vakfı'nın verilerine göre non-melenom cilt kanserlerinin %90'ı UV radyasyondan kaynaklanıyor. 25 bilim insanının esnek elektroniklerle New York, Paris ve Singapur'da yürüttüğü çalışmalarla ortaya çıkan bant, beş gün boyunca aktif kalabilecek ve vücudun herhangi bir bölümüne yapıştırılarak kullanılabilir.

2016'nın İlk ARED İl Toplantısı Yeni Formatıyla İzmir'de Gerçekleşti

11 Şubat'ta ARED'in iş birliği içinde bulunduğu Mersinli Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nde düzenlenen İzmir İl Toplantısı'nın eğitim etkinliği, bölgesel ve sektörel diyalogu geliştirmek adına ilk defa Sektörel Panel biçiminde hayata geçirildi.



ARED Başkan Yardımcısı İbrahim Demirseren'in moderatörlüğüyle gerçekleştirilen ARED Sektörel Paneli, ilk defa İzmir'de yeni formatıyla düzenlendi.

15 Ekim 2015'te düzenlenmesi planlanan İzmir İl Toplantısı, 10 Ekim'de Ankara'daki Barış Mitingi'ne yapılan bombalı saldırı nedeniyle iptal edilmişti. ARED, 2007'den beri düzenlemekte olduğu İl Toplantıları'nı 2016'da ilk olarak İzmir'de gerçekleştirerek iptal olan organizasyonu telafi etmiş ve İzmirli açık hava reklamcılarını gecikmeli de olsa bir araya getirmiş oldu.

Toplantı öncesinde ARED Yönetim Kurulu Üyeleri sırayla Gözdecan Reklam, Üstünler Reklam, Bronz Reklamcılık, SDS İzmir ve Sütaş Süsler firmalarını ziyaret ederek meslektaşlarıyla bir araya geldiler.

ARED Başkanı Halil Eligür, açılış konuşmasına saldırıları kınayarak başladı ve ARED olarak kayıplardan duyulan derin üzüntüyü ifade etti. Eligür, kamusal alanlarda sivil halka uygulanan şiddetin ülkedeki güvenlik hissini her anlamda yok ettiğini belirterek bu tedirginlik ortamının ticarete de yansığının altını çizdi. Sektörel olarak zorlayıcı geçen 2015'in sonrasında yeni seneye İzmir'in kendine has pozitif havasıyla başlamakta dernek olarak mutluluk duyduklarını söyleyen Eligür, İzmirli meslektaşlarına katılımları ve sıcak karşılamaları için teşekkür etti.



Betül Binici, FESPA Eurasia 2015'te hem nitelik hem de nicelik olarak büyüme gösterildiğini vurguladı.

FESPA Eurasia sunumunu gerçekleştirmek için söz alan Betül Binici, bölgenin ve özellikle Türkiye'nin geçirmekte olduğu sıkıntılı siyasi ve ekonomik süreçte tüm olumsuz durum ve faktörlere rağmen fuarın gösterdiği kategorik büyümeden ARED ve FESPA olarak duydukları gurur ve mutluluğu ifade etti. Binici, ARED'in kar amacı gütmeyen bir dernek olarak profilinin ve FESPA'nın Amaç İçin Kazanç felsefesiyle yürüttüğü misyonunun bir araya gelmesiyle hayata geçirilen FESPA Eurasia'nın, bu anlamda sektörün fuarı tanımını sonuna kadar hak ettiğini belirtti.

Fuar sonu raporunu dinleyicilerle paylaşan Betül Binici, FESPA Eurasia 2015'te hem nitelik hem de nicelik olarak büyüme gösterildiğini vurguladı. Konuşmasının sonunda FESPA Eurasia'yı ve fuar aracılığıyla sektörü destekleyen tüm açık hava reklamcılarını teşekkür eden Binici, tüm misafirleri 8-11 Aralık 2016'da yine CNR Expo'da gerçekleşecek dördüncü FESPA Eurasia'ya davet etti.

Programın devamında ARED'in 6. ve 7. Dönem Yönetim Kurulları'nda üyelik görevini üstlenen Fatih Özcan'a (Gözdecan Reklam) teşekkür plaketi Birol Fedai tarafından sunuldu. Her ilde gerçekleştirilen yeni ARED üyelerine rozet takdimi töreninin İzmir ayağında ARED'e yeni katılan Ali Bıçakçı (Kontrol P Baskı Sistemleri), Gürkan Hatipoğlu (Oscar Reklam), Hakan Tezcan (Dijibas Reklam) ve Sertaç Talay'a (Meba Reklam) ARED rozetleri takdim edildi.

ARED'in İlk Sektörel Paneli Yoğun ve Verimli Geçti

ARED Başkan Yardımcısı İbrahim Demirseren'in moderatörlüğüyle gerçekleştirilen ARED Sektörel Paneli, ilk defa İzmir'de yeni formatıyla düzenlendi. Panel başlangıcında değişikliğe gidilmesinin sebeplerini açıklayan Demirseren, bir eğitimci ya da ARED Yönetim Kurulu Üyeleri'nin dinleyicilere yapacağı tek taraflı bir konuşma yerine tüm katılımcıların konuşma imkanı bularak toplantı içeriğinin güncel konular etrafında belirlendiği bir panelin daha verimli olacağı inancında olduğunu belirtti.

Seyircilerin sorularını yanıtlamak üzere sahnede Demirseren'e ARED Başkanı Halil Eligür, ARED Ankara Üyesi Şahin Acar, İş Gü-



Yeni ARED üyelerine rozet takdimi töreninde, Ali Bıçakçı (Kontrol P Baskı Sistemleri), Gürkan Hatipoğlu (Oscar Reklam), Hakan Tezcan (Dijibas Reklam) ve Sertaç Talay'a (Meba Reklam) ARED rozetleri takdim edildi.

venliği Uzmanı Aydoğan Çavuşoğlu ve İç Denetim, Kontrol ve Risk Yönetimi Uzmanı Bülent Yenikaya eşlik etti.

Panel başlangıcında, İbrahim Demirseren sektörün sorunlarını hep beraber belirleyip beraber çözüm bulmak adına misafirlerden söz almalarını rica etti ve haksız rekabet, üretim süreci sıkıntıları ve eleman yetersizliği gibi konuları tartışmaya açmayı önerdi. Tartışmanın en merkezi konusu izleyicilerin soruları doğrultusunda haksız rekabet olarak belirlendi. Katılımcıların tamamı merdiven altı işletmelerin bilinçsiz müşteriler, sektöre giriş eğiliminin düşüklüğü ve endüstriyel reklamcılığın kompleks yapısının sektörel tanımlamayı zorlaştırması yüzünden yarattıkları haksız rekabet ortamından şikayetçi oldular.

Merdiven altı işletmelerin kalitesiz ürünlerle piyasada rekabet edebilmesi tartışmalar sonucunda mevcut ekonomik koşulların yarattığı sıkıntıya bağlandı. Demirseren haksız rekabetin tüm üreticilerin sıkıntısı olduğunu belirtti ve müşterilerin ürünleri ilk günkü duruşu üzerinden değerlendirip fiyatlandırmayı bu ölçüt üzerinden talep ettiklerini söyledi. Halil Eligür de bilinçsiz müşteri sorununa dikkat çekerek Suriyeli işçi sorununun da bu olumsuzlukları ağırlaştırdığını ekledi.

ARED'in kanun ve kurallara uyan, çevreye ve istihdam gerekliliklerine özen gösteren şirketlere avantaj sağlamak için Yönetim Kurulu Üyesi Selçuk Aygüler başkanlığında bir komite kurduğunu açıklayan Eligür, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı ile yapılacak iş birliği ile ARED'in bir denetleme mekanizması olarak işleyecek bir belgelendirme projesinin gündemde olduğunu seyircilerle paylaştı. ARED V. ve VI. Dönem Başkanı Birol Fedai'de söz alarak herkesin her işi yaptığı denetimsiz işletmelerin, ağırlaşan yasalar karşısında giderek zorlanacağını ve işletme koşullarına getirilecek böyle bir standardizasyonun her anlamda şirketlere fayda sağlayacağı görüşünü bildirdi.

Haksız rekabet ile bağlantılı olarak eğitilmiş eleman sıkıntısı, müşteri kalitesi, satınalmacılarla ilişkilerin geliştirilmesi ve ikinci jenerasyona şirketlerin teslimi gibi konularda seyirciler söz alarak sıkıntılarını ve önerilerini salonla paylaştı ve birbirlerinden görüş alma imkanı edindiler. Sektörel iletişim anlamında önemli bir adım olan ARED Sektörel Paneli, İzmir'de dinamik

ve interaktif bir ortamda gerçekleşti ve diğer illerdeki panellerin gidişatına dair pozitif bir izlenim yarattı.

59 kişinin katılımıyla gerçekleşen ve üç saat süren toplantı Bronz Reklamcılık, FESPA Eurasia, Fleksmedia, Folpa, Frimpeks, İstanbul Reklam, Saatçioğlu, SDS, Süstaş ve Unifol sponsorluğuyla organize edildi. Bir sonraki ARED İl Toplantısı ve Sektörel Paneli 14 Nisan'da Adana'da düzenlenecek.



Gözdecan Reklam Ziyareti



Üstünler Reklam Ziyareti



Bronz Reklamcılık Ziyareti



SDS İzmir Ziyareti



Süstaş Süsler Ziyareti



Yaklaşık üç saat süren ARED İzmir İl Toplantısı ve Sektörel Paneli 59 kişinin katılımıyla gerçekleşti.

SPONSORLARIMIZ



FESPA EURASIA

10 - 13 ARALIK 2015, CNR EXPO, İSTANBUL

FESPA
EURASIA
2015
İstanbul
10-13 December 2015

FUAR SONRASI RAPORU

Geniş format dijital baskı, serigrafi baskı, tekstil baskı ve endüstriyel reklam sektörlerinin buluşma noktası

1 ZİYARETÇİ İSTATİSTİKLERİ

9,231
ZİYARETÇİ

Tekil ziyaretçi sayısı

10,838
ZİYARET

Bir günden fazla gelen ziyaretçi sayısı

2014 YILINDAN YAKLAŞIK %10 DAHA FAZLA ZİYARETÇİ!

2 SATIN ALMA GÜCÜ

Ziyaretçilerin
%52'si
son karar verme yetkisine sahipti



Ziyaretçilerin
%82'si
karar verme sürecine dahil olan yetkililerdi

4 KATILIMCILAR

%75'i

FESPA Eurasia'nın pazarlama stratejilerinin önemli bir parçası olduğunu düşünüyor



6 ZİYARETÇİLERİN EN ÇOK İLGİLENDİĞİ ALANLAR

Dijital baskı makineleri	%34
Baskı öncesi	%29
Dijital baskı malzemeleri	%18
Yazılım	%15
T-shirt baskı	%14

*Ziyaretçiler birden fazla seçim yapabiliyorlardı.

3 EN ÇOK ZİYARETÇİNİN GELDİĞİ İLK 5 ÜLKE



Ziyaretçilerin
%80'i ev sahibi ülke olan Türkiye'den idi

İran
Bulgaristan
Suriye
Irak
Almanya



Ziyaretçilerin
%20'si yurt dışından geldi

5 ÜST DÜZEY ZİYARETÇİ KALİTESİ

Ziyaretçilerin
%65'i

firma sahibi, yönetici ve müdür pozisyonlarına sahip



7 YATIRIM

TOPLAM ZİYARETÇİ BÜTÇESİ

1.5 MİLYAR EURO



8 İÇERİK

ÜÇ EĞİTİM AKTİVİTESİ:

Tekstil Semineri,
Endüstriyel Reklam
Uygulama Alanı
ve Araç Kaplama
Yarışması

İŞLENEN KONULAR:

- Tabela ressamlığı
- Renk yönetimi
- T-shirt uygulamaları
- Süreç verimliliği
- Neon uygulama



9 FUAR EN ÇOK NEDEN ZİYARET EDİLİYOR?

Baskı sektöründeki en son ürünleri incelemek

Baskı sektöründe yeni bağlantılar kurmak ve mevcut tanıdıklarla görüşmek

Ürün satın alma konusunda son kararı vermek



*Ziyaretçiler birden fazla seçim yapabiliyorlardı.

Solutions Partner

Textile Innovation Partner

İnk Partner

Destekleyen

ARED Ortaklığı ile



WWW.FESPAEURASIA.COM

FESPA
profit for purpose

FESPA Eurasia 2016'da Başarı Devam Ediyor

8-11 Aralık tarihlerinde CNR Expo İstanbul'da düzenlenecek olan, Avrasya bölgesindeki geniş format dijital baskı, serigrafi baskı, tekstil baskı ve endüstriyel reklam alanlarındaki en son yeniliklerin sergileneceği lider fuar FESPA Eurasia, artan katılımcı talepleriyle şekillenmeye başladı.



2015'teki fuar sonuçları, dört gün süren fuarın toplam ziyaret sayısının 10.838 olduğunu, fuara 9.231 tekil ziyaretçinin geldiğini ve toplam ziyaretçi sayısında 2014 fuarına göre %10'a yakın bir artış olduğunu gösteriyor. Avrasya pazarlarında gelecekteki büyüme alanlarının ve fırsatlarının belirlenmesinin çok önemli olduğunu vurgulayan Mimaki Europe EMEA Genel Pazarlama Müdürü Mike Horsten, 2013'teki ilk fuardan bu yana gerçekleşen büyümeyle FESPA Eurasia'nın, yerel ve uluslararası üreticilerin 'mutlaka katılması gerektiği' bir fuar olarak kendini sağlamlaştırdığını ifade etti.

2015'teki fuar sonuçları, dört gün süren fuarın toplam ziyaret sayısının 10.838 olduğunu, fuara 9.231 tekil ziyaretçinin geldiğini ve toplam ziyaretçi sayısında 2014 fuarına göre %10'a yakın bir artış olduğunu gösteriyor. Avrasya pazarlarında gelecekteki büyüme alanlarının ve fırsatlarının belirlenmesinin çok önemli olduğunu vurgulayan Mimaki Europe EMEA Genel Pazarlama Müdürü Mike Horsten, 2013'teki ilk fuardan bu yana gerçekleşen büyümeyle FESPA Eurasia'nın, yerel ve uluslararası üreticilerin 'mutlaka katılması gerektiği' bir fuar olarak kendini sağlamlaştırdığını ifade etti.

Ziyaretçilerin yüksek kalitesi

Fuar sonuç istatistikleri ziyaretçilerin %82'sinin yeni ekipman alımı için karar alma sürecine dahil olan yetkililerden oluştuğunu vurguluyor, bu sonuç işine daha fazla yatırım yapma potansiyeli olan yüksek kalitede ziyaretçinin açık bir göstergesidir. Brother GmbH Ürün Müdürü (IPM) ve Pazarlama Müdürü-Heiner Rupperath: "Fuar alanı ziyaretçilerle doluydu, çok iyi iş fırsatları elde ettik" sözleriyle ziyaretçilerden duyduğu memnuniyeti ifade etti.

Avrasya bölgesi şu anda güçlü bir büyüme dönemi geçiriyor ve veriler ziyaretçilerin toplam 1,5 milyar Euro'luk harcama bütçesine sahip olduğunu gösteriyor. Katılımcı firmalar için bu, mevcut müşterileri ile ilişkilerini daha fazla geliştirmeleri ve en son ürünlerini çok sayıda ziyaretçiye sunmalarının yanı sıra yeni müşteriler kazanmaları için de fırsatlar sağladı. Fuarın kalitesinin ve başarısının bir göstergesi olarak, fuar katılımcılarının %75'i, FESPA Eurasia'da yer almanın pazarlama stratejileri için çok önemli olduğunu belirtti.

FESPA Grup Fuarlar Müdürü Michael Ryan şunları dile getirdi: "FESPA Eurasia 2015 Fuarı'nın sonuç rakamlarının fuar öncesindeki öngörü-

lerimizi doğrulamasından, ziyaretçilerin yüksek kalite ve sayısı ile katılımcıların fuardan yararlanmasından dolayı memnunuz. Bu bölge muazzam bir büyüme yaşıyor ve şimdi geniş format baskı, serigrafi, endüstriyel reklam ve tekstil baskı firmalarının FESPA Eurasia Fuarı'na katılarak sunulan yeni fırsatları dikkate alması her zamankinden daha önemli. FESPA Eurasia 2016'da yine güçlü bir fuar bekliyoruz."

FESPA Eurasia 2015 Katılımcılarının Değerlendirmeleri:

Mimaki Europe, EMEA Genel Pazarlama Müdürü Mike Horsten: "FESPA Eurasia 2015 bizler için çok başarılı oldu ve bu etkinliğin bir parçası olmaktan dolayı memnunuz. Fuar Ortadoğu, Doğu ve Orta Avrupa'dan gelen çok sayıda ziyaretçiyle birlikte birçok farklı ülkeden önemli hedef kitleleri çekmeyi başardı. Yeni ürünlerimiz ile makinalarımızı çalışır halde görmek isteyen ziyaretçilerle çok verimli görüşmeler gerçekleştirdik. FESPA Eurasia'nın gücünün, pazardaki son değişikliklere ayak uyduran ve gelecekteki büyüme alanlarını ve fırsatları gören olağanüstü organizasyonundan ve uzman ekibinden doğduğuna inanıyoruz."

CWT Worktools, Geliştirme Müdürü Peter Fagrell: "Daha önce FESPA ile çalışmıştık ama ilk kez FESPA Eurasia Fuarı'nda yer aldık. Her zamanki gibi FESPA ekibi bizimle çok ilgilenerek güzel bir iş çıkardı. Havaalanına yakınlığı ile fuar merkezi harika bir konuma sahip. Fuar beklentilerimizin üzerinde ziyaretçiyi bir araya getirdi ve ziyaretçiler ürünlerimizle yakından ilgilendi. Dünya çapındaki FESPA Fuarları'na katılmaya devam edeceğiz."

Brother Internationale Industriemaschinen GmbH, IPM (Endüstriyel Baskı Makinaları) Ürün Müdürü Heiner Rupperath: "Genel olarak fuarın kalitesi bizler için iyiydi ve iyi iş fırsatları elde ettik. Cumartesi günü fuar alanı ziyaretçilerle doldu ve bu kadar müşterinin ürünlerimiz hakkında konuşmak için standımıza gelmesinden çok keyif aldık. Türkiye'nin farklı bölgelerinden gelen müşterilerimizin yanı sıra fuardaki uluslararası ziyaretçiler FESPA Eurasia'nın uluslararası bir fuar olduğunu fazlasıyla kanıtıyor. Bu önemli bölge için bu yıl düzenlenecek FESPA Eurasia 2016 Fuarı için sabırsızlanıyoruz."

FESPA Eurasia hakkında daha fazla bilgi için www.fespaeurasia.com adresini ziyaret edebilirsiniz.

8-11 ARALIK 2016 TARİHLERİNİ NOT EDİN! FESPA EURASIA

Geniş format dijital baskı, serigrafi baskı, tekstil baskı ve endüstriyel reklam sektörlerine yönelik lider fuar.

WWW.FESPAEURASIA.COM



Destekleyen



ARED Ortaklığı ile



FESPA
profit for purpose

Genç Aredliler Yılın İlk Etkinliğinde Uludağ'da Bir Araya Geldiler

Yeni dönem Genç Aredliler Yönetim Kurulu'nun ilk aktivitesi Genç Aredliler'i Uludağ'da bir araya getirmek oldu. Üyelerden büyük ilgi gören Genç Aredliler Uludağ Etkinliği ile Beden Dili ve Mikro İfadeler Semineri 26-28 Şubat tarihlerinde Bursa Uludağ BOF Hotel'de gerçekleşti.



26 Şubat'ta başlayan etkinliğe dokuz farklı ilden sektör temsilcisi katılım gösterdi.

Genç Aredliler'in bugüne kadar kurdukları yakın ilişkileri yeni dönemde de sürdürmeyi, birbirini iletişimi kolaylaştırmayı ve aktif üye tabanını büyütmeyi amaçlayan Uludağ etkinliğinin yoğun programı sayesinde katılımcılar bol bol tanışma ve kaynaşma olanağı buldular.

Etkinliğin ilk günü olan 26 Şubat'ta dokuz farklı ilden Uludağ'a varan Genç Aredliler, otelde düzenlenen mangal partisinde bir araya gelerek ilk günden tanışma ve sohbet etme şansı buldular. Organizasyonun ilk etkinliği olan ve müzik eşliğinde gerçekleşen mangal partisinde sağlanan sıcak ortam sayesinde sektör temsilcileri etkinliğin geri kalanında birbirlerini yakından tanıyıp dostluklarını ilerlettiler.

Beden Dili ve Mikro İfadeler Eğitimi

Eğitim öncesinde yaptığı açılış konuşmasında ARED Genel Sekreteri ve Genç Aredliler Komite Başkanı Aynur Çakır, bu denli detaylı ve yoğun bir etkinliği özveriyle gerçekleştiren Genç Aredliler Yönetim Kurulu Üyeleri'ne, değerli destekleri için sponsor firmalara ve organizasyona ilgi gösteren katılımcılara teşekkür etti. Genç Aredliler Başkanı Mert Ünveren de hoşgeldiniz konuşması için söz alarak organizasyon sponsorlarına ve baskı sponsoru Printtech'e teker teker teşekkürlerini sundu. Ünveren, bir sonraki Genç Aredliler etkinliğinin Kapadokya'da balon gezisini de kapsayacak bir gezi olarak planlandığının duyurusunu yaptı.

Eğitim öncesinde, interaktif ve samimi bir ortamın yaratılabilmesi adına kısa bir tanışma bölümü gerçekleştirildi. Salondaki herkesin sırayla söz alıp kendilerini tanıttığı tanışma bölümünde ayrıca sponsorlara da firmalarını tanıtmaya fırsatı tanındı. Etkinliğe hazırlıklı gelen Lidya Grup temsilcisi Adem Öz kısa bir powerpoint sunumuyla şirket ve ürünlerini salonla paylaşma fırsatı edindi. Bir sonraki etkinlikte tüm sponsorların bu tanıtım fırsatını değerlendirmeleri temenni edildi.

Mikro İfadeler Nedir?

Organizasyonun ikinci gününün merkezinde Oğuz Benlioğlu'nun sunumuyla düzenlenen "Beden Dili ve Mikro İfadeler" eğitimi vardı. Yüzdeki duyguları anlama ve yorumlama üzerine Almanya'da eğitim almış olan Benlioğlu, daha sonrasında Mikro & Management adlı şirketi kurarak Mimikresonanz-Mikro İfadeler eğitimlerinin Türkiye distribütörü olup dünya genelinde danışmanlık hizmetleri verdiğini bilgisini dinleyicilerle paylaştı.



Eğitim öncesinde yaptığı açılış konuşmasında ARED Genel Sekreteri ve Genç Aredliler Komite Başkanı Aynur Çakır, bu güzel organizasyon için Genç Aredliler'e teşekkür etti.



Genç Aredliler Başkanı Mert Ünveren, bir sonraki Genç Aredliler etkinliğinin Kapadokya'da yapılmasının planlandığını belirtti.

Oğuz Benlioğlu, sunumuna "Mikro ifadeler nedir?" sorusu ile başladı. Mikro ifadeleri duyguların mimik şeklinde yansımasıyla oluşan durumlar olarak tanımlayan Benlioğlu, 40-500 milisaniyede yüze mimik olarak yansıyan bu ifadelerin; öfke, tikslenme, mutluluk, korku, şaşkınlık, üzüntü ve küçümseme olarak kategorize edilen yedi temel duygu altında toparlandığını belirtti.



Organizasyonun ikinci gününün merkezinde Oğuz Benlioğlu'nun sunumuyla düzenlenen "Beden Dili ve Mikro İfadeler" eğitimi vardı.



Seminer boyunca konuları fotoğraf, video ve katılımcılarla karşılıklı uygulanan örneklerle zenginleştiren Oğuz Benlioğlu'nun sunumu bu sayede eğlenceli, interaktif ve samimi bir ortamda gerçekleşti.



Kadın ve erkeklerin sözsüz iletişim kanallarını kullanırken verdikleri mesajları anlatan Oğuz Benlioğlu, tiyatral anlatımı için Betül Binici'den destek aldı.

Mikro ifadeleri öğrenmenin iki sebebi olabileceğini açıklayan Benlioğlu, bir seçeneğin karşı tarafın açıklarını yakalama amaçlı olduğunu diğersinin ise tüm ilişkilerde daha iyi iletişim kurmak odaklı olduğunu altını çizerek, hedefin iyi ilişkiler olarak konulmasının öneminden bahsetti. Mikro ifadelerin öğrenilebilir ve geliştirilebilir bir sistem olduğunu söyleyen Oğuz Benlioğlu bu sistemin kullanım alanlarını; yönetim ve liderlik, satış ve müşteri ilişkileri, insan kaynakları, hizmet sektörü, güvenlik birimleri, eğitim sektörü, sağlık sektörü, koçluk ve terapi, sunumlar ve seminerler, aile ve ilişkiler olarak sıraladı.

Makro İfadeler-Mikro İfadeler

Makro ifadeleri kısaca beden dili olarak açıklayan Benlioğlu bu ifadelerin; kültürel farklılık gösteren ve okunması kolay duruşlar olduğunu not etti. Mikro ifadeleri ise mimikler, jestler, ses/kelimeler ve ince ifadeler olmak üzere dört başlık altında katılımcılara aktardı.

Seminer boyunca konuları fotoğraf, video ve katılımcılarla karşılıklı uygulanan örneklerle zenginleştiren Oğuz Benlioğlu'nun sunumu bu sayede eğlenceli, interaktif ve samimi bir ortamda gerçekleşti. Yedi temel duygunun yüzdeki yansımalarını 14 farklı yüz üzerinde açıklayan Benlioğlu, sonrasında seyircilere yaptığı test çalışmasıyla hem katılımcıların mimik okumayla ilgili gözlem becerilerini ortaya çıkardı hem de seminerin dinleyici katılımını artırdı.

Sunum sırasında ülke liderleri ve ünlülerin kısa videoları üzerinde katılımcılarla birlikte mikro ifadeler incelemeleri yapıldı. Seminerinde "yalandaki gerçekler" başlığında "GÜVEN"e ulaşmak için yalan yakalamayı öğrenmemiz gerektiğini belirten Oğuz Benlioğlu, yalan yakalama etkinliklerini başlıklar altında katılımcılara aktardı. Son bölümde ise flört sırasında hem kadınlar hem de erkeklerin sözsüz iletişim kanallarını kullanırken verdikleri mesajları ve bunları okuma tekniklerini anlatan Oğuz Benlioğlu, tiyatral anlatımı için ise Betül Binici'den destek aldı.

Seminerin sonunda Oğuz Benlioğlu'nun teşekkür belgesini ARED Genel Sekreteri ve Genç Aredliler Komitesi Başkanı Aynur Çakır, sponsorların teşekkür belgelerini de Genç Aredliler Başkanı Mert Ünveren takdim etti. Katılımcıların katılım belgelerini ise Genç Aredliler Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Alihan Aydın, Genç Aredliler Genel Sekreteri Burak Güldamlası, Genç Aredliler Yönetim Kurulu Üyeleri Alper Tenşi, Gözde Özcan ile geçen dönem Genç Aredliler Başkanı, ARED Yönetim Kurulu Üyesi Mert Çiçek ve geçen dönem Genç Aredliler Başkan Yardımcısı Zeki Fedai takdim ettiler. Beden Dili ve Mikro İfadeler Semineri'ne Ankara, Antalya, Bursa, Eskişehir, Gaziantep, İstanbul, İzmir ve Şanlıurfa'dan 39 firmadan toplam 51 kişi katıldı.

Eğitim etkinliğini takip eden akşam yemeğinde yeniden bir araya gelerek uzun uzun sohbet etme imkanı bulan misafirler, seminerde yaratılan neşeli ortamı akşam yemeğine taşıyarak bu keyifli organizasyonu tamamladılar.

FESPA Eurasia Fuarçılık, Optimum Digital Planet, Taç Grup Reklam Ürünleri, Deniz Dış Ticaret, Taranto Tekstil ve Branda, Lidya Grup, Can Reklam Ürünleri, Küp Reklam Ürünleri, Remifol, Birleşik Akrilik ve Printtech firmalarının sponsorluğunda gerçekleşen Beden Dili ve Mikro İfadeler Semineri ile Genç Aredliler Uludağ Etkinliği katılımcıların 28 Şubat'ta gerçekleşen otel çıkışları ile sona erdi.



Beden Dili ve Mikro İfadeler Semineri'ne Ankara, Antalya, Bursa, Eskişehir, Gaziantep, İstanbul, İzmir ve Şanlıurfa'dan 39 firmadan toplam 51 kişi katıldı.



Seminerin sonunda Oğuz Benlioğlu'nun teşekkür belgesini ARED Genel Sekreteri ve Genç Aredliler Komitesi Başkanı Aynur Çakır, sponsorların teşekkür belgelerini de Genç Aredliler Başkanı Mert Ünveren takdim etti.



Seminer sonrasında akşam yemeğinde bir araya gelen misafirler, seminerde yaratılan neşeli ortamı akşam yemeğine taşıyarak bu keyifli organizasyonu tamamladılar.

SPONSORLARIMIZ



www.fespaeurasia.com



www.optimumreklam.com



www.tacreklam.com



www.denizreklam.net



www.tarantobranda.com



www.lidyagrup.com.tr



www.canreklam.com.tr



www.kupreklam.com



www.remifol.com



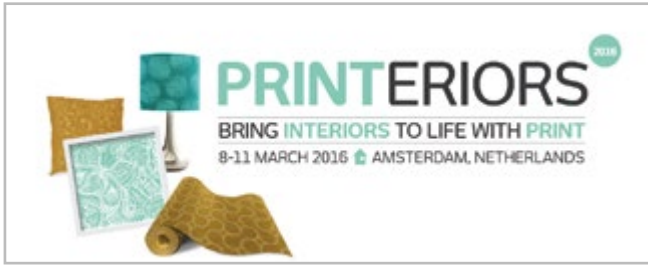
www.birlesikakrilik.com

2016'nın Baskıya Adanmış İlk Fuarı: FESPA Digital 2016



Amsterdam, RAI Fuar Merkezi'nde gerçekleşecek FESPA Digital 2016, şimdiye kadarki en büyük FESPA Digital etkinliği olacak. 450'yi aşkın uluslararası katılımcı marka ve aylar öncesinden tükenen fuar standlarıyla, FESPA'nın onuncu dijital etkinliği, 2006'daki ilk FESPA Digital'e kıyasla %159 büyümeye 8-11 Mart'ta geri dönüyor. Fuarın dijital baskıya ayrılan 1,3 ve 7 no'lu hollerinde ekipman, yazılım ve uygulama gibi dallarda, hem uluslararası hem de lokal üreticiler, sayısı 50'yi aşan ürünün lansmanını yapacaklar.

Printeriors 2016'nın Teması Print Hotel Olacak



İlk defa geçtiğimiz sene FESPA 2015 Fuarı'nda düzenlenen Printeriors etkinliği, bu sene FESPA Digital 2016'da otel temasıyla geri dönüyor. Print Hotel projesi kapsamında, tamamen dijital ve tekstil baskı ürünleriyle hazırlanan 16 örnek oda misafirlere sergilenecek. Her ünitenin banyo, bar, yatak odası ve toplantı odası şeklinde birbirinden farklı formatlarla hazırlandığı Printeriors etkinliğiyle iç mekan tasarımda baskının sunduğu imkanların genişliği gözler önüne serilecek.

FESPA'nın İtalya Üye Derneği'nden "Tekstil Baskı Çözümleri Koleksiyonu"na Destek



Dijital baskının giderek yaygınlaştığı günümüzde tekstil baskının geleceğini sağlamlaştırmak için kurulan İtalya bazlı Tekstil Baskı Çözümleri Merkezi, FESPA Italia'nın desteğiyle Beyond the Silk Road: The Textile Industry in The Digital Printing Era (İpek Yolu'nun Ötesi: Dijital Baskı Döneminde Tekstil Endüstrisi) isimli kitabı yayımladı. Tekstil baskı sektörüne dair araştırma, öngörü ve çözüm ortaklığı gibi konularda bir koleksiyon haline gelecek kitaplar serisinin İngilizce ve İtalyanca olarak hazırlanan ilk edisyonu <http://www.textilesolutioncenter.it> adresinden PDF olarak indirilebiliyor.

FESPA Textile 2016, Bugüne Kadarki En Büyük Dijital Tekstil Etkinliği Olacak



FESPA Digital 2016 ile eş zamanlı olarak düzenlenen FESPA'nın dijital tekstil baskı etkinliği FESPA Textile, 65'i aşkın katılımcısıyla RAI Fuar Merkezi'nde tekstile adanmış holler 4 ve 5'te gerçekleşecek. Tekstil pano, konfeksiyon süsleme ve giysi baskısının yanı sıra iç mekan tasarım

çözümlerinin de sergileneceği FESPA Textile 2016, aynı zamanda 8 Mart'ta Amtrium'da gerçekleşecek Dijital Baskı Konferansı etkinliğiyle de ev sahipliği yapacak. FESPA Digital tarafında da tekstil baskı teknolojilerine yer verecek katılımcılarla birleştiğinde, FESPA Textile toplam 141 standın oluşturduğu bir fuar haline geliyor.

FESPA Ödülleri'ne Rekor Katılım



Baskıda başarıyı kutlayan tek global bağımsız yarışma olan ve her sene düzenlenen FESPA Ödülleri, 2016'da yoğun ilgi gördü. Bu sene endüstriyel reklam ödülleri de kategorilerden biri haline getiren FESPA, toplam 17 kategoride dağıtacağı ödülleri, sahiplerine 9 Mart günü gerçekleşecek Gala

Yemeği'nde takdim edecek. 2014'e kıyasla katılımcı sayısının %45 arttığı 2016 FESPA Ödülleri, Amsterdam'da Beurs van Berlage adlı mekanda sektör profesyonellerini bir araya getirerek sıcak bir ortamda baskıda mükemmeliyeti kutlama fırsatı sunacak.

European Sign Expo FESPA Digital 2016'da



ARED'in üyesi olduğu ve ARED Başkanı Halil Eligür'ün 2. Başkan Yardımcılığı görevini üstlendiği European Sign Federation tarafından FESPA Digital ile eş zamanlı olarak RAI Fuar Merkezi'nde düzenlenen European Sign Expo, 2013'teki ilk ESE'ye kıyasla %110

büyüyen alanıyla Amsterdam'da endüstriyel reklamcılığa dair en yeni ürün ve teknolojileri fuar ziyaretçilerine sunacak. 75'i aşkın katılımcı firmanın 6 no'lu holde sergileyeceği ürünlerin yanı sıra 3 no'lu holde FESPA Eurasia'da da her sene düzenlenmekte olan Endüstriyel Reklam Atölyesi misafirlere canlı uygulamaları izleme ve uzmanlarla birebir görüşme şansı sunacak.

Sevgili Meslektaşlarım,

Genç Aredliler oluşumu hızla büyümeye, sektörde adını ikinci nesile ve genç reklamcılara duyurmaya devam ediyor.

Ocak ayında yönetimimizde değişiklikler oldu: geçmiş dönem Başkanımız Mert Çiçek bizleri temsilen ARED Yönetim Kurulu içerisine girerken, Başkan Yardımcımız Zeki Fedai, genç arkadaşlarımızın önünü açarak aktif üyeliğe geri döndü. Üçüncü dönem Yönetim Kurulu üyemiz Mert Ünveren yeni yönetimde Başkanlık görevine seçilirken, Alihan Aydın Başkan Yardımcılığı'na getirildi. Ben ise Genel Sekreterlik görevime bu dönemde de devam ediyorum. Bu değişim vasıtasıyla aramıza üç yeni Yönetim Kurulu üyesi katıldı: Alper Tenşi, Gözde Özcan ve Uğurhan Kurt.

Sevindirici olan, geline nokta artık Genç ARED üyesi arkadaşlarımızın yapılan organizasyonlar, sosyal sorumluluk projeleri, eğitimler ve sektörel çalışmalara katılımda bulunarak Yönetim Kurulumuz'da büyük bir istekle çalışma arzularını görebiliyor olmamız.

Bunun bir örneğini de geçtiğimiz günlerde yaşadık. Genç Aredliler'in 26-28 Şubat tarihleri arasında Uludağ Bof Hotel'de gerçekleştirmiş olduğu Mikro İfadeler Eğitimi ve sektörel buluşmaya dair duyurumuz sonrasında, 2-3 gün içinde rezervasyonlar tamamen doldu. Bu da daha önceki organizasyonlarımızın ne kadar başarılı geçtiğini ve ilginin sebebinin açıklıyor bence...

Bu vesile ile bizlere desteklerini esirgemeyen sponsorlarımıza tekrar teşekkür etmek istiyorum. Bu buluşmamızda yine Türkiye'nin her yerinden genç reklamcı ve tedarikçileri ağırlama imkanı bulduk. Şanlıurfa'dan İzmir'e, Gaziantep'ten Ankara'ya, İstanbul'a, Bursa'ya kadar birçok meslektaşımızla bir araya geldik; gerek şehirlerarası network ağımızın oluşması, gerek tedarikçilerimizin bizlere yaptığı malzeme veya makina sunumları ile yeniliklerden haberdar olma şansı yakaladık ve kendi aramızda potansiyel ticaretin imkanlarının önünü açtık.

Ayrıca Sn. Oğuz Benlioğlu'nun eğlenceli sunumu ile sektörde mikro ifadeler ve mimiklerin ne denli önemli olduğunu ve okumayı bilirse bu ifadelerin ne çok şey anlattığına şahit olduk.

Ekonomi ve sektörümüzün çok durgun olduğu bu günlerde, Genç ARED sayesinde hem iş hem eğlence ile kafamızı biraz da olsa dağıtabilmemiz geleceğe ümitte bakmamıza sebep oluyor.

Şimdiden Eylül ayında Kapadokya'da düzenlenecek olan buluşmamızın heyecanını yaşıyoruz. Bu sefer geç kalmamak için Kapadokya organizasyonumuza katılım bilgilerinizi erkenden bildirmenizi öneririm.

Tüm meslektaşlarımın bol işi, sağlık ve başarılı bir sezon geçirmelerini diliyorum.

Saygılarımla,



Burak GÜLDAMLASI
Açık Hava Reklamcılar Derneği
Genç Aredliler Genel Sekreteri
Atölye Teknik Reklamcılık
burak@atolyeteknik.com



Hedefi tam onikiden vurun.

Açık hava reklam çalışmalarınızda markanızın itibarını, mesajınızın etkisini, kalitesiz ve garantisiz ürünlerle riske atmayın! Üreticinizin hangi ürünü kullandığına dikkat edin ve ondan **"Kalite Güvence Sertifikası"** sahibi, yıllarca bozulmadan kalacak, kaliteli baskı malzemeleri ile çalışmasını isteyin. Kısacası ondan, Arlon isteyin!

ARLON

Türkiye Distribütörü

deniz

Huzur, Mutluluk ve Başarı

İnsanoğlu bencil olmak için değil, topluma faydalı olmak yani hizmet etmek için doğar. Topluma hizmet sevgiyle başlar. Sevgi ile birleşen hizmet insanoğlunun kolu kanadı gibidir. Öncelikle karşılıksız hizmet yani gönüllülük kavramı ile tanışacağız. Paylaşmayı, farklı olanı görmeyi, tanımayı ve kabul etmeyi öğreneceğiz. Hizmet ederken üretken ve yaratıcı olmayı öğreneceğimiz gibi problem çözme yeteneğini de kazanacağız. Dayanışma, birlikte iş görme gibi edinimler sonucu yüksek değerlere sahip dünya insanı olacağız. Böyle bir kişiliğe sahip olduğumuzda çevremizden beklentimiz manevi değerlere sahip olan bir toplumu karşımızda görmek haline gelecektir.

İnancınız ne olursa olsun, insan yaşamı bazı değerlerin bütünleşmesiyle oluşur. İşte bu değerler yaşama anlam ve yön verir, insanın hedefini belirler. Çok para kazanma hırısı insanda birçok değerın kaybolmasına neden olur. Karşılıklı güveninin kalmadığı bir ortamı kimse istemez ve böyle bir toplulukta sevgiden, saygıdan kimse bahsedemez. Sektörümüzde de zaman zaman böyle sıkıntıları maalesef yaşıyoruz. Sektörümüzdeki bu sıkıntıları çözmek adına konuyu daha da genele yayıp tartışma platformlarına taşımak, sorunlara konuşarak çözüm üretmek gerektiğine inananlardanım. İşte bu tip sorunlarda önderliği yapacak kişi kimdir sorusu akla geliyor. Tabii ki bu rol için çevrenin sevgisini saygısını kazanmış, hayat tecrübesi fazla, dürüst insanlara ihtiyaç duyulmaktadır. Böyle kişiler her zaman, her dönem, her sektörde vardır. Bu kişiler toplumdan sadece saygı ve sevgi beklemektedir. Bu saygı ve sevginin görülmediği sektörlerden başarı beklemek hayalperestlikten başka bir şey değildir. Şunu da söylemek isterim ki izinde gittiğiniz kişinin başarılarından bir pay alamıyorsanız bir yerlerde hata yapıyorsunuzdur. Sizi başarıya götürecek yolun sektörün önderlerinin takibinin hatasız yapılmasından geçtiğini unutmamamız gerekmektedir. Kısacası seçtiğimiz hedefe başarıyla gelebiliyorsak, elde ettiğimiz netice huzur ve mutluluk veriyorsa, başarıya kavuşulmuş demektir.

Sevgi ve özveri ile başlayan bir hizmetten uzun uzadıya bahsetmemin nedeni, 1977 yılında fırçayla amatör olarak başladığım meslek hayatımda, 2005 yılında tanıştığım ARED sayesinde dernek üyelerinin ve yönetiminin bu sektöre nasıl sevgiyle hizmet ettiklerini gördükten sonra çizdiğim yeni yoldur. Bu değerli insanları kendime örnek alarak bu sektörde bana da bir görev vermelerini istedim ve aldığım tüm görevleri şu ana kadar severek, isteyerek, gönülden yapmaya çalıştım, çalışıyorum, çalışacağım. Her zaman şunu söylerim: iyi ki bu sektördeyim, iyi ki bu arkadaşlarımla, bu yolda yürüyorum. Bu güne kadar güzel dostluklar kurduğum, sosyal alanda birçok arkadaş edindiğim, hatta sektörel bir dergide bana köşe yazarlığı yaptıracak arkadaşlar edindiğim bu camiaya çok şey borçluyum. Sevgiyle ve özveriyle bu sektöre hizmet edenlerin izinde gitmeyi kendime hedef seçtim, bu yolda yürüyorum, yürümeye de devam edeceğim.

Saygılarımla.



Nazım KAYTAN
Açık Hava Reklamcılar Derneği
İzmir İl Temsilcisi
Çığır Reklam
nazimkaytan@cigirreklam.com.tr

Aramıza Yeni Katılanlar

Üye : Osman Gayır
Firma : Prestij Dijital Baskı Atölyesi
Adres : Y.Dudullu Mah. Keyap Çarşı Sitesi
Keyap Cad.146/B Ümraniye İSTANBUL
Telefon : (0216) 641 81 91- (0216) 641 81 93
E-mail : osman@prestijdijital.com.tr
info@prestijdijital.com.tr
Web : www.prestijdijital.com.tr

Üye : Emre Vatansever
Firma : Gravotech İç ve Dış Ticaret Ltd. Şti.
Adres : Atiye Hanım Sok. No:2 İçerenköy
İSTANBUL
Telefon : (0216) 577 64 54
Faks : (0216) 574 56 02
E-mail : emre.vatansever@gravotech.com
Web : www.gravotech.com

Üye : Ahmet Bayraktar
Firma : Aktif Dijital Baskı Sistemleri
Adres : Kışla Mah. 37.Sokak Cengizhan
Apt. A Blok No:4-A Muratpaşa
ANTALYA
Telefon : (0242) 248 30 88
Faks : (0242) 247 39 26
E-mail : info@aktifdigital.com
Web : www.aktifdigital.com

Üye : Mehmet Doğrul
Firma : Procolor Bil. Sis. Rek. Ltd. Şti.
Adres : Hacı İlyas Mah. E.Cezaevi Sok.
Vardar Apt. 6/A Osmangazi BURSA
Telefon : (0224) 271 35 55-(0224) 256 12 12
Faks : (0224) 272 61 17
E-mail : mdogrul@procolor.com.tr
Web : www.procolor.com.tr

Üye : Serkan Ofraz
Firma : Ofraz Gayrimenkul Oto. Gıda İnş.
Nak. Petrol Reklam San. ve Tic. Ltd. Şti.
Adres : Sancaktar Mah. Şani Efendi Cad.
No:26 Merkez ŞANLIURFA
Telefon : (0414) 312 62 81
E-mail : serkanreklam63@hotmail.com

Üye : Mehmet Ali Öztepe
Firma : 4A Şehir Mobilyaları Reklam San. ve
Tic. Ltd. Şti.
Adres : Sultançiftliği Mah. Baysal Sok. No:21
Taşdelen Çekmeköy İSTANBUL
Telefon : (0216) 312 25 58
Faks : (0216) 312 25 50
E-mail : alioztepe@4areklam.com
Web : www.4areklam.com

Üye : Orhan Seyfi Söylev
Firma : Uludağ Rekl. Tan. Hiz. San. Tic. Ltd. Şti.
Adres : Beşevler Mah. Küçük Sanayi Sitesi
22. Sok. 24. Blok No:3-4 14149
Nilüfer BURSA
Telefon : (0224) 443 48 88
Faks : (0224) 443 38 98
E-mail : orhansoylev@uludagreklam.com
info@uludagreklam.com
Web : www.uludagreklam.com

Üye : Hakan Yılmaz
Firma : HKN End. Baskı Sis. Dış Tic. Ltd. Şti.
Adres : Merkez Mah. Erenler Cad.
No:11/A-2 Çekmeköy İSTANBUL
Telefon : (0216) 642 25 75
Faks : (0216) 642 25 76
E-mail : h.yilmaz@hkn dijital.com
Web : www.hkn dijital.com

Üye : Orçun Tapık
Firma : Derin Reklam
Adres : İstiklal Mah. Çınarcık Sok. 9/C
ESKİŞEHİR
Telefon : (0222) 233 88 83
Faks : (0222) 233 88 83
E-mail : orcun@derinreklam.com
info@derinreklam.com
Web : www.derinreklam.com

Üye : Hüseyin Anıl Deveci
Firma : Deci Yapı ve Reklam Malz. Paz. İth.
İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.
Adres : Kemeralı Mah. 95. Sok. No:10
Marmaris MUĞLA
Telefon : (0252) 412 65 55 - 444 33 24
Faks : (0252) 412 65 56
E-mail : info@deci.com.tr
Web : www.deci.com.tr

Üye : Gürkan Hatipoğlu
Firma : Oscar Reklam ve Tanıtım Hizmetleri
Adres : Kazım Dirik Mah. 297/1 Sok. No:7
Bornova İZMİR
Telefon : (0232) 462 62 06
Faks : (0232) 486 44 14
E-mail : gurkan@oscarreklam.com.tr
Web : www.oscarreklam.com.tr

Üye : Hakan Tezcan
Firma : Dijibas Reklam San. ve Tic. Ltd. Şti.
Adres : Aşık Veyisel Mah. 5733 Sok.
No:123/B Karabağlar İZMİR
Telefon : (0232) 253 25 30
Faks : (0232) 254 25 49
E-mail : hakan@dijibasreklam.com
Web : www.dijibasreklam.com

Üye : Ali Bıçakçı
Firma : Kontrol-P Baskı Sis. Kirt. Bilg. Elk.
Matbaa Rek. San. Tic. Ltd. Şti.
Adres : 1476/1 Sok. No:10/A 35220
Alsancak İZMİR
Telefon : (0232) 463 12 63
Faks : (0232) 421 99 04
E-mail : yonetim@kontrolp.com
Web : www.kontrolp.com

ARED Üye Listesi'nin tamamı www.ared.org.tr
adresinde.



REKLAM ve YAPI MLZ. İNŞAAT TURİZM LTD.ŞTİ.

444 26 98

www.ankaraeray.com

Unifol

SOLVE TEX
DIGITAL PRINTING FABRIC

SARAY Aluboard

SARAY Alüminyum
Kompozit Panel

PAS

BÜLEKİÇ AKRİLİK SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.

ASAŞ



ORACAL

Summa

akpolimer
Akrlık Levha San. ve Tic. Ltd. Şti.

PLEKSAN

AKRİLİK LEVHA
SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ

PAKPEN

İSTANBUL : Fatih Sultan Mehmet Bulvarı No:27 Alibeyköy - Eyüp -İSTANBUL
TEL:0212 508 08 08 FAX: 0212 611 33 33

ANKARA :İvedik O.S.B. 24 Cad. No:48 Ostim -ANKARA
TEL:0312 394 33 44 FAX:0312 394 33 77

Dijital Baskı Folyoları ve Laminasyon Filmleri

Self Adhesive PVC Films in Large Format
for Digital Printing and Overlaminating



Excellent compatibility with inks

UV | LATEX | SOLVENT | ECO SOLVENT

Mürekkepler ile mükemmel uyum

Rulo enleri (mm) 1050 | 1260 | 1370 | 1520 (mm) Roll widths



March 8-11, 2016 / 8-11 Mart 2016
Amsterdam RAI Exhibition Centre
Hall / Salon 7 / Stand S40

**MADE IN
TURKEY**



Frimpeks A.Ş. (Merkez / Headquarters)
Kendinden Yapışkanlı Ürünler Üretim Tesisi / Self-adhesive Materials Production Plant
Marmaracık Sanayi Sitesi 8. Cadde No. 15 Beyliközü 34524 İstanbul / Turkey
T. +90 (212) 867 1000 F. +90 (212) 875 1277 E. dpm@frimpeks.com

Kimyasal Ürünler Üretim Tesisi / Chemicals Production Plant
Hacıpazari Mevki Sanayi Bölgesi Baraj Yolu 4/93 No. 53 Veliççe 59850 Tekirdağ / Turkey
T. +90 (282) 674 5200 F. +90 (282) 674 4353 E. info@frimpeks.com.tr



Frimpeks GmbH
Morsbachtal
Gernshammer 34
42655 Remscheid
Germany

T. +49 (2191) 209 9350
F. +49 (2191) 209 9349
E. dpm@frimpeks.com



Frimpeks Inc.
200 Clifton Blvd.
Unit #2 Clifton
07011 NJ
USA

T. +1 (201) 266 0116
F. +1 (201) 221 8011
E. dpm@frimpeks.com



Frimpeks Rus LLC.
42 Schosse
Neftekhov Str.
350051 Krasnodar
Russia

T. +7 (861) 215 9717
F. +7 (861) 215 9712
E. dpm@frimpeks.com



Frimpeks Ltd
Unit 21 Carlton Park
Industrial Estate Saxmundham
IP17 2NL Suffolk
United Kingdom

T. +44 (0172) 844 0590
F. +44 (0172) 860 4779
E. dpm@frimpeks.com

**twentysix
years
26**



Frimpeks®
Digital Printing Media