

# dijital ve baski 30

ISSN 2667-5064  
ARALIK 2019  
SAYI: 10

AYLIK SEKTÖREL DERGİ /15TL



## YENİ BİR YIL YENİ BİR HEYECAN...

Dijital baskı ve 3D dergimiz bu sayımızla birlikte bir yılını doldurdu. Önümüzdeki yıl sizlerin de katkı ve destekleri ile daha olgun bir dergi olarak yolumuza devam edeceğiz. Bütün sektör bileşenlerini haber, lansman, makale ve ilanları ile sayfalarımızda görmek istiyor, bugüne kadar dergimize ilanları ile katkı veren sektör firmalarımıza teşekkür ediyoruz.

Fespa Eurasia 2019 ile yıl boyu süren etkinlik ve fuar takvimi de sonlanmış oldu. Bu yıl yedincisi düzenlenen Fespa Eurasia iki salonu tamamen dolduran katılımcıları, şık stant tasarımları, nitelikli yurt içi ve yurt dışı ziyaretçi profili ile göz doldurdu.

Türk basım sektörü gelişme, büyüme ve ciro artışında ihracata odaklanmış durumda. Bunu dikkate alan ARED (Açık hava Reklamcılar Derneği) Fespa Eurasia bünyesinde iki günlük e-ticaret semineri düzenledi.

ARED ve WORLDEF (Dünya E-ihracat Forumu) iş birliğinde IFO fuar alanı fuayesinde gerçekleştirilen seminer ücretsiz olarak katılımcılar ve ziyaretçiler tarafından izlendi. Bildirilerin ve deneyimlerin paylaşıldığı etkinlik, e-ticaret konusundaki süreci, prosedürü ve dikkat edilmesi gereken noktaları vurgulaması açısından izleyicilerine katkı yapan bir etkinlik oldu. Kıssadan hisse: biraz araştırma, çaba, özen, yabancı dil ve kaliteli ürünle e-ticaret herkese açık.

Önümüzdeki yıl önce Interpack ardından drupa kapılarını açıyor. Sektörel olarak önemli bir kavşak olacak 2020. Yenilikler, yeni ürünler, yeni teknolojiler yılın gündemini dolduracak. Artan sinerji ve görsellik sektörde ivmeyi arttıracak. Bu rüzgarın bütün işletmelere katkı sağlamasını diliyor ve sayfalarımızın tüm sektör bileşenleri için bir yansıtıcı ve sıçrama tahtası olabileceğini tekrar hatırlatmak istiyoruz.

Ülkemizin ve dünyanın içinde bulunduğu ekonomik sıkıntıların etkilerinin azaldığı koşullarda da bu çabalar ve yatırımlar daha çok karşılığını bulacak. Üretim cephesinde yatırımlar olumlu sinyallerin artmasına odaklanmış durumda. Bunun ışıkları görülüp, engeller kalktığında yatırımların da önü açılacak. Buna hazırlıklı olmak, gündemde kalmak için ilanlarınızla da ürün ve hizmetlerinizi sayfalarımız kanalı ile potansiyel müşterilerinize ulaştırıyor olmanız iş hacminizi arttıracaktır.

Mutlu, sağlıklı ve kazançlı bir yıl olması dileği ile...

Saygılarımızla

**Ali Tamer ARDIÇ**

e-dergiye ve medya dosyamıza web sitemizden ulaşabilirsiniz:

[www.dijitalbaskive3d.com](http://www.dijitalbaskive3d.com)

# DİJİTAL VE OFSET BASKI MERKEZLERİ İÇİN CRM YAZILIM ÇÖZÜMLERİ

# %40

## Zaman ve Maliyet Tasarrufu Sağlar

YUCHISOFT  
YAZILIM ÇÖZÜMLERİ  
İLE TANIŞIN  
RAKIPLERİNİZDEN  
BİR ADIM ÖNE GEÇİN

Tek Bir Platform Üzerinden Tüm İş Akışınızı Kontrol Eden, Süreçlerinizi Düzenleyen,  
Üretimlerinizi Kontrol Altında Tutan CRM Sistemlerimiz İle Tanışın!

Barış Mah. Dr. Zeki Acar Cad. Tübitak Sit.  
Martek 1/1/4 Gebze / Kocaeli  
Tel: 0262 502 26 05  
[www.yuchisoft.com](http://www.yuchisoft.com) - [info@yuchisoft.com](mailto:info@yuchisoft.com)

 **yuchisoft**  
software & technology

Yönetim Merkezi  
Birlik Mahallesi 393. Cadde  
45/4 Çankaya 06610 Ankara  
Tel: (312) 495 10 80 - 495 37 55  
Fax: (312) 495 23 45  
info@dijitalbaskive3d.com

Sahibi ve Genel Yayın Yönetmeni  
Mozaik Reklam Tanıtım  
San. ve Tic. Ltd. Şti. adına

**Ali Tamer Ardiç**  
tamer@dijitalbaskive3d.com

Yazı İşleri Müdürü  
**Zaime Ardiç** zaime@dijitalbaskive3d.com

Editör  
**Sezai Nuhoğlu** sezai@dijitalbaskive3d.com

Abone ve Reklam  
**info@dijitalbaskive3d.com**

Katkıda Bulunanlar  
**Alp F. Ardiç, Ata T. Ardiç**

Aylık Yerel Süreli Yayın

Basım Yeri:  
**Dumat Ofset Matbaacılık**  
Bahçekapı Mah. 2477. Sokak No:6  
Şaşmaz Etimesgut  
ANKARA  
Tel: (312) 278 82 00

Basım Tarihi / 17 Aralık 2019

© DERGİDE  
YER ALAN  
YAZI VE  
GÖRSELLERİN  
HER HAKKI SAKLIDIR.  
YAZILI İZİN ALINMADAN VE  
KAYNAK GÖSTERİLMEDEN  
KISMEN YA DA TAMAMEN  
KOPYALANAMAZ.

İMZALI YAZILARIN  
SORUMLULUĞU YAZARLARINA,  
İLANLARIN SORUMLULUĞU İLANI  
VERENLERE AİTTİR.



## TİCARİ BASKI VE YAYINCILIK

- 6 Yeni Heidelberg Versafire ve Prinect Digital Frontend Version 2020 özellikle ofset baskıyla olanaklarını artırıyor. Esnek uygulama seçenekleri
- 8 Konica Minolta, MGI JETVARNISH 3D One cihazını tanıttı
- 10 Güller projesini basmak için Jet Press kusursuz seçim
- 11 Kyocera yeni TASKalfa cihazlarını piyasaya sürdü
- 12 Xerox oyunun kurallarını değiştiriyor
- 14 ACCO'dan dünyanın ilk otomatik ofis tipi laminasyon makinesi
- 14 Canon UVgel 460 mürekkebine dünya otoritesinden onay
- 16 Konica Minolta AccurioPro Variable Data ile yaratıcılığı yeniden tasarlıyor
- 18 Kanada Baskı Ödülleri'nin dörtte birinden fazlası Scodix kullanıcılarının

## AMBALAJ VE ETİKET

- 20 Japonya'da ilk Heidelberg Primefire üretime başladı
- 21 Highcon dijital lazer kesim, kalıplı kesim makinalarının tahtını sallıyor  
Derleyen: Mehmet Nihat KIRAY /Highcon Türkiye tek temsilcisi
- 22 Oyuncaklar dahil hassas uygulamalar için Roland DG SF-200
- 23 Kodak ve Uteco'dan Ultrastream esnek ambalaj baskı makinası

## GENİŞ FORMAT VE ENDÜSTRİYEL BASKI

- 24 Met Etiket Genel Müdürü Mustafa Kibar
- 24 "En kaliteli baskı kumaşlarını biz getiriyoruz"
- 25 Xerox'a '2020 Yılın Belge Görüntüleme Yazılım Serisi' ödülü
- 26 Yeni Graphtec modelleriyle A ve A, kesimde çıtayı yükseltiyor
- 29 Agfa'nın UV LED inkjet mürekkeplerine GREENGUARD Gold sertifikası
- 30 Fujifilm rekabetçi çözümlerle FESPA Eurasia 2019'a katıldı
- 32 Mimaki Haziran ayında piyasaya sürdüğü JFX200-2513 EX UV'yi FESPA Eurasia'da tanıttı
- 32 Mimaki ile iki boyutun ötesi
- 33 Fespa Eurasia 2019 Fuarı'na katılan Sign in Turkey, yedek parça ve boya çözümlerini tanıttı
- 34 SDS'den Altuğ Öztürk: Biz bir marketiz
- 35 Tarsus Turkey, kadrosunu tecrübeli bir isimle güçlendirdi
- 36 Epson FESPA Eurasia 2019'da hız ve maliyet avantajı sağlayan çözümler sergiledi
- 37 Epson, FESPA Eurasia 2019'da
- 37 Epson'dan iki yeni geniş format yazıcı
- 38 Lidya Grup, FESPA Eurasia 2019'da SUTEC'i tanıttı

- 40 GMS Maket araç modelleriyle FESPA Eurasia'daydı
- 41 4P Reklam Ürünleri Genel Müdürü Kadir Sinan: Kaliteye olan talebin gittikçe artması umut veriyor
- 42 Pigment Reklam pazardaki iddiasını FESPA Eurasia 2019'da teyit etti
- 43 Memjet'in OEM iş ortakları Labelexpo Asia fuarındaydı

## TEKSTİL BASKI

- 44 Hollandalı tekstil tasarımcısı Tessa Koops; "Dijitalle numune üretimi çok kolay"
- 46 BTC tekstilde sürdürülebilir üretim için düğmeye bastı
- 48 Tekstil baskıda inovasyonun itici gücü dijital baskı

## FUARLAR VE ETKİNLİKLER

- 51 FESPA Eurasia 2019 hareket getirdi
- 53 ARED ve WORLDEF (Dünya E-İhracat Forumu) iş birliği ile E-İhracat semineri
- 56 Dijital ambalaj için tüketici talebi artmaya devam ediyor

## ARED (Açıkhava Reklamcılar Derneği)

- 54 ARED Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Özdemirel "Üretmek ve ürettiğimizi satmak durumundayız"
- 58 Beşinci ARED Ödülleri sahiplerini buldu

44



## REKLAM İNDEKSİ

ARAS GRUP	17. A.K.
ELEKTROSER	13
HEIDELBERG	9
KIRAY AMBALAJ	15
YUCHISOFT	3

3D



60 Diva 3D by Sepia  
Massivit 3D yatırımından sonra spor alanına giriyor



61 Minecraft oyununda Mimaki rol alıyor



62 3D Baskı Duygu Endeksi: ABD 3D baskıda en gelişmiş ülke



Yeni sonlandırma seçeneklerine sahip Heidelberg Versafire, klasik ticari baskıda broşürlerden el ilanlarına ve afişlere kadar çok çeşitli uygulamaları gerçekleştirebilir.

Yeni Heidelberg Versafire ve Prinect Digital Frontend Version 2020 özellikle ofset baskıyla birlikte kullanım olanaklarını arttırıyor.

# Esnek uygulama seçenekleri

- Tamamen esnek bir baskı üretimi için yeni hat içi son işlem modülleri sayesinde artan üretim yetenekleri
- Dijital ve ofset tabakaların optimum hibrit üretimi için yeni ara pozlayıcı
- Yeni son işlem ekipmanı için tam destek sağlayan Prinect Digital Frontend Version 2020
- Tüm baskı ortamları için yeni otomatik ICC profili
- Aralık 2019'dan itibaren dünya çapında piyasada

Heidelberg Druckmaschinen AG (Heidelberg), hat içi sonlandırma için yeni donanım seçenekleri ve sadece bunu desteklemekle kalmayan, aynı zamanda yeni işlevselliklerle gelen Prinect DFE'nin güncellenmiş versiyonunu sunarak ticari uygulamalar için Versafire EV ve EP dijital çözümlerini geliştirmeye aktif olarak devam ediyor. Bu sayede müşteriler hem baskı teknolojilerinin hem de işlemlerin gelişmiş bir entegrasyonundan faydalanabilecekler.

## Yüksek hacimli üretim ve kitap sonlandırıcı

Yeni besleyici ve baskı sonrası seçenekleriyle yeni sistemler daha da fazla üretim çok yönlülüğü sunuyor. Yeni Plockmatic afiş besleyici, örneğin altı sayfalık bir A4 broşür için 330 x 700 milimetre formatındaki yüksek hacimli baskı ürünlerinin üretimi için tasarlanmıştır. Kesintisiz üretim için çift yuvalı teslimat bölmesi-

ne sahip yeni bir standart ve kitapçık sonlandırıcı da bulunuyor. Ek olarak, kitapçık sonlandırıcı 30 sayfaya kadar katlayarak tel dikiş yapabilir.

## Ara pozlayıcıyla Versafire EP, hibrit üretimde dijital ve ofset baskıyı birleştiriyor.

Yeni hava destekli Interposer sayesinde diyelim ki önceden ofsette basılmış veya baskısız seperatör tabakalar basılacak iş için iki tepside besleniyor. Böylelikle ofsette önceden basılmış tabakalar istenen konumda dijital baskılara eklenebiliyor. Hibrit dijital ve ofset üretimini mümkün kılan bu sistem her iki baskı işleminin avantajlarından en iyi şekilde yararlanılmasına olanak tanıyor.

Versafire'in yüksek kullanılabilirliğini sağlamak için, bakım kolaylığı da önemli ölçüde iyileştirilmiş.

## Prinect iş akışı programı yeni özelliklerden en verimli biçimde yararlanılmasını sağlıyor

Prinect Digital Frontend Version 2020, yeni özelliklerden en üst düzeyde ve verimli bir şekilde faydalanılması için yeni işlevleri birleştiriyor.

Prinect DFE Version 2020'deki yeni işlevler, sonlandırma donanımının genişletilmiş özelliklerini destekliyor. Besleyici ve son işlem modüllerinin önceden ayarlanmış olması tam otomatik üretim iş akışı için entegre edilmiş.

Prinect DFE Versiyon 2020 ayrıca daha esnek yerleştirme veya tabaka baskısı için daha fazla seçenek sunuyor. PDF eklentisi "Document Assembly" sayesinde, kayıt ve ayırma tabakalarına sahip eğitim dokümanları artık ayrı bir iş istasyonunda kolayca hazırlanabiliyor. Çıkan PDF daha sonra Prinect DFE Version 2020'de ve Versafire'de otomatik olarak işlenebiliyor.

## Uzman bilgisi olmadan ayarlar

Ek olarak, baskı altı materyaline özgü ICC profilleri, uzman bilgisi olmadan, önemli ölçüde on dakikadan



Yeni broşür sonlandırıcısı - resimde Versafire EV'de - metre kare başına 52 - 350 arası gramajları işliyor ve daha iyi katlama kalitesi sunuyor.

Yeni olanaklar: Ara pozlayıcıyla Versafire EP, hibrit üretimde dijital ve ofset baskıyı birleştiriyor.

daha az birkaç sezgisel adımda üretilebiliyor. Bu renk profilleri, özellikle renkli ortamlarda çıktı kalitesini önemli ölçüde artırabiliyor.

Mevcut Versafire EV ve EP sistemlerine yeni sonlandırma cihazlarını bağlamak için yazılımda ürün yükseltmesinin yapılması yeterli.

Yeni Versafire seçenekleri Aralık 2019'dan itibaren dünya çapında piyasada olacak.

Heidelberg Ticari Dijital Baskı Yöneticisi Manuela Gomez, "Müşterilerimize güçlü bir dijital baskı sistemi ile daha fazla seçenek sunarak, Ricoh ile uzun süredir devam eden iş ortaklığımızın avantajlarından yararlanıyoruz" diyor ve ekliyor: "Prinect 2020 ayrıca bize her iki dünyanın da - ofset ve dijital - en iyisini birleştirme ve müşterilerimizin üretim sisteminin ayrılmaz bir parçası olma fırsatı veriyor." □

**dijital ve baskı 3D**  
www.dijitalbaskive3d.com

**SEKTÖREL İLETİŞİM AĞI**

Abonelik için lütfen mail atınız  
info@dijitalbaskive3d.com

# Konica Minolta, MGI JETVARNISH 3D One cihazını tanıttı

Konica Minolta endüstriyel baskı ve ticari baskı pazarlarındaki büyümesine MGI JETVARNISH 3D One cihazını piyasaya sürerek devam ediyor.



MGI JETVARNISH 3D One, küçük lüks ambalaj, kitap, dergi, kartvizit, menü, broşür, fotokitap ve tebrik kartları gibi pazarlara hitap edecek.

Hedef müşteriler arasında dijital baskı şirketleri, grafik sanat şirketleri ve yepyeni karlı iş fırsatları geliştirmek isteyen mevcut Konica Minolta müşterileri yer alacak.

## Herkes için süsleme

MGI JETVarnish ailesinin en yeni üyesi olan MGI JETVARNISH 3D One cihazı, standart işleri birinci sınıf baskı ürünlerine dönüştürerek müşterilere reklam, pazarlama, tasarım ve yaratıcı pazarların yanı sıra lüks ambalajlama alanında kapılar açacak. Cihaz, birden fazla 2D ve 3D dokunsal efekt için tek vernik kullanıp tek seferde hem pürüzsüz hem de kabartma vernik yapabilecek.

"Embellishment for everyone (Herkes için süsleme)" sloganıyla vurgulanan temel özellikler arasında şunlar var:

- Tek seferde 21 ila 116 mikron arasında değişen lak kalınlığı,
- Minimum atık ve ayar süresi ile otomatik pozalama sistemi AIS tarayıcı,
- MGI yazılımı "çalışma sırasında" iş değişikliği, maliyet hesaplayıcısı ve iş yönetim özellikleri olan MGI spot vernik editörü.

Temel özelliklerin bir parçası olarak, MGI teknolojisi Konica Minolta piezoelektrik yazıcı kafaları ile birleştirilmiş. Dijital baskıların yanı sıra ofset baskı da kullanılabilir. Çevre dostu bir LED (ozon içermeyen bir ortam için) ile 'iş başında' kurutma ve kürlenme işlemi de standart olarak veriliyor. Saatte 2.077 A3 sayfaya kadar basılabiliyor ve 364 x 750 mm boyutuna kadar destekleniyor.

## "Basılı ürüne dokunsal unsur tüketici için daha cazip"

Endüstriyel Baskı Genel Müdürü Tony Charlet şöyle diyor: "Basılı bir ürün veya ambalaja dokunsal bir unsur eklenmesi satın alma isteğini, tutumunu ve ürün değerlendirmesini iyi yönde etkiler. Ve bu etkiyi tam da tüketiciye daha cazip gelecek basılı bir ürün veya ambalaj üretecek olan yeni MGI JETVARNISH 3D One sağlayacaktır."

MGI JETVARNISH 3D One cihazları Fransa'da bulunan Core Competence Center'da yer alan tanıtım ünitesinden sonra çok yakında diğer Konica Minolta showromlarında da tanıtıma sunulacak.

Sadece Konica Minolta tarafından satılacak olan cihazlar alıcılara önümüzdeki yılın başlarında buluşmaya başlayacak. □

# Teslimata hazır üretim. Heidelberg Versafire.



Aynı gün basın ve teslim edin: Versafire EP, tek bir makinede tam bir matbaa gibidir. Akıllı iş yönetimi ve Heidelberg Prinect ile eksiksiz iş akışı entegrasyonu sayesinde, gerçek bir iş istasyonu olarak durmaksızın, neredeyse kesintisiz olarak üretiyor. Sonuç? Tamamen sonlandırılmış ürünlerin daha yüksek verimliliği.

➔ [heidelberg.com/tr](https://www.heidelberg.com/tr)



**Fire2Click  
Heidelberg  
Finansman  
Modeli ile Sahip  
Olma  
Olanığı**

**HEIDELBERG**

Heidelberg Grafik Ticaret Servis Ltd. Şti.  
Tel. (212) 410 37 00 • Faks (212) 410 37 99  
www.tr.heidelberg.com • info.tr@heidelberg.com



# Güller projesini basmak için Jet Press kusursuz seçim

Ünlü fotoğrafçı Nick Knight'ın özel bir fotoğraf sergisi, "Güller" adlı projesinin yüksek kaliteli, sert kapaklı kitabının basımı için Fujifilm Jet Press kullanıcısı Emmerson Press adlı İngiliz basımevi seçildi.

İngiltere'nin en ünlü moda fotoğrafçılarından biri olan Nick Knight, Yohji Yamamoto, John Galliano ve Alexander McQueen gibi dünyanın önde gelen moda tasarımcılarından bazılarıyla çalıştı. Christian Dior, Calvin Klein ve Yves Saint Laurent gibi ikonik markalar için reklam kampanyalarını fotoğrafladı. Lady Gaga ve Kanye West için müzik videoları yönetti. Ve belirli bir süre, İngiliz fotoğrafçı Nick Knight kişisel bir proje üzerinde çalışıyor: Bir iPhone ile bahçesindeki güllerin fotoğraflarını çekmek.

Nick Knight, yıllardır cumartesi veya pazar sabahları Londra'daki bahçesinden gül toplayıp kendi mutfak masasına yerleştirip telefonuyla fotoğraflarını çekerek, renk uyumlarını ve yaş ve solma kavramlarını keşfetmek için birkaç saatini ayırıyor. Daha sonra, bir cumartesi veya pazar öğleden sonra Instagram

filtreleri deneyerek (fotoğraflarda başka düzenlemeler yapmaz) ve paylaşarak, takipçilerinin eğlenmeleri ve meşgul olmaları için benzer miktarda zaman harcıyor.

## Galeri için ayrıcalıklı bir kitap baskısı Jet Press'te gerçekleşti

Bu yıl, Knight'a bu çok kişisel projeyi sosyal medyanın ötesine taşıma ve onu Oxford'daki seçkin Albion Barn Gallery'de bir fotoğraf sergisine dönüştürme fırsatı sunuldu. Sergi Haziran ayının sonundan Kasım ayının başlarına kadar - sadece randevuyla - gezilebilecek ve galerinin istediği, gül fotoğraflarının ayrıcalıklı, özel bir kitabı sergiye eşlik edecekti. Kitabın son derece yüksek kaliteli olması ve yalnızca randevulu sergiye has özel bir koleksiyon olarak, çok kısa bir sürede basılması gerekiyordu.

Böyle bir kitabı üretmek için, Knight'ın uzun süredir onunla iş birliği yapan sanat yönetmeni Paul Hetherington tam olarak nereye gideceğini biliyordu. Diğer birçok projenin yanı sıra, Hetherington ve Knight daha önce gelecek vadeden bir moda etiketi olan Alyx için promosyon kataloğunda birlikte çalışmıştı ve bu proje için Hetherington, düşük tirajlı, son derece yüksek kaliteli büyük ebat kataloglar üretmek için uygun maliyetli bir seçenek bulmak için piyasadaki en yeni baskı teknolojileri üzerine kapsamlı bir araştırma yapmıştı. Araştırması onu sonunda, endüstriyi araştırır-

ken birkaç yıl boyunca gördüğü "tek en etkileyici baskı teknolojisi" olarak tanımladığı Jet Press'e yönlendirmişti.

Hetherington, "Son zamanlarda, baskıyı yeniden keşfetme fırsatını sevdim" diyor ve şöyle devam ediyor: "Birkaç yıl boyunca tümüyle çevrim içi projeler üzerinde çalışıyordum ve Alyx kataloğunun olanaklarını araştırırken, baskıdaki olanakların ne kadar ileri gittiğini görmek heyecan vericiydi. Basılı bir malzemenin nasıl görünmesini istediğimi değil, aynı zamanda nasıl hissettirmesini istediğimi de düşünmekten keyif alıyorum. İnsanlar şimdi baskı ile fiziksel ve dokunsal olmak istiyorlar; aksi halde neden baskı zahmetine katlansınlar?"

Knight'ın gül fotoğraflarına ait bir kitabın oluşturulmasının yönetilmesi projesiyle görevlendirildiğinde, Hetherington daha önce birlikte çalıştığı Jet Press sahiplerine döndü: Kenilworth'taki Emmerson Press.

Hetherington, "Jet Press'in neler yapabileceğini biliyordum ve Emmerson'la daha önce çalışmıştım, bu yüzden gerçekleşmesi ve doğru olması için ne gerekiyorsa yapacaklarını biliyordum" diyor.

## Zorlu projede hibrit baskı kullanıldı

Emmerson Press'in Direktörü Jamie Emmerson, pro-

jeyle ilgili olarak, "Muhtemelen üzerinde çalıştığım en zorlu projelerden biri olduğunu söyleyebilirim" diyor ve şöyle devam ediyor: "Basitçe, kullanmak zorunda olduğumuz farklı teknikler nedeniyle. Kitabın büyük bir kısmı, Jet Press'in Max Gamut renk işlevi kullanılarak basılan tüm gül resimleri de dahil olmak üzere, Jet Press 720S'de (o zamandan bu yana bir Jet Press 750S modeline yükseltildi) basılmıştır. Ofset veya serigrafi bastığımız başka öğeler vardı.

## Kitapta ayrıntılara gösterilen özen olağanüstü

Kitaptaki ayrıntılara gösterilen özen olağanüstü, örneğin dokulu gri astar, Nick Knight'ın güllerinin yetiştiği kentsel, beton bahçeye görsel ve dokunaklı bir selam ifade ediyor. Paul Hetherington, kitabın nasıl görünmesini ve hissettirmesini istediğinde - kullanmak istediği kâğıdın türlerinin detaylarına kadar - çok net bir vizyona sahipti. Üretim katında provalara bakarak ve istediği sonucu elde etmek için farklı yollar deneyerek bizimle biraz zaman geçirdi. Sonuçta, karmaşık bir projeyi bir araya getirip güzel bir kitap üretebildiğimiz için mutlu olduk." □



# Kyocera yeni TASKalfa cihazlarını piyasaya sürdü

Firma yeni çözümlerinin A3 yüksek hızlı renkli çok fonksiyonlu fotokopi makineleri arasında baskı kalitesi için yeni bir standart belirlediğini duyurdu.

Kyocera Document Solutions Türkiye, yüksek kaliteli siyah beyaz ve renkli baskılarıyla işletmelerin verimliliğini arttıracak iki yeni renkli A3 çok fonksiyonlu fotokopi makinesini piyasaya sürdü. TASKalfa 7353ci ve TASKalfa 8353ci pazara öncülük eden Kyocera'nın ödüllü serisine yapılan son ilaveler.

Önceki modellerin etkileyici performansına ek olarak, yeni modeller yeni geliştirilen toneri ve 1200 x 1200 dpi baskı çözünürlüğüyle 2 bit (4800 x 1200 dpi) baskı kalitesiyle olağanüstü görüntü kalitesi sunmaya yardımcı olan ileri teknolojiye sahipler.



Yeni cihazlar aynı zamanda BLI tarafından En Güvenilir Renkli Fotokopi Makinesi Markası Ödülü'ne layık görülen motor kullanılarak üretildi ve TASKalfa cihazlar sürdürülebilirlikteki güçleriyle bilindiği için üstün performans konusunda güvenilirliklerini kanıtladı.

Cihazın Elektronik Ürün Çevresel Değerlendirme Aracı Altın Durumu statüsü sahibi oluşu çevresel etki konusunda sektördeki ölçütü belirliyor. Makine ağırlığının %6'sı geri dönüştürülmüş plastik malzemeden oluştuğunda ve ayrıca makine ömrünün sona ermesi için yapılan düzenlemeler nedeniyle cihazlara bu statü veriliyor. □



PrimeLink® C9070 Lidya Group standından (FESPA Eurasia)

# Xerox oyunun kurallarını değiştiriyor

Xerox, yeni ürünü Xerox PrimeLink® C9065/C9070 renkli yazıcı ve Xerox renkli C60/C70 yazıcı için tasarlanan Xerox Adaptive CMYK Plus Teknolojisi baskı sektöründe oyunun kurallarını değiştiriyor.



Xerox tarafından yeni geliştirilen PrimeLink® C9065/C9070 Renkli Yazıcı, floresan, altın, gümüş, beyaz gibi renklerde baskı kabiliyetine sahip.

Xerox tarafından yeni geliştirilen PrimeLink® C9065/C9070 renkli yazıcı, floresan, altın, gümüş, beyaz gibi renklerde baskı kabiliyetine sahip. Piyasaya yeni çıkan, 10 inç'lik bir dokunmatik ekrana sahip olan PrimeLink C9065/C9070, 2400 x 2400 dpi renkli görüntü kalitesi, olağanüstü ince çizgi ayrıntısı, görüntüler, renk geçişleri ve renk tutarlılığı ile sınıfının en iyi performansını sergiliyor. Basit Görüntü Kalitesi Ayarlama (SIQA) aracı ve EFI sunucu seçenekleri bulunan PrimeLink C9065/9070, işlerin daha kısa sürede optimum baskı kalitesi ve tutarlılıkla sorunsuz bir şekilde hazırlanmasını sağlıyor.

**Xerox, bu yıl yedi adet RED HOT ödülü ve iki adet Vanguard ödülü kazanmış oldu**

Xerox renkli C60/C70 yazıcı için geliştirilen Adaptive CMYK Plus Teknolojisi ise geleneksel camgöbeği, magenta, sarı ve siyah renk sunumlarını arttırmaya yönelik olarak tasarlanmış bir aksesuar. Benzer yazıcılarda olmayan, Xerox renkli C60/C70 yazıcılarda eşleşen Adaptive CMYK Plus Teknolojisi sayesinde baskıda metalik, beyaz ve şeffaf seçenekler de sunuluyor. Kreatif alanda çalışanların tebrik kartları, el ilanları, davetiyeler, posterler ve tabelalar vb. ürünlerde mükemmel ve benzersiz işler üretmelerine olanak sağlıyor.

Xerox PrimeLink C9065/C9070'i her ölçüde olağanüstü güvenilirlik ve çığır açan bir performans için tasarladıklarını söyleyen Xerox Workplace Solutions Başkan Yardımcısı ve Genel Müdürü Terry Antinora, Adaptive CMYK Plus Teknolojisi ile pazarda benzersiz bir fiyat avantajı sağladıklarını ifade ediyor.

Baskı Teknolojileri Birliği tarafından CMYK Plus Teknolojisi ezber bozan bir gelişme olarak adlandırılıyor. RET HOT programının bir parçası olarak Vanguard Breakthrough Ödülü'nü alan Xerox, bu yıl yedi adet RED HOT ödülü ve iki adet Vanguard ödülü kazanmış oldu. □



# SCREEN



## Truepress Jet L350UV+

### UV Inkjet Bobinden Bobine Dijital Etiket Baskı Sistemi



"Taahhüt verdiğiniz işleri %90 verimlilikle basabilir, bastığınız işlerde etek-makas ve sağ-sol renk farklarını ortadan kaldırebilirsiniz. Renk farklarından kaynaklanan müşteri şikayetlerinizi ortadan kaldırmanın yanı sıra, üstün renk yönetimi teknolojisi ile müşterinizin istediği renkleri tutturarak ekonomik ve hızlı dijital etiket baskısının keyfine varabilirsiniz. İleri seviye operatör ihtiyacı duymayan kullanıcı dostu L350 UV + ile hem geleneksel etiket baskı sistemlerinizin verimliliğini arttırabilir, hem de personel ve enerji tüketimi maliyetlerinizi minimize edebilirsiniz."



# Elektroser

Küçükbakkalköy Mah. Derebey Sok. No:8 34750 Ataşehir / İSTANBUL  
Tel: +90 216 521 63 33 Fax: +90 216 521 64 12  
[www.elektroser.com](http://www.elektroser.com) - [www.screeneurope.com](http://www.screeneurope.com)



## ACCO'dan dünyanın ilk otomatik ofis tipi laminasyon makinesi

ACCO'nun küresel laminasyon ve ciltleme markası GBC, dünyanın ilk tam otomatik laminasyon makinesi GBC Foton 30'u tanıttı. Kullanıcılar laminasyon makinasına 30 adet kağıt ekleyip çalıştırarak hepsinin kaliteli bir şekilde lamine edilmesini sağlayabiliyor.

Sektöre yenilik getiren bu özellik, özel kartuş formatındaki makaralı film laminasyonunu 'Otomatik Besleme' kağıt teknolojisiyle birleştirerek geleneksel ve karmaşık laminasyon sürecini basitleştiriyor ve hızlandırıyor. Kullanıcıların yazıcıdaki gibi kağıtları Auto Feed kağıt tepsinde yerleştirilmesi yeterli oluyor. Böylece inovatif Foton 30'un belgelerin üzerine laminasyon filmini otomatik olarak uygulaması için belgenin poşetin içine elle yerleştirilmesi gerekmiyor.

Tamamen otomatik olan, elle bir müdahale gerektirmeyen ve sıkışma yaşamayan GBC Foton 30'un içten ısıtmalı 4 silindireli sistemi yüksek kaliteli laminasyona sahip belgelerin oluşturulmasını sağlıyor. Cihazın gelişmiş sensörleri, en doğru sonuçlar için belgeyi ve filmin kalınlığını otomatik olarak tespit ediyor.

Diğer önemli özellikler arasında en doğru konumlama ve sınırlar için laminasyonunu sıkışmasını engelleyen entegre eğrilgi düzeltme sistemi yer alıyor. Tepsidaki sensör, belgenin en doğru şekilde kesilebilmesi için köşeleri tespit ve takip ediyor.

Çok yönlü bir kullanım sunan GBC Foton 30'da 3 çalışma modu ile tamamen otomatiktan elle yerleştirme ve kesmeye kadar birçok imkân sunuyor ve standart olmayan boyutlara sahip farklı şekillerdeki kağıtlarla bile uyumlu hale geliyor. GBC Foton 30'da kullanıcı deneyimi kapsamında kolay ve hatasız kartuş yüklemenin yanı sıra enerji tasarrufu sağlayan 'Otomatik Kapanma' gibi birçok özellik ve gösterge bulunuyor. 'Hazır' ve 'Isınıyor' göstergeleri, 'Film Azalıyor / Bitti' uyarı ışığı da verimli bir kullanım sunuyor. □

## Canon UVgel 460 mürekkebine dünya otoritesinden onay



Canon UVgel 460 mürekkebi, dünya çapında lider güvenlik ve sertifikasyon şirketi olan UL Environment tarafından verilen "UL GREENGUARD Gold" sertifikası almaya hak kazandı. Bu akreditasyon ile UVgel 460 mürekkebinin okul, hastane gibi yerlerin iç alanlarında kullanımının güvenli olduğu kanıtlanmış oldu.

Mayıs ayında lansmanı gerçekleştirilen yeni Colorado 1650 rulodan ruloya yazıcı ile birlikte kullanıma sunulan esnek Canon UVgel 460, UL Environment tarafından verilen "UL GREENGUARD Gold" sertifikasını almaya hak kazanarak bu mürekkebin okullarda ve sağlık kuruluşlarındaki iç alan kullanımlarına uygunluğu tescillenmiş oldu. Böylelikle UVgel 460 esnek mürekkebin iç mekânlarda kullanımı dünyanın en önemli otoritesi olan UL Investment tarafından onaylanmış oldu.

Dünya otoritesinden alınan tescil ve sertifika için mutluluğunu dile getiren Canon EMEA Geniş Formatlı Grafikler Birimi Başkan Yardımcısı Michele Tuscano, "Piyasaya sunulmasını izleyen ilk birkaç ay içerisinde Colorado 1650 modelimizle ilgili çok güzel yorumlar aldık" diyor ve ekliyor. "Müşterilerimiz ve akredite iş ortaklarımız özellikle onlara tek bir tuş dokunuşuyla parlak ve mat çıktı arasında geçiş yapma olanağı tanıyan FLXfinish özelliğini beğendiler. Bu özellik, çevreyle ilgili akreditasyonu temel bir koşul haline getirerek birinci sınıf iç mekân POS grafikleri ve estetik dekorasyon uygulamaları için harika fırsatların kapısını açıyor. Bu yeni sertifika ile birlikte müşterilerimiz ve iş ortaklarımız Colorado 1650'nin becerilerini, bu yazıcı ile alınan baskıların tüm iç mekân uygulamaları için güvenli olduğunu bilerek, iç rahatlığıyla tanıtabilirler."

Canon UVgel 460 mürekkebi yüzde 85 oranında esnemesiyle kendinden yapışkanlı vinil ve polyester tekstillerde de tercih edilebiliyor. Bu özelliği ile baskının rahatlıkla katlanması, sarılması veya kıvrılması sağlanıyor.

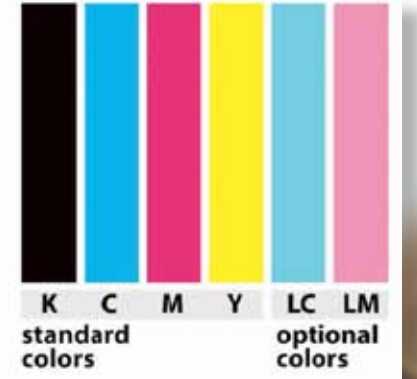
Sertifikalı mürekkep, iç mekânlardaki çerçeveli kanvaslar, kumaşa dijital baskısı alınan yönlendirmeler, önden ve arkadan aydınlatmalı grafikler, esnek duvar kaplamaları gibi yüzey dekorasyon uygulamaları ve dış mekânlardaki taşıt grafikleri gibi birçok farklı uygulamada rahatlıkla kullanılabilir. □



**TB BARBERÁN**  
Solutions since 1929



## Oluklu mukavva üzerine tek geçişte 4-6 renk dijital baskı



- 80 metre / dakika hız
- 1. dakikada iş değişimi
- İlk primer uygulaması ve peşpeşe CMYK renklerin basılması
- Parlak UV boya 360dpi çözünürlük
- Sorunsuz son derece gelişmiş Japon SEIKO kafa



SALON 15-D54

drupa fuarı  
Salon 15 - Stant D54'te  
(16-26 Haziran 2020)  
makina çalışır  
vaziyette görülebilir

BARBERÁN  
TÜRKİYE TEMSİLCİSİ:



Tel.: 0216 441 02 43  
Mobil Tel.: 0532 271 65 45 - 0533 722 57 90  
kiray@kiray.com.tr



# Konica Minolta AccurioPro Variable Data ile yaratıcılığı yeniden tasarlıyor

Konica Minolta yüksek performanslı masa üstü uygulamalarında yaratıcılığı ve birebir pazarlamayı yeni standartlarla sunan yepyeni bir profesyonel yazılım paketi olan AccurioPro Variable Data'yı piyasaya sürdü.

Tüm Konica Minolta ve diğer dijital baskı makineleri tarafından tam olarak desteklenen hızlı, kişiselleştirilmiş çıktılar üreten Accurio Pro Variable Data, metin, resim, çok satırlı makale veya tam sayfa bilgileri birleştirme özelliğine sahip.

Eğri üzerine yazma, resim etrafında kaydırmalar, çok sayfalı kompozisyon, alt gölgeler ve saydamlık efektleri gibi birçok gelişmiş tasarım özelliğini destekleyen AccurioPro Variable Data için diğer VDP yazılım ürünlerinden farklı bir kodlama dili de gerekiyor.

Konica Minolta Avrupa İş Çözümleri Avrupa Üretim Baskısı Ürün Müdürü André Statkus, ürün hakkında şunları söylüyor:

"AccurioPro Variable Data ile Konica Minolta tüm değişken veri yazılımı ürünlerinin fiyat / performans çantasını artırdı. Bu birebir pazarlamayı kolaylaştıracak bir yazılım paketi ve benzersiz bir performans ve esnekliğe sahip. Piyasadaki başka hiçbir yazılım paketi, basit ve menü odaklı bir kullanıcı arayüzü ile bu kadar fazla güç sağlayamaz. Yerleşik özellikler dizisi, kullanım kolaylığı, Adobe InDesign ile doğrudan entegrasyonu ve cazip fiyatı ile AccurioPro Variable Data, yeni standart haline gelecek."

AccurioPro Variable Data'nın diğer özellikleri şunlar:

- CopyFit™ Modülü - belirlenmiş bir alana sığmayan, çok uzun olan metinler için anında kopya sığdırma özelliği sağlıyor
- Rules Modülü - karmaşık koşullu mantık (eğer/sonra/başka) işlemlerini gerçekleştirmek için kullanılabilir
- Imposition (Yükleme) Modülü - "kesme ve istifleme" çıkışı ve yükleme şablonları için tam destekli çoklu uygulama düzenlerinin oluşturulmasını sağlıyor
- Bar Coding (Barkod) Modülü - değişken doğrusal ve 2D barkodlar için destek sağlıyor
- Automation (Otomasyon) Modülü - tamamen



otomatik değişken veri iş akışları oluşturmak için Enfocus Switch ve diğer ürünlerle birlikte kullanılabilir

## Konica Minolta, AccurioPro Variable Data'yı iki sürümde sunuyor: Temel ve Premium.

Temel sürüm, sınırsız sayıda veritabanı kaydını işleyebilen uygun fiyatlı, sağlam bir araç. CopyFit, Rules ve Imposition modüllerini içeriyor ve PDF veya PDF/VT formatında çok sayfalı değişken çıktılar üretebiliyor.

Premium sürüm, Temel sürümün tüm özelliklerini sağlayan profesyonel bir sürüm. Aynı zamanda ana sayfa değiştirme, gömülü değişkenler, stil etiketleri ve ek VDP çıkış formatları için destek de sağlıyor. □



# Horizon



Horizon StitchLiner MARK III otomatik kule harmanlı, 3 ağız kesim sistemli tel dikiş makinesi



## Horizon StitchLiner MARK III

- Yatay A4 tel dikiş yapabilme özelliği
- 10mm kalınlığında kitapçık üretebilme
- 4 kafa ile dikiş imkanı
- Omega tel dikiş özelliği
- JDF iş yönetimi ile seri işten işe geçiş

**HORIZON** baskı sonrası sistemleri, ARASGRUP güvencesi ile Türkiye'de

**ARASGRUP**

# Kanada Baskı Ödülleri'nin dörtte birinden fazlası Scodix kullanıcılarının



John A. Young Lifetime Achievement Award

Şirketi Kanada baskı Ödülleri'nde 26 ödül alırken, CJ Graphics'in Başkanı ve CEO'su Jay Mandarino, John A. Young Ömür Boyu Başarı Ödülü ile onurlandırıldı.

Scodix dijital efekt baskı makineleriyle donatılmış olan Printing By Innovation (PBI), Kanada baskı Ödülleri'nde Pazarlama Materyali kategorisindeki 'Print Against the Grain' işiyle Altın kazandı.

Kasım ayı başlarında Toronto, Kanada 250'den fazla kişinin katıldığı bir topluluğun huzurunda Palais Royal'da düzenlenen 14. Yıllık Kanada Baskı Ödülleri'ne (Canadian Printing Awards - CPA) ev sahipliği yaptı.

Baskı Tasarımı ve Baskı kategorilerinde, birçoğu ilk kez aday olan, 319 aday arasından 110 Altın, Gümüş ve Bronz ödül için bağımsız bir jüri heyeti seçim yaptı. Ödüller Kanadalı matbaacıların ve teknoloji tedarikçilerinin yeniliklerini onurlandırıyor. Ödül kazananlarda üç Scodix kullanıcısı ön planda ve göz önündeydi.

Toplam olarak, Scodix müşterileri 8'i Altın, toplam 30 ödülle seçkin ödüllerin %25'inden fazlasını aldılar. Mi5 Print and Digital, Dergi kategorisinde bir Gümüş kazandı ve PBI (Printing By Innovation), Pazarlama Materyali (Bir ürün veya hizmetin satışını destekleyen basılı veya dijital medya içeriği - MH) kategorisinde bir Altın ve Kendi Tanıtımı, Baskı Şirketi ve Özel Efektler kategorilerinde iki Gümüş kazandı. Mi5 Kasım 2018'den beri bir Scodix Ultra Pro Foil kullanıcısı iken, PBI kendi Scodix Ultra 101'ini henüz Mayıs ayında kurmuştu.

Gecenin yıldızı 7'si Altın 26 CPA ödülü kazanan CJ Graphics Inc. oldu. CJ Graphics'in 2015'te Kuzey Amerika'da yeni tanıtılmış Scodix Foil sistemli Scodix Ultra Pro kuran ilk üretim tesisi olması kayda değer.

Şirketi ezici ödüller alırken, CJ Graphics Başkanı ve CEO'su Jay Mandarino da John A. Young Yaşam Boyu Başarı Ödülü'ne layık görüldü.

CJ Şirketler Grubunun Başkanı ve CEO'su olarak Mandarino, kâr amacı gütmeyen girişimleri de dahil olmak üzere, toplam satışları 45 milyon doların üzerinde olan (ve hâlâ büyümekte olan) 35 şirketin günlük operasyonlarını yönetiyor. Ontario, Mississauga'daki 240 bin metrekarelik modern bir tesiste bulunan şirketler, sektördeki son ekonomik zorluklardan bağımsız olarak büyümeye devam ediyorlar. Mandarino, daha önce Kanada'nın önceki CPA yarışmalarında Yılın Baskı Lideri olarak seçilmişti ve birinci sınıf baskı ve sektör başarısı takdir ediliyordu.

Sektöre olan bağlılığı, CJ Graphics'in bugüne kadar bildirilen 6500'den fazla ödül alan, dünyanın en çok ödüllü basım şirketi olduğu gerçeğini de yansıtıyor. Şirketin ödülleri, sayısız diğerleri arasında, Kanada'nın Yılın Matbaası olarak adlandırılmasını ve Profit Magazine tarafından En Kârlı 100 Şirket listesine seçilmesini de içeriyor. Bu yılın başlarında, CJ Graphics bir yıl içinde dünyanın dört bir yanından binlerce katılımcının bulunduğu yarışmanın tarihindeki herhangi bir matbaadan daha fazla, bir yıl içinde 22 Benny ödülü kazanan ilk şirket oldu. □



## Bildiklerinizi unutun!

Dijital tekstil baskı kumaşı yeniden tanımlandı:

# DUOTEX

DUOTEX dijital tekstil baskı kumaşları, arkadan aydınlatmalı büyük ışıklı kutular (lightboxes) için homojen dağılım sağlar ve renkli yoğun baskılarda mükemmel canlılık özelliğine sahiptir. **5,05 metre genişliği** ile pazarın en kaliteli ürünü olarak UV, Latex, Solvent, Eco-Solvent baskılı uygulamalarda yüksek performans göstermektedir. Dış mekan hava koşullarına uygun olarak kolaylıkla katlanabilen, kırışıklık yapmayan, **B1 yanmazlık** sertifikasına sahip, su geçirilmeyen, PVC içermeyen üstün özellikli bir üründür.



## DUOTEX

# Japonya'da ilk Heidelberg Primefire üretime başladı

KK Kyoshin Paper & Package endüstriyel dijital baskı ile Web-to-Pack iş modelini genişletmeye devam ediyor. Yüksek baskı kalitesi ve renk doğruluğu ile endüstriyel dijital baskı yatırım kararında baz alınmış.



Ambalaj matbaası KK Kyoshin Paper & Package, Japonya'daki B1 formatında ilk endüstriyel inkjet dijital baskı sistemi olan Heidelberg Primefire 106'yı devreye aldı.

Japon ambalaj matbaası Kabushiki Kaisha Kyoshin Paper & Package (Kk Kyoshin Paper & Package) ve Heidelberg Japonya, heidelberg Druckmaschinen AG'den (Heidelberg) ilk Primefire 106'yı Kasım ayı başlarında bir törenle faaliyete geçirdi.

Bu aynı zamanda Japonya'da B1 formatında ilk endüstriyel inkjet dijital baskı sisteminin lansmanını temsil ediyor.

KK Kyoshin Paper and Package, Hacoplay adı altında 2013 yılında, Japonya'da şirketin çevrim içi olarak son derece kısa teslimat süreleri ile orijinal ambalajı sunduğu bir web-to-pack iş başlattı (www.hacoplay.jp). Firma, diğer Primefire 106 kullanıcılarında müşteri ziyaretleri ve çeşitli makine testlerinden sonra

bir Primefire 106 lehine karar verdi. Belirleyici faktör, mükemmel renk kararlılığı ve poza hassasiyeti ile endüstriyel dijital baskı teknolojisiydi.

Hacoplay bölümünün Genel Müdürü Kazuhiro Kajikawa, şirketin dijital baskı için iş stratejisini şöyle açıklıyor. "Primefire 106 ile genişletmek istediğimiz üç iş alanı var. İlk olarak, artık bir dijital baskı makinesiyle tüm işleri basabileceğimiz, mevcut Hacoplay işimiz. Daha sonra Primefire ile küçük seriler halinde basılmış kâğıt torbalarla umut verici işlere girmek istiyoruz. Ayrıca satın alma noktası reklam uygulamaları ile BtoB işimizi daha da genişletmek istiyoruz."

Heidelberg Dijital İş Birimi Yöneticisi Montserrat Peidro-Insa, "Primefire 106 tarafından sunulan endüstriyel dijital baskı, internetten ambalaj (web-to-pack) uygulamalarıyla işi artırıyor. Primefire 106 ile ambalaj baskı müşterilerimizin dijital iş modellerini daha da geliştirmelerine ve böylece yeni pazar potansiyeline ulaşmalarına yardımcı oluyoruz" diyor. □



KK Kyoshin Paper & Package, halihazırda kurulmuş olan web-to-pack işini Primefire 106 endüstriyel dijital baskı sistemi ile daha da genişletmeyi planlıyor.

# Highcon dijital lazer kesim, kalıplı kesim makinalarının tahtını sallıyor

Derleyen: Mehmet Nihat KIRAY /Highcon Türkiye tek temsilcisi

Highcon dijital lazer kesim, analog konvansiyonel kalıplı kesim makinalarının tahtını sallıyor

## Analog-Highcon performans karşılaştırması

Avrupa da kurulumu yapılan Highcon dijital lazer kesim makinesi ile 70 x 100 cm analog konvansiyonel kalıplı kesim makinesinin yan yana aynı iş için ayar ve üretim performansı karşılaştırıldı.

## Sonuç

Doğru karşılaştırma için aslında bir işin bitim zamanı başlangıç alınmalı idi. Ancak bu yapılmadı. Highcon makine diğer analog makinaya kalıpların takılmasını bekledi. Bu konvansiyonel makinaya avans verilmesi olarak kabul edildi

Kesilecek iş çok küçük ebatlı parfüm kutusuydu, 70 x 100 formata 45 kutu sığdırıldı.

Highcon ayar süresi 4 dakika. Bu 4 dakikadan sonra Highcon kesim işlemine başladı. Analog makinada ayar süresi 3 saat sürdü.

Sonuçta 1.5 saat içinde Highcon 90 bin kutu kesti, konvansiyonel makine daha kesim ayarının yarısında idi. Henüz hiçbir kutu kesmemişti.

Bir yıl süreli Highcon kesim makinesi analog konvansiyonel makine ayar ve üretim süresi karşılaştırması ve kesim sırasında gerekli kesme kalıp eleman ve makine ayar süresi maliyeti hesaplandığında konvansiyonel makine yerine Highcon makine kullanıldığında 1.100.000 avro gerçek bir kazanç sağlandığı tespit edilmiştir.

Bu demektir ki Highcon dijital lazer kesim makinesi iki yıl içinde amorti edilmiştir.

Dünya genelinde 70 adet Highcon dijital lazer kesim



Kesme ve düşürme kalıp maliyeti yok

Kesme kalıp vs için depo raf alanı maliyeti yok

Ayar süresi 1-4 dakika

%90'a yakın komple ayıklama

Son derece kaliteli temiz kesim

Sanayi de kullanılan CO2 (karbondiyoksit) lazer teknolojisi

makinesi Avrupa, Amerika ve Çin'de satılmıştır ve üretim yapmaktadır.

Birkaç teknik bilgi vermek gerekirse;

- Lazer kesim hızı, 3,5 metre /saniye.
- Yeni iş ayar süresi sadece 5 dakika, tekrar iş ayar süresi 1 dakika dahi değildir.
- Herhangi bir iş üretim programı arasına girebilir ve makine dört dakikada üretime hazır.

## Birkaç önemli müşteri

Highcon kullanıcısı bir kaç önemli müşteri şöyle: Hera Printing Corp., American Greetings Corporation, IxBxH, Verpackungen, Wihabo, Autajon, Pringraf, Heuchemer, Studio Impres.

Bu firmalardan geri dönüş bilgileri alındığında gerçekten diğer makine ile karşılaştırdıklarında bu açıkladığımız maliyetleri geri kazandıklarını ifade etmişlerdir.

Highcon dijital lazer kesim makinesi 2020 Haziran ayında Almanya'da Düsseldorf drupa fuarında 9. Salon, C50 standında üretim yaparken izlenebilir. □



SF-200, EMEA bölgesinde piyasada.

## Oyuncaklar dahil hassas uygulamalar için Roland DG SF-200

Roland DG EMEA oyuncaklar, yemek kapları ve tıbbi aletler dahil olmak üzere hassas uygulamalar için geliştirilen dünyanın ilk masaüstü eko-solvent yazıcısı SF-200'ü piyasaya sürdü.

SF-200, güvenlik standartlarını karşılarken canlılık ve görüntü kalitesini koruyan son derece dayanıklı ve güvenli mürekkepler kullanıyor. Masaüstü sisteme, 538 mm x 360 mm ölçülerine ve 100 mm yüksekliğe kadar olan nesne ve medyalar yerleştirilebiliyor. ABS, PVC, TPU, PET, PP, PPMA'dan ahşap, alüminyum ve deri gibi malzemelere kadar kapsamlı malzeme uyumluluğu sunuyor.<sup>1</sup> Bu, kullanıcı benzersiz bir tam renkli tasarım veya metin parçasını doğrudan ister tek bir nesneye ister bir kerede birden fazla öğeye basmak istesin, yazıcıyı özel baskı gereksinimleri için mükemmelleştiriyor.

### Uyum ve güvenlik

SF-200 eko-solvent mürekkepleri, EN 71-3 oyuncak güvenliği standardına ve Oyuncak Güvenliği Yönergesi'ne<sup>2</sup> uyumu sayesinde en zorlu oyunlara dayanabilecek tasarımlar için bile plastikten, ahşaptan, deriden ve diğer malzemelerden yapılmış çocuk oyuncakları ile uyumlu. SF-200, benzer şekilde müşterilerine kişiselleştirilmiş yemek kapları, içecek şişeleri ve seyahat bardakları sunmak isteyen gıda kapları üreticileri ve perakendeciler için de ideal.

Yeni Roland SF-200 medikal sektörde talep üzerine alüminyum aletlere, plastik cihazlara ve etiketlere ve genel baskı yapmak için son derecede faydalı. Tüm bu ürünler insan derisi ile güvenle direkt temas edebilir.

Bu uygulama sağlık ve kişisel bakım ürünlerine de uygulanabilir. Perakendeciler ve tedarikçiler diş fırçalarına, termometrelere, kozmetik ambalajlarına ve diğer önemli ürünlere hızlı ve kolay bir şekilde özelleştirme ve dekorasyon ekleyebilir.

### Tüm gereksinimleri karşılayan kapsamlı bir çözüm portföyü

Roland DG EMEA'nın İş Geliştirme ve Ürün Yönetimi Müdürü Paul Willems şu açıklamayı yapıyor: "Yeni SF-200, markaların gereksinimlerini ve baskı profesyonellerinin ihtiyaçlarını karşılamak için tasarlanan kapsamlı çözüm portföyümüzün en yeni üyesi. En hassas ortamlarda bile güvenli ve verimli markalama, dekorasyon ve özelleştirme yapmak için özel olarak geliştirilen bu yepyeni ürün, hassas uygulamalar için dünyanın ilk masaüstü eko-solvent yazıcısıdır. SF-200 kullanıcıları, onu çok çeşitli uygulamalar için vazgeçilmez buluyorlar."

SF-200, cihaz kutudan çıkar çıkmaz kullanıcıların hızlı ve kolay bir şekilde baskı işlemine başlamalarına yardımcı olmak için Roland'ın kullanıcı dostu VersaWorks 6 RIP yazılımını içeriyor. Sezgisel bir arayüz, yerleşik Pantone® ve Roland Renk kütüphaneleri aracılığıyla tutarlı renk sunuyor. Kullanıcılar, müşteri memnuniyeti ile tanınan bir yıllık RolandCare Original garantisinden yararlanıyorlar. □

<sup>1</sup> Bazı malzemeler için özel baskı iş akışı gereklidir.

<sup>2</sup> Basılı ürünün sertifikalandırılması garanti edilmez. Gerekli olan sertifikaları almak ve herhangi bir sertifikalandırma sürecinin maliyetini taşımak, ürünü basan kullanıcının sorumluluğundadır. Oyuncak üreticisi, oyuncaklarla ilgili yasal gerekliliklere uymakla sorumludur.

Ultrastream güçlendirilmiş esnek ambalaj baskı makinesinin ilk satışı 2020 drupa fuarı öncesinde gerçekleşti



## Kodak ve Uteco'dan Ultrastream esnek ambalaj baskı makinası

İki firmanın iş birliği ile güçlendirilen ULTRASTREAM, ambalaj matbaalarına markaların seçici taleplerini karşılamak için teknolojik olarak çok üstün, maliyet etkin çözüm vad ediyor.

Su bazlı mürekkepler ve analog baskı makinelerine eşdeğer üretim hızları ile etkinleştirilen Sapphire EVO W, kısa ve orta tirajlı baskılarda fleksografiye yakın maliyetler vad ediyor.

Kodak, üstün Ultrastream inkjet teknolojisini, Kodak'ın en son kesintisiz inkjet teknolojisi kullanılarak piyasaya çıkarılan ilk esnek ambalaj baskı makinesi olan yeni UTECO Sapphire EVO W'da sunuyor.

İlk Ultrastream sisteminin 1.25 metre baskı eni ile Düsseldorf, Almanya'da ilk kez sahne alacağı drupa 2020 öncesinde ilk satışı yapıldı. Konuyla ilgili açıklamada müşteri bilgilerine yer verilmedi. Yeni Sapphire EVO W'nun geniş formatı, markaların geleneksel fleksografik baskı formatlarında dijital baskıdan yararlanmalarını sağlıyor.

Ambalaj dönüştürücüler ve markalar daha kısa tirajlı üretim çalışmaları için daha uygun maliyetli çözümler aradıkça, Kodak ve Uteco sektörü değiştiren bir baskı makinesi geliştirdiler. Su bazlı mürekkepler ve analog baskı makinelerine eşdeğer üretim hızları ile etkinleştirilen Sapphire EVO W, kısa ve orta tirajlı baskılarda fleksografiye yakın maliyetler vad ediyor. Sapphire dijital çözümleri düşük maliyetiyle satışları artırarak değişken verili kampanya baskıları yaparken, fireleri ve stokları azaltabiliyor. Sapphire EVO W'un teslimi, gıda, içecek ve kişisel bakım uygulamalarına kapı açan Kodak'ın çevre dostu ve endüstri uyumlu mürekkepleri ve sıvıları yer alıyor.

### "Ultrastream, markalar için esnek ambalajda devrim yaratıyor"

Kurumsal Mürekkep Püskürtmeli Sistemler Bölüm Başkanı ve Eastman Kodak Company Başkan Yardımcısı Randy Vandagriff, "Ultrastream, markalar için esnek ambalajda devrim yaratıyor" diyor ve ekliyor: "Uteco'nun teknolojisini yeni baskı makinesinde uygulaması, ezber bozan ve Kodak'ın matbaacıların maliyetlerini düşürmelerine ve verimliliklerini artırmalarına nasıl yardımcı olduğunu gösteren harika bir örnek. 2020 yılının ikinci yarısına kadar piyasada kurulumlar buldurmak için Şubat ayında verdiğimiz sözleri yerine getirmekten gurur duyuyoruz."

Uteco Grubu Başkanı ve CEO'su Aldo Peretti, "Esnek ambalaj uygulamaları için baskı ve dönüştürme makineleri üretiminde dünya lideri olarak müşterilerimizin operasyonlarında dijital çözümlere duyulan ihtiyacın farkındaydık" diyor ve ekliyor: "Dönüştürücüler ve markalar, sürdürülebilir ve marka bütünlüğünü koruyan kaliteli çözümler bekliyorlar. Bu talepleri karşılayan ve büyümeyi sağlayan yeni teknolojiler sunmak için Kodak ile çalışmaktan gurur duyuyoruz." □

Mustafa Kibar:  
"DUOTEX marka  
kaliteli kumaşı  
yaklaşık 1,5 yıldır  
Türkiye pazarına  
sunuyoruz."



Met Etiket Genel Müdürü Mustafa Kibar

## "En kaliteli baskı kumaşlarını biz getiriyoruz"

Fuarı'na ilk kez katılan Aras Grup şirketlerinden Met Etiket şık stant tasarımı ile öne çıkan katılımcılardan. Firma temsilciliğini yaptığı DUOTEX markalı baskı kumaşları (lightbox tekstil kumaşları) ile oluşturulan standında renklerin canlılığı ve doygunluğu ile muhteşem bir görsellik oluşturmuş. Fuarda Met Etiket'ten Mustafa Kibar'ın değerlendirmelerini aldık.

### "Bu senenin trendi baskı kumaşları"

#### Standınızda neleri öne çıkartıyorsunuz?

Bu senenin trendi baskı kumaşları. Bize göre Türkiye'ye en kaliteli baskı kumaşlarını biz getiriyoruz. Fiyatlarımız da makul bir düzeyde. Eş değer olan ürünler Avro bazında satılırken biz dolar olarak satıyoruz. Uzakdoğu'da üretilen bu ürünümüzün Türkiye temsilciliğini Met Etiket olarak biz yürütüyoruz. DUOTEX markalı bu kaliteli kumaşı yaklaşık 1,5 yıldır Türkiye pazarına sunuyoruz. Bu süre içinde ürünümüzü kaliteli iş yapan firmalara vermeye gayret gösterdik. Çünkü sektörde hala yaptığı

işin ne olduğunu bilmeyen insanlar ve firmalar var. Amacımız ürünümüzün doğru yere, doğru adrese gitmesi. Talep gayet iyi, 3,2 ve 5 metre genişlikte sunuyoruz ki bu genişlikte kumaş dünyada da az bulunan bir ölçüdür. Standımızda ve fuardaki birçok stanttaki baskılı kumaşlar bizim kumaşımız. İyi bir yoldayız.

Bizim bir çizgimizi ve kalite anlayışımız var. Bu çizginin altındaki ürünleri bulundurmuyoruz. Belli bir kaliteye hitap etmek istiyoruz. Herkes kendi bütçesine ve müşteri ilişkilerine göre ürün getiriyor. Biz kalite çitasını biraz yüksekte tutmak, bu doğrultuda ürün getirmeye çalışıyoruz. Türkiye'deki rekabetin fiyatla değil kalite ile olması gerektiğini anlatmaya çalışıyoruz. Bu konuda kaybımız da olsa inatla direneceğiz.

### Expada eko solvent makinelerle sorunsuz baskılar...

Standınızda baskı kumaşları dışında makineler de yer alıyor...

Makine getiriyoruz ve bunların renk kombinasyonunu kendimiz yapıyoruz. Makinede çok iddialı değiliz. Az sayıda makine ile yürümeye çalışıyoruz. Çünkü makine alanlar malzemeyi de aldığı zaman, malzeme ve makinenin karışımında ödemeler yapıyorlar ve tahsilat dengeleri bozuluyor. Bu yüzden mümkün olduğunca makineyi geri planda tutarak işimizi sürdürmeye çalışıyoruz. Makinelerimiz EXPADA markasını taşıyor. İki yıldır bu marka ile pazardayız ve şu ana kadar sattığımız makinelerin hiçbirinden şikayet almadık. Bu bizim için önemli ve doğru bir seçim yaptığımızı gösterir. Makinelerimiz 3,2 ve 1,8 metre genişliğinde eko solvent makineler. Renk ayarlarının yazılımlarını da biz yaptığımız için sorunsuz baskılar alınabiliyor.

### "Senede iki değil, her sene bir fuar olması bile fazla. Bu yenilik anlamında bir getiri sağlamıyor"

Fuarı genel anlamda değerlendirecek olursanız neler söylemek istersiniz?

Fespa'ya ilk katılımımız, beklentimiz bir fuardan beklenenin minimize hali idi. İlk iki gün beklentimizin çok altında geçti. Son iki gün çitayı yükseltti. Normalde hep bunun tersi olurdu ama beklentimize yaklaştık, geçen yıla göre daha aktif ve ışıldayan bir fuar oldu.

Başlangıcından beri iş kolumuzda iki fuarın aynı tarihlerde olması iş kolumuz adına yanlıştır. Bizim bu düşüncelerimiz hala değişmedi. Genel anlamda bakacak olursak senede bir fuar bile fazla, çünkü teknolojik olarak bir gelişme söz konusu olmuyor. Malzemeler

de makineler de aynı, herhangi bir farklılık yok. Hal böyle olunca iki fuarın olması yenilik anlamında bir getiri sağlamıyor.

Fuarın amacı yenilikleri ve teknolojiyi takip etmektir. Bu iş kolu adına iki fuar fazladır. İki fuar firmasının ortak bir noktada buluşması gerektiğini düşünüyorum.

Ayrıca söylemeden edemeyeceğim, iş kolumuzla ilgili; diğer ülkelerde her yıl büyüyen açık hava reklamcılığı bizim ülkemizde her geçen gün küçülmemekte, bu gelecek adına kaygı verici.

Tüm dünyada rekabet kalite ile yapılırken bizde maalesef fiyatla rekabet ağırlık kazanıyor. Bu günü kurtarmak için yaratılan ortam iş kolumuzun geleceğini karartıyor. □



## Xerox'a '2020 Yılın Belge Görüntüleme Yazılım Serisi' ödülü

Dünyanın önde gelen bağımsız belge görüntüleme yazılımı, donanımı ve hizmetleri değerlendiricisi olan Buyers Lab, Xerox Corporation'ın '2020 Yılın Belge Görüntüleme Yazılım Serisi' ödülünü kazandığını açıkladı. Bu yıllık ödül, Buyers Lab'ın bliQ abonelik hizmetinde kapsadığı belge görüntüleme çözümleri kategorileri yelpazesinde en eksiksiz yazılım portföyünü sunan satıcıya veriliyor.

Keypoint Intelligence Çözümler / Güvenlik Analizi Direktörü Jamie Bsales, "Belge görüntüleme satıcıları, bir yazılım üretkenlik ve yatırım geri dönüşü üzerinde daha büyük etkiye sahip olduğundan beri müşteriler için geleneksel donanım satışlarına güvenmek yerine, çözümlerle öncülük etmek için stratejilerini değiştiriyorlar. Xerox bunu yıllardır yapıyor ve müşterilerin kritik iş süreçlerini düzenlemelerine

ve MFP donanımına yatırımlarını artırmalarına yardımcı olmak için en iyi uygulama, yazılım ve hizmet portföyünü birleştiriyor" diyor.

Çalışma, Xerox'ın, Doküman Yönetimi ve MFP Uygulamaları dahil olmak üzere temel yazılım kategorilerinde güçlü olduğunu gösteriyor. Güçlü Çıktı Yönetimi Xerox'u öne çıkaran, müşterilerin basılı kopya maliyetlerini izlemesine, azaltmasına ve telafi etmesine yardımcı oluyor.

Xerox, müşterilerin İK, işe alım ve işe alıştırma, ödenecek / alacak hesapları, kredi başvurusu işleme, sağlık kayıtları bilgi yönetimi ve onlarca daha fazlası gibi kritik süreçleri ele almasına yardımcı olmak için yönetilen belge hizmetleri uygulamasında etkileyici bir özel İş Akışı Otomasyon Çözümleri ailesi sunuyor. □

Atilla Keşkekler:  
"Yeni lanse edilen  
FC9000 ve CE7000  
serilerinde özellikle  
dijital baskıcılar için  
müthiş kolaylıklar  
geliyor. Performans  
yani gün sonu iş  
adedi olarak bir  
önceki serilerine göre  
% 25 - 30'a yakın  
artış var."



# Yeni Graphtec modelleriyle A ve A, kesimde çıtayı yükseltiyor

Kesim makinelerinde dünya markası Japon Graphtec'in Türkiye Temsilcisi A ve A Endüstriyel Teknoloji Ürünleri Makina San. Tic. A.Ş. 5 - 8 Aralık tarihlerinde İstanbul Fuar Merkezi'nde gerçekleştirilen FESPA Eurasia 2019'da sonlandırma çözümlerini sergiledi. Firma sahibi Atilla Keşkekler fuarda sorularımızı yanıtladı.

## Fuara neler getirdiniz, nasıl tepkiler aldınız?

Bu tür reklam veya görsel iletişim fuarlarında Graphtec'i daha öne çıkarmaya çalışıyoruz. Graphtec dünyada kesici plotter alanında adet ve çeşitlilik olarak, tek işi bu olduğu için lider. Bu alanda standartları ve ilkleri üreten bir firma. Bu fuarlarda sürekli gelişim içinde bir firma olan Graphtec'i sergiliyoruz. Bunun yanında ambalaj, ahşap, deri, ayakkabı, tekstil gibi değişik sektörlerin fuarlarına da katılıyoruz.

Bu fuarda ayrıca yerli üretimimiz, sürekli geliştirdiğimiz fiber metal kesim lazerimizi de sergiledik.

## "Yeni yerli üretim fiber metal kesim lazerinden 4 ayda 4 satış gerçekleşti"

Fiber metal kesim lazerini İstanbul'da kendi markamızla ortak olarak üretiyoruz. Yenilikleri takip ediyoruz. Lazer teknolojisinde faydalı bir yenilik varsa çok kısa bir süre içinde bunu uyguluyoruz. Özellikle fiber lazer metal kesim makinelerinde önümüzdeki 5-10 sene içerisinde bir gelişim görmekteyiz. Yeni bir teknoloji ve çok çabuk işliyor. On mm demir, karbon, çelikten başlıyor; 40 - 50 mm demire kadar çok temiz kesebiliyoruz.

Bir kW lazer gücüyle 8 - 10 mm demiri çok rahat kesebiliyorsunuz. Üretimimizde, 1 kW - 2 kW - 4 kW - 6 kW ve 8 kW olmak kaydıyla farklı güçlerde makine seçeneklerimiz var. Makine büyüdükçe konfigürasyonlar değişiyor, güvenlik ön plana çıkıyor veya tabakayı otomatik değiştiren sistemler oluyor.

Aynı kasa mı kullanılıyor? Farklı kasalar var mı?

Çeşitliliği arttırdık ve bunu standart hale getirdik. Genellikle tercih edilen, standart makinemiz 3 m x 1.5 m. Fuarda onu sergiliyoruz. Eni maksimum 2 m'ye, boyu 6 m'ye kadar çıkabiliyor. İki kW'ye kadar açık modeller oluyor, 2 kW'den itibaren kapalı modellere geçiyoruz.

## Neden 2 kW sınırı var?

Metali keserken sıçramalar yapabiliyor ya da kaplamalar duman çıkarabiliyor. Operatöre zarar vermesin diye kapalı sistem yapıyor. Güç arttıkça performans artıyor, performans arttıkça zaman kaybetmek istemiyoruz. Otomatik tabaka değiştirme sistemimiz var. Fuardaki model 1 kW olduğu için bunda bu sistem yok.

## Bu modelden kaç adet ürettiniz?

Dört aydan beri satıştayız. Aylık 1 kW konfigürasyonlu 3-4 makine, 2 kW konfigürasyonlu 1- 2 makine satışımız var. Daha çok endüstriyel kullanıcılar, metal işleyen küçük üreticiler alıyorlar. Reklam tarafında henüz kurulum yapmadık. Kutu harf üreticilerinin tercih etmeleri lazım.

İşimizi giderek büyütüyoruz. Tüm makineleri sergileyeceğimiz büyük bir showroom yapmak ve bu alanı üretimden ayırmak istiyoruz. Showroom uygulama ve eğitim merkezi de olacak. Halen Graphtec'in küçük bir showroom'u var, müşteri hangi makinede daha iyi kesildiğini görmek istiyor. İki teknisyen bu konuda hizmet veriyor.

## "Graphtec makina, bakılmazsa 15 sene bakılırsa 20-25 sene rahat kullanılıyor"

Graphtec, 1952 yılından beri sektörde olan bir Japon markası ve kalitesiyle biliniyor. Graphtec'te önce kalite gelir. Biz başka bir şey istesek bile kaliteden taviz vermezler. Gururla söylemek istiyorum. Bir makine 15 -

25 sene kullanılabiliyor. Müşterilere şunu söylüyorum: Makineye bakılmazsa 15 sene, biraz bakılır ve temiz kullanılırsa 20 - 25 sene rahat kullanılıyor.

Dün ilginç bir olay oldu. Yanlış başlamış ve diğer markalardan ağız yanmış bir müşteri, bazıları gereksiz, safca sorularıyla bizi çok zorluyordu. O sırada tanımadığımız, yaşını başını almış başka bir ziyaretçi geldi. Araya girip, "Eğer siz cennete gidecekseniz, bizim yüzümüzden gideceksiniz" dedi. Biz şok olduk ve sorduk: "Neden?" "Yıllar önce ilk makineyi aldık, sonra ikincisini aldık. İşimizi hatasız görüyor, bereketli, hiçbir sorun yaşamadık, iyi hizmet de aldık; Graphtec için dua ediyoruz" dedi ve gitti. Sorularıyla bizi bunaltan müşteri "Parayla mı tuttunuz?" diye sordu. Parayla tutsak bu kadar içten konuşmazdı. Tabii bu övgüleri Graphtec için, onun kalitesi ve sağlamlığı yüzünden alıyoruz.

## Graphtec'in iki yeni modeli FC9000 ve CE7000 özellikle dijital baskıcılara müthiş kolaylıklar getiriyor

Bu fuarda yeterince açıklayamadık. Graphtec'te iki yeni model sunuldu. Yeni lanse edilen FC9000 ve yakında gelecek CE7000 serilerinde özellikle dijital baskıcılar için müthiş kolaylıklar geliyor. Performans yani gün sonu iş adedi olarak bir önceki serilerine göre % 25 - 30'a yakın artış var. Hız artıyor, kolaylıklar geliyor, tüm bunlar performansı artırıyor. Tüm makineler ağa bağlı çalışıyor, Makineye ağ kablosu takmanız gerekmiyor. Dijital baskıcılar için ikinci en önemli özellik şu: Barkodu okuyor, gidip bilgisayardan o dosyayı buluyor, krosları alıyor, pozisyonlama yapıyor, işi kesiyor; diğer barkodu okuyor, bilgisayardan diğer işi alıyor. Ve bu böyle silsile olarak devam ediyor. Özellikle rulo baskılarda dijitalciler yoğun zamanlarında hızlı çalışırken, bir rulo üze-

1952 yılından bu yana lotter kesim işinde uzmanlaşmış Japon markası Graphtec, kesici plotter alanında adet ve çeşitlilik olarak lider bir firma.





**Graphtec'in iki yeni modeli FC9000 ve CE7000 özellikle dijital baskıcılara müthiş kolaylıklar getiriyor.**

**Bu iki yeni makina %25 performans artışının yanı sıra barkod okuma özelliği, dosyayı bulma, krosları oturtma, iş yönünü bulma ve mükemmel hassasiyette kesme özelliklerine sahip.**

rinde birden fazla iş bastıklarında hatalar yapıyorlar. CE7000 ve FC9000'e basılmış birçok iş bulunan ruloyu yükleyin, makineler kendileri ileri - geri, sağ - sol, otomatik olarak işin yönünü buluyor, bilgisayarda açık olan yazılımdan kesim verisini alıyor ve bunları hata yapmadan, mükemmel hassaslıkta kesebiliyor.

**Graphtec FC9000'de rulo sarma bobinleri hemen makinanın altında, hiç yer kaplamıyor**

Graphtec, ayrıca FC9000 serisinde rulo sarma ünitesi geliştirdi. Yoğun ortamlarda, dar alanlarda 1 top ruloyu kesmeniz, başında adam bulundurmanızı, çok uğraşmanızı gerektiriyordu. Normalde rulo sarma üniteleri makine kadar yer kaplar, Japonlar Graphtec FC9000'de yüksek teknoloji kullanarak, çok akıllıca, rulo sarma bobinleri içine servo motorlar yerleştirerek hemen makinenin altına rulo toplama, sarma ünitesi koydular. Akşam makineye dijital basılmış ruloyu taktınız ve komutu verdiniz; bilgisayarınızı açık bırakıyorsunuz; sabah veya öğle yemeğinden sonra hepsini çok hassas kesilmiş, bir diğer ruloya sarılmış buluyorsunuz. Bunu bir metre enindeki bir alanda da yapabiliyorsunuz. Bu özellikle dijital baskıcılar için çok büyük bir kazanç olacak. İlk aldığımız geri bildirimler, Avrupa'da ve Amerika'da bu ürünün yok sattığı yönünde. Graphtec yine tasarım olarak ve verimlilik olarak en iyisini yapmış.

**Graphtec'in standart modeli CE7000 Türkiye'de kaliteli seri sınıfta yer alıyor**

Graphtec CE7000'de durum nedir?

Burada sergileyemedik, hâlâ yolda. Yeni yıldan hemen önce stoklarda olacak. Bu son özellik hariç, diğer tüm özellikler var. CE serisi Graphtec'te standart modeldir ama Türkiye'de kaliteli seri sınıfı geçiyor. FC serisi (FC9000) ise çok performanslı, çok üstün bir modeldir. CE ve FC arasındaki fark şudur: İş ne kadar küçülürse, zorlaşırsa, FC'lerdeki gün sonunda aldığınız kesim adedi artar, 2'ye, 3'e, 5'e kadar fark yaratır. Yani beş makine yerine bir FC yeter.

**Graphtec F-Mark otomatik beslemeli tabaka etiket kesim makinesi de güzel talep alıyor**

**Bu fuarın konusu değil ama etiket makinenize talep nasıl?**

Eskiden ürün az, talep edilen, basılan etiket sayısı çoktu. Şimdi çeşitlilik arttı, kişiselleştirme arttı. Gittiğim berber bile bir şube daha açınca kendi markasıyla şampuan yaptırmış. Bu tür çözümler için kalıp, klişe gerektirmeyen dijital baskı sistemleri gerekiyor. Biz de bunun sonlandırma laminasyon ve kesim kısmındayız. Graphtec bu çözümünü yurt dışında çok iyi satıyor. Türkiye'de ekonomik sıkıntı var ama Graphtec F-Mark otomatik beslemeli tabaka etiket kesim makinesi gayet güzel talep alıyor, daha iyi olabilir ama buna da şükür. Artık zaman çok önemli. Maliyetler çok arttı. F-Mark modelinde tabakaları çok daha geniş kullanabiliyorsunuz, içine çok daha fazla etiket sığdırabiliyorsunuz ve başında beklemiyorsunuz. Kesim süresi ve tarama süresi, pozisyonlama süresi rakiplere göre 15 kat daha hızlı. Otuz saniyeye karşı iki saniye gibi..

**Masa üstü cihazlara talep nasıl?**

Ofset tarafında ve kutu yapanlarda yavaş gidiyor ama etiketçilerde normale yakın talep var. Membran switch yani tuş takımı, özel etiketler, endüstride kullanılan etiketlerde birebir ve çok başarılı. Birden fazla kafa var. Kırımını, çizimini, kazımasını aynı makinede yapabiliyorsunuz ve iş tek makinede bitiyor. Orta ve büyük etiket firmalarında tercih ediliyor çünkü bunun için büyük makineler almalarına gerek yok.

**Fuarı nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Bu fuarda daha kalabalık ve daha az nitelikli bir ziyaretçi profili var. Geçen seneki fuarda daha az ama çok daha nitelikli bir ziyaretçi kitlesi, "Karar vermeye geldim" diyen insanlar vardı. Bu fuardaki ziyaretçilerin çoğunluğu ne var diye bakmaya gelmiş. Bizim istediğimiz ziyaretçi profili bu değil. □

# Agfa'nın UV LED inkjet mürekkeplerine GREENGUARD Gold sertifikası

Agfa, tabela & teşhir baskıları için Anuvia 1250/1551 ve Anapurna1200/1501 UV LED inkjet mürekkep setlerinin çevre dostu olduklarının kabulü anlamına gelen GREENGUARD Gold sertifikası aldığını duyurdu.



**GREENGUARD sertifikası, iç mekân hava kirliliğini ve kimyasala maruz kalma riskini azaltmaya yardımcı olan dünyanın en titiz kimyasal emisyon standartlarını karşılayan ürünlere veriliyor.**



**Agfa'nın Anuvia 1250 ve 1551'inin yanı sıra Anapurna 1200 ve 1501 inkjet mürekkep setleri de GREENGUARD Gold Sertifikasyonu'nda en yüksek seviyeleri elde etti**

GREENGUARD Gold standardı 360'dan fazla uçucu organik bileşik (Özgün kısaltması, VOC) için sağlık temelli kriterleri içeriyor ve ayrıca ürünlerin okullar ve sağlık tesisleri gibi hassas iç mekân ortamlarında kullanımı için kabul edilebilir olmasını sağlamaya dönük daha düşük toplam VOC emisyon seviyeleri gerektiriyor.

Agfa'nın Anuvia 1250 ve 1551'inin yanı sıra Anapurna 1200 ve 1501 inkjet mürekkep setleri de GREENGUARD Gold Sertifikasyonu'nda en yüksek seviyeleri elde etti. Bu, mürekkeplerin sadece reklam veya kısmi duvar dekorasyonunda değil, bir odanın tüm duvarlarını kaplayan duvar kâğıdında da kullanım için kusursuz bir şekilde güvenli oldukları anlamına geliyor.

"Geniş format UV LED inkjet mürekkeplerimiz için GREENGUARD Gold Sertifikasını almak, güvenli ve çevre dostu baskı sistemleri sunma konusundaki taahhüdümüzün altını çiziyor" diyor, Agfa Graphics Inkjet Mürekkep Uygulama Ürün Müdürü Sarah Lafleur ve ekliyor: "Agfa'dan bir Anapurna veya Jeti geniş format yazıcıya yatırım yapan basım işletmeleri hem operatör güvenliğini hem de müşterilerin duvar kaplama uygulamaları için sertifikalı bir çözüm taleplerini karşılayabilecekleri ek işler yaratma fırsatını yakalar."

Anuvia ve Anapurna UV LED 4 renkli ve 6 renkli mürekkep setleri, Agfa'nın Jeti ve Anapurna geniş formatlı baskı makineleriyle mükemmel uyum sağlıyor.

Mürekkepler şu açılarından kusursuz:

- Geniş renk gamı - Agfa'nın UV LED mürekkep setleri, geniş renk yelpazesine ve yüksek renk canlılığına sahip.
- Çok yönlülük - Sert veya esnek ortamlara baskı için özel olarak formüle edilmiş Agfa'nın UV LED mürekkepleri olası uygulamaların kapsamını genişletiyor. Orta veya kullanım amacı ne olursa olsun - genel uygulamalar, iç veya dış mekân - doğruluk ve mükemmel yapışma verilmiştir.
- En düşük mürekkep tüketimi - Agfa'nın Asanti iş akışı algoritmalarıyla yüksek pigment yükü ve optimum pigment dağılımının kombinasyonuna dayanan Agfa'nın patentli 'İnce Mürekkep Katmanı - Thin Ink Layer' teknolojisi sayesinde, metre kare başına mürekkep tüketimi pazardaki en düşük miktardır. □



# Fujifilm rekabetçi çözümlerle FESPA Eurasia 2019'a katıldı

Ana bayii Performans Dijital standında fuara katılan Fujifilm Türkiye, fuarda Mejet, Vybrant ve Jingwei markalarını öne çıkardı.

Fujifilm Türkiye 5 - 8 Aralık 2019 tarihlerinde İstanbul Fuar Merkezi'nde gerçekleştirilen FESPA Eurasia 2019 fuarına katıldı. Fuarda Türkiye ana bayisi Performans Dijital standında sergilenen Fujifilm çözümleri giriş-orta seviye reklam ve endüstriyel baskı yapan işletmelerinin ihtiyaçlarını hedefliyordu. Fujifilm Türkiye & MEA Satış ve İş Geliştirme Müdürü Kerem Ege fuarda sorularımızı yanıtladı.

## FESPA Eurasia'da hangi ürünleri sergilediniz?

FESPA Eurasia 2019'a ana bayimiz Performans Dijital'in standında katıldık. Fujifilm Vybrant UF10 UV 130 x 250 cm flatbed, MEJET ürün gamı altında 180 UV rulodan ruloya baskı makinesi, 60 x 90 cm küçük flatbed baskı makinesi, 160 cm eko-solvent ürün grubu ve JWEI tabla baskı kesici ürünümüzü sergiledik. Kendi mevcut müşteri portföyümüze ve fuar ziyaretçilerine yeni ürünlerimizi tanıttık. Daha önce alt yapısını oluşturup sonuçlandıramadığımız satış görüşmelerimiz için fuarda el sıkışmış olduk. Kısacası beklediğimiz kadar olmasa da keyifli bir fuar oldu diyebiliriz.

Sorumlu olduğumuz gelişmekte olan Türkiye, Orta Asya, Orta Doğu ve Afrika pazarları için daha rekabetçi ürünlerle ürün portföyümüzü zenginleştirmek istedik. İki yıllık Ar-Ge, 1 yıllık gerçek müşteri deneyimleri sonrası FUJIFILM'in kendi mürekkeplerine uygun yüksek kalitede baskı yapabilen, sağlam, dayanıklı ve az servis ihtiyacı gerektiren ekipmanlar geliştirdik. Bu ürün grubunu MEJET markası altında tüm bölgelerde satışa sunduk.

## Kafalar Fujifilm'den mi?

Çoğu modeller de fiyat/performans sonucundan en çok memnun kaldığımız endüstriyel Toshiba kafalar kullandık. Kullanılan baskı kafası Toshiba'nın uzun ömürlü, dayanıklı, kendi mürekkeplerimize çok uygun bir teknolojisi var. Belirlenen ortam şartları ve bakım performansını sağlarsanız mürekkekimizle uzun yıllar sorun çıkarmadan çalışabiliyor. Ortam şartlarının kötü olduğu, kötü bakım yapılan, kötü malzeme kullanılan, operatörün eğitimsiz olduğu ve riskli hareketler yaptığı işletmelerde çok kısa sürelerde bile kafa değiştirilebilir. Kafalar için kurulum sonrası bir yıl elektronik garantisi veriyoruz. FUJIFILM Mürekkepleri ile kullanıldığı sürece zaten sorun olmuyor. Müşterinin talebi ile UV makineler için GEN5, Kyocera, Konica kafa alternatifleri sunabiliyoruz. Kendi markamız olan Dimatix kafalı ürünlerimizde kısa sürede pazarda yerini alacaktır.

## Fuarda JWEI kesim makinesinin ilk satışı gerçekleşti

### Kesim makinesinin menşei nedir?

JWEI Çin'in en büyük iki dijital tabla sonlandırma üreticisinden biri. Sahada satışa başlamadan önce bir buçuk yıllık bir araştırma sürecimiz oldu. Görüşmeler yaptık ve dünyadaki kurulumlarını takip ettik. Sonunda el sıkıştık ve bölgemiz için distribütör olarak faaliyetlerimize başladık. Hali hazırda Birleşim Arap Emirlikleri, Suudi Arabistan ve Lübnan'da zaten 20'nin üzerinde kurulumumuz var. Türkiye'de Sign İstanbul akabinde FESPA Eurasia'da ürünü sergiliyoruz. Fuarda ilk satışımızı gerçekleştirdik, fuar sonrası kurulumu gerçekleştireceğiz.

Kesicinin üzerindeki önemli bütün kilit teknolojileri Avrupa ya da Japon menşeli. Örneğin router kafalar bir Japon üreticiden, bıçak ve sair hassas parçaları Almanya'dan, 4 mm kalınlıktaki halı İtalyan, yazılımlar yabancı ülkeden. Dolayısıyla kesicinin tüm değerli parçaları dışarıda üretiliyor. Çin'de sadece montaj yapılıyor.

## "JWEI ürün grubunda yüzde elliye varan bir yatırım maliyeti avantajımız var"

### Fiyat avantajınız nedir?

JWEI ürün grubunda dünya genelinde bilinen markalarla neredeyse yüzde elliye varan bir yatırım maliyeti avantajımız var. Tabii fiyat - performans değerlendirmesi yapmak daha doğru olacaktır.

Kurulum yaptığımız müşterilerimizle görüştüğümüzde, son derece sorunsuz bir makine olduğu, sadece bıçak vb. sarf malzemeleri değiştirilerek istikrarlı bir şekilde çok uzun yıllar çalıştığını tespit ettik. Bu konu bizim için çok önemli. Çünkü temsil edilen ürünlerin arkasında Fujifilm markası var.

MEJET markası olsun, diğer partner firmalar olsun, belki fiyatımız piyasa fiyatlarından azda olsa bir miktar yukarıda olabiliyor ama günün sonunda çok kaliteli ürünler ile sorunsuz ve daha uygun sahip olma maliyetleri ile müşterilerimizi memnun ediyoruz.

Müşteriyi üzmeyen, servis noktasında da bizi yormayan ürün ve tedarikçi firmalarla çalışmayı tercih ediyoruz. Türkiye'de bizim satmadığımız ama kurulmuş yedi-sekiz adet JWEI makine var. Sahipleriyle görüştük sarf malzeme ve ufak tefek yedek parça konusunda talepleri başladı, destek vereceğiz.

### Türkiye'de temsilcisi var mıydı?

İki, üç farklı firma ile çalışmışlar daha önce, devamlılığı olmamış. O yüzden FUJIFILM ile çalışmayı tercih ettiler. Hem reklamcılık hem tekstil hem de ambalaj grubu var. 2020'de Avrasya Ambalaj İstanbul Fuarı'na katılmayı planlıyoruz. Katılırsak bu ürün grubunu da orada sergileyeceğiz. İstanbul'daki demo merkezimizde her zaman bir makine müşteri demoları için hizmet vermeye hazır, ilgilenen herkesi bekleriz.

Türkiye'deki İnkjet ürün satış organizasyon yapımızı da değiştiriyoruz. Reklamcılık grubu giriş ve orta seviye çözümler 2020 yılında Marmara bölgesi haricinde artık bayi kanalı ile satılacak. Fujifilm Türkiye ofisi orta ve üst Segment tüm makine gruplarının satış ve pazarlama faaliyetlerine daha fazla odaklanacak. Ekonomik politik şartlar ne kadar değişken ve zaman zaman kötü de olsa 2019 yılı hedefimizi doğru koyduğumuzu ve gerçekleştireceğimizi öngörüyoruz. 2020 yılı içinde yeni ürün gruplarından çok ümitliyiz şu ana kadar gerçekleşen satış ve sipariş sonuçlarından çok memnunuz.

### Size bağlı kaç ülke var? Birinde işler kötü giderse diğeri dengeleyebilir mi?

On dokuz ülke oldu. Maalesef bölge ülkeleri en ufak olumsuz politik ve ekonomik gelişmelerden etkileniyor. Ama biz Türk insanı bu

koşullarda doğduk, dolayısı ile yeni, zorlu koşullara çok çabuk adapte olup kısa sürelerde çözüm üretebiliyor ve hedefe doğru emin adımlar ile ilerliyoruz.

## Artık ne almak istediğini bilen, belirli bir tecrübeye erişmiş bir müşteri kitlesi var

### Ziyaretçiler neler soruyorlar?

Maalesef senelerdir aynı müşteri portföyüne hizmet veriyoruz, yeni müşteri sayısı çok az. Son iki fuarda şunu söyleyebiliriz: Artık ne almak istediğini bilen, belirli bir tecrübeye erişmiş bir müşteri kitlesi var. Ziyaretçiler artık satış sonrası detaylarını, servis yeteneğinizi, parça fiyatlarınızı ve satış aşamasında verilen sözlerin yerine getirilip getirilmeyeceğini, stokta sürekli mürekkep tutup tutmadığınıza kadar detay sorular soruyorlar. Bizim gibi büyük, güvenilir, kalite odaklı firmalarında önemi yavaş yavaş daha iyi anlaşılıyor gibi.

### Ziyaretçi sayısının nasıl buluyorsunuz?

Beklediğimden düşük buldum. Havaların soğuk olması, aynı yılda 3 ay ara ile yapılan ikinci fuar ve sene sonu olması nedeniyle belki de normal. Bizim sektörümüz için aynı sene 3 ay ara ile iki fuarın artık hem ziyaretçiyi hem katılımcıyı zorladığı çok net bir şekilde ortaya çıkıyor. Fuarların verimleri gün geçtikçe düşüyor. Belki burada sektörün derneği ARED'in taraf tutmaktan ziyade uzlaştırıcı bir yol izleyerek, "Arkadaşlar gelin, iki fuar fazla oluyor, senede yada iki senede bir fuarı birlikte yapalım. Herkes için daha verimli olsun, sektör kazansın demesi gerekiyor." Aksi takdirde önümüzdeki senelerde fuarlara katılacak firma bulmakta zorlanacaklar, iki fuar sistemi çok sürdürülebilir gözüküyor. □







Mimaki Haziran ayında piyasaya sürdüğü JFX200-2513 EX UV'yi FESPA Eurasia'da tanıttı

## Mimaki ile iki boyutun ötesi

Dijital inkjet baskı ve kesme çözümlerinin lider markası Mimaki, ürün portföyünü yenilikçi bir model ile genişletiyor. Baskı ve boya teknolojisiyle 2 boyutlu baskının ötesine geçip, baskılarda derinlik hissi vererek 2.5D etkisi yaratan yeni geniş format flatbed UV inkjet baskı makinesi JFX200-2513 EX, katma değeri yüksek baskıyı farklı bir boyuta taşıyor.

### UV baskıda 2 boyutun ötesi

Mimaki'nin geliştirdiği Surface Imaging (Yüzey Baskısı) teknolojisi içindeki Gofre Baskı (Emboss Print) tekniği ile birden fazla UV boya katmanı oluşturularak 2.5D olarak anılan 3 boyutlu bir efekt elde ediyor. Genel olarak UV baskı makinelerinde iki katman (geçiş) seviyesi mevcut, ancak Mimaki'nin orijinal RIP yazılımı RasterLink6Plus'in yeni işlevi Mimaki 2.5D Doku Oluşturucu (Mimaki 2.5D Texture Maker) sayesinde, kolay bir şekilde çok katmanlı geçiş (gradation) verileri oluşturulabiliyor. Her data katmanı farklı işlendiğinden baskı yüzeyinde farklı kalınlıklarda, gerçekçi bir derinlik elde ediliyor.

Dokunma isteği uyandıran tuğla ve ahşap dokusuna sahip 2.5D baskılar JFX200-2513 EX ile kolaylıkla gerçekleştiriliyor. Yağlı boya tablolarındaki gibi boya kalıntılarının oluşturduğu farklı yüzey seviyeleri de bire bir elde edilebiliyor. Renk uygulamasının yanı sıra oluşturulan farklı kalınlıklardaki bu düzgün doku sayesinde, baskılı ürün daha fazla katma değerli hale geliyor.

### Arttırılmış baskı hızı, güvenlik ve kullanılabilirlik

Giriş seviyesi modeli olan JFX200-2513 EX, UV baskı modelin yeni baskı kafası teknolojisi geleneksel modellere kıyasla, iki kat daha hızlı. Ayrıca, yeni eklenen Draft Modu saatte 35m<sup>2</sup> maksimum baskı hızı ile, yüksek verimliliğe katkı sağlıyor. Yeni model baskı işinde sabitliği ve güvenilirliği de artırıyor. Mimaki Nozül Kontrol ve Nozül Kurtarma Sistemi (NCU & NRS) eksik nozülleri otomatik olarak algılar ve kurtarma işlemini gerçekleştirir. Bu da kullanıcıların servis beklemeden, baskı işine devam etmesi anlamına geliyor.

Harici durdurma arabirimleriyle bağlantılar, kullanıcıların fabrikadan fabrikaya değişiklik gösteren farklı güvenlik standartlarını karşılamasına olanak veriyor. Böylece, standart acil durdurma düğmesi dışında, müşteriler de baskı makinesinin ortama uygun güvenlik önlemleriyle çalışmasını sağlayabilir.

JFX200-2513 EX'in bir diğer avantajı ise daha kullanışlı olması. Medyayı yatak yüzeyinde tutarak düzgün bir baskı sağlayan vakum düğmesini kontrol için, baskı makinesinin çalışma panelindeki Açma/Kapama düğmesinin yanı sıra, standart olarak sunulan ayak pedalı da kullanılabilir. Ayak pedalı, büyük boyutlu panolara baskı sırasında, elleri serbest bıraktığından iş verimliliğini artırıyor. Makina ayrıca standart USB bağlantısının yanı sıra Ethernet bağlantı desteğine sahip. □

Fespa Eurasia 2019 Fuarı'na katılan

## Sign in Turkey, yedek parça ve boya çözümlerini tanıttı

2018 yılında Karya Dijital iştiraki olarak kurulan Sign in Turkey dijital baskı makineleri ve yedek parçalarının tedarikçisi Sign in Turkey İş Geliştirme Yönetmeni Burçin Aykut, FESPA Eurasia fuarında sorularımızı cevapladı:

### Sektördeki faaliyetiniz konusunda bilgi verir misiniz?

Geçmişte boya ve yedek parça konusunda makineyi satın aldığımız firmalara bağımlıydınız. Şimdi bu durum değişti. Makinenizi bir firmadan, boya ve yedek parçasını başka bir firmadan temin edebiliyorsunuz. Daha önce firmalar sipariş üzerine çalışıyordu. Burada sektörde bizim farklılığımız yedek parça tarafında stok tutmamız. Biz taleplere hemen cevap verebiliyoruz. Bunun yanı sıra fiyat ve ürün performansı açısından en doğru ürünü sunuyoruz.

Orijinal yedek parça ürünlerin yanı sıra muadil ürünler de var. Bunların kendi arasında kalite ve fiyat farkı var. Fiyatı ucuz olsa bile işinizi göremeyecek bir parça hüsrana yaratır. Biz farklı ürünler getirip test edip doğru muadil ürünü uygun fiyatla piyasaya sürüyoruz.

Tabii burada önemli bir yatırım maliyeti söz konusu. Özellikle baskı kafaları konusunda ciddi yatırım yapmamız gerekiyor. Müşterilerin yanı sıra makine sağlayıcılarına da yedek parça temin ediyoruz.

### Sizin tedarikçileriniz kimler?

Bir endüstriyel kafalar var, bir de geniş format yazıcılarda kullanılan Epson kafalar. Epson ile hem doğrudan bağlantımız var hem de tedarikçiler aracılığıyla sağladığımız bağlantılar var.

Baskı kafalarını orijinal Japon üreticileri dışında üreticilerin üretmesi söz konusu değil ama farklı tedarikçiler var. Her bir tedarikçinin daha iyi olduğu parçalar var. Doğru ürün ve fiyat neredeyse müşterilerimiz için gerek Avrupa'dan gerek Japonya'dan, Çin'den veya Kore'den onu temin ediyoruz. Ayrıca bizim Çin'de ortak olduğumuz bir fabrikamız var.

### Fiyat avantajınız var mı?

Biz tüm ürünlerimizi ithalat yolu ile sağlıyor hem bayi hem distribütör hem son kullanıcı satışını gerçekleştiriyoruz. Son kullanıcı için kesinlikle avantajlıyız. Distribütör durumunda hem hızlı stok hem fiyat olarak değişik zamanlarda değişik ürünlerle ilgili avantajlarımız var. Sağladığımız avantajlar sayesinde bizi tercih ediyorlar ve birçok büyük firma ile çalışıyoruz.

### Sarf malzemesi olarak boya dışında neler gidiyor?

Boya sisteminde kafaların üzerine direkt bağlantı damper'lar mevcut.

Damper'lar basıncı düzenleme ve filtreleyen aparatlar olup bunların hem orijinallerini hem de muadillerini Sign In Turkey olarak temin ediyoruz.

### Organizasyonunuz nasıl?

Müşterilerimize sıcak satış yapıyoruz. Ayrıca internet sitemiz üzerinden müşterilerimiz tüm ürünlerimize ve fiyatlarına ulaşabiliyor ve bir sipariş listesi oluşturabiliyorlar. Yine site üzerinden ve mailing yolu ile yaptığımız kampanyalardan ve yeni ürünlerden onları haberdar ediyoruz.

Biz müşterilerimize, ihtiyaç dahilinde, ikinci el makine, ikinci el kartlar ve parçalar da sunuyoruz. Bunun yanında servo motorlar, sarı motorları gibi ürünleri tamir edebiliyor, elektronik revizyon yapabiliyoruz. Bunun için ayrı bir birimimiz mevcut. Genellikle kendi müşterilerimizden bu konuda bir ücret talep etmeden bu hizmeti sunabiliyoruz. □





SDS'den Altuğ Öztürk:

# Biz bir marketiz

Fespa Eurasia 2019 fuarında yer alan malzeme ve makina tedarikçisi SDS'nin 22 ülkeye ihracatı bulunuyor. Makina tarafında Mimaki ve Liyu'nun bayi olan firma, fuarda her segmentte dijital baskı makinası, laser kesim makinaları, pleksi bükme makinaları ve plotterları çalışır durumda sergiledi.

**Fespa Eurasia 2019 fuarında geniş bir stantla yer aldınız. Nasıl tepkiler aldınız?**

Öncelikle bu fuarı düzenleyen ve başarılı olması için büyük çaba sarf eden FESPA ve ARED ekiplerine çok teşekkür ediyorum. Umarım bu fuar sektörümüz için çok daha gelişerek, büyüyerek önümüzdeki yıllarda da devam eder. Beklentimiz Türkiye'de dünyanın en iyi fuarlarından biri olarak devam etmesi, bunu yürekten diliyoruz. Bu sene daha şık ve albenili stantlarla katılımcılarımız buradalar.

SDS olarak fuardan oldukça memnunuz. Fuar tüm beklentilerimizi karşıladı. Yurt içinden ve yurt dışından misafirlerimizi ağırladık. Makine ve malzemelerimizi iyi bir şekilde sergiledik. Oldukça yoğun geçen bu 4 günün sonunda buradan memnuniyetle ayrılıyoruz. Önümüzdeki yıl tekrar burada olmayı hedefliyoruz.

**"Bizim asıl işimiz reklam malzemeleri satışı"**

**Sizin malzeme ve makine satışlarınız var. Malzeme tarafı herhalde daha ağırlıklı değil mi?**

Bizim asıl işimiz reklam malzemeleri satışı. Kendimizi sektörün marketi olarak görüyoruz. Reklam malzemeleri yanında makine kanalında da faaliyetimiz var ve her geçen gün bu alanda çeşitliliği artırıyoruz. Mimaki ve Liyu'nun dijital baskı makinelerini satıyoruz. Dijital baskı tarafında böylece her segmente hitap edebiliyoruz. Bunların dışında laser kesim makinalarını, pleksi bükme makinalarını ve plotterlarımızı da bu fuarda sergiledik. Müşterilerimizden gayet olumlu tepkiler aldık.

**"Tüm reklam malzemelerini ihraç ediyoruz"**

**Makine tarafı işinizin ne kadarını oluşturuyor?**

Makine grubu toplam iş hacmimizde % 10 civarında bir yer alıyor.

**Fuarın yurt dışı ziyaretçi profili nasıl ve bir malzeme tedarikçisi olarak sizin görüşmeleriniz nasıl geçiyor?**

SDS olarak yaklaşık 2 yıldır ihracata odaklandık. Bu fuarda da beklentimizin üzerinde bir sayıda yabancı ziyaretçi ağırladık. Umarız kısa zamanda bunların birçoğu ile iş birliği yaparız. Şu anda 22 ülkeye

ihracatımız var. Bu fuarla birlikte bu sayıyı arttırmayı hedefliyoruz.

**Daha çok neler ihraç ediliyor?**

Tüm reklam malzemelerini ihraç ediyoruz. Türkiye'nin konumu itibarı ile lojistik avantajları var. Bizim gibi firmaların en büyük avantajı karışık ürün ihraç edilememiz. Bir konteynırı değişik reklam malzemeleri ile doldurup gönderebiliyoruz. □



## Tarsus Turkey, kadrosunu tecrübeli bir isimle güçlendirdi

Altı farklı sektörde toplam 8 farklı B2B fuar organizasyonu gerçekleştiren Tarsus Turkey'de Ulaş KILIÇ, Fuar Direktörü olarak atandı. Kılıç, yeni görevinde Uluslararası Endüstriyel Reklam ve Dijital Baskı Teknolojileri Fuarı SIGN İstanbul'dan sorumlu olacak.

1978 doğumlu Ulaş Kılıç, Sabancı Anadolu Lisesi'ni bitirdikten sonra Trakya Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü'nden mezun oldu. Mezuniyetinin ardından University of Malta'da Hizmet Satışı Yönetimi üzerine master yapan Kılıç, eş zamanlı olarak da IELTS Scholl'da İngilizce ve İş İngilizcesi eğitim programlarını tamamladı. Profesyonel kariyerine ise 2004 yılında Deloitte'in Audit Departmanı'nda Denetmen olarak başladı. Ardından Emaar Properties'te Satış Müdürlüğü görevini yürüten Kılıç, son olarak fuarcılık sektöründe global bir firmada Fuar Direktörü olarak yaklaşık 8 yıl çalıştı. Bu süre zarfında 1,5 yıl süren Harvard Business School mentor programı ile Management Essentials eğitimleri kapsamında 5 ayrı sertifika alarak mezuniyet hakkı da elde eden Kılıç, kariyerine Tarsus Turkey Fuar Direktörü olarak devam ediyor. □



Fuar Direktörü Ulaş KILIÇ, Uluslararası Endüstriyel Reklam ve Dijital Baskı Teknolojileri Fuarı SIGN İstanbul'dan sorumlu olacak.

# Epson FESPA Eurasia 2019'da hız ve maliyet avantajı sağlayan çözümler sergiledi

Lidya Grup standında açık hava ve iç mekan reklam çözümlerini sergileyen firma, yeni ürünleriyle yüksek kaliteli baskıda hız ve maliyet avantajları vadediyor.



Epson 5 - 8 Aralık tarihlerinde gerçekleştirilen FESPA Eurasia 2019'da reklamcılık ve mimari uygulamalara dönük yeni geniş format baskı çözümlerini tanıttı. Epson standında mevcut çözümlerinin yanı sıra yeni SureColor SC-S80610L ve SureColor SC-T5400M modelleri sergilendi. Epson Türkiye Ticari ve Endüstriyel Ürünler Kanal Müdürü Ersel Şamiloğlu, fuarda sorularımızı yanıtladı.

## Fuara getirdiğiniz yeni çözümler nelerdir?

FESPA'da; Epson SureColor T serisinde, Auto-CAD ağırlıklı baskıları yapan geniş format yazıcı ürünlerimize ve Epson SureColor S

serisinde signage iç ve dış mekân baskı yapan modellerimize birer yeni ürün ekledik. SureColor SC-S80610L ve SureColor SC-T5400M modellerimiz FESPA'da kullanıcılarımızla buluşuyor ilk kez. S serisindeki ana yenilik mürekkep kapasitesindeki değişikliklerle yüksek üretim yapan kurumlara çözüm getiriyor olmamız. Bir önceki modelimiz 700 ml'lik mürekkep kartuşları ile gelirken, yeni modelimiz SC-S80610L 1.5 litre kapasiteli poşetler ile geliyor. Bir besleme sisteminden mürekkep çekilerek baskı devam ediyor. Amaç hem maliyeti düşürmek hem de uzun işlerde mürekkep değiştirilmesi ihtiyacını ortadan kaldırmak. Bu şekilde üretimde hız ve maliyet avantajı sağlamak.

Bir diğer yeniliğimiz de SureColor SC-T5400M ile geliyor. Ürünün üzerine eklenen yüksek hızda ve kapasitede bir tarayıcıyla model çok fonksiyonlu hale geldi. CAD baskısı yapan yazıcılarımız iç mekân baskılar da yapabildikleri için bir bakıma signage baskılar ile ilintili diyebiliriz.

Yeni iki geniş format yazıcımız ile iç mekân, dış mekân baskıları, fotoğraf baskılarını, Auto-CAD baskılarını hedefliyoruz. Bu fuara signage ve CAD yazıcılarımız ile katıldık. FESPA'da katılımcı sayısına 20 firma daha eklenmiş. Bu da yüzde 30 artış anlamına geliyor. Beklentimiz daha büyük. Fuar daha işe odaklı. İhtiyacı olmayan gelmiyor. Reklam ve baskı sektörüne kendini adanmış üreticileri sektörün gidişatını teknolojinin nerelere ulaştığını burada görebiliyorlar ve canlı demolar yapabiliyoruz.

## Bu fuarda dikkatinizi çeken ziyaretçi talepleri ne yönde?

Ziyaretçiler farklı işlere yönelmek, herkesin yapmadığı işler yapmak istiyorlar. Promosyona yönelmeye çalışıyorlar. Kanvas işi yapmak istiyorlar. Kanvas işi tekrar canlandı ve o pazardan pay almak istiyorlar. Kanvas alıcıları (oteller, toplantı salonları vb.) için katma değerli işler üretiliyor. Tekstilde herkes bir şeyler yapıyor. Belki gelecekte promosyona yönelik farklı şeyler yapacağız. SC-F500 modelimiz tamamen promosyonculara yönelik, ufak bir makine. Süblime çalışıyor. Ufak bir presle, iş akışınızı tamamen promosyona yönlendirebilirsiniz. Bu promosyon işinin küçük yatırımlar ile yapılabilmesini ve kârlı olmasını sağlıyor. Artık ufak bir masa üstü inkjet alıp ona muadil mürekkep koyup bir sürü sorun yaşamak yerine, orijinal makine, orijinal mürekkebi ve bir presle işi devam ettirebilirsiniz Epson SC-F500 size

yeni bir iş imkânı sağlamayı hedefliyoruz.

## Reklamcılık alanında sizin müşterilere önermek istediğiniz, fırsat gördüğünüz alanlar var mı?

Türkiye'de yapılmayan hiçbir şey yok. Ama Türkiye'de kalite anlayışı farklı. "Ucuza mal edeyim, ucuza satayım" anlayışı hakim. Avrupa'da daha kaliteli üretim, daha pahalı satma eğilimi var. Bu anlayışı yerleştirmemiz lazım.

## Bu sadece baskıyla olabilecek bir şey değil, tasarımı da düşünmek gerekir diyebilir miyiz?

Üzerinde hiçbir oynama yapmadan, internetten aldığı görseli basmak isteyenler de var. Mürekkep de kötü ise basılan işler daha da kötüleşir, kalitesiz bir baskı ortaya çıkar. Tasarımın sınırı yok, hayal edebildiğiniz müddetçe yaratırsınız. Ülkemizde elbette ki çok iyi tasarımcılar da var. Baskının burada devreye girdiği ana noktalar detayları

net yansıtılması, renkleri yüzde 100'e yakın tutturabilmesi ve tüm bunlar olurken maliyet avantajı sağlaması. Biz de Epson olarak tüm bu ihtiyaçları cevaplıyoruz.

## Mürekkep tarafında en son geliştirmelerinizden söz eder misiniz?

Çıkardığımız tüm makinelerde benzer mürekkepleri kullanıyoruz. Baskı kafalarının teknolojilerini değiştiriyoruz. Baskı kafalarını piko litresini düşürüyor veya artırıyoruz, ömürlerini uzatıyoruz. Daha dayanıklı baskı kafaları yapıyoruz. Kaliteyi artırırken, ömrü uzatıyor, bakımı kolaylaştırıyoruz. Bazı ürünlere bakım için hiç dokunmanız gerekmiyor, baskı kafası kendi kendini temizliyor. Makineye ne kadar az müdahale edilirse o kadar iyidir. Uzun zamandır el sürülmemiş, 7/24 çalışan tekstil makinelerimiz var. Mürekkep ile ilgili söyleyebileceğim en önemli şey bir tavsiye olur ki o da kullanıcıların gerek baskı kalitesi gerekse makine ömrü için orijinal mürekkep kullanmaları.

## Epson, FESPA Eurasia 2019'da Epson'dan iki yeni geniş format yazıcı

Epson, geniş format yazıcı segmentindeki ürün ailesini genişletmeye devam ediyor. Özellikle dış mekan baskı konusunda iddialı, reklamcılık sektörü odaklı yeni model Epson SureColor SC-S80610L ve büyük mimarlık ofisleri için bire bir çözüm sunan SureColor SC-T5400M modelleri FESPA Eurasia 2019'da tanıtıldı. Her iki model de fuarda büyük ilgi gördü.

## Bir buçuk litrelik mürekkep avantajı

Dış mekân baskıda iddialı ve özellikle reklamcılık sektörüne hitap eden yeni Epson SureColor SC-S80610L, geliştirilmiş renk kartelası ve artırılmış mürekkep kapasiteleriyle fark yaratacak. Metalik ve beyaz mürekkebin de renk seçeneklerine eklendiği modelde, her mürekkep poşeti 1.5 litre. Maksimum kalitede baskıyı, minimum maliyetle, uzun soluklu kullanımla almak artık mümkün.

Çok detaylı mimari çizimler gibi baskıda ince işçilik ihtiyacına sahip olanlara da çözüm sunan Epson, bu segmentteki ürün grubuna SureColor SC-T5400M'yi ekledi. Ürün, modelin önüne eklenmiş hız ve netlikte iddialı bir tarayıcıya sahip. Bu yenilikle, mimarlık ofislerinin en çok tercih ettiği T serisinin son ürünü, çok fonksiyonlu hale geldi.



FESPA Eurasia 2019 için değerlendirmede bulunan Epson Ticari ve Endüstriyel Ürünler Kanal Müdürü Ersel Şamiloğlu; "Fuar bizim için oldukça verimli geçti. Her sene yenilikler sunuyoruz" diyor ve ekliyor: "Tüm ihtiyaçlara tam cevaplar verebilmek bizim için çok önemli. Geniş format yazıcı segmentinde sürekli büyüyor, devam edeceğiz. Bu sene de iki yeni model sunduk ki kendi kulvarlarında mürekkep avantajı, çok fonksiyonluluk, optimum toplam sahip olma maliyeti gibi birçok kazanım sağlayarak yine kullanıcılarımızın vazgeçilmezlerinden olacaklar. Epson olarak tüm ürünlerimizin her parçasının Epson tarafından üretilmiş olması ana farklarımızdan biri. Sadece donanımda değil yazılımda da varız ve Türkiye genelindeki yaygın teknik servis ağımla müşteri memnuniyetimizi arttırmaya devam edeceğiz."

# Lidya Grup, FESPA Eurasia 2019'da SUTEC'i tanıttı

Lidya Grup Yönetim Kurulu Başkanı Bekir Öz: "Piyasanın promosyon talepleri göz önüne alınarak, tasarlanıp üretilen SUTEC, ahşap, cam, metal, plastik gibi birçok farklı malzemenin üzerine 10 cm kalınlığa kadar baskı yapılmasına imkan sağlıyor. 2020'de, copy shop'lar ve reklam sektörü segmentinde pazarda liderliğe oturacağımızı söyleyebilirim. Çünkü pazardaki en iyi ürüne sahibiz."



Lidya Grup, FESPA Eurasia 2019'da EFI, Epson ve Xerox'un en yeni çözümlerinin yanı sıra, kendi markası SUTEC'i tanıttı. Yönetim Kurulu Başkanı Bekir Öz, Lidya Grup standında sorularımızı yanıtladı.

#### FESPA'da hangi ürünleri öne çıkardınız?

Fuarda kendi markamız SUTEC'i ilk kez tanıtıyoruz. SUTEC markamızı UV pazarında mevcut ürün yelpazemizde olmayan üç model ile çıkarıyoruz. Markamıza yoğun bir talep görüyoruz. Tecrübemiz ile pazarın taleplerini iyi biliyor olmamızdan dolayı, taleplere uygun tasarladık ve belirlediğimiz konfigürasyonlarda ürettirdik. Amacımız sadece dışarıda makine üretip satmak değil, bunun standartlaşması, markalaşması süreçlerini de doğru yönetmeye çalışıyoruz. Bu yaklaşık 9 - 10 aylık bir proje. 2019'un başlarında bu projeye başladık. Üreticinin seçilmesi, doğru konfigürasyonların belirlenmesinin ardından, kendi testlerimizi yaptık. Ardından müşteri testleri yaptık ve onların yorumlarını aldıktan sonra

bu ürünler ortaya çıktı. Zaman içinde ürün yelpazesini talepler doğrultusunda genişletmeyi planlıyoruz.

SUTEC'in yanı sıra, temsilcisi olduğumuz EFI, Epson ve Xerox ürünlerini de sergiliyoruz. Bu fuarda ilk kez burada lansmanı yapılan ürünleri var.

Xerox'un A3 renkli PrimeLink® C9070 yazıcısını da dünya çapında Ocak ayında yapılacak olan satışı öne çekerek burada tanıttık ve satışına da başladık; teslimatları ay sonu yapacağız.

Standımızda geniş format EFI Pro 32+ 3.2 m. rulodan ruloya makinemizi de ziyaretçilerle buluşturduk.

Epson'un yaklaşık 1.5 litre mürekkep hazneli, baskı maliyeti daha düşük yeni eko-solvent baskı makinelerini de bu fuarda ilk kez sergiliyoruz.

#### SUTEC'in üretiminde ürünleri kullanılan iş ortaklarınız kimlerdir?

Kafalar Ricoh (Japonya), mürekkebi ABD'den getiriyoruz. Tasarımı ve konfigürasyonu biz yapıyoruz. Üretimi Çin'de yaptırıyoruz. EFI ürün gamında bu aralıkta ürün yok. Bizde olmayan bir ürün yelpazesini tamamlamış olduk.

#### 2020'den beklentiniz nedir? Fuardaki görüşmelerinizden izlenimleriniz nedir?

2019'un ilk sekiz ayında pazarın küçülmesi nedeniyle sektörümüzde bir daralma vardı. Eylül ayı itibarıyla, trendin pozitif döndüğünü görüyoruz. Burada, yatırımların önünü açan veya tıkayan iki önemli faktör var. Birincisi, sonuçta ithalata dayalı bir sektör olduğu için ürünler yabancı para birimleriyle fiyatlanıyor. Kurun stabil olması yatırımları olumlu yönde etkiliyor. TL bazında %12 finansman maliyeti de yatırım yapmak için çok olumlu. Dolayısıyla yatırımlar tekrar hareketlenmeye başladı. Bu trendin 2020'de de devam etmesini, pazarın büyüme içine girmesini bekliyoruz. Eylül'den bu yana devam eden büyümeyi, fuar da destekleyen bir faktör oldu.

#### En fazla hangi alanda büyüme bekliyorsunuz?

En fazla geniş formatta büyüme bekliyoruz. SUTEC ile ilgili olarak şunu söylemek istiyoruz. Giriş seviyesi (6090 / 7590) her kopyalama merkezinin bir çözüm sunmak amacıyla bulundurmak istediği bir segment. Hiç mütevazı olmayacağım; 2020'de bu segmentte pazarda liderliğe oturacağımızı söyleyebilirim. Çünkü pazardaki en iyi ürüne sahibiz. İlk üç aylık geri dönüşler de bunun sinyallerini ciddi olarak veriyor.

#### İlk satışlar nerelere yapıldı? Hedef pazarınız hangi kesim?

Ağırlık kopyalama merkezleri üzerine. Tabii matbaacılar ve reklamcılar da ilgileniyorlar, ancak ana hedef kitlemiz kopyalama merkezleridir. Çünkü kopyalama merkezlerinin, özellikle promosyon malzemelerine baskıda çözüm sunan ilk nokta olmaları şart. Bu anlamda birçoğunun bu ürüne ihtiyacı var. Markamız SUTEC'in arkasında Lidya Grup garantisi ve servisi ile tüm Türkiye'ye servis verebilecek durumdayız. Tüm Türkiye'den siparişler gelmeye başladı.

#### Tonerli baskı tarafında bir daralmadan söz ediliyor. Siz nasıl etkilendiniz?

Kriz döneminde diğer sektörlerde olduğu gibi sektörümüzde de ihtiyaçlar ve yatırımlar ertelendi. Şimdi yavaş yavaş sektörün canlanmasını bekliyoruz. Üretim seviyesinde Xerox'un çözümleri var, orta segmentte yeni getirdiğimiz ürün (PrimeLink® C9070), ilk yatırım maliyetinin mevcut ürünlere göre çok cazip olması ve baskı maliyetinin düşük olmasıyla cazip. 2020'de bu ürünün yeni renkleri ve farklı hız seçenekleri gelecek.

2020'de Drupa var ve burada Xerox henüz açıklamamakla birlikte yeni teknolojiler sunacak. 3D baskıda da Xerox'un çözümleri tanıtılacak. Bunun nihai tüketiciye dönük bir ürün olmasını ve Drupa'da sergilenmesini bekliyoruz. Dünyada büyüme trendinde olan inkjet tarafında da Xerox'un yatırımları devam ediyor. Yeni ürünleri ve ürün geliştirmeleri söz konusu. Özetle gelecek yıl, orta ve üst üretim segmentinde daha başarılı bir yıl öngörüyoruz.



**dijital ve baskı 3D**  
www.dijitalbaskive3d.com

**SEKTÖREL İLETİŞİM AĞI**

Abonelik için lütfen mail atınız  
info@dijitalbaskive3d.com

Geçmişte nakliyecilik tecrübesi olan Erzurumluoğlu eski modellerin 3 boyutlu çizimlerinin kendi fabrikalarında bile bulunmadığını ama kendisinin bir arşiv oluşturduğunu anlatıyor ve

"Diyelim ki 62 model arabanın makas kulağının şekli, diferansiyelinin şekli nedir ben bunu biliyor ve öğluma aktarıyorum. O da bilgisayarda çiziyor." diyor.



## GMS Maket araç modelleriyle FESPA Eurasia'daydı

Yedi yaşında çırak olarak girdiği sanayide ve reklamcılıkta 54 yılı geride bırakan İsmail Erzurumluoğlu'nun FESPA Eurasia 2019'da fuayedeki standında sergilediği el yapımı otobüs, minibüs ve kamyon maketleri yoğun ilgi gördü.

İsmail Erzurumluoğlu ya da sektörde bilinen adıyla İsmail Usta, çok küçük yaşta çırak olarak girdiği oto sanayi atölyelerindeki deneyimini reklamcılık geçmişi ve yetenekleriyle birleştirerek başladığı maket yapımını dünyada benzeri bulunmayan bir iş olarak geliştirmiş. Kurduğu GMS Maket firmasında ürettiği maketleri FESPA Eurasia 2019'da İstanbul Fuar Merkezi'nin fuayesindeki standında sergileyen İsmail Erzurumluoğlu ile maket yapımının ayrıntılarını ve bu işin piyasasını konuştuk.

**Aydın'daki sohbetimizde fuarlara gidip geldiğinizi ve bir otobüsünüz olduğunu söylemişsiniz. İki buçuk yıl aradan sonra yine fuardasınız. Fuardan beklentilerinizle ilgili neler söylemek istersiniz?**

Evet, 12 metrelik bir otobüsümüz var. Fuara tabii ki 1/10 maketleri satma veya tanıtma umuduyla gelmedik. Bir proje geliştirdik, 1/18'lik hediye maketlerimize birer reklam dorsesi yapalım ve onları satarak gelir elde edelim diye düşündük. Bu fuarı ziyaret eden kişiler reklamcı onlarla çalışan lojistik firmaları zaman zaman böyle eşantyonlar istiyorlar. Onlarla tanışalım istedik. Onlarla tanıştık ve çok memnun oldular. Getirmiş olduğumuz 25-30 ürünün

en azından 3 - 4 günlük boşluğumuzu dolduracak şekilde satışı da yapıldı. Fuara katılan firmalardan da alanlar oldu. Kimisi patronuna, kimisi babasına hediye olarak götürdü. Hatıra olarak alanlar da oldu. Hem maddi hem manevi açıdan iyi bir sonuç aldık.

Elli dört yıllık bir reklamcılık geçmişim olduğundan buradaki insanların çoğu ile tanışıyoruz. Onlarla da eski anıları tazeledik. Fuarlar yorucu oluyor; ben çalışmaya alışmışım, oturmak beni yoruyor. Onun için fuarlara gelmek istemiyordum. ARED üyeleri Aydın'da iş yerimi ziyaret ettiler, biz de onların bu ziyaretlerini karşılıksız bırakmamış olduk.

FESPA Başkanı Christian Duyckaerts maketimizi hediye edince çok şaşırdı ve el yapımı deyince memnun oldu. Mümkün olursa FESPA Global Print Expo'ya da katılabilirim.

Sadece İstanbul'dan katılımcılar ve reklamcılar değil, Anadolu'dan gelen reklamcılarla da hasret giderdik. Ağrı'dan, Safranbolu'dan, Antalya'dan gelenler vardı. Keşke bir tezgah kursaydım, akşama kadar oturmaktan yorulmazdım; insanlar da bu işin nasıl yapıldığını uygulamalı olarak görürlerdi.

**Metali nasıl işliyorsunuz? Üç boyutlu baskı makinesi kullanıyor musunuz?**

Üç boyutlu baskı makinesi aldık; bir kapak gerekiyordu, üç boyutlu belki yardımcı olur dedik. Bize 55 tane lazımdı. Baktık, üç boyutlu baskı makinesi kağıdı gibi çalışıyor, onun hızıyla üç gün sürecek, birini bile tamamlamadan makineyi kapattık. Üç - dört saat içinde ben 60 - 70 adet kapağı tamamladım. En azından kapaklar gurur duyacağımız şekilde, el yapımı oldu.

**Kalıp kullanıyor musunuz?**

Firmaların bize vermiş oldukları 50 -100 adet eşantyon ürünlerde kalıp kullanmak zorundayız. Kalıpların her biri bize 25-30 bin liraya mal oluyor. Kalıptan sonra iş bilek gücüne kalıyor. Her bir parçayı işliyorsunuz, tek tek kesiyorsunuz, maket bıçağı ile temizliyorsunuz, maçalar yapıyorsunuz, birbirine geçiyor; görünmez yerine tutkal sürüyorsunuz. Görünür yerine tutkal çıkarsa bozuluyor.

**İnsanlar en çok hangi modellere ilgi gösterdiler?**

Eski, efsane olmuş araçların 1/10 modelleri büyük ilgi görüyor. Fatih, Ford D-1210, Bedford, BMC, Volvo'lar, Al Yazmalım, Mercedes 302 otobüsler var. Bunları artık yollarda görmüyor insanlar ve özlüyorlar. Şurada bir Magirus minibüs var ve onlara binmemiş insan yoktur. Kendimizi dünyada tek üretici olarak görüyoruz. Beş altı yıldır arıyorum, başka üretici bulamadım. Başka üreticiler var ama el yapımı yok. Sayın Cumhurbaşkanı da iki profesör görevlendirmişti ama sanıyorum onlar da bulamadılar.

**En çok satılan modeliniz hangisi?**

Ekonomik olarak zor bir dönem geçirdik. Haliyle insanların elinde bir maket için 5000 - 6000 lira olmuyor. Fuar için 1200 liralık, bir model yaptık. Onları herkes alabiliyor. Lambası yanmayan, koltuğu vs. olmayan bu modeller, fabrikalar için eşantyon olarak ürettiğimiz ürünler. Sadece çekici bölümü 750 lira, dorsesi de 750 lira tutuyor; kampanya indirimi yaparak fuarda 1200 liraya sattık.

## 4P Reklam Ürünleri Genel Müdürü Kadir Sinan: Kaliteye olan talebin gittikçe artması umut veriyor

İzmir firması 4P Reklam Ürünleri 10 yıldır Güney Kore'de Folmat markası ile üretirip ithal ettiği dijital baskı malzemelerinin tedarikçisi. Firma aynı zamanda Prodigital'in bölgesel çözüm ortağı olarak Balıkesir'den Antalya'ya kadar uzanan coğrafyada Mutoh, Dilli, Aristo, Gongzheng, YWDS Korea marka makinelerin satışını yürütüyor.

FESPA Eurasia fuarında sorularımızı yanıtlayan 4P Reklam Ürünleri Genel Müdürü Kadir Sinan ürünleri ve fuar hakkında şu değerlendirmeyi yapıyor:

"Kaliteli, gramaj sabitliğine, uygun yüzey yapısına ve eksiksiz sarıma sahip 5 metreye kadar çeşitli gramajlarda viniller, branda çeşitleri, şeffaf ve opak dijital baskı folyoları, yapışkan folyolar, meshler, çeşitli boy ve kalınlıklarda membranlar gibi geniş bir yelpazede sarf malzemesi ile hizmet veriyoruz. Bizim portföyümüz açık hava medyası ile birebir örtüşüyor. Müşterilerimize sorun çıkarmayacak, kaliteli malzemeler veriyoruz. Ürün kalitesi konusunda üst noktada olduğumuz için fiyat rekabetine girmiyoruz. Sistemin kendi kalite kalibrasyonunu oluşturacağını umut ediyorum. Malzeme verdiğimiz firmaların malzeme almaya devam etmeleri ve kaliteye olan talebin gittikçe artması bu umudu veriyor. Reklam piyasasının çok iyi olduğunu iddia edemem ama oturmuş müşteri yapımız sayesinde sıkıntılı bir süreç yaşamıyoruz. Finansmanı güçlü müşterilerle çalışıyoruz. Zaman zaman referans noktası oluşturmak için iyi niyetli üreticilere de makine



ve sarf malzemesi veriyoruz.

FESPA Eurasia fuarı gittikçe zayıflıyor. Ben sektörün iki üç ay arayla iki sektör fuarını kaldırmadığını düşünüyorum. Ayrıca fuarın daha soğuk aylarda yapılması olumsuz bir etken. Uluslararası bağlantısı olan bu fuarın yaşamasını isterim. Bu konuda benim önerim fuarı hem tarih hem de yer olarak değiştirmek, fuarı Anadolu'ya örneğin uygun mevsim avantajları olan İzmir'e taşıyabiliriz. Lokasyon, ulaşım ve konaklama koşulları açısından son derece uygun olacaktır."



# Pigment Reklam pazardaki iddiasını FESPA Eurasia 2019'da teyit etti

UV baskı alanındaki çözümlerini FESPA Eurasia 2019'da sergileyen Pigment Reklam, fuar boyunca önemli satış anlaşmalarına imza attı. Ziyaretçilerden yeni yatırımlar konusunda güçlü bir talep alan Pigment Reklam, yeni yılda ürün portföyünü genişletmeye ve pazardaki gücünü arttırmaya devam edecek.

Pigment Reklam, 5-8 Aralık tarihleri arasında katıldığı FESPA Eurasia 2019 fuarında UV baskı çözümleriyle ziyaretçilerin ilgi odağı haline geldi. Plamac markasına ait Pegasus 3200 UV rulodan ruloya baskı makinesini, MU6090 akıllı UV flatbed baskı makinesini, Morpho 2513 UV flatbed baskı makinesi ve LJ3200SG rulodan ruloya eko solvent baskı makinesini sergileyen Pigment Reklam hem önemli satış anlaşmaları gerçekleştirdi hem de yeni çözümleri hakkında sektör profesyonellerini bilgilendirdi.

Fuarın kendileri açısından oldukça verimli geçtiğini söyleyen Pigment Reklam firma sahibi Serkan Çağlıyan şu açıklamayı yapıyor: "2019 yılının son önemli fuarı olması nedeniyle hazırlık aşamasında FESPA Eurasia fuarına dönük ciddi beklentilerimiz vardı. Eylül ayında katıldığımız Sign İstanbul 2019 fuarında gerçek-

leştirdiğimiz müşteri görüşmeleri FESPA Eurasia 2019 fuarında karara bağlandı. FESPA Eurasia'ya gelenlerin tamamen makine yatırımına ve 2020 yılı çalışmalarına odaklandıklarını gördük. Bu nedenle yatırım kararlarının alındığı, anlaşmaların imzalandığı bir fuar yaşadık."

## UV baskı çözümlerine talep artıyor

Fuar boyunca Plamac markalı gelişmiş UV ve eko-solvent baskı makinelerinin çalışır halde sergilendiğini belirten Serkan Çağlıyan, ziyaretçilerin hem makinenin performansını görebildiklerinin hem de basılan numuneler ve uygulamalar hakkında net fikre sahip olabildiklerinin altını çiziyor. Hem pazarda hem de fuar ziyaretçileri arasında UV baskı çözümlerine dönük artan bir talep olduğunu kaydeden Çağlıyan, giriş, orta ve endüstriyel seviyelerdeki üreticilere hitap eden

çözümlere sahip olduklarını hatırlatarak, şöyle devam ediyor:

"Pegasus 3200 UV rulodan ruloya baskı makinemiz duvar kağıdına ve kumaşa baskı yapabilen kapasitesiyle standımızda öne çıkan ürün oldu. Bu satışımızın yanı sıra, bir de promosyon ve hediyeleşme sektörü için Morpho 2513 UV flatbed baskı makinesi satışı gerçekleşti. Netleşen bu iki satışın yanı sıra, nihai kararın fuar sonrasında verileceği 4-5 görüşmemiz daha bulunuyor. Ayrıca promosyon ve hediyeleşme sektörü için MU6090 akıllı UV flatbed baskı makinemiz ilgi çekmeyi başardı. LJ3200SG rulodan ruloya eko

solvent baskı makinemiz tabela ve endüstriyel reklam endüstrisi için ideal bir çözüm olduğunu kanıtladı."

Fuarda endüstriyel matbaalar, reklamcılar ve hediyeleşme eşya pazarından profesyonellerle görüştükleri bilgisini paylaşan Çağlıyan, UV baskı konusunda deri sanayinde de talep artışı olduğunu belirterek, ekliyor: "2020 yılında bu görüşmelerin realize olmasını bekliyoruz. Hem Plamac hem de swissQprint markalarımız ile satışlarda artış bekliyoruz. 2020 yılında ayrıca tekstil alanında yeni bir baskı makinesini pazara sunacağız. 2020 pazar anlamında bizlerin büyümeyi sürdürdüğü bir yıl olacak." □

# Memjet'in OEM iş ortakları Labelexpo Asia fuarındaydı

Labelexpo Asia'da, Memjet OEM iş ortakları, etiket ve ambalaj üretiminde dijital baskının genişleyen rolünü gösteren çözümleri öne çıkardılar. Fuarda, on OEM ortağı ve bayileri, yüksek kaliteli etiketlerin hızlı ve kolay üretilmesini sağlayan geniş bir yelpazede Memjet destekli baskı çözümleri sergilediler. Fuar 3 - 6 Aralık'ta Çin, Şanghay'da yeni uluslararası fuar merkezinde gerçekleştirildi.

Bu yılın Eylül ayında piyasaya sunulan DuraFlex™ teknoloji, Memjet'in hız, basitlik ve satın alınabilirlik özelliklerini, yüksek dayanıklılık, A4 ve A3 + genişlik gibi yeni özelliklerle, dört renkli baskı kafasındaki yüksek hızlı veri yolu ve tüm yazıcı kafası işlevlerini kontrol eden modüller özellikleriyle birleştiren modüler tek geçişli bir baskı çözümlü.

Memjet'in Asya'daki ilk DuraFlex ortağı COASO, iCueLabel 420 adlı yeni bir etiket yazıcısı sergiledi. iCueLabel 420, 1600 dpi baskı kalitesi ve ultra rekabetçi fiyatıyla etiket üretimi için yeni fırsatlar vad ediyor.

Memjet'in DuraLink teknolojisi, uzun ömürlü baskı kafalarını, pigment mürekkebinin ve esnek modülleri birleştiren dijital bir baskı platformu.

DLG/UP Group, DuMax-330 Etiket yazıcısını sergiledi. Bu DuraLink destekli baskı makinesi 1600 x 1585 dpi'ye kadar çözünürlüklerle dakikada 203 metreye kadar hızlarda baskı yapabiliyor.

Liaoning Zheng Hong Basch Digital Technology

(Basch) da lojistik etiketleri ve acil işler için Leopard DL-220 siyah beyaz etiket baskı makinesini sergiledi.

Memjet'in ilk Baskı teknolojisi olan VersaPass, etiket ve ambalaj baskısında en yüksek görüntü kalitesi ve güvenilirliğini elde edebilen su bazlı boya mürekkepleri kullanıyor.

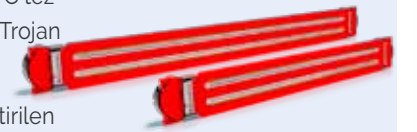
UP Group, Memtec VersaPass destekli Upg-1A ve Upg-1B adlı yazıcılarını sergiledi.

TrojanJet, Trojan T2 mini baskı makinesini ve T2-C tezgah üstü baskı makinesiyle oluklu baskıları için Trojan P1 uygulamasını tanıttı.

Memjet OEM iş ortağı ViPCOLOR tarafından geliştirilen çözümler de Vorey (VP750), Rightint (VP700), Symbio (VP600) stantlarında sergilendi.

Afinia Label yazıcıları Wenzhou Denchern Machinery standında sergilendi. Lg01 etiket yazıcısı, Wenzhou Diancheng Machinery tarafından geliştirilen yarı rotatif bir sonlandırıcıya sahip.

AstroNova / TrojanLabel T2-C yüksek hacimli etiket baskı makinesi ve QL-850, yüksek verimli, masa üstü, renkli ve dayanıklı geniş format etiket yazıcısı da vitrindeydi. □





Hollandalı tekstil tasarımcısı  
Tessa Koops;

# “Dijitalle numune üretimi çok kolay”

Tekstil alanında giriş segmentinden yüksek hacimli  
üretime her türlü çözümü sunan Mimaki dünyada ve  
Türkiye’de en çok tercih edilen markalardan.

Mimaki Eurasia, Hollandalı moda tasarımcısı Tessa Koops’u FESPA Eurasia Fuarı için İstanbul’a getirdi. Koops’un dijital baskının moda tasarımı ve üretim sürecinde yaratıcılık ve kişiselleştirme üzerindeki etkisini ortaya koyan örnekleri de Mimaki standının tekstil bölümünde yer aldı.

Tessa Koops, ağırlıklı olarak desenli baskılı kadın kıyafetleri tasarlıyor. Ünlüleri giydirmenin yanı sıra, kıyafetleri Hollanda’da 50’nin üzerinde satış noktasında satışa sunuluyor.

Tessa Koops ve Mimaki Eurasia Genel Müdürü Arjen Evertse fuarda sorularımızı yanıtladı.

**Dijitalle çalışmak tasarım anlayışınıza nasıl bir farklılık getirdi?**

**Tessa Koops:** Bir koleksiyon oluşturduğum zaman hangi parçaların tutacağını, hangilerinin üretileceğini henüz bilmiyorum. Benden alım yapan ve bu ürünleri tüketiciye satan bayilerin ikna olması lazım. Önceden risk yüksek olduğu için daha dar bir koleksiyon oluşturuyordum çünkü tasarladıklarınızdan biri bile tutmasa o çöp oluyordu. Dijital işte bu gereksiz harcamanın önüne geçiyor. Şimdi dijital olarak numune üretimi çok kolay. Artık farklılık yaratabiliyor, daha çok seçenek sunabiliyorum. Böylelikle gereksiz kumaş harcamanın da önüne geçilmiş oluyor.

Koleksiyonumda konvansiyonel olarak üretilen kumaşları kullanı-

yorum ama seri üretime girmeden önce dijital, numune üretiminde büyük kolaylık sağlıyor.

**Tekstilde dijitalle birlikte sezon kavramı kalmadı diyebilir miyiz?**

**Tessa Koops:** Sezon kavramı hâlâ var. Sadece koleksiyonları alıp satan kişilerin alışkanlıkları değişiyor. Eskiden sadece sezonda alışveriş yapıyorlardı şimdi parça parça alıyorlar. Bu baskı imkânlarından kaynaklanan bir şey değil. Bu değişim sürecini dijital baskı başlatmadı. Sadece giysi olarak değil her alanda insanlar daha farklı, daha özel, daha kişisel ürünler istiyor. Böyle bir değişim süreci ve talep başlamıştı. Dijital baskı da buna hizmet eden bir unsur oldu. Talep var imkân yoksa bu pek değişmez ama imkân olunca değişir. Dijital bu süreci hızlandırılmış oldu.

**Dijitalle çalışmak malzeme konusunda belli kısıtlamalar getiriyor mu?**

**Tessa Koops:** Dijital baskının bir sınır getirdiğini düşünmüyorum. Hatta ham kumaşlarda bir genişleme bile olabilir. Şu anda hazır kumaşlarda sınır var. Kullanmak istediğim bütün kumaşları bulamıyorum.

**Değişik kumaşlara uygun desenleri basarak tasarımda bir araya getirmek gelecekte modada bir yönelime yol açar mı?**

**Tessa Koops:** Farklı kumaşları bir araya getirip uygun desenlerle rahat giyimler oluşturmak benim tarzım, bu benim imzam. Bunun bir trend olacağını düşünmüyorum.

**Dijital baskı son kullanıcıya neler sağladı?**

**Tessa Koops:** Tüketici talebinin ne kadar karşılandığı ile ilgilenir, onun ne şekilde üretildiğinin çok farkında değil. Onlara maliyet açısından dolayı bir yansıması oluyor. Ayrıca daha az suyun harcandığı, gereksiz kumaş harcamasının olmadığı, sürdürülebilir bir üretim söz konusu ve bundan tüm toplumlar yararlanıyor.

**Dijitalleşme yereli evrensele taşıyor, Bu konuya nasıl bakıyorsunuz?**

**Tessa Koops:** Çok büyük markalarda bu etkenler çok daha fazla. Ben daha niş çalışıyorum. Butik çalıştığım için evrensel bir etkileşim olmuyor. Zaten müşterilerimle iletişim halindeyim. Tüm bu dijital imkanlar, sosyal medya vesaire beni onlara daha yakın gösterebiliyor ama bu bir yere kadar. Butik çalıştığım için yine kumaşımı kendim seçmem, ustaların başında durup işlerin nasıl gittiğini görmem lazım. O noktada fazla bir şey değişmiyor.

**Türkiye tekstil ülkesi ve Mimaki bu alanda dünyada da Türkiye’de oldukça başarılı. Türkiye’ye bu alanda en çok hangi tür makinalarınız gidiliyor?**

**Arjen Evertse:** Mimaki’nin tekstilde de her türlü çözümü var. Bizim daha küçük çaplı makinalarımız da, yüksek hacimli üretim makinalarımız da var. Giriş segmenti dediğimiz aslında kolay ulaşılabilir makinamızı büyük bir işletme numune baskısı için alabiliyor ama bir başka müşterimiz aynı makinadan 10 adet alıp üretim makinası olarak kullanabiliyor. Hatta bizim büyük çaplı makinalarımızı çok büyük firmalar

numune makinası olarak kullanabiliyor. Giyim sektörü içinde halkın %90’ına hitap eden bir markanın üretimi milyonlarca metre olunca ona 100 bin metre kısa metraj geliyor. Ama halkın yüzde birine hitap eden bir moda markası için 100 bin metre bile çok yüksek olabiliyor. Zaten milyon metreler konvansiyonel olarak basılıyor. Dijital olarak basılan her şeyde Mimaki’nin farklı makinalarla çözümü mevcut.

**Dijital tekstil makinalarında kumaş boya ilişkisinde sınırlamalar var mı?**

**Arjen Evertse:** Diğer sektörlerde UV baskı ile metale, ahşaba, kağıda ve bir çok malzemeye aynı teknoloji ile cevap verebiliyoruz. Tekstilde bu böyle değil. Doğal kumaşlar, viskon ve pamuklu için farklı; polyester için farklı; naylon, ipek tarzı kumaşlar için farklı boyalar kullanıyoruz. Konvansiyonel makinelerde olduğu gibi sadece boya değiştirerek devam etmek gibi bir durum yok. Üretici pamuklu kumaş basıyorsa ona göre polyester basıyorsa ona göre tercihini yapıyor. Pamuklu kumaşa reaktif basılması gerekiyor. Polyestere süblimasyon baskı yapılıyor. Naylona ise asitle basılması gerekiyor. Bir de karışık ipli kumaşlar var, Belli yüzdelerde ipek, pamuk, polyester karışım kumaşlarda ise son birkaç senedir Mimaki’nin de üzerinde çalıştığı tekstil pigment boyalar var, fakat dijital tekstil pigment boyalarda binder ve pigment karışımından dolayı konvansiyonel baskı ile aynı seviyede değil. Dijital tekstilde en büyük gelişim bundan sonra tekstil pigmentinde olacaktır.

**Mürekkeplerin güneşe, yıkanmaya deterjana tepkisi konusunda son noktaya gelindi mi, yoksa gidilecek daha yer var mı?**

**Arjen Evertse:** Kumaş boyama çok eski bir teknoloji olduğu için tekstil pigment boyalar hariç son noktaya geldiğini söyleyebiliriz. Yıkabilir renk ve solma konusunda oldukça dayanıklı ve konvansiyonel baskıdan pek bir fark yok. □



# BTC tekstilde sürdürülebilir üretim için düğmeye bastı

BTC Bilgi Teknolojileri tarafından organize edilen, sürdürülebilir ve temiz bir tekstil üretim yöntemini masaya yatıran 1. Water Intelligence - Susuz Tekstile Doğru Konferansı zengin içeriği ile büyük bir ilgi gördü.



Türk tekstil endüstrisinin en önemli çözüm partnerlerinden BTC Bilgi Teknolojileri tarafından 14 Kasım tarihinde Polat Renaissance Otel'de düzenlenen, tekstil endüstrisinde su yönetimi, sürdürülebilir ve temiz üretim odaklı 1. Water Intelligence - Susuz Tekstile Doğru Konferansı büyük bir başarı elde etti. İstanbul Tekstil ve Ham Maddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB), Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği (TTTSD) desteği ve sektörden geniş bir katılımı gerçekleştirilen konferans 'Susuz Tekstil'e Doğru' sloganıyla tekstil üretiminde yaşanan çevresel sorunları masaya yatırdı ve sürdürülebilir çözüm yollarını gösterdi.

Tekstil endüstrisinin dokuma, terbiye, boya ve baskı segmentlerinde önde gelen 75 firmasından 130 katılımcı ile gerçekleşen konferansa hem sektör hem

de Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'ndan tam destek sunuldu. Konferansa TTTSD Başkanı Vehbi Canpolat, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı Çevre Yönetimi Genel Müdürlüğü, Su ve Toprak Yönetimi Dairesi Başkanlığı yetkilisi Hakan Balman, Tekstil Makine ve Aksesuar Sanayicileri Derneği (TEMSAD) Başkanı Adil Nalbant başta olmak üzere üst düzey firma ve mülki idare yetkilileri katıldı.

## Temiz üretimle doğal kaynaklar korunacak

1. Water Intelligence - Susuz Tekstile Doğru Konferansı'nın açılış konuşmasını gerçekleştiren BTC Bilgi Teknolojileri Genel Müdürü Nurten Ergün desteklerinden dolayı tüm kurum ve kuruluşlara teşekkür etti. Hedeflerinin temiz üretim uygulamaları

çerçevesinde sürdürülebilir üretim ve sürdürülebilir yaşam olduğunu söyleyen Ergün, konferansın odağında doğal kaynakların, özellikle suyun korunmasının yer aldığını belirterek, temiz bir üretim ile su kullanımının en aza indirilmesi ve kullanılan suyun tekrar üretim sürecine dahil olmasını mümkün kılan yeni teknolojiler ve çözümlerin konuşulacağını kaydediyor. Konferansın üç temel başlığı su yönetimi, suyun geri kazanılması ve susuz teknolojiler olarak belirlenmişti.

BTC Bilgi Teknolojileri'nin sektörde 25 yılı geride bıraktığını dile getiren Nurten Ergün, firmanın danışmanlık, dijital baskı makineleri ve son olarak da sürdürülebilir, temiz üretim teknolojileri konusunda bir çözüm sağlayıcıya dönüştüğünü dile getirerek; "Düzenlediğimiz bu konferans sürdürülebilir üretim ve sürdürülebilir yaşam hedefine odaklanıyor. Sektördeki tüm ana paydaşlarla tekstil moleküler kimyası ve entegre su yönetimi imkanı hakkında gerekli farkındalığı yaratmayı hedefliyoruz" diyor.

## Tekstil endüstrisi sürdürülebilir bir yapıya dönüşüyor

Türk tekstil endüstrisinin günümüzde 80 milyar dolarlık üretim gücüne sahip olduğunu söyleyen TTTSD Başkanı Vehbi Canpolat, önümüzdeki 10 yılda bu değeri 120 milyar dolara çıkarmayı hedeflediklerini belirtiyor. Küresel trendlere ve tüketici taleplerine bağlı olarak gelişimin süreceğini ifade eden Canpolat, dünyada üretim şekillerinin değiştiğini ve çevresel duyarlılığın arttığını belirterek, "Sürdürülebilirlik ve geri dönüştürülebilir ürünler hayatımızda daha fazla yer alıyor" diyor ve ekliyor. "Genel olarak sanayileşirken dünyayı kirlettik. Bunun değişmesi gerekiyordu ve bu konuda en duyarlı sektörlerden biri tekstil sektörü oldu. Geri dönüşüm ile ham madde kullanımı en aza iniyor, kullanılan ürün tekrar üretim döngüsüne giriyor ve dünyamızı daha az kirletiyoruz. Yeni teknolojilerin geliştirilmesiyle üretim sürecinde daha az su kullanımı, kullanılan suyun geri dönüşümle tekrar kullanılabilmesi gibi konular artık hayatımızın içinde." □



**dijital ve baskı 3D**  
www.dijitalbaskive3d.com

**SEKTÖREL İLETİŞİM AĞI**

Abonelik için lütfen mail atınız  
info@dijitalbaskive3d.com



# Tekstil baskıda inovasyonun itici gücü dijital baskı



**Rob Gilboa**

Onlarca yıldır moda, dekorasyon, endüstri ve grafik endüstrisi için dijital baskı, örnek alma ve az adetli baskıya indirgeni. Yenilikçi inkjet teknolojisinin avantajlarıyla, endüstri artık çevreye duyarlı baskı talebini, yenilikçi tasarımları ve tedarik zinciri çalışmasını iyileştirme ihtiyacını ele alıyor. Bu makale, en son tekstil endüstrisi trendlerini ve bu büyük endüstrinin tedarik zincirinde dijital yeniliklerin sahip olduğu dinamikleri (Tasarımdaki yenilikler, dijital baskı, ayrıca tekstil bazlı ürünlerin kesilmesi ve dikilmesi) inceliyor.

## Tekstilin dönüşümü

Birçok sanayi gibi, tekstil baskı pazarı da yeni nesil tüketicilere, markalara ve tedarik zincirine hitap etmeyi amaçlayan yeni inovatif teknolojileri benimsemek için değişiyor. Giyim ve aksesuar sektöründe yıllık iş değeri bir buçuk trilyon dolar ile bu büyük sanayi, bir dönüşüm geçiriyor.

Markalar hem fiziksel mağazalarında hem de çevrim içi perakendeciler aracılığıyla alışveriş yapan yeni nesil tüketicilere hitap edecek şekilde hazırlanmalıdır. Artık ekonomik bir kesinlik olarak, dijital çağ ile markaların yanı sıra tekstil fabrikaları uyumlu olmalıdır. Bu hızlı değişimin birçoğu, yüksek hızlı üretim için dijital çözümler ortaya çıktıkça, son on yılda gelişmiştir. Değişiklikler birkaç önemli alanda etkilidir.

## Üretkenlik

Tekstil baskısında çarpıcı bir şekilde gelişen en büyük alanlardan biri, herhangi bir uzunlukta kumaş veya giysiyi tam zamanında üretme yeteneğidir. Hiçbir silindir veya elek hazır olmaksızın, sofistike iş akışı otomasyon araçlarının ortaya çıkmasıyla, tekstil fabrikaları artık hızlı bir şekilde herhangi bir tasarımı üretebiliyor, moda endüstrisinde hızlı değişime yanıt vermeye çalışan tasarımcıların ve markaların gereksinimlerini karşılıyorlar. Ek olarak, renk eşleştirme ve tasarımdaki yenilikler, yaratma süresini aylardan haftalara, hatta sadece birkaç güne kadar daraltarak yaratıcı sürece ivme kazandırıyor.

## Yaratıcılık

Tekstil alanında, üretkenlikteki gelişmeler ve basitleştirilmiş tasarım aynı zamanda daha fazla yaratıcılığa da dönüşmüştür. Tek parça çalışmaları üretme becerisi sayesinde, yeni tasarımcıları işe almakla ilgili toplu üretim riski yoktur. Birçok marka, yeni yetişen tasarımcıların kendilerini kanıtlamalarını ve zihin paylaşımı ve takdir edilme için rekabet etmelerini sağlıyor. Günümüzde geleneksel tekstil fabrikalarından

veya yeni nesil kitlesel kişiselleştirme talep eden üreticilerden çeyrek metre kumaş sipariş edebilmek olağan hale geldi.

## Çevre

Son olarak, çevresel sürdürülebilirlik, hizmet sağlayıcı sorumluluğunda ön plana çıkmaya devam ediyor. Araştırmalar, genç nesillerin - özellikle de Z kuşağının - ürün seçiminde sürdürülebilirliği önceliklendirdiğini defalarca göstermiştir. Çoğu durumda, bu yaş grubu, sürdürülebilirliği göz önünde bulundurarak oluşturulan ürünler için daha fazla ödeme yapmaya isteklidir. Tekstil endüstrisi için bu bir değişim anlamına geliyor. Nesiller boyunca, tekstil üreticileri dünya çapında tekstil fabrikaları tarafından üretilen %20 atık su ile büyük bir kirlenici olarak kabul edildi.

## Tedarik zincirini optimize etmek

Artık tekstil dönüşümünü ve onu yönlendiren faktörleri genel olarak belirttiğimize göre, dijital kumaş baskı hacmi %19 yıllık bileşik büyüme oranını (2022'de yaklaşık 4 milyar metre kareye ulaşacak) sürdürmeye devam ettikçe tekstil pazarının nasıl değiştiğini daha eksiksiz olarak tartışabiliriz. Verimlilik ve yaratıcılık eğilimleri ile şirketleri ürün çeşitliliğini ön planda tutan daha esnek bir üretim programına adapte etmeye çağıran bu gelişmelerin tedarik zincirine gelmesi doğaldır.

## Ürün Yaşam Döngüsü Yönetimi

Markalar gelecek sezonlarını planlarken, genellikle bir Ürün Yaşam Döngüsü Yönetim (Product Life Cycle Management - PLM) sistemi kullanımına başvururlar. Bu araçlar, yeni ve başarılı bir sezonda kullanmak için gereken tüm bileşenlerin toplayıcılarıdır. Kaynakları yönetmek (ERP), tasarım bileşenleri, koleksiyon ve topluluklar, kalıplar ve ürün fotoğrafçılığına kadar, bu iş birlikçi platformlar, gelecek sezon ürünlerinin yaratılmasında tüm işlev ve süreçleri (markalar, tasarımcılar, tekstil fabrikaları veya kesim / dikim

atölyelerinden ürünleri raflara taşıyan veya paketler halinde sevk eden lojistiğe işlemleri) mümkün kılar.

## Tam zamanında üretim

Tam zamanında (Just-in-time - JIT) üretim teknik olarak 1960'lardan beri var olan bir terim olsa da son yıllarda uygulanabilirliği artmıştır. JIT üretim, yeni işletmelerin ürün hatlarını aylardan ziyade gün veya hafta içinde pazarlamasına olanak tanır. Daha büyük organizasyonlar için, moda endüstrisinin mevsimsel talebi karşılması gereken hızlı tepki anlamına gelebilir. Mevsimlik varyasyonlar tekstil şirketlerine müşterilerine memnun etmek için daha iyi bir yetenek vererek, zamanında raflarda olabilir.

## Dijital baskı: Fazla stok ve depolamada azaltma

Dijital baskıya geçme, daha iyi stok planlama ve daha az stoklama ve depolama ihtiyaçları ile sonuçlanacak anlamına gelir. Tekstil hizmet sağlayıcıları daha yüksek adetli baskılardan uzaklaşarak az adetli, çeşitli, hedefli üretime geçtikçe müşterinin ihtiyacına göre ürün talebini daha iyi karşıladılar. Artık kıyafetler toplu sipariş yerine ihtiyaç duyuldukça üretilebiliyor, böylece şirketlerin satılabilecek veya satılamayacak envantere daha az harcama yapması sağlandı. Bu yetenekler, yeni bir tip kumaş tedarikçisinde - talep üzerine üreticilerde - güçlendirildi. Bu şirketler bir Satın Alma ile Başlatılan Üretim (Purchase Activated Manufacturing) iş modeli kullanır, bu sayede üretim yalnızca bir sipariş alındıktan ve önceden ödendikten sonra başlar. Depoda bitmiş ürün bulunmaz.

## Talep üzerine kumaş üretiminin artması (Müşteri eksensel üretim)

Tedarik zincirinin yenilikçi baskı teknolojisi kullanılarak kısaltılması ve iş akışındaki gelişmelerin devam etmesiyle, yeni oyuncular son birkaç yıldır alana girdiler ve kişiselleştirilmiş kıyafetleri ticari olarak satmayı kolaylaştıran kolay çevrim içi araçlarla donandılar. Bunlar, büyük ölçüde hazır giyim endüstrisindeki e-ticaret kullanımına uyuyor ve bu durum, devam eden büyümenin, Statista 2018 dijital pazar Outlook'una göre 2023 yılına kadar tahmini gelirleri 145 milyar dolara çıkaracağını gösteriyor.

Birçok tedarikçi, benzer düşüncelere sahip bir topluluk için özelleştirmeye ihtiyaç duyulduğuna ve daha geniş bir ölçekte, çeşitli özelleştirilmiş ürünlerle kitlelerin ihtiyaçlarını hedefleyen bu eğilimin örneğidir.

## Spoonflower

Spoonflower, ABD (Kuzey Carolina) ve Avrupa'da (Berlin) faaliyet gösteriyor ve uzun yıllardır kreatif ve hobi pazarlarının ihtiyaçlarına cevap veriyor. Şirket, çok yönlü platformdaki müşterileri ile bağlantılı bir deseni topluluğu oluşturdu. Roostery sitesinde ev dekorasyonu unsurlarını değiştirirken, Spoonflower sitesinde kumaşları, duvar kaplamalarını ve sargılıkları özelleştirebilirler.

Şirket, pamuk ve sentetik malzemelerde işlem için fazla su

kullanılmasını gerektirmeyen, pamuk için pigment mürekkepler ve sentetikler için süblimasyon mürekkepleriyle dijital baskı teknolojisini kullanıyor. Spoonflower için başarının anahtarı, en yeni baskı ve iş akışı çözümlerini aramaya dönük Ar-Ge'dir. Şirket ayrıca, her yıl yüz binlerce işin işlenmesini sağlayan BT altyapısını, 8x8 inç kare kadar küçük alanlardan, müşteri ihtiyaçlarına göre birden metre karelere kadar korumaya ve iyileştirmeye öncelik veriyor. Kitlesel kişiselleştirme dünyasında, satın alma ile başlatılan üretim, hatasız çıktıyı sağlamak ve hata payını azaltmak için mağaza yönetimine ve üretim takibine büyük dikkat gösterilmesini gerektirir.

## Amazon (Merch)

Başka bir güçlü yeni araç Amazon Merch. Dünyanın en büyük çevrim içi perakendecilerinden biri olan Amazon, yıllar önce talep üzerine kitap basmaya başladığında dijital baskıdaki potansiyeli fark etti. Bugün Amazon, Amazon Merch'in "alım başına baskı" operasyonunu mümkün kılan Direct to Garment yazıcılarını tedarik eden Kornit gibi şirketlere yatırım yapan bir şirket. Envanter yok, satılmayan envanter riski de yok.

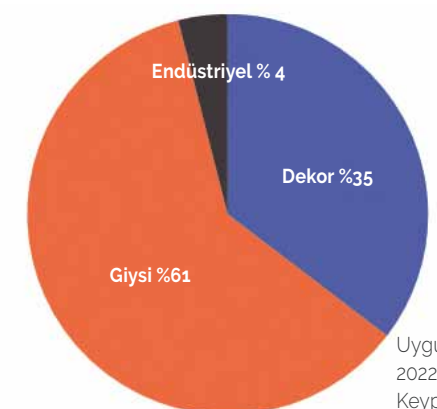
Amazon, tasarım ve fikirlerle girişimcilere kullanıcı ara yüzü altyapısını sunar ve daha sonra bu fikirlerin yerine getirilmesi için Amazon sunucu uygulaması (backend) altyapısından faydalanma becerisi sağlar. Servisleri hem bağımsız tasarımcıları hem de Disney ve Marvel gibi büyük ölçekli markaları destekliyor.

Amazon Merch kullanıcıları, iki günlük ücretsiz (ve bir günlük) nakliye hizmetlerine sahip olduğu için ABD'nin önde gelen nakliye hizmetlerinden biri olan Prime nakliye hizmetinden de yararlanıyor. Bununla birlikte, Amazon Merch'indeki satıcıların karlarını Amazon ile bölmek zorunda kalacağı, ancak her satışta bir telif hakkı kazanacağı söyleniyor.

## Color Soup

Son olarak, geleneksel kanlarında inovasyonla bir tekstil üreticisi örneği: İtalya'dan Miroglio grubu. Birkaç sanayi tesisiyle, şirket 22 ülkede faaliyet gösteriyor; materyaller ve dikey olarak entegre moda markaları sağlıyor. Şirket, 2011'de kurulduğu günden beri tek geçişli inkjet baskı kullanıyor ve aynı zamanda çevre koruma ve tasarım yeniliğinde öncü

Beş yıllık bileşik büyüme oranı % 19



Uygulama bazında 2022 tekstil hacmi (© Keypoint\_Intelligence)

oldu. Miroglıo grubu, The Color Soup'u 2015 yılında tarayıcı ve internet erişimi olan herkes için üst düzey moda kumaşların oluşturulması ve sıralanması için çevrim içi bir portal olarak yarattı.

### Teknolojik inovasyon

Açıkçası, bu yenilikçi çözümlerin çoğu, baskı teknolojisi ve malzeme bilimindeki acımasız yenilik olmadan mümkün olmayacaktı; ikincisi, bir dizi kumaş üzerinde en iyi sonuçları elde etmek için gerekli olan çeşitli mürekkep türlerini kullanıyordu. Doğal elyaflar için kullanılan reaktif boyalardan yüksek enerji ve düşük enerji süblimasyon mürekkeplerine, ipek ve naylon baskı (asit) için özel mürekkeplere ve bazı tekstil mürekkeplerinde olduğu gibi yoğun su kullanımı olmadan çoğu kumaşa basabilen yeni nesil pigment mürekkeplerinin ortaya çıkmasına kadar - tasarım özgürlüğü ve renk dünyası açıldı. Dijital baskı, tek geçişli baskı makinelerinin yalnızca prova için kullanıldığı 80'lerin başından beri dakikada 90 metreye kadar hızlara ulaştığı günümüze gelmiştir. Tekstile özgü taşıma sistemlerinde, baskı kafası güvenilirlik iyileştirmelerinin ve maliyet azaltmanın etkisini

## InfoTrends'in görüşü

Birkaç on yıl süren gelişimden sonra, dijital tekstil baskısının, kumaşların üretim hacmi üzerindeki etkisi %6 payla ve çift haneli bir hızda büyüyor. Birçok baskı segmentinde olduğu gibi, bu endüstriyel segment, ham madde arzı, markalar, tasarımcılar, üreticiler, kesim ve dikiş ve lojistik hizmetlerin birçok yönü ile geniş tedarik zincirinin bir parçası. Çevresel etkinin en aza indirilmesini sağlamak ve özelleştirilmiş ürünler sunmak, bu büyük endüstriyi etkileyen devam eden trendler.

Dijital baskı teknolojisi hem yerleşik üreticiler hem de talep üzerine teslim eden kitlesel özelleştirme çabalarını başlatmak için IoT altyapısını kullanan girişimci şirketler tarafından benimseniyor. Büyük markalar dikkat çekiyor ve önemli iş hedeflerine ulaşmalarını sağlayan, yani yüksek kaliteli tutarlı ürün oluşturma, atık ve envanter azaltma ve tasarım yeniliği ve kişiselleştirme için müşteri talebini tatmin eden çözümler arıyorlar.

Grafik sanatları endüstrisinde üretim tutarlılığı ve iş akışı otomasyonu konularında edinilen derslerin çoğu, şu anda teknolojilerinde kullanılmak üzere tekstil baskı ekipmanları tedarikçileri tarafından uyarlanmaktadır. Bununla birlikte, önemli bir etki yaratmak için, dijital baskının kaliteli kısa süreli baskının ötesine geçmesi gerekecek. Tedarikçiler doğrudan giyim modellerine basılabilen 2D ve 3D desenli tasarımları entegre ettikçe, kesim, dikim ve entegrasyon dikey üretim platformları için otomasyonun etkisini görmeye başlayacağız. Bunlar, mikro fabrikaların yerel olarak ortaya çıkmasını ve artık dış kaynak kullanımı gerektirmeyen zamanında müşteri ürünleri üretmesini sağlayacaktır. Bu olduğunda, muhtemelen tamamen gerçekleşmesi biraz zaman alacak olan büyük tedarik zinciri düzenlemesinin bir parçası olacaktır.

üretim sistemlerinin 1,8'den 3,2 metreye ve daha yüksek bir seviyeye çıkardığını gördük.

2017-2022'in Keypoint Intelligence yıllık dijital tekstil tahminine göre, giysi, dekor ve endüstriyel kumaş üreten yaklaşık 12 bin dijital baskı cihazı 2022 yılına kadar kurulacak. Bu, yaklaşık 4 milyar metre karelik baskılı kumaşa ulaşan baskı hacminin kümülatif etkisini artıracaktır.

Kumaş baskı endüstrisinde tarama kafası teknolojisi, tek geçiş ve hibrit sistemler dahil olmak üzere çeşitli ürün grupları bulunmaktadır. En yaygın sistemler, tabela ve teşhir grafik segmentlerinde kullanılanlarla farklı olmayan tarama kafalarına sahip olanlardır. Bununla birlikte, tekstil endüstrisinde, bunlar, bazı durumlarda saatte binlerce metre karelik yüksek verim sağlamak için 12 renk kanalına ve 64 baskı kafasına kadar yeni zirvelere ulaşmaktadır. Bunların çoğu, kumaşın yazıcıdan bile taşınmasını sağlayan yapışkan bir kemer kullanır.

Tek geçiş, adından da anlaşılacağı gibi, tüm renkleri tek bir geçişte bırakır. 2011 yılında, Dover Corp.'un bir parçası olan İtalya'dan MS printing tarafından yapılan erken tanıtımıyla tek geçişte baskı, yeni bir yüksek hızlı baskı alanı sağladı. Tanıtımını takiben, bir dizi tedarikçiden ek tek geçişli teknoloji ortaya çıktı ve bugün teknoloji dakikada 90 doğrusal metreyi basabiliyor. Bu sistemlerin üreticileri, birden fazla mürekkep sistemi konfigürasyonu, hat içi kalite kontrolü ve Endüstri 4.0 standartlarına sahip diğer bağlantılar üzerinde özenle çalışıyorlar.

Son olarak, analog ve dijital sistemleri bir araya getiren hibrit sistemler. Çin'deki ilk tanıtımı ile bu sistemler, her iki teknolojinin faydalarından yararlanmak için dijital tek geçişli motorla senkronize analog rotatif serigraf baskısından yararlanabilirler. Biz de son zamanlarda deneyimli analog proses ile inkjet arasında sıkı bir entegrasyon oluşturmak için bir tarama kafası yazıcı ile hat içi bağlantılı serigraf analog çerçeveler gördük.

### Bir tık üstü

Bununla birlikte, birçok şirket için üstesinden gelmesi gereken temel engel, kumaşın konfeksiyona dönüştürülmesi işleminin son aşamalarıdır. Giysilerin kesilmesi, dikilmesi ve aksesuarların işlenmesi hâlâ ağırlıklı olarak Güney Doğu Asya, Çin ve Latin Amerika gibi düşük ücretli vasıflı iş gücü piyasalarında yer alan emek yoğun bir iştir. Bu mevcut iş akışı tekstil fabrikaları ile dikiş işlemleri arasında bir yakınlık gerektiriyor.

Otomasyon dünya çapında iş gücünü etkilediğinden, tekstil endüstrisi hiç şüphesiz kendi evrimine maruz kalacak. Ancak, ABD gibi hükümetlerin (Savunma İlerleme Araştırmaları Proje Ajansı (DARPA) aracılığıyla), akıllı dikiş makineleri ve sensörlerle çok aşamalı bir dikiş montaj hattını kullanarak dikiş ilerlemesini otomatikleştirmeyi amaçlayan projeleri finanse etmesi uzun sürüyor. Bu sistemler, daha fazla adım olsa da potansiyel olarak kesintisiz çalışması nedeniyle insan üretim yeteneklerini geride bırakabilir. Giysi bileşenlerini birleştirmek için, dikiş için kullanılacak geleceğin iplikleri, konfeksiyon üreticisi Delta Galil'de üretimde olduğu gibi isteğe bağlı dijital iplik boyayan Twine (İsrail) gibi dijital bir teknolojiyi kullanarak işlem anında dijital olarak boyanabilir. □

# FESPA Eurasia 2019 hareket getirdi

İki salonu da dolu fuar, fuayeye taşan katılımcı ilgisi ve şimdiye kadarki en canlı ziyaretçi ilgisiyle katılımcıları memnun etti. Fuarın ikinci ve üçüncü günü düzenlenen e-ihracat seminerlerine katılım sektörün ihracata ilgisinin göstergesiydi.



Heyecanla beklenen Avrasya Bölgesi'nin lider baskı fuarı FESPA Eurasia'nın yedincisi, 500'den fazla markanın katılımıyla gerçekleşti. İstanbul Fuar Merkezi (İFM)'nin iki salonu ve fuaye alanını dolduran katılımcılarla FESPA Eurasia'nın, sektöre 1.5 milyar dolarlık hareket katması bekleniyor. Fuar, şimdiye kadarki en canlı ziyaretçi ilgisiyle katılımcıları memnun etti.

Fuarın açılışında konuşan Açık hava Reklamcılar Derneği (ARED) Başkanı Ahmet Özdemirel, "Sektörümüze yeni iş alanları açan, yoğun emeklerle bugüne getirilen ve gün geçtikçe artan talepleriyle büyüyen fuarımızın yüzde yüz doluluk oranına ulaşması muhakkak ki her birimiz için sevinç kaynağıdır. Öncelikli hedefimiz iç piyasayı canlandırmak ve sektörün ihracat hacmini artırmak olacak" diyor.

Fuara 2000'in üzerinde yabancı ziyaretçi beklediklerini belirten Özdemirel, sektörü büyüterek ürettiklerini ihraç etmek istediklerini ve bu doğrultuda Worlddef ile iş birliği içerisinde ücretsiz e-ticaret ve e-ihracat seminerleri düzenlediklerini kaydediyor.

FESPA Başkanı Christian Duyckaerts da fuarın açılışına katıldı. "FESPA 37 ülkede üye derneği bulunan bir kuruluş ve dünyada 60 bin baskı kuruluşunu temsil ediyor" diyen FESPA Başkanı, ekliyor: "FESPA Eurasia ile yerli

katılımcıları uluslararası müşterilerle buluşturarak yeni iş imkânları oluşmasına katkı sağlamayı hedefliyoruz. Mimaki'ye fuarımıza sponsor olduğu için özellikle teşekkür ediyoruz. Mart ayında Madrid'de gerçekleşecek olan FESPA Global Print Expo'ya da katılımınızı bekliyoruz. Yerel derneğimiz olan ARED'e bu fuarı mümkün kıldıkları için çok teşekkür ediyoruz."

Açılış töreninde GMS Maket tarafından üretilen minyatür TIR Christian Duyckaerts'e hediye edildi.

Fuarda İstanbul Ticaret Odası 30 No.lu Bilgi, İletişim, Medya Meslek Komitesi'nin 2018 yılında başlattığı ve ARED'in sektörel bilgi ve birikimi ile destek verdiği Endüstriyel Reklam Ürünleri Sektörü Araştırma Raporu da ARED standında sektör mensuplarına sunuldu.

**World Wrap Masters Eurasia - FESPA'nın** küresel kaplama etkinliği World Wrap Masters, interaktif atölye çalışmaları ve nefes kesen yarışmalarıyla İstanbul'da ziyaretçiler ve katılımcılarla buluştu. Yarışmacılar, yetenek ve yaratıcılıklarını araç ve farklı objeleri vinillerle kaplayarak 3 round'dan oluşan yarışmanın sonunda uzmanlardan oluşan jüri tarafından uygulamalarının kalitesine göre değerlendirildi.

Yarışmanın kazananı 24-27 Mart 2020'de Madrid,



FESPA Fuarlar Grup Satış Müdürü Michael Ryan: "FESPA Eurasia'nın başarısı her yıl katlanarak devam ediyor. Desteginiz için çok teşekkür ederiz, FESPA için inanılmaz bir yıl oldu, fuarımızı sizin katkılarınızla gerçekleştiriyoruz, hepinize destekleriniz için çok teşekkür ediyoruz." diyor.

"FESPA Eurasia ile Potansiyelini Keşfet" sloganıyla gerçekleştirilen bu yılki fuar yapılan açıklamaya göre 10.477 ziyaretçi çekti



İspanya'da gerçekleşecek olan ve Afrika, Brezilya, Asya ve Meksika'da gerçekleşen Wrap Masters yarışmalarının birincileriyle birlikte World Wrap Master 2020'de yarışmaya hak kazandı.

**Bir milyon Swarovski taş kaplı otomobil -** FESPA Eurasia 2019 kapsamında katılımcı ve ziyaretçiler için özel sürpriz etkinlikler düzenlendi. Geleneksel hale gelen World Wrap Masters araç kaplama yarışması en iyi uygulamacıları ödüllendirdi. Print Make Wear (PMW) canlı tekstil atölyesi ise bilgilendirici içeriklerde katılımcıları eğitmeye devam etti. Dünyada ilk kez uygulanan kaplama çalışmalarıyla öne çıkan GMG Garage ise dünyada yine bir ilk olan aracını görücüye çıkardı. Yapımı 3 ay süren 1 milyon Swarovski taştan oluşan kaplamaya sahip otomobil fuarda büyük ilgi topladı. Toplam 8 kilometre uzunluğunda taşla kaplanan aracı kaplama maliyeti 250 bin TL'yi buluyor. 750 bin TL'lik otomobile uygulanan kaplama ile toplam maliyet 1 milyon TL'ye denk geliyor.

FESPA Eurasia, 7. buluşmasında rekor ziyaretçi sayısına ulaşacak. Katılım alanında yüzde 100 dolulukla kapılarını açan FESPA Eurasia'da, Mimaki Eurasia, Lidya Grup, SDS, Mat Kağıt, Promakim, Optimum Digital Planet, Pimms Group, Folpa, Karya Tekstil, Effe Makine, İstanbul Reklam, Brother, Dupont, ROK Makina, OKI, Zenit LED, Fujifilm gibi sektör liderleri en yeni ürün ve hizmetlerini tanıttı. Fuar, 2019 yılı boyunca heye-



canla beklenen birçok lansmana da ev sahipliği yaptı.

**Bir buçuk milyar dolarlık hareket -** FESPA Eurasia Fuar Müdürü Betül Binici, endüstriyel reklam ve baskı dünyasının merakla beklediği fuarın iç piyasayı hareketlendirirken ihracatı artıracığını vurguluyor. Avrasya Bölgesi'nin en büyük buluşması olan fuarın sektöre 1,5 milyar dolarlık hacim katacağını belirten Binici şöyle devam ediyor: "Bulduğumuz coğrafyanın en önemli fuarı olan FESPA Eurasia ile katılımcı firmalarımızı Avrasya'daki baskı uzmanlarıyla buluşturuyoruz. İhracata yönelik stratejiler sunarak yerli katılımcıların yurt dışına açılmasına destek oluyoruz. Bu yıl da sektörde trendleri belirleyeceğiz."

**Endüstriyel Reklam Atölyesi -** Endüstriyel Reklam Atölyesi'nde 4 gün süren fuar boyunca her gün belirli saatlerde İlyas Kılavuz (Unifol) tarafından "Araç Kaplama", Şaban Beyler (İstanbul Reklam) tarafından "CNC Router ve Lazer Uygulamaları", Tabela Ustası Hasan Gürşan tarafından "Tabela Yapımı", Asım Doğan (Ateş Neon) tarafından "Neon Uygulamaları" uygulamaları yapıldı.

**Yedi buçuk milyar dolarlık ekonomi -** 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 hedefledi. 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. □



## ARED ve WORLDEF (Dünya E-İhracat Forumu) iş birliği ile E-ihracat semineri

ARED ve WORLDEF (Dünya E-İhracat Forumu) iş birliği ile hazırlanan E-ihracat semineri FESPA Eurasia, fuarı kapsamında 6-7 Aralık günlerinde gerçekleşti. ARED adına Seminer'i organize eden Heyday Reklam'dan ARED Yönetim Kurulu Üyesi ve İhracat Komitesi Başkanı Mustafa Göktürk Mustafa Göktürk açılış konuşmasında "Sektör mensuplarımızı doğru yönlendirip onlara eksiksiz hizmet sunmak için uzman görüşleri ile buradayız" diyor ve ekliyor "2018 yılında toplam 14 milyon 700 bin dolar civarında ithalat ve yaklaşık 46 milyon dolar civarında ihracatımız söz konusudur. Yurt dışında, sadece bir firmanın bu kadar e-ihracatı olduğunu biliyor ve sektörümüzde de bu kanallarla öne çıkmak istiyoruz."

WORLDEF Kurucu Başkanı Ömer Nart yaptığı açılış konuşması ve E-İhracatta Stratejik Yönetim konulu sunumunda e-ihracatın tanımını şöyle yapıyor: "15 bin avro'ya ve 300 kg'a kadar olan gönderilerin gümrüklerde hiç beyanname bedeli ödemedi internet üzerinden yurt içine gönderir gibi yurt dışına gönderdiğiniz satışlara e-ihracat diyoruz."

Eğer satacak bir ürününüz var ise bunu e-ticaret yolu ile nasıl, hangi pazar yerlerinde, hangi yöntemlerle, hangi dilde ve hangi ödeme yöntemiyle nasıl pazarlamanız gerektiği ve devlet teşvikleri seminerde uzmanlar tarafından bir bir anlatıldı. E-ticaret kanalıyla ihracat yapan girişimciler de geri dönen ürünler, başarı ve tökezleme hikayelerini izleyicilerle paylaştılar.

Antalya Ant Decor'dan Burak Aykut "2016 Aralık ayında e-ticarete başladık ve bir ay sonra 10 bin dolarlık bir ciro elde ettik. Worlddef konferanslarında epey çözüm bulduk, dostlar edindik, networkümüz genişledi ve 2018'e girerken aşağı yukarı 1 milyon dolar ciromuz oldu. Bugün Amerika'da iki depomuz, bir firmamız var. Hollanda ve

Almanya'da depolarımız var. İadeleri oraya gönderiyoruz" sözleri sanırız seminerin devamının da ilgiyle dinlenmesine yol açtı.

Inter Patent Genel Müdürü Tolga Duman'ın "Tescilli bir marka sahibi kendi coğrafyasına ürününün birebir aynısının başka marka adı altında girişini gümrük yazışmaları ile engelleyebilir. Örneğin Çin'e diyoruz ki benim markam sende tescilli, bu ülkeye bu segmentte bir ürün girmesin. Bunu katıyetle yerine getirmek zorunda. Bu ciddi ticari kayıplara yol açabilecek bir durum ve nitekim büyük bir Türk firmasının başına geldi" sözleri Türkiye'de pek de önem verilmeyen marka tescilinin uluslararası piyasalarda ne anlama geldiğini güçlü bir şekilde ortaya koyuyor.

İki gün süren seminerin konuşmacıları ve sunum başlıkları şöyleydi:

- Ömer Arkan (T-soft, CEO) - E-İhracatta E-Ticaret Alt Yapısı
- Kerem Kalkancı ( Pro Translate Kurucu Ortağı) - Lokalizasyon
- Hakan Enes Ermiş (Worlddef Danışmanlık Direktörü) Global Pazar Yerlerinde Satışlar
- Elif Serim (Miujoy Kurucusu) - E-ihracat başarı hikayeleri
- Burak Aykut (Ant Decor) - E-ihracat başarı hikayeleri
- Tolga Duman (Inter Patent Genel Müdürü) - Marka Patent- Tescilli
- Tunç Günbey (Digital Partners Kurucusu) - E-İhracatta Dijital Pazarlama
- Çetin Balekoğlu (Cdek Satış Direktörü) - E-ihracatta Lojistik
- Merve Arık (Dijital Media World Ortağı) - Sınır Ötesi Pazar Raporu
- Ahmet Emre Bükçü (Keynes Danışmanlık Kurucusu) E-İhracat Devlet Teşvikleri
- Batuhan Çirimi (e-com group) - Amazon'da Satışın Sırrı □

# “Üretmek ve ürettiğimizi satmak durumundayız”

Sektörün ihracat yapmasının önemine vurgu yapan ARED Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Özdemirel, FESPA Eurasia 2019'a katılımcı ve ziyaretçi ilgisinin artmış olmasını, ekonomideki gelişmelerin yanı sıra FESPA'nın yurt dışında, ARED'in yurt içinde yaptığı çalışmaların sonucu olduğunu belirtiyor.



FESPA Eurasia 2019 bu yıl katılımcı ve ziyaretçi tarafında büyüyerek gerçekleşti. Fuarın iki ortağından biri olan Açık hava Reklamcılar Derneği (ARED) yıl içinde bunun için yoğun çalışmalar gerçekleştirdi. Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Özdemirel, fuarda sorularımızı yanıtladı.

**FESPA yine iki salonda, bu sene biraz daha şık stantlarla gerçekleşiyor. Nasıl bir süreç yaşandı, bu nasıl gerçekleşti, fuarın hazırlık sürecini ve buradaki realiteyi de göz önüne alarak, anlatabilir misiniz?**

Şunu öncelikle belirtmek istiyorum. Birtakım şeyler iyi ve güzel oluyorsa, çok yoğun emek ve zahmeti gerektiriyor. Yeni göreve geldikten sonra tüm Yönetim Kurulu ile sene başı yapmış olduğumuz toplantılarda katılımcı firmaları ziyaret ederek fuarla ilgili çalışmalara başlamayı düşündük. Neden buna ihtiyaç duyduk? Çünkü

her şeyden önce şu var: FESPA fuarının ARED ile birlikte hareket ediyor olması ve elde etmiş olduğu tüm kazanıcı tekrar sektörün büyütülmesiyle ilgili harcıyor olması, bunun da sektör tarafından çok iyi bilinmiyor olması idi ve bizde buradan yola çıkarak bunu anlatmalıydık. Katılımcılarımıza ve tüm sektör paydaşlarımıza bunu anlatmayı bir misyon edindik. Bu konuda pek çok katılımcı firmanın FESPA'nın ARED ile ilişkisinin hangi düzeyde olduğunu bilmediklerini fark ettik. Bunu ziyaretlerde, neden FESPA EURASIA Fuarında olmaları gerektiğini yeterince anlatmaya çalıştık.

Bugün yeterince katılım var ise ve iki salonda yüzde yüz doluluk oranına ulaşmış ise önümüzdeki yıl üçüncü holün de açılmasıyla ilgili talepler alıyorsak, bu bir yıllık yoğun çalışmanın geriye dönüşü diye düşünüyorum. Bu arada tüm katkı koyan yönetim kurulu üyelerimize ve fuar komitemize teşekkürlerimi iletiyorum.

**Bu yıl FESPA'da bazı yeni katılımcılar da var; bunlar da bu ikna süreçlerinizin etkisiyle katıldılar diyebilir miyiz?**

Fuarda sektörün çok büyük oyuncularını, makine üreticileri ve ithalatçıları var. Firmalar mutlaka ziyaretçiyle en iyi buluşacakları ortamı tercih ediyorlar. Bunu yaparken, iki fuar yerine kendisi için getirisi ve geri dönüşü olacak fuarı belirliyorlar. Belirlerken, kuşkusuz sektöre yönelik ARED'in FESPA'nın katkılarıyla sürdürdüğü hizmetleri dikkate alıyor. ARED sektörün büyütülmesine yönelik olarak, Türkiye genelinde yoğun eğitim çalışmaları yapıyor. Bunun yanı sıra sektöre kaliteli, eğitilmiş, nitelikli personel kazandırılmasıyla ilgili olarak, endüstri meslek liselerinde endüstriyel reklamcılık bölümlerinin destekleniyor. Önümüzdeki dönemde farklı endüstri meslek liselerinden de gelecek olan talepler değerlendirilecek. Endüstri meslek liselerinde endüstriyel reklamcılık bölümünün tüm Türkiye'ye yaygınlaştırılmasına yönelik, Milli Eğitim Bakanlığı'na ilettiğimiz görüşme talebi neticesinde önümüzdeki ay içerisinde Sayın Milli Eğitim Bakanı Ziya SELÇUK'u ziyaret edeceğiz. Bunun

yanı sıra Ankara Ticaret Odası ile birlikte yapmış olduğumuz toplantıya, ATO Başkanı Sayın Gürsel BARAN'ın da katılıp bu süreci desteklediğini ve takipçisi olacağını belirtmesi ileriye dönük ciddi bir adım da atılmasını sağlamış oldu.

**Türkiye çapında büyük – küçük ayırt etmeden ilerde eğitim çalışmalarınız devam ediyor. Şu anda ARED olarak kaç ilde örgütlüsünüz? Bu çabalarınız nereye varacak?**

Önceliğimiz reklamcının olduğu her yere ulaşmak. Ticaretin, ticari yaşamın devam ettiği her ilde olduğumuza göre, oralarda da il temsilcilerimiz olsun gibi bir düşüncemiz var. Şu konuda seçici davranmaya özen gösteriyoruz: Düzgün, sektöre katkı verebilecek, mesleki deneyimi ve bilgi birimi olan meslekten arkadaşlarımızın bu işe talip olmalarını arzuluyoruz.

Türkiye genelinde 27 ildeyiz, 300'e yakın üyemiz var. Kıbrıs'ta temsilciliğimiz bulunmakta. Üye çalışmalarının artması tabii ki ARED'in çalışmalarının daha yaygın bir şekilde anlatılmasını sağlayacaktır. Onun için önemsiyoruz.

**Nitelikli yeni üye kaydında kıstasınız nedir?**

Üye olacak kişinin başvurusu sonrası halen üyemiz olan iki kişi tarafından olur verilmesi ve yönetim kurulumuz tarafından onaylanması gerekiyor. Sektörümüzün göz bebeği olan ARED'in korunması ile ilgili hassasiyetimiz var. Üyelerimizin ARED'de gerekirse sorumluluk alacak ve sorumluluklarını yerine getirecek, meslekte sevilen, saygı duyulan, bilgi birikimden yararlanılması düşünülen kişilerden oluşmasına özen gösteriyoruz.

**Türkiye'de iki sektör fuarı var. Her iki fuarın birbirine yakın tarihlerde yapılmasıyla ilgili birtakım sıkıntılar dile getiriliyor. ARED'in bu konuya çözüm getirmesi gerektiği yönünde birtakım beklentiler de var. Siz ne düşünüyorsunuz?**

İki fuarın birbirine yakın takvimi ve katılımcıların iki fuardan birini tercih etme noktasında zorluk yaşadıklarının farkındayız. Fakat konuşmamın başında da belirttiğim gibi FESPA dünyanın pek çok ülkesinde fuar düzenliyor. ARED olarak FESPA üyesiyiz ve FESPA bizim federasyonumuz. FESPA tüm dünya genelindeki fuarlarından elde ettiği gelirlerle, dünyanın farklı pek çok ülkesinde ki üye dernekleri, projelerinin doğruluğu ve inandırıcılığı çerçevesinde destekleyerek finanse ediyor. Yani FESPA gelirlerini baskı sektörü ve endüstriyel reklam sektörüne aktarıyor. Herhangi bir maddi çıkar ve maddi bir beklenti içerisinde olmaksızın. Bu ısrarla altını çizmeye çalıştığım yanı. Türkiye'de de bizim ısrarlı eğilimimiz ve yaklaşımımız muhakkak ki FESPA'nın tüm katılımcılar

tarafından sektörün geliştirilmesine ve büyütülmesine katkısı algılanarak, düşünülerek sahip çıkılması. FESPA üyesiyiz ve bu fuarın büyümesi için elimizden geleni yapacağız. Çünkü kazananı sektör olacak.

**2019 fuarının ziyaretçi ve katılımcı profili beklentilerinizle örtüştü mü? Geçmiş fuarlara kıyasla nasıl bir tablo görüyorsunuz?**

İlk iki günlük raporlarda, yabancı ziyaretçi sayısının dikkat çekici düzeylere geldiğini gördük. Geçen yıl fuarın çok etkili geçmemiş olması ülkemizin içinde bulunduğu ekonomik daralma ile de ilgiliydi. Bu yıl, geçen yılın eksikliklerini de göz önüne alarak her bir yönetim kurulu üyesinin tek tek katılımcıları ziyaret etmiş olmaları ve yurt dışı ziyaretçilerin de dijital ortamda davet edilmiş olması, fark yarattı. FESPA'nın çevre ülkelerde hinterlandının çok geniş olması ve o ülkelerden ziyaretçilerin fuara getirilmesi sorumluluğunu yerine getirmiş olması da buna katkıda bulundu. Ziyaretçi sayısının 10 bin civarında olmasını ve 2000'in üzerinde yabancı ziyaretçi gelmesini bekliyorduk. İlk gün geçen aya göre %25'lik artışla yaklaşık 2000 ziyaretçiye ulaştık. İkinci gün ona yakın bir rakamla hızla ilerliyoruz. Son iki gün bunun artarak devam edeceğini öngörüyoruz. Fuar bittiğinde bu rakamlara ulaşmış olmayı umuyorum. Fuarın dinamizminden bunu hissediyoruz. Katılımcılar özellikle yurt dışı ziyaretçilerin çoğunlukta olduğunu, hafta sonu yerli ziyaretçilerin daha çok olmasını bekliyorlar. Şu ana kadar geriye dönüşler olumlu. Bizim de beklentimiz fuarımızın sektöre değer ve katkı sağlıyor olması, katılımcı firmalarımızın da hedefledikleri yere ulaşarak olmaları öncelikli beklentimiz.

Bu yıl bir farkındalık oluşturma düşüncesiyle üretilenin ihrac edilmesiyle ilgili e-ihracatla ilgili iki gün süren etkinlikler düzenledik. İhracatı çok önemsiyoruz. Muhakkak ki üretmek ve ürettiğimizi satmak durumundayız. Aşılması zor engeller bulunduğu düşünülen e-ihracatın sanıldığı kadar zor olmadığını seminerlerde uzman arkadaşlar anlatıyorlar. Katılımların çok ilgi uyandıracak şekilde olması da sevindiriciydi.

**Anadolu'dan insanların fuara getirilmesi için il örgütleriniz vasıtasıyla fuar takvimi içerisinde birtakım organizasyonlar yaptınız. Kaç ilde bu etkinlikleri düzenlediniz?**

Hareket noktamız muhakkak ki il temsilciliklerimizle birlikte hareket etmek. İl temsilciliklerimizin bu konuyla ilgili bilgilendirilmelerinin yanı sıra sene içerisinde yapmış olduğumuz il toplantılarında da FESPA fuarı ile ilgili fuar koordinatörümüz Betül Hanım'la gerekli bilgileri veriyoruz. Bu ziyaretlerin FESPA – ARED iş birliğinin anlatılıyor olması gibi bir yanı da var. Bunlar bizim yıl



içindeki çalışmalarımızı oluşturuyor. Fuar yaklaştıkça mailler atılıyor, il temsilciliklerimize gönderilen afişler görülebilir noktalara asılıyor, bu konuyla ilgili il temsilciliklerimize gerçekten çok teşekkür ediyorum.

**Sektörün geleceğini nasıl görüyorsunuz? Hem sektörün iç dinamikleri hem de ihracatla ilgili olarak?**

Muhakkak ki asıl olan üretmek. Daralan ekonomiyi rahatlatılabilecek olan da üretmek. Tabii üretirken inovatif olmak ve farkındalık yaratacak birtakım ürünlere, mallara yönelmek de gerekiyor. Şunu çok önemsedik: Sene başı itibarıyla ihracatla ilgili bir komisyon kurduk. Bu komisyonun başına etkin bir Yönetim Kurulu Üyesi

arkadaşımızı, Mustafa Bey'i görevli olarak belirledik. Yurt çapında ihracat yapıyor olan meslektaşlarımızı tespit ettik. Onların görüş ve önerileriyle ilgili ne yapılabilir noktasında bilgi alışverişinde bulunuyoruz. Burada çok farklı düşünceler de gelişti. Yurt dışından satın almaların Türkiye'ye davet edilerek, ağırlanmaları ve ne ürettiğimizle ilgili bilgilendirilmeleri için fabrikaların, üretim tesislerinin ziyaret edilmesiyle, sıradan değil, ciddi yatırımlarımızın olduğunu onlara anlatmayı hedefledik. Bunun yanı sıra reklam mecraları ve reklam işleri kamu idaresi tarafından yönetilen Azerbaycan ile iş yapılabileceğini fark ettik. Onlarla karşılıklı ortak noktada çalışıyoruz.

**İhracat söz konusu olduğunda çevre ülkelerde düzenlenen fuarlara ortak katılım gibi projeler de düşünüyor musunuz?**

Üretim noktası TÜRKİYE olup ürettiklerini yurtdışında satmayı düşünen meslektaşlarımıza FESPA'nın farklı ülkelerde düzenliyor olduğu fuarlara katılımlarını kolaylaştırıyoruz. FESPA bu konuda bir otorite ve 50 yılı aşkın tecrübesi var. Bu tecrübeden yararlanmamız gerekiyor. FESPA başkanı ve yönetim kurulu üyelerinin fuarın açılışına geldiklerinde çok keyif aldıklarını ve her konuda yanımızda olduklarını belirtmeleri, bu çabalarımızın boşuna olmadığını gösterdi.

FESPA EURASIA 2019 Fuarımızın sektörümüze başarılar getirmesi dileğiyle teşekkürler. □

## Dijital ambalaj için tüketici talebi artmaya devam ediyor

**Ambalajın yıldızı All in Print China 2020'de de parlayacak.**

Basım endüstrisinin nabzını tutan fuarlardan All in Print China (AIP), piyasaların gelişimini ve beklentilerini her yönüyle yansıtıyor. AIP 2020'nin en son stant uygulama verilerine göre, tüm tematik pavyonlar arasında, katılımcılarıyla en popüler olanının, ambalaj endüstrisinin dayanılmaz bir gelişme eğilimini bir dereceye kadar gösteren "Ambalaj Baskısı" bölümü olduğu bildiriliyor.

Sanayileşmiş bölgelerdeki nüfus artışı ve tüketici geliri arttıkça, dijital ambalaj için tüketici talebi artmaya devam ediyor ve ambalaj en potansiyel pazarlardan biri olacak. İstatistiklere göre, 2017 yılında küresel ambalaj ve baskı endüstrisi pazar büyüklüğü 851 milyar dolardı

ve 2021 yılına kadar bunun 1 trilyon dolara ulaşması bekleniyor.

Çin ekonomisinin hızlı büyümesi ve talebin sürekli genişlemesi sayesinde, Çin'in ambalaj baskısı pazarının büyüme hızı, küresel sanayi ortalamasından çok daha yüksek. 2017 yılında, Çin'in ambalaj baskı endüstrisinin (paketleme makineleri alt endüstrisi hariç) ana işletme geliri, 2016'ya göre %9,2 artarak 159 milyar dolar oldu.

Teknolojinin hızla gelişmesiyle birlikte, ambalaj baskı teknolojisi, gelişen teknolojilerle birleşerek elektros-tatik baskı, mürekkep püskürtmeli (inkjet) baskı, birçok yeni teknolojinin ortaya çıkmasına katkıda bulundu. □

Çin'de, 12-16 Ekim 2020 tarihlerinde Şangay'da yapılacak olan Print China 2020'de, birçok ambalaj baskı makinesi tedarikçisinin getirdiği yenilikçi teknolojiler ve ürünler görülebilecek.

**dijital ve baskı 3D**

**ile hiçbir ayrıntıyı kaçırmazsınız!**

abone olmayı ihmal etmeyin



# Birol Fedai onuruna düzenlenen Beşinci ARED Ödülleri sahiplerini buldu

Yarışma 5. yılında "En İyi Endüstriyel Reklam Ödülü" ve "Denizbank Gelecek Vadeden Tasarımcı Ödülü" olmak üzere iki kategoride yapıldı. Heyday Reklam Endüstriyel Reklam kategorisi birincilik ödülünü aldı. Denizbank Gelecek Vadeden Genç Tasarımcı Ödülü, aynı zamanda bu kategoride üçüncülük ödülünü de alan Yeditepe Üniversitesi'nden Mehmet Ali Kulaksız'ın oldu.



ARED Başkanı ve projenin mimarı Ahmet Özdemirel tarafından takdim edilen En İyi Endüstriyel Reklam Ödülü kategorisinin ödülünde birinciliği EIERO-10 rumuzlu çalışması ile İstanbul'dan Heyday Reklam'ın THY projesi, ikinciliği EIERO-08 rumuzlu çalışması ile İstanbul'dan Bfarm Reklam'ın Çekok Gıda projesi ve üçüncülüğü ise EIERO-02 rumuzlu çalışması ile Kayseri'den Deha Reklam'ın KUMSMALL projesi elde etti.

**ARED Başkan Yardımcısı Şahin Acar, jüri üyelerine teşekkür plaketi verdi.** Jüri Başkanı, ARED 9. Dönem Yönetim Kurulu Başkanı, Eskişehir'den Duygu Reklam'dan Ahmet Özdemirel, Rota Yayınları ve Marketing Türkiye Yönetim Kurulu Başkanı Günseli Özen, Unilever Türkiye Yönetim Kurulu Üyesi Toloy Tanrıdağlı plaketterini Şahin Acar'ın elinden aldılar. Sistem Printing Company'den, ARED 5. ve 6. Dönem Yönetim Kurulu Başkanı Birol Fedai, Endüstriyel Reklamcılar Meslek Kuruluşu Başkanı Ertaç Ersayın, I-AM İstanbul Kurucu Ortağı Emre Kuzlu, Ankara Reklamcılar Derneği Başkanı Bora Hızal törene katılmadılar.

**Denizbank Gelecek Vadeden Tasarım kategorisi Birol Fedai Mansiyon Ödülü,** Denizbank için tasarladığı totem ile Yeni Yüzyıl Üniversitesi'nden Fatih Orhan'a ARED Yönetim Kurulu Üyesi İbrahim Demirsiren eliyle verildi.

**En İyi Endüstriyel Reklam kategorisi Birol Fedai Mansiyon Ödülü** İzmir Büyükşehir Belediyesi için uygulanan oturma bankları projesiyle İzmir'den İzmir Açık hava Reklam'a verildi.

Jüri tarafından seçilen kısa listede her iki kategoride yarışan üçer finalistin çalışmaları, fuar süresince ARED standında ziyaretçiler ve katılımcılar tarafından oylandı. Oylamaya katılanlara da çekilişle hediyeler verildi. Bersa Tekstil'den Emrah Okay Türkan, İnönü Teknik Meslek Lisesi'nden Yusuf Bilal Küçük, Deha Reklam'dan Alpaslan Demir, Hedef Montaj'dan İbrahim Biber hediyeler kazandılar.

**Endüstriyel Reklam Ödülü kategorisi ödülleri ve plaketterini Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Özdemirel sundu.** Endüstriyel Reklam Ödülü birincisi olarak, İspanya, Madrid'de Mart 2020'de düzenlenecek FESPA Global Print Expo için bir gece konaklamalı iki günlük ziyaret kazanan Heyday Reklam adına ödülü Rıza Demir'e verildi. Endüstriyel Reklam kategorisi ikincilik ödülü olan 2500 TL'lik hediye çeki Bfarm Reklam'dan Bahar Çetin'e verildi. Üçüncülük ödülü olan 1500 TL değerindeki hediye çeki ve plaketi Deha Reklam temsilcisi Emre Demir'e verildi.

**Denizbank Gelecek Vadeden Genç Tasarımcı Ödülü** Ana Sponsoru Denizbank adına teşekkür plaketi Yönetim Kurulu Üyesi Levent Olcayto tarafından temsilen Mustafa Göktürk'e verildi.

Denizbank Gelecek Vadeden Genç Tasarımcı Ödülü kategori birincisi ve üçüncüsü Yeditepe Üniversitesi'nden Mehmet Akif Kulaksız'a plaketteri ve dizüstü bilgisayar ve aksiyon kamerası ödülleri ve Kategori ikincisi Yeni Yüzyıl Üniversitesi'nden Fatih Orhan'a plaketi ve ödülü olan grafik çizim tableti Günseli Özen tarafından verildi.

Beşinci ve altıncı dönem Yönetim Kurulu Başkanı Birol Fedai adına düzenlenen 5. Açık hava Reklamcılar Derneği (ARED) Ödülleri sahiplerini buldu. İstanbul Fuar Merkezi'nde 5 - 8 Aralık tarihlerinde düzenlenen FESPA Eurasia 2019 fuarının kapanışından önce Endüstriyel Reklam Kategorisi ve Denizbank Gelecek Vadeden Genç Tasarımcı kategorisi birincileri, dereceye girenler ve mansiyon alanlar ödülleri kavuştular.

Denizbank Gelecek Vadeden Genç Tasarımcı Ödülü kategorisinde birinci ve üçüncü Yeditepe Üniversitesi'nden Mehmet Akif Kulaksız, ikinci Yeni Yüzyıl Üniversitesi'nden Fatih Orhan oldu.

Endüstriyel Reklam Ödülü kategorisinde birinci Heyday Reklam olurken, Bfarm Reklam ikinci ve Deha Reklam üçüncü oldu.

## ARED Yönetim Kurulu Üyesi Alper Tenşi, "ARED çok önemli faaliyetleri yönetiyor"

Ödül töreninin moderatörlüğünü yapan ARED Yönetim Kurulu Üyesi Alper Tenşi, "ARED bazılarını duyduğunuz bazılarını duymadığınız çok önemli faaliyetleri yönetiyor" diyor ve şöyle devam ediyor: "Bunların en önemlilerinden biri ARED Ödülleri. Endüstriyel reklam sektörü olarak biliyoruz ki farkında olduğunuzdan çok daha büyük işler yapıyoruz. Büyük projeler, çok büyük bütçeler yönetiyoruz. Ancak kendi reklamımızı yapmayı başaramıyoruz. Bu konuda çok iyi değiliz. ARED Ödülleri biraz da bunun için yapılmış bir çalışma. Kendi PR değeri olan güzel işlerimizi su yüzüne çıkarmayı amaçlıyoruz. Bunun yanında bu sene önem verdiğimiz bir şey var: Büyüdükçe, geliştikçe, yeteneklerimiz arttıkça yetişmiş insan kaynağına da daha fazla ihtiyaç duyuyoruz. Fark ettik ki sektör olarak bizi tanımayan, çok iyi yetişmiş üniversiteli gençler var. Bunlar da bizi biraz fark etsinler diye Gelecek Vadeden Genç Tasarımcı kategorisini ekledik. Üniversitelere, tasarım bölümlerine, endüstriyel tasarım bölümlerine, iç mimarlık ve mimarlık bölümlerine duyurular yaptık. Bu sene Gelecek Vadeden Genç Tasarımcı kategorisinde 26, Endüstriyel Reklam kategorisinde 24 proje yarıştı. Bunları değerlendirirken de kendi alanında gerçekten çok iyi bir jüri kadrosu vardı."

Başvurular online olarak alındı ve isimleri kapalı olarak jüri tarafından online oylama yapıldı. İki kategoride birer mansiyon ödülü verildi.

## ARED Başkanı Ahmet Özdemirel, "Yoğun proje akınına uğradık"

Ödül konuşmasında, "İlk kez ödül vermeyi gündeme

getirdiğimizde çok rica ederek birtakım projelerin katılmalarını sağladık" diyen ARED Başkanı Ahmet Özdemirel, ekliyor: Bugün geldiğimiz noktada artık ödülle ilgili kimseye rica etmemizi gerektirmeyecek ölçüde yoğun proje akınına uğradık. Hatta jürinin bu konuda ciddi bir şekilde zorlandığını düşünüyorum. Tabii ki bu yıl Denizbank'ın da sponsorluğunda genç tasarımcı arkadaşların da ödüllendirilmesi söz konusu olduğunda bu ödül töreni biraz daha anlamlı hale dönüştü."

Birol Fedai onuruna yapılan bu töreni yine kendisini anarak bitireceğini belirten ARED Yönetim Kurulu Üyesi Alper Tenşi, ekliyor: "ARED'in her kilometresinde değeri ve katkısı vardır. Kendisine büyük katkıları için teşekkür ederiz. Önümüzdeki sene daha büyüterek bu yarışmaya devam edeceğiz. Çok iyi işler yapıyoruz. Kendimize güvenelim. Daha çok iş, daha çok proje ile katılalım. Kazanılacak çok ödül var. Seneye birlikte olmak üzere.."

## ARED'in basım sektörünün en aktif derneklerinden biri olmasında büyük katkısı olan isim: Birol Fedai

Birol Fedai, 1948 Fethiye doğumlu. 1968 yılında Ankara'da Gazi Eğitim Enstitüsü'nde afiş basarken tanıştığı serigrafi baskı ile 1975 yılından itibaren İzmir'de öğretmenliğin yanı sıra reklam ve baskı sektörünün gelişmesi ile ilgilendi. 1987 yılında Sistem Serigrafi şirketinin kurucu ortağı olarak Torbalı Yazıbaşı'nda bulunan 5500 metre kare alan içinde toplam 145 kişinin çalışmakta olduğu serigrafi ve dijital baskı tesislerinde sektörde birçok yeniliğe öncülük etmiştir. 2009 yılında işletmesini oğullarına ve ortağına bırakarak, ARED'in 5. ve 6. dönem Yönetim Kurulu Başkanı olarak görev yaptı. ARED'in 2001 yılında FESPA'ya katılması için FESPA Genel Kuruluna giden ilk Türk sektör delegesi oldu. Birol Fedai'nin genel kuruldaki sunumu ile ARED FESPA'nın 26'ncı üyesi oldu. Halen ARED - FESPA ilişkileri üst düzeyde devam ediyor. Başkanlığı döneminde ARED'in Anadolu'daki sektör temsilcilerine ulaşması ve üyeler arasındaki iletişimin güçlenmesi için çaba harcadı. Sektörün bilinçlenmesine ve eğitimine gayret gösterdi, sektörün adının tabelalıktan endüstriyel reklamcılığa dönüşmesi için çalıştı. ARED'in faaliyetlerinde halen devam eden birçok projenin temellerini attı ve geliştirdi. FESPA - ARED ortaklığı ile düzenlenen FESPA Eurasia fuarının kuruluşuna katkıda bulundu. Birol Fedai ARED Eğitim Komitesi'nde çalışmalarına devam ediyor. □





## Diva 3D by Sepia Massivit 3D yatırımından sonra spor alanına girdi

**Massivit 3D baskı teknolojisi Fransız görsel iletişim uzmanına yeni işler getiriyor.**

Spor sektöründeki yeni rekabetçi, Fransız görsel iletişim uzmanı Deko 3D by Sepia, Massivit 3D baskı teknolojisine yaptığı yatırımla başarının keyfini çıkarıyor. Bir Massivit 1800 3D yazıcısına yatırım, Avrupa'nın önde gelen basımevinin bu gelişen pazarda bir dizi yaratıcı sunum üzerinde çalışmasını sağlamış.

Bunların arasında, Dünya Kupası için profesyonel bir kadın futbol yıldızının 3D baskılı bir modeli de var. İş ortağı Sartomer'in pazar lideri N3xtDimension® UV-kürlenebilir sıvı reçineleri kullanılarak yapılan baskı sadece 11 saat sürmüştü. Bu gelişmiş sıvı reçineler, Massivit 3D'nin benzersiz, tescilli Gel Dispensing Printing (GDP) teknolojisinin önemli bir bölümünü oluşturuyor ve hafif, içi boş 3D baskı modellerinin süper hızlı üretimini sağlıyor.

Deko 3D by Sepia aynı zamanda Chambéry Savoie Mont-Blanc'ın sponsoru Euromedia'nın, tamamen 3D basılmış ilk hentbol oyuncusu ile favori bir takım ve oyuncularına yakınlık hissi yaratmasına yardımcı oldu. Makine sadece 11 saat içinde, 1.8 metre yüksekliğinde ve 34 kg ağırlığında inanılmaz bir kopya üretti. Kulübün başkanı Alain Poncet, 3D baskılı oyuncunun takımının üniformasında ne kadar gerçekçi göründüğünü ve 3D baskının nasıl heyecan yarattığını ve kalabalığın ilgisini çektiğini hemen anladı. Taraftarlar hentbol oyuncusu ile etkileşime

girebiliyor ve takımla ve bir bütün olarak sporla bağlantılarını kuran öz çekimler alabiliyorlar.

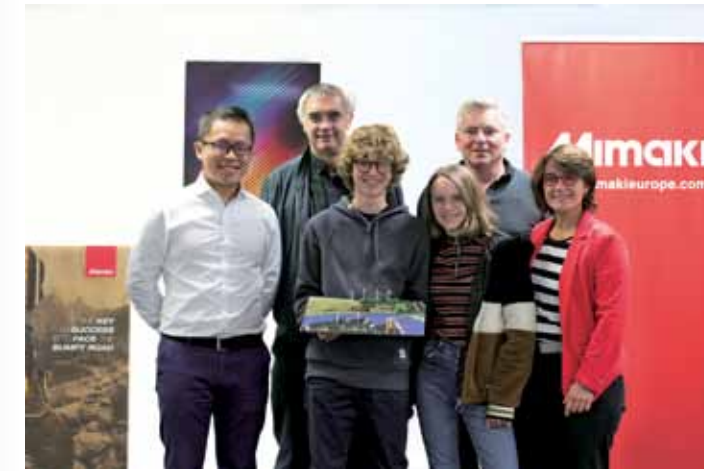
Diğer başarılı projeler AUDI FIS Dünya Kupası 2020'nin ünlü kayak merkezi için iletişimini destekleyen 3D baskılı kayakçıyı, İsviçre'de Crans-Montana veya FC Grenoble Rugby'nin en yeni üyesi, Stade des Alpes'in girişinde kurulan, oyuncularını, iş ortaklarını ve destekçileri karşılayan Apollo'yu içeriyor. Üç metre yüksekliğinde duran sonuncunun basılması sadece 15 saat ve son işlemleri iki hafta sürmüştü.

Deko 3D by Sepia CEO'su Eric Pessarossi, "Böylesine rekabetçi bir sektörde bu kadar yaratıcı olma yeteneği, heyecan verici projeler için tercih edilen bir ortak olmamızı sağlıyor. Çok yüksek profilli bazı müşteriler için çok geniş bir göze çarpan tasarım yelpazesi oluşturmamız gerçekten harika. Bu, doğru teknoloji ortağı ile erişiminizi güvenle genişletebileceğinizi ve yeni pazarlarda yer bulabileceğinizi gösteriyor."

Massivit 3D CEO'su Erez Zimmerman, "3D baskı, markaların hedef kitlelerine ulaşması ve etkileşime geçmesi için benzersiz bir yol sunuyor. Bunun spor endüstrisindeki bazı kilit oyuncular için cazip bir seçenek olduğu açık. Başarılı bir şekilde genişlemesiyle Deko 3D by Sepia'nın bir parçası olduğumuz için mutluyuz ve 3D baskı yolculuklarına devam ederken onları desteklemeyi dört gözle bekliyoruz." □

## Microsoft'un sürdürülebilir şehirler icat etmek için yarışılan Minecraft oyununda Mimaki rol alıyor

**Mimaki'nin 3DUJ-553 tam renkli 3D yazıcısı, kazanan tasarımın, Ekim ayında yarışmanın galibine hediye edilen karmaşık bir 3D baskılı modelde canlı bir şekilde hayata geçirilmesini sağladı.**



Kazanan adayın 3D baskılı modeli. Mimaki'nin 3DUJ-553 tam renkli 3D yazıcısı kullanılarak oluşturuldu ve kazananlara hediye edildi

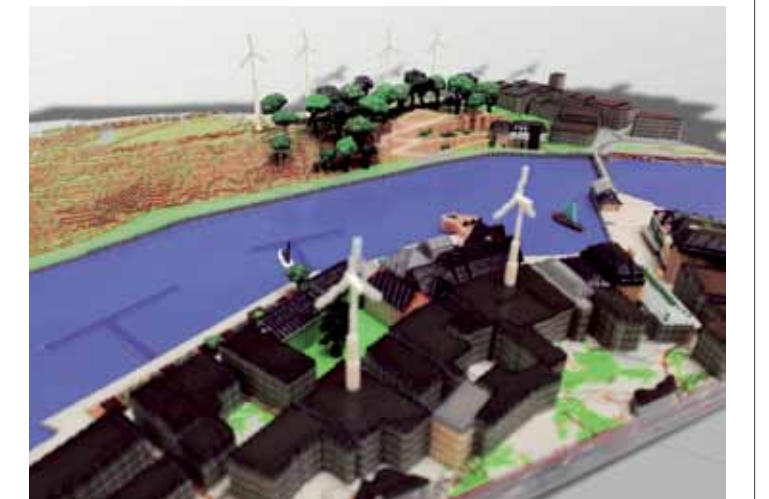
Mimaki Europe, günümüzde gençler arasında sosyal ve çevresel sorunlara ilişkin farkındalık yaratmayı hedefleyen ülke çapında bir yarışma sunmak için Fransız kamu idaresiyle birlikte video oyunu devi Minecraft ile iş ortaklığı yaptığını duyurdu. Minecraft'ın video oyun platformunu kullanarak en üst düzeyde sürdürülebilir şehir oluşturmak için, en genç olanları on üç yaşında, 1200'den fazla katılımcı yarıştı. Mimaki'nin 3DUJ-553 tam renkli 3D yazıcısı, kazanan tasarımın, bu Ekim ayında yarışmanın galibine hediye edilen karmaşık bir 3D baskılı modelde canlı bir şekilde hayata geçirilmesini sağladı ve yarışmanın başlamasından bu yana bir yıl geçti.

'Geleceğin Şehirleri ve Bölgeleri' konulu yarışma, Microsoft ve IGN yöneticilerinden mimarlara, sosyal medya fenomenlerine ve Fransa Bölgesel Uyum ve Bölgesel Topluluklarla İlişkiler Bakanlığı'ndan görevlilere değişen farklı ve saygın bir profesyoneller topluluğu tarafından değerlendirildi. Tasarım, sanatsal kalite ve özgünlüğe odaklanarak yaratıcılığa ve ustalığa ilham vermeyi amaçlayan yarışma, katılımcıları öncelikli olarak bir dizi sosyal ve çevresel sorun için yenilikçi çözümler hayal etmeye davet etti. Her sanal şehir için karmaşık başvuru kriterleri, biyolojik çeşitliliği teşvik etmek, su ve enerji yönetimini optimize etmek, yaşam kalitesini iyileştirmek ve iklim değişikliği ile mücadeleye yönelik çözümler sunmaktı.

Büyük ödülün bir parçası olarak teslim edilecek olan kazanan sanal

haritanın tam bir 3D baskılı modeli ile ayrıntılı tasarımı sanal bir video oyun formatından uygulanabilir bir baskı modeline çevirmek için yarışmayı takiben özenli, 19 saatten fazla süren bir süreç başladı. Neyse ki, Mimaki'nin 3DUJ-553 tam renkli 3D yazıcısı, 10 milyondan fazla rengi sadakatle kopyalayabiliyor. Bu tasarımın her karmaşıklığının etkileyici baskı kalitesi ve suda çözünür destek malzemesi nedeniyle tam renkli ve doğru detaylarda 3D basılabileceği anlamına geliyordu. Rüzgar türbinleri gibi sanal kasabadan oluşan en kırılgan tasarım öğeleri bile, Mimaki'nin yaratıcının orijinal tasarımlarına tamamen sadık olan nihai bir model yaratması sağlanarak 3D basılabildi.

Mimaki Bölge Satış Müdürü Thierry Lim, "Çevreyi korumak ve daha yeşil ürünler için çözümler bulmak için uzun zamandır taahhüdü olan bir şirket olarak, bu yarışın bir parçası olmak mutlak bir onurdu" diyor ve ekliyor: "Teknolojiyle meşgul olan pek çok vicdanlı ve vizyon sahibi genç insanı görmek çok ilham vericiydi. Teknolojiyi daha da ileriye taşıyabilmek ve katılımcıların tasarımlarını gözlerinin önünde hayata geçirebilmek gerçek bir ayrıcalık ve bu tamamen 3DUJ-553'ün yeteneklerine bağlı. Bu genç insanlar, gelecekte şekillendirebilecek yenilik türlerini zaten hayal ediyorlarsa, 3D baskı teknolojisindeki en son gelişmeleri onlarla paylaşabilmek ve gelecek yıllarda kendileri için geçerli olabilecek ölçülemez olasılıklar hakkında bir fikir vermek heyecan verici." □



Mimaki'nin tam renkli 3D baskı teknolojisi sayesinde, kazananın orijinal tasarımının her detayı, canlı detaylarda ve renkli olarak yeniden üretildi

3D Baskı Duygu Endeksi:

# ABD 3D baskıda en gelişmiş ülke

Ultimaker tarafından başlatılan araştırma, küresel ölçekte 3D baskı için olumlu büyüme potansiyeli gösteriyor.

Masaüstü 3D baskıda dünya lideri Ultimaker, 19 Kasım'da ilk yıllık 3D Baskı Duygu Endeksi'ni çıkardı. Uluslararası bir araştırma şirketi olan Savanta tarafından yürütülen bağımsız araştırma, dünya çapında 12 ülkede 3D baskı için mevcut ve gelecekteki potansiyelin kapsamlı bir görünümünü sunarken, eğitim dahil en geniş dikey ve meslek yelpazesini de kapsıyor. Ölçülen endeks ABD, İngiltere ve Almanya'nın eklemeli üretim uygulama ve fırsatlarından yararlanma konusunda en yüksek beklentilere sahip olduğunu ortaya koyuyor.

1. ABD	2. İngiltere	3. Almanya
4. Fransa	5. Çin	6. Japonya
7. Meksika	8. İsviçre	9. İtalya
10. Hollanda	11. İspanya	12. Hindistan

Ülke düzeyinde ayrıntılar şu linkte bulunabilir: <https://3d.ultimaker.com/Ultimaker-3D-Printing-Sentiment-Index>

Endeks, teknolojinin potansiyel etkisine karşı genel duyarlılığın yanı sıra pazar farkındalığı ve benimseme, zamanla benimseme seviyeleri ölçüsüdür. Bu nitelikli profesyoneller ile yapılan 2.548 görüşme ve makro ekonomik faktörlerin derinlemesine analizine dayanıyor. Beş temel unsur incelenmiş: Pazar bilinci, benimseme ve kurulum üssü, 3D baskı büyüme göstergeleri, gelecekteki algılanan etki ve iyimserlik ve teknoloji altyapısı ve benimseme kolaylığı. Genel olarak, ankete katılanların yüzde 67'si '3D baskı' ve 'eklemeli üretim' terimlerinin farkında. Ancak, yalnızca yüzde 35'i teknolojiyi benimsemiş. Üçte ikisi - yüzde 65 - 3D baskının endüstrilerinde devrim yaratacağını ve yaklaşık yüzde 40'ı 3D baskının, önümüzdeki 12 ay boyunca işletmelerine önemli operasyonel verimlilik ve maliyet tasarrufu getireceğini ve pazarın hızlı bir şekilde evrimleşmesine neden olacağını söylüyor.

## 3D baskı veya eklemeli üretim konusunda pazar bilinci

Araştırma, Hollanda (% 83), İsviçre (% 82) ve ABD'nin (%)

77) en yüksek farkındalık seviyesine sahip olduğunu gösteriyor. Birkaç 3 boyutlu baskı şirketine ev sahipliği yapan Hollanda, genellikle teknolojiye lider olarak kabul ediliyor. İsviçre hem üretim hem de araştırma alanında, 3D baskının yüksek yenilik ve kabul oranına sahip olduğu sektörlerde güçlü bir büyümeye sahip.

## 3D baskı teknolojisinin benimsenme seviyesi

Araştırma, 3D baskıyı benimseyen ve teknolojiyi 5 yıldan fazla süredir kullanan işletme sayısını inceleyerek, çeşitli ülkelerdeki mevcut olgunluk seviyesini belirliyor. Çin'de, işletmelerin yüzde 53'ü 3D baskıyı benimsemiş ve yüzde 11'i beş yıldan fazla bir süre kullanmış, bunu ABD (yüzde 34 benimseme ve yüzde 19'u 5+ yıl kullanım) ve Fransa (yüzde 42 benimseme ve yüzde 8 5+ yıllık kullanım süresi var) izliyor. Bu, küresel ortalamanın oldukça üzerinde.

## Mevcut 3B baskı bütçesini ve geleceğe yapılacak yatırımları artırma planlanıyor

Teknolojiden haberdar olan katılımcıların yüzde 67'si mevcut ve gelecekteki 3D baskı bütçeleri hakkında soru sorulduğunda, Çin, Hindistan ve Hollanda, gelecek 12 aylık dönemde en yüksek cari bütçe ve gelecek yatırım planları ile en üst sıralarda yer alıyor. Çin Eklemeli Üretim İttifakı (Additive Manufacturing Alliance of China) Genel Sekreteri Wang Peng, The Telegraph'a yaptığı açıklamada şöyle diyor: "3D baskı Çin'de altın bir döneme giriyor. Yıllar süren gelişimden sonra, yenilikçi bir konseptten üretim tesislerinin geliştirilmesinde oldukça yardımcı olan bir şeye dönüştü." Hindistan ve Hollanda'da mevcut kurulum tabanlarının düşük olması ile birlikte, pozitif duyarlılıklar nedeniyle yatırımlardaki artış kaçınılmaz.

Ultimaker Küresel Araştırma ve İnceleme Direktörü Rohit Jhamb, şöyle diyor:

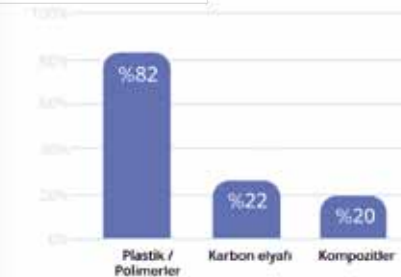
"Duygular domino etkisinin başlangıcıdır. Olumlu duygular, olumlu davranışlara ve yatırımlara yol açarak önemli ve sürdürülebilir bir büyümeye neden olur. Bu araştırma, son kullanıcının sesini makro ekonomik göstergelerle birleştiren kapsama alanı bakımından en geniş ve en derin olanıdır. 3D baskı için mevcut ekosistemin ve gelecekteki büyüme potansiyelinin tam bir görünümünü sunuyor ve sık sık 3D baskı ile ilişkilendirilen yutturmacayı aştığımızı gösteriyor. Eklemeli üretim pazarını benimsemeyen ve pazara girmekte tereddütlü potansiyel paydaşlar için, bu endeks, katkıda bulunmaktan korkmamaları gerektiğini ve bu katkıdan sağlıklı bir getiri beklemeleri gerektiğini gösteriyor."

Ultimaker CEO'su Jos Burger ise şu yorumu yapıyor:

"Nihai müşterilere yakın olmak, her zaman çok değer verdiğimiz bir şey. Bu bulgular, herkesin 3D baskı ile hızlı bir yatırım getirisi elde etmek için kullanabileceği, kullanımı kolay ve güvenilir çözümler sunmak için mevcut stratejimizi doğruluyor. Bu anlamda, Ultimaker benzersiz bir şekilde konumlandırılmıştır, çünkü pazara donanım, yazılım ve malzeme ekosistemi sunmaktayız. Mevcut iş akışlarıyla kusursuz bir şekilde bütünleşen bir çözüm sunarak, gelecekteki bu pozitif büyüme potansiyelini kolaylaştırmak ve gerçek dijital dağıtım ve yerel üretimi elde etmek için itici güç olmaya devam ediyoruz."

Yöntembilim - Bağımsız pazar araştırması şirketi olan Savanta Group, bu araştırmayı Ultimaker adına 1 Ağustos - 30 Eylül 2019 tarihleri arasında Avrupa, Asya - Pasifik ve Kuzey Amerika'da gerçekleştirmiş. Toplamda, bir dizi önemli dikey küme ve meslek genelinde 2.548 uzman profesyonelden, anketi tamamlayan 1.632'si araştırmaya dahil edilmiş. Çalışma çevrim içi olarak uygulanmış ve 12 farklı ülkede, 8 dilde yayınlandı. Ankete katılanlar tam zamanlı veya yarı zamanlı çalışıyor ve 18-64 yaşları arasında yer alıyor. Araştırma eğitim, otomotiv ve havacılık, üretim, mimarlık ve inşaat, tüketim ürünleri, sağlık ve tıp teknolojisi, eğlence ve yaratıcı endüstri alanlarında çalışan profesyonelleri hedef almış. Katılımcılar e-posta yoluyla katılmaya davet edilmiş.

## Kullanılan önemli malzemeler



Halen 3D baskı için kullanılan baskın malzemeler plastik ve polimerlerdir. Bununla birlikte, önemli bir azınlık karbon elyafı ve çeşitli çeşitlerden kompozitler ile de baskı yapıyor ve metallerle baskı yapan ve hatta ahsap kompozitler kadar sıra dışı ve uzmanlık gerektiren malzemeleri kullanan küçük bir azınlık da görmeye başlıyor.

## 3D baskı pazarı için mevcut sağlık ve büyüme beklentilerinin bir endeksi.

Şu anda ABD endeksin başında. ABD için mevcut büyüklük, vade ve büyüme beklentilerinin bir kombinasyonu, onu şu anda bir numaralı pazar yapıyor.

İngiltere ve Almanya gibi pazarlar da sıralamada yüksek bir konuma sahip.

Ancak, Çin izleyecek bir pazar olarak ortaya çıkıyor; şu anda listede beşinci sırada, mevcut büyüme yörüngesinde gelecekte endekste yükseleceği görülüyor.



## Küresel Pazar Gerçekleri

%67

3D baskı farkındalığı

Potansiyel olarak 3D baskı kullanabilecek olan işletmelerin üçte biri, teknoloji hakkında güncel bir bilgiye sahip değil. Bu, hâlâ kayda değer bir fırsat olmadığı ve pazar eğitiminin endüstri için kilit öneme sahip olduğu anlamına geliyor.

%35

3D baskının benimsenmesi

İşletmelerin çoğunluğu henüz 3D baskı kullanmıyorlar ve hatta bu teknolojilerle meşgul olmaları için hala oldukça erken bir aşamada - bu yeni teknolojinin onlara nasıl yardımcı olabileceği konusunda daha fazla deney yapmaya ve daha yeni bir şeyler öğrenmeye yeni başlıyorlar.

%10

3D baskıyı 5+ yıl kullanan kullanıcılar

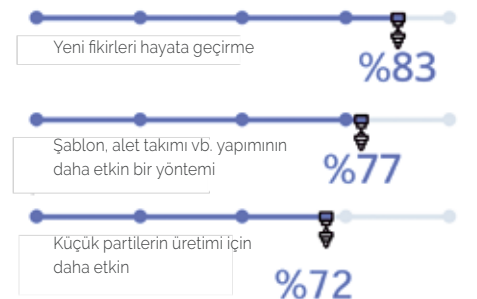
Teknolojiyi bir süredir az sayıda insan kullanıyor ve bu grup içinde özellikle daha karmaşık uygulamalar ortaya çıkmaya başladı.

%38

3D baskının gelecek yıl işletme üzerinde önemli bir olumlu etkisi olacağını söylüyor

## Algılanan faydalar

3D baskı teknolojisinin yararları hakkında soru sorulduğunda, daha fazla sayıda insan, işletmelerin prototip oluşturma ve hayata geçirme konusunda yeni fikirler getirme konusunda bu teknolojinin yıllarca oynadığı güçlü rolü kabul etti. Ancak, gün geçtikçe artan sayıda insan bu teknolojinin daha da ileri gitmeye hazır olduğuna inanıyor. Alet takımı yapımı ve hatta nihai parçaların düşük hacimli üretim gibi uygulamalar pazardaki birçok kişi tarafından 3D baskının şimdi gerçek faydalar sağlayacak şekilde konumlandırıldığı uygun alanlar olarak görülüyor.



01

%79

Prototip yapımı

02

%72

Üretim aletleri

03

%50

Nihai parçalar

Araştırma, pek çok kullanıcının yazıcılarını prototipleme için kullandığını doğruluyor, ancak aynı zamanda teknolojiyi daha fazla insanın daha geniş bir şekilde kullandığını da gösteriyor. Eklemeli üretim ile üretim araçları yapmak artık prototipleme kadar yaygın ve tüm kullanıcıların yansı artık son kullanım parçalarını basmaya başladı.

Powered by Ultimaker - Based on a survey of 2,548 professionals conducted by Savanta in August/September 2019.



## Dijital baskıda devrim: **Impremia IS29**



**YENİ** **Impremia IS 29**  
29" Tabaka Beslemeli UV İnkjet Dijital Baskı Sistemi

### **Kalite, güvenilirlik ve sürdürülebilirlik KOMORI Impremia IS29'da buluştu**

- UV inkjet teknolojisi sayesinde her türlü malzemeye baskı
- Baskı malzemesi yüzeyine ön kaplama ihtiyacı yok
- 0,06 - 0,6 mm aralığında yüksek baskı kalitesi
- Hızlı kuruma sayesinde baskı sonrası uygulamaları için bekleme ihtiyacı yok
- Aynı anda yüksek hassasiyetli ön ve arka baskı imkanı
- 3000 tabaka / saat hızında, 585x750mm ebatında baskı imkanı