

SERAMİK

Türkiye Seramik Federasyonu Dergisi / Journal of Turkish Ceramics Federation
Nisan-Haziran / April-June 2011 No:36 Ücretsizdir/Free of Charge ISSN 1304-6578

TÜRKİYE

Doç. Dr. Alpagut Kara:
“Seramik sektörünün işbirliği
ve çözüm ortağıyız”

*Assoc. Prof. Dr. Alpagut Kara:
“We are the collaboration and
solution partner of the ceramic industry”*

SANAT-MAKALE / ART-ARTICLE

Seramik manzaralardan bir kesit
A cross-section from ceramic landscapes

Firma Söyleşileri
UNICERA
Firm Interviews

rekorlar kırdı!

UNICERA 2011

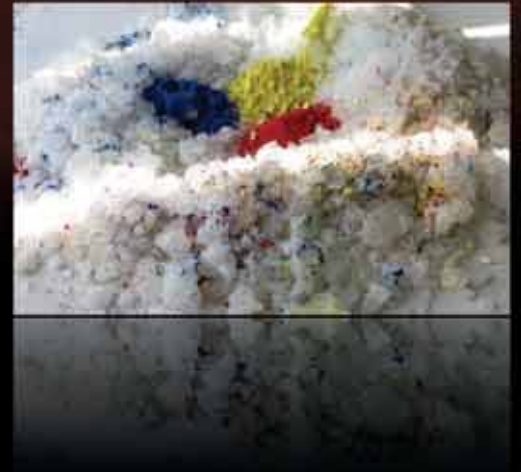
breaks records!





gizemfrit

"Türkiye için
"Türkiye için
"Türkiye için Dünya ile yarışıyoruz"
Dünya ile yarışıyoruz"
Dünya ile yarışıyoruz"



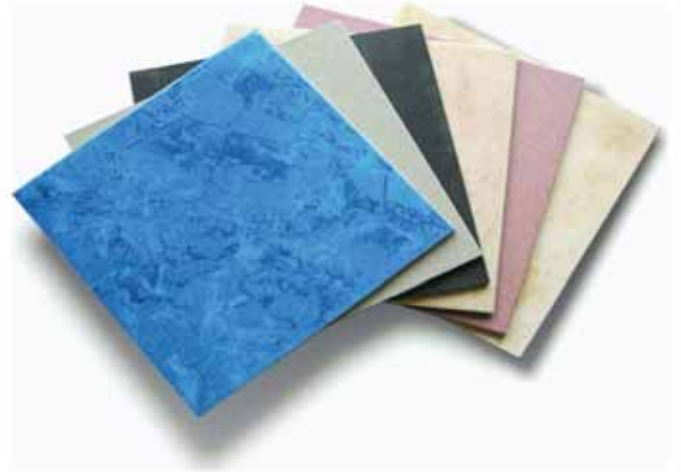


İletişim : Seramik Araştırma Merkezi A.Ş.
Adresi Anadolu Üniversitesi Yunussemre Kampüsü
ETGB Anadolu Teknoparkı No: 107-103
ESKİŞEHİR
Tel : +90 222 323 82 76
Fax : +90 222 322 29 43
E-posta : mail@seramikarastirma.com.tr
Web : http://www.seramikarastirma.com.tr

SERAMİK ARAŞTIRMA MERKEZİ

SERAMİK ARAŞTIRMA MERKEZİ

Kuruluşundan bu yana gerçekleştirdiği başarılı faaliyetlerle Ülkemizde kurumsal üniversite-sanayi işbirliğinin en iyi örneği olarak gösterilen SAM, seramik sektörünün teknoloji platformu ve çözüm ortağı konumuna gelmiştir. Ülkemizde seramik üretiminin % 85'inden fazlasını gerçekleştiren firmaların işbirliği ortağı olduğu SAM'ın temel gelir kaynağını, işbirliği ortağı firmalara sağlanan ar-ge hizmetleri oluşturmaktadır. İşbirliği ortakları ile çok yakın ilişkiler içinde olan SAM'ın imkanları gelişen teknolojiler, işbirliği ortaklarının ihtiyaçları ve öncelikleri doğrultusunda sürekli olarak genişletilmektedir. İşbirliği ortağı firmalar, ortak yarar proje çalışmalarına katılma ve sonuçlarından ücretsiz yararlanma, üretim problemlerinde öncelik ve hizmetlerden önemli oranda indirim hakkına sahiptir.



ARAŞTIRMA VE TEKNOLOJİ GELİŞTİRME

SAM, işbirliği ortağı firmaların bu alandaki ihtiyaçlarına cevap verecek geniş araştırma imkanlarına sahiptir. Maliyet, verimlilik, iyileştirme, yeni ürün ve proses geliştirme konularında işbirliği ortağı firmaların ortak yararına olan rekabet öncesi araştırma projeleri, işbirliği kapsamında düzenli olarak yürütülmektedir. Bu projeler işbirliği ortağı firmaların ihtiyaçları doğrultusunda SAM ile yakın işbirliği içinde belirlenmekte ve işbirliği ortağı firmalar proje çalışmalarına aktif olarak katılmaktadır. Böylelikle, işbirliği ortağı firmaların araştırma maliyet ve riski azalmaktadır. Ayrıca, firmalara özel ikili proje çalışmaları da talepleri doğrultusunda gerçekleştirilmektedir.



FAALİYET ALANLARI

Seramik kaplama malzemeleri, sağlık gereçleri, refrakter malzemeler, sofraya eşyası, seramik hammaddeleri ve ileri seramik malzemeler SAM'ın faaliyet alanlarını oluşturmaktadır.



Ortak yarar projeleri
İnovatif Projeler
İkili Projeler
Test & Analiz Hizmetleri
Eğitim & Danışmanlık Desteği
Akredite Laboratuvar Hizmeti
Üniversite-Sanayi İşbirliği



KÜNYE / MASTHEAD

Türkiye Seramik Federasyonu Adına Sahibi /
Publisher for Turkish Ceramics Federation

Zeynep Bodur Okyay

Genel Koordinatör-Sorumlu Müdür / General Coordinator-Responsible editor

Germiyan Saatçioğlu

germiyan@serfed.com

Yayın Editörü / Managing Editor

Hayati Bakış

hayati.bakis@dunya.com

Sanat Editörleri / Art Editors

Yrd. Doç. Candan Güngör (Dokuz Eylül Üniversitesi)

candan.gungor@deu.edu.tr

Öğr. Gör. Mutlu Başkaya Yağcı (Hacettepe Üniversitesi)

mutlubaskaya@gmail.com

Bilim Editörleri / Science Editors

Prof. Dr. Akın Altun (Dokuz Eylül Üniversitesi)

akin.altun@deu.edu.tr

Prof. Dr. Z.Engin Erkmen (Marmara Üniversitesi)

eerkmen@marmara.edu.tr

Arkeolog Editör / Archaeologist Editor

Nezih Başgelen

info@arkeolojisanat.com

Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Ahmet Ekerim (Yıldız Teknik Üniversitesi)

Prof. Güngör Güner (Marmara Üniversitesi)

Prof. Dr. İskender Işık (Dumlupınar Üniversitesi)

Prof. Meltem Kaya Ertl (Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi)

Prof. Ömür Bakırer (ODTÜ)

Prof. Rüçhan Arık (Çanakkale 18 Mart Üniversitesi)

Prof. Sevim Çizer (Dokuz Eylül Üniversitesi)

Prof. Süleyman Belen (Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi)

Prof. Dr. Suat Yılmaz (İstanbul Üniversitesi)

Doç. Dr. Recep Artır (Marmara Üniversitesi)

Doç. Dr. Billur Tekkök (Başkent Üniversitesi)

Ayşen Uz

Berna Erbilek

Erol Arat

Fatma Batukan Belge

İhsan Bozdoğan

Pelin Özgen

Yapım Danışmanları / Production Consultants

Doğan Hasol

Güven Cantürk

İngilizce Çeviriler / English Translations by

Turan Aksoy - Dilek Sanlav

Yayın Türü / Type of Publication

Yerel Süreli Yayın / Local Periodical

Yönetim Yeri / Address

Büyükdere Cad. No: 85 Stad Han Kat: 4 Mecidiyeköy / İstanbul / Turkey

Tel: +90 212 266 52 54 Faks: +90 212 266 51 23

info@serfed.com www.serfed.com www.turkishceramics.com

Hakemli bir dergidir / A magazine with judges



**TÜRKİYE
SERAMİK
FEDERASYONU**



Kapaktaki eser

**Yrd. Doç.
Candan Güngör**

Work Featured on
Cover by

Yayına hazırlık / Prepared for publication by



Genel Yönetmen / Managing Editor

Metin GÜLBAY

Fotoğraf / Photography

Damla SALOR, Pınar YANIKGİL

Görsel Yönetmen / Art Editor

Murat KARA

İletişim / Communications

Tel: 0216 681 18 70

Editör / Editor

Hayati BAKIŞ hayati.bakis@dunya.com

Görsel Destek / Graphics Support

Dünya Gazetesi

Arşiv Dokümantasyon Servisi

Grafik&Tasarım / Graphic&Design

Yavuz KARAKAŞ

Baskı / Publishing

Dünya Yayıncılık A.Ş. "Globus"

Dünya Basınevi

100. Yıl Mahallesi, 34440

Bağcılar-İstanbul

Tel: 0 212 629 08 08

Fotoğraf Editörü / Photography Editor

Murat GÜNEY

İlan İndeksi / Advertiser Index

	Ön Kapak İçi
Gizem Frit	3
Seramik Araştırma Merkezi (SAM)	5
Bruna Seramik	7
Duravit	17
Bien Seramik	19
YEM	21
Kütahya Seramik	25
Adell	27
Seramiksın	29
Creavit	37
HİTİT Seramik	47
Elmor-ECA	53
Betsan Mozaik	55
Refsan	57
VitrA	59
Yüksel Seramik	111
TSD	Arka Kapak İçi
Graniser	Arka Kapak
Ege Seramik	

Yazım Kuralları

Seramik malzemelerle ilgili (Cam, Çimento, Emaye dahil) orijinal araştırma, davetli makale, derleme, teknik rapor ve haber türündeki yazılar bilgisayarda yazılmış olarak PC Word belgesi formatında e-posta ile iletilmeli, ayrıca kağıt çıktısı da Türkiye Seramik Federasyonu adresine gönderilmelidir. Yazar, makalesinde yer alacak görsellerin 304 dpi çözünürlükte elektronik olarak tarayıp CD'de teslim etmelidir. Eger bu mümkün değilse mutlaka dia ve kart baskı (10x15 cm) şeklinde göndermelidir. Yazılarda kullanılan şekil, şema grafikler "Word Belgesi" içine yapıştırılmamalı, her biri tek bir resim belgesi olarak CD ile gönderilmelidir. Kullanılan kaynaklar metin içinde numaralandırılmalı, metin sonunda mutlaka toplanmalıdır. Bilim ve sanat makalelerinde özet kısmının olması zorunludur. Gönderilecek makalelerin maksimum 18 bin sözcüğü geçmemesi gerekmektedir. Gönderilen ya da istenen her yazının kabul edilip edilmemesi ya da düzeltme istenmesinde Yayın Kurulu tam yetkilidir. "Sanatsal ve Bilimsel" başlığı altında değerlendirilecek makaleler mutlaka en az bir hakem tarafından değerlendirildikten sonra Yayın Kurulu'na incelenmektedir. Dergideki yazılardan kaynak göstermek koşuluyla alıntı yapılabilir. Dergiye gönderilen yazılar yayınlansın ya da yayınlansın yazarına iade edilmez. Özgün ya da derleme yazılardaki bilgiler ve görüşler yazarın sorumluluğundadır. Ticari reklamlar firmaların sorumluluğundadır.

Nisan-Haziran 2011 April-June No: 36

BRUNO MOZAIK



Yaşam tarzınızı seçin

Hayal edin,
yaşam tarzınızı yansıtalım

**BRUNO
SERAMİK**

Organize Sanayi Bölgesi 5. Cad. No:2 26100 ESKİŞEHİR | TÜRKİYE Tel: 0 222 236 16 36 | Faks: 0 222 236 10 66

www.brunoseramik.com.tr

Sektörümüz için hareketli bir sezon başlıyor

A lively season underway for our industry

Değerli Okurlar;

Sektörümüzün nabzının attığı UNICERA Fuarı, bu yıl da büyük bir performans sergileyerek yüzde 14 büyüme ile sektörümüze canlılık kattı. Yabancı ziyaretçi sayısındaki yüzde 23 oranındaki artış ise ihracat hedeflerimiz açısından umut verici bir gelişme oldu. Sektörümüz için hareketli sezon başlarken, geçen yıl yakaladığımız ivmenin artarak sürmesi en büyük arzumuz. Geçen yıl, Türkiye dünyada pek çok ülkeyi geride bırakarak, yüzde 8,9 oranında bir büyümeyle, beklentilerin üzerinde çok iyi bir performans sergiledi. Yüzde 17,1 oranında büyüyen inşaat sektörü ekonomimizin lokomotifini olduğunu bir kez daha kanıtladı.

İnşaat sektörünün performansına paralel gelişme gösteren sektörümüz ise iç pazarda yüzde 11, ihracatta yüzde 20 artış sağlayarak toplamda yüzde 15 büyüme gerçekleştirdi.

Bu yıl da sektörümüzün, inşaat sektörünün ve ekonomimizin performansına paralel bir seyir izlemesi ve büyüme trendini sürdürmesini bekliyoruz. Ancak, gelişmiş ekonomilerin, krizin etkilerinden tam olarak kurtulamadıklarını ve iyileşmenin daha uzun zaman alacağını gözlemlediğimiz bir tablo duruyor önümüzde... Göstergelerin dünyaya kıyasla daha iyimser olan ülkemizde ise önümüzdeki seçim dönemi etkisiyle yavaşlamasını umut ediyoruz.

Diğer yandan yakın zamanda hedef pazarlar olarak belirlediğimiz Orta Doğu ve Kuzey Afrika'da son gelişen olayların ihracat hedeflerimizde bir miktar ivme kaybına yol açması muhtemel gözüküyor. Bu bölgede yaşanan gelişmeler, dünya ekonomisini de derinden etkiliyor. Petrol ve petrole bağlı enerji de yaşanabilecek bir arz krizinin petrol fiyatlarında şoklara neden olması ihtimali yüksek görülüyor. Bu da uluslararası iş çevrelerinde huzursuzluk yaratarak belirsizliğin artmasına neden oluyor. Önemli bir potansiyel olduğu inanan sektör olarak yatırım yaptığımız bu bölgede bir an önce belirsizlik ortamının çözülmesini, dengelerin oturmasını, barışın ve huzurun yeniden tesis edilmesini temenni ediyoruz.

Bu gelişmeler ışığında yılın ilk çeyreğini kapatırken, bu dönemde federasyon olarak çalışmalarımız da hız kazandı. Bunlardan bazılarını hatırlatmak isterim; Derneğe üye kazandırma çalışmalarımız sonucunda Elit Mobilya Seramik ile Bartın Seramik, SERSA üyesi olarak bize güç kattılar. Ocak ayında Avrupa Seramik Derneği Yönetim Kurulu Üyeleri ile İstanbul'da bir araya gelerek Journal of the European Ceramic Society ve ECerS Strategic Planning Meeting toplantılarında sektörümüzün dünyadaki gündemini birlikte değerlendirdik. Türkiye İhracatçılar Meclisi'nde yapılan Seramik Ortak Tanıtım Komitesi toplantısında sektörümüzün yurt dışı tanıtımı konusunda yıl içinde yapacağımız etkinlikleri belirledik. Çevre ve Orman Bakanlığı'nda yapılan Sanayi Kaynaklı Sera Gazı Emisyonları toplantısına katılarak sektörümüz adına bu konuda yapılması gerekenleri tespit ettik. Türkiye Seramik ve Refrakter Meclisi'mizi toplayarak gündemdeki konularımızı görüştük.

İspanya'da Cevisema 2011 Fuarı, Almanya'da ISH Fuarı, Bau Yapı ve İnşaat Fuarı, ABD'de Coverings Fuarı'na katılarak federasyonumuzu temsil ettik. Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM) ile toplantılar yaparak Çin menşeli karo seramik ithalatında iki ülke sektörleri arasındaki anlaşmaya Çin tarafından uyulması konusunda ilerlemeler kaydettik. Ayrıca Çin menşeli seramik sağlık gereçleri ithalatında artan SSG miktarının tehdit oluşturması sebebiyle hazırladığımız İthalatta Korunma Önlemi müracaatını DTM'ye sunduk. SERSA, SERKAP, SEREF, SERHAM ve Federasyon Yönetim Kurulu toplantılarımızı yaptık. SEREF, SERHAM ve SERSA derneklerimizin olağan genel kurullarını gerçekleştirerek, yeni yönetimlerimizi belirledik. Türk Girişim ve İş Dünyası Konfederasyonu (TÜRKONFED), 7. Olağan Genel Kurulu'na katıldık. Federasyonumuz yönetim kurulu üyesi ve delegesi Sayın Erdem Çenesiz'in oybirliğiyle başkan seçildiği genel kurulda, ben de Yüksek Haysiyet Divanı Başkanı olarak görev aldım.

Federasyonumuzdaki derneklerin yeni yönetiminde ve federasyonumuz adına diğer sivil toplum kuruluşlarında görev alan arkadaşlarımızı kutluyor, sektörümüz ve ülkemiz için yapacakları çalışmalarda başarılar diliyorum.

Sevgi ve saygılarımla,



Türkiye Seramik Federasyonu Yönetim Kurulu Başkanı
Zeynep Bodur Okyay
Chairman, Board of Directors Ceramics Federation Turkish

Valued Readers;

UNICERA Trade Fair, which holds the pulse of our industry, introduced vitality to our industry once again this year with a great performance and a growth of 14 percent. The increase of 23 percent in the number of foreign visitors was a hopeful development for our export targets. As our live season starts for our industry, our greatest desire is that the momentum we captured last year continues increasingly. Last year, Turkey, leaving behind many countries of the world, exhibited a very good performance above expectations with a growth of 8.9 percent. The construction industry, growing by 17.1 percent, proved once more that it is the driving force of our economy.

Our industry, which had a progress in parallel with the performance of the construction industry, had a total growth of 15 percent with an increase of 11 percent in the domestic market and 20 percent in exports.

We expect that our industry pursues a course in parallel with the performance of the construction industry and the economy, sustaining its trend of growth this year, too. However, there is a picture before us which shows that developed economies have not yet fully recovered from the impact of the recession and that improvement still has a long way to go... In our country, on the other hand, where indicators are more optimistic compared to the rest of the world, we hope that the growth does not slow down with the impact of the upcoming elections.

It looks possible that the recent developments in the Middle East and North Africa which we have set as our target markets recently, may lead to some loss of momentum in our export targets. The events in this region also impact the world economy profoundly. The probability that a supply crisis in oil and oil-related energy may send shock waves through oil prices is high. This causes an increase in uncertainty, creating discomfort in international business circles. We hope that the setting of uncertainty is resolved as soon as possible, that balance is reestablished and peace and serenity rule once more in this region where we invest as our industry, believing to have significant potential.

As we close the first quarter of the year in light of these developments, the activities of our federation picked up. I would like to mention some of these. As a result of our efforts on gaining new members, Elit Mobilya Seramik and Bartın Seramik strengthened us, becoming SERSA members. In January, meeting with the members of the board of European Ceramic Society in Istanbul, we gauged the global agenda of our industry at Journal of the European Ceramic Society and ECerS Strategic Planning Meetings. At the Ceramic Joint Promotion Committee meeting held at Turkish Exporters Assembly, we determined the activities during the year for international promotion of our industry. Participating in the Greenhouse Gas Emissions of Industry Origin held at Ministry of Environment and Forestry, we determined what has to be done in this field in the name of our sector. Convening our Turkish Ceramic and Refractories Assembly, we discussed the topics on the agenda.

We represented our Federation participating in the Cevisema 2011 Trade Fair in Spain, the ISH Trade Fair and Bau Building and Construction Trade Fair in Germany and the Coverings Exhibition in USA. Holding meetings with Undersecretariat of Foreign Trade (UFT), we achieved some progress on China's adherence to the agreement between the industries of the two countries in imports of tiles of Chinese origin. Also, we presented the Safeguard Measures in Imports application we prepared as the increasing volume of Ceramic Sanitary Ware in the imports of ceramic sanitary ware of Chinese origin posed a threat. We held Boards of Directors meetings of SERSA, SERKAP, SEREF, SERHAM and the Federation. Holding the ordinary general meetings of our SEREF, SERHAM and SERSA associations, we elected our new board of directors. We attended the 7th Ordinary General Meeting of Turkish Initiative and Business World Confederation (TÜRKONFED). I took part as Chair of High Honorary Panel at the general meeting where Mr. Erdem Çenesiz, member of the Board and delegate of our Federation, was elected president unanimously.

I congratulate our peers who will serve in the new managements of the associations of our Federation and in other NGOs in the name of our Federation, wishing them success in their performance for our industry and our country!..

My best regards,



İÇİNDEKİLER



10



30



12



38

SEKTÖR PANORAMA / SECTOR PANORAMA

10 SERSA yeni başkanını seçti
SERSA selects its new president

12 SERHAM'da yeni dönem
New term at SERHAM

14 SEREF'te başkan değişti
President changes at SEREF

18 Kore Seramik Bienali
Korea Ceramic Biennale

22 Kale Grubu Erbil'de mağaza açtı
Kale Group opens store in Erbil

26 Eczacıbaşı'nın Avrupa'daki hedefi: İlk üç
Eczacıbaşı's target in Europe: Top three

UNICERA 2011

30 Seramik sektörüne bahar erken geldi
Spring comes early for the ceramic industry

34 UNICERA Fuarı yüzde 12 büyüdü
UNICERA Trade Fair grows by 12 percent

38 SERFED Yönetim Kurulu Başkanı Zeynep Bodur Okyay:
"Büyüme sektörümüze de olumlu yansımıştır"
*SERFED Chairman of the Board Zeynep Bodur Okyay:
"Growth has reflected positively on our industry, too"*

42 Cerame-Unie Genel Müdürü Renaud Batier:
"Rekabet her zaman adil olmayabilir"
*Cerame-Unie General Manager Renaud Batier:
"Competition may not always be fair"*

44 Rekabette yeni teknoloji avantaj sağlar
New technology brings advantages in competition

SEKTÖR SÖYLEŞİ/SECTOR INTERVIEW

48 SAM Koordinatörü Doç. Dr. Alpagut Kara:
"Seramik sektörünün işbirliği ve çözüm ortağıyız"
*SAM Coordinator Assoc. Prof. Dr. Alpagut Kara:
"We are the collaboration and solution partner of the
ceramic industry"*

EKONOMİ POLİTİK / ECONOMY POLITICS

54 Özel sektörün kredileri Avrupa'dan
Loans of private sector from Europe

58 Sanayi üretimi yüzde 18,9 arttı
Industrial production grows by 18,9 percent

FİRMA SÖYLEŞİLERİ / FIRM INTERVIEWS

62 Kütahya Seramik Fabrikalar Müdürü Celal Üstündağ:
"Duvar karosunda öncü olduğumuzu düşünüyorum"
*Kütahya Ceramic Factories Manager Celal Üstündağ:
"I believe that we are the leader in wall tiles"*

CONTENTS



48



62



68



78

68 Kale Grubu Koordinatörü Bahadır Kayan:
"Seramik binanın ömrü ile eş bir malzeme"
*Kale Seramik Marketing and Sales Coordinator
Bahadır Kayan:
"Ceramic is a material which has the same life span as
the building"*

74 Ege Seramik Genel Müdürü Gökseven Yedigöller:
"Doğru ürün yaptığımızı görüyoruz"
*Ege Seramik General Manager Gökseven Yedigöller:
"We see that we are making the right products"*

78 Çanakcılar Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Üyesi
Hakan Çanakcı:
"Banyolardaki değişim kültürüne uyum sağladık"
*Çanakcılar Group of Companies Member of the Board
Hakan Çanakcı:
"We adapted to the change culture in bathrooms"*

82 Hifit Seramik Genel Müdürü Galip Dündar Kırmacı:
"Dış cephe ürünlerimizle lekelenmeye son veriyoruz"
*Hifit Seramik General Manager Galip Dündar Kırmacı:
"We put an end to staining with our exterior façade
products"*

86 Yüksel Seramik Yönetim Kurulu Başkanı Hanifi Mutlu:
"Hedefimiz 11 milyon metrekarelik bir kapasiteye ulaşmak"
*Yüksel Seramik Chairman of the Board Hanifi Mutlu:
"Our target is a capacity of 11 million square meters"*



90

90 İZLEDİKLERİMİZ / OUR IMPRESSIONS
Ödüller sahiplerini buldu
Awards go to winners

96 41.yılda 141 sanatçı
141 artists in 41 years

100 Su medeniyetinin kaynağı HAMAM
The origin of water civilization, the BATH

106 SANAT MAKALE / ART ARTICLE
Pirit mineralinin (FeS₂) yüzey gerilimi yüksek seramik
sırlarındaki etkileri
*Effects of pyrite mineral (FeS₂) ceramic glazes with high
surface tension*

112 Seramik manzaralardan bir kesit
A cross-section from ceramic landscapes

124 FIRMA / FIRM
Susuz pisuvar ödül getirdi
Water-free urinal brings award

125 Kalebodur'a "iF Product Design Award" ödülü
"iF Product Design Award" to Kalebodur

128 ÜRÜNLER / PRODUCTS
Betsan Mosaix'ten yeni havuz serisi
New pool series from Betsan Mosaix



SERSA yeni başkanını seçti

SERSA selects its new president

SERSA, Olağan Genel Kurul Toplantısı ile 2011-2013 yılları arasında görev yapacak yeni yönetimini belirledi. Başkanlığa Hakan Çanakcı seçilirken, dernek organları ile derneği SERFED'de temsil edecek delegeler de belirlendi.

Seramik Sağlık Gereçleri Üreticileri Derneği (SERSA), 25 Mart 2011 tarihinde Türkiye Seramik Federasyonu Merkezi'nde gerçekleştirilen Olağan Genel Kurul Toplantısı ile yeni başkan ve yönetimini seçti. İki yıldır SERSA Yönetim Kurulu Başkanlığı görevini sürdüren Erdem Çenesiz genel kurulda görevini Hakan Çanakcı'ya devretti. Toplantı Genel Kurul Başkanlık Divanı'nın seçimi ile başladı. Divan başkanlığına Erol Arat seçilirken, Divan Kurulu üyeliklerini de Germiyan Saatçioğlu ve Belgin Özdoğan yaptı. Genel kurul gündemi oy birliği ile kabul edilirken, üyelerden gelen üç öneri de toplantı gündemine alındı. Toplantı tutanağının imzalanması için divana yetki verilmesinin ardından yönetim kurulu faaliyet raporu Erdem Çenesiz tarafından üyelere sunuldu. Belgin Özdoğan tarafından okunan denetleme kurulu raporunun ardından ayrı ayrı her iki raporun da oylanmasına geçildi. Raporlar oy birliği ile kabul edilirken, Germiyan Saatçioğlu SERSA'nın gelecek dönem tahmini bütçe ve aidat katılım miktarlarını üyelerle paylaştı ve onaya sundu. Oy birliği ile kabul edilen tahmini bütçe rakamlarının ardından üyelerden gelen üç öneri tartışıldı. Önerilerden ilki SERSA'nın ba-

SERSA appointed its new management to serve from 2011 to 2013 in its ordinary general meeting. Hakan Çanakcı was elected as president; association bodies and delegates to represent the association at SERFED were also elected.

Ceramic Sanitary Ware Manufacturers Association (SERSA) elected its new president and directors at the Ordinary General Meeting held at Turkish Ceramics Federation headquarters on March 25, 2011. Erdem Çenesiz, who served as SERSA's Chairman of the Board for two years, handed out his post to Hakan Çanakcı at the general meeting. The meeting started with the election of general meeting panel. Erol Arat was elected as panel chairman, with Germiyan Saatçioğlu and Belgin Özdoğan serving as panel members. General meeting agenda was passed unanimously, with three motions by members being introduced in the agenda. After the panel was authorized to sign the minutes of the meeting, the annual report of the board of directors was presented to members by Erdem Çenesiz. Following the auditor's report read by Belgin Özdoğan, each report was voted on individually. The reports were approved unanimously and Germiyan Saatçioğlu shared the projected budget and membership fee amounts for the upcoming period of SERSA with members and presented them to approval. Following the projected budget figures which passed unanimously, three proposals by members were discussed. The first mo-



SERSA Yönetim Kurulu Üyeleri SERSA Members of the Board

Asil Üyeler/Principal Members

Atalay Gümrah
Ahmet Aksu
Ercüment Arıcı
Hakan Çanakcı
Erdem Çenesiz
Birol Bilgiçler
Nuri Gönenç
Kürşat N. Özkaya
Müfit Ülke

Yedek Üyeler / Alternate Members

Mehmet Mercan
Nedim Ceylan
Selim Çiçek
Erol Arat
Yakup Fırat
Nihat Gündüz
Emel Gönç
Abdurrahman Özkaya
Kerim Kara

Denetleme kurulu / Board of Auditors

Asil Üyeler/Principal Members

Hasan Sazcı
M. Fatih Kekeç
Burhan Tecen

Yedek Üyeler/Alternate Members

Abidin Özkaya
Bahattin Özen
Bülent Onur

Disiplin Kurulu / Disciplinary Committee

Asil Üyeler/Principal Members

Ertuğrul Uludağ
Haluk Sipahi
Coşkun Berk

Yedek Üyeler/Alternate Members

Bülent Özden
Dursun Kayacı
Nurettin Baş

şına Türkiye kelimesinin eklenmesiydi ve bu öneri oy birliği ile kabul edildi. İkinci öneri ise Seramik Sağlık Gereçleri Üreticileri Derneği olan SERSA'nın adının, başında SERSA ibaresi kalmak kaydıyla Seramik Sıhhi Tesisat Malzemeleri Üreticileri Derneği olarak değiştirilmesiyle ilgiliydi. Bu öneri üçte iki çoğunluk sağlanamadığı için kabul edilmedi. Son öneri de SERSA'ya borcu olan ve şu anda faaliyette olmayan bir firmanın derneğe olan üyelik aidat borcunun silinmesine ilişkin ve bu öneri de üyelerin oy birliği ile kabul edildikten sonra seçime geçildi. Genel kurula Hakan Çanakcı yönetiminde tek liste ile giden SERSA'nın yönetim kurulu dışında, derneği SERFED'de temsil edecek delegelerin de belirlenmesiyle toplantı sona erdi. SERSA'yı SERFED'de temsil edecek delegeler şu isimlerden oluştu: "Erdem Çenesiz, Ahmet Aksu, Atalay Gümrah, Hakan Çanakcı, Birol Bilgiçler ve Nuri Gönenç."

tion was the addition of the word Turkey at the beginning of SERSA, which was adopted unanimously. The second motion involved changing of the name of Ceramic Sanitary Ware Manufacturers Association SERSA as Ceramic Sanitary Installation Materials Manufacturing Association with SERSA remaining. This motion was denied as two thirds majority could not be met. The last motion involved deletion of the membership fee debt of a firm which owed to SERSA, which was not operational and after this motion which was adopted unanimously by members, the election was held. The meeting came to an end as the board of directors and delegates to represent the association at SERFED were determined at SERSA which came to the general meeting with a single list headed by Hakan Çanakcı. Delegates to represent SERSA at SERFED are: "Erdem Çenesiz, Ahmet Aksu, Atalay Gümrah, Hakan Çanakcı, Birol Bilgiçler and Nuri Gönenç."

SERHAM'da yeni dönem

SERHAM, Olağan Genel Kurul Toplantısı ile 2011-2013 yılları arasında görev yapacak yeni yönetimini belirledi. Başkanlığa bir dönem daha Selim Çiçek seçilirken, dernek organları ile derneği SERFED'de temsil edecek delegeler de belirlendi.

New term at SERHAM

SERHAM determined its new directors to serve from 2011 to 2013 at its Ordinary General Meeting. Selim Çiçek was elected as president for another term; also association bodies and delegates to represent the association at SERFED were also elected.





Yönetim Kurulu / Board of Directors

Asil Üyeler / Principal Members

Selim Çiçek
Mehmet Hızal
Ali İşcan
İhsan Bozdoğan
Mehmet Yunus
Hüseyin Akarsu
Mustafa Bozdere
Hayrettin Dereli
Fırat Daştan

Yedek Üyeler / Alternate Members

Bayram Altıntop
Cengiz Erez
Gökhan Tekkaya
İlhan Göknel
Şahin Özcan İlter
Hamza Özaktaş
Nuri Aymak
Cemal Dereli
Ahmet Bacioğlu

Denetim Kurulu / Board of Auditors

Asil Üyeler / Principal Members

Ertuğrul Bacioğlu
Cafer Çabuğ
Yaşar Semih Kaplan

Yedek Üyeler / Alternate Members

Ertay Akcan
Yasemin Erçetin Akyar
Alican Akpınar

Disiplin Kurulu / Disciplinary Committee

Asil Üyeler / Principal Members

M. Haluk Sipahi
İbrahim Efe
Süleyman Eraslan

Yedek Üyeler / Alternate Members

Enver Sever
Süleyman Saştan
Serdar Şenbayrak

Seramik, Cam ve Çimento Hammaddeleri Üreticileri Derneği (SERHAM), 29 Mart 2011 tarihinde Türkiye Seramik Federasyonu Merkezi'nde gerçekleştirilen Olağan Genel Kurul Toplantısı ile yeni yönetimini seçti. İki yıldır SERHAM Yönetim Kurulu Başkanlığı görevini sürdüren Selim Çiçek, 2011-2013 yılları arasında da bir dönem daha başkanlık yapacak. Toplantı Genel Kurul Başkanlık Divanı'nın seçimi ile başladı. Divan başkanlığına Germiyan Saatçioğlu seçilirken, Divan Kurulu üyeliklerini de Cengiz Erez ve Belgin Özdoğan yaptı. Toplantı tutanağının imzalanması için divana yetki verilmesinin ardından yönetim kurulu faaliyet raporu üyelere sunuldu.

Belgin Özdoğan tarafından okunan denetleme kurulu raporunun ardından ayrı ayrı her iki raporun da oylanmasına geçildi. Raporlar oy birliği ile kabul edilirken, Germiyan Saatçioğlu SERHAM'ın gelecek dönem tahmini bütçe ve aidat katılım miktarlarını üyelere paylaştı ve onaya sundu. Oy birliği ile kabul edilen tahmini bütçe rakamlarının ardından seçime geçildi. Genel kurula Selim Çiçek yönetiminde tek liste ile giden SERHAM'ın yönetim kurulu dışında, derneği SERFED'de temsil edecek delegelerin de belirlenmesiyle toplantı sona erdi. SERHAM'ı SERFED'de temsil edecek delegeler şu isimlerden oluştu: "Selim Çiçek, Ali İşcan, Mehmet Hızal."

Ceramic, Glass and Cement Raw Material Manufacturers Association (SERHAM) elected its new directors at the Ordinary General Meeting held at Turkish Ceramics Federation headquarters on March 29, 2011. Selim Çiçek, who served as SERHAM Chairman of the Board for two years, will be president for another term from 2011 to 2013. The meeting started with the election of General Meeting Panel. Germiyan Saatçioğlu was elected as Meeting Panel Chairman with Cengiz Erez and Belgin Özdoğan serving as Panel Members. After the panel was authorized to sign the minutes of the meeting, annual report of the board of directors was read to members.

Following the auditors committee report read by Belgin Özdoğan, two reports were voted on individually. While the reports passed unanimously, Germiyan Saatçioğlu shared the projected budget and annual membership fees for the following period and submitted these to approval. Following the projected budget figures adopted unanimously, the election was held. The meeting came to an end with determination of delegates to represent the association at SERFED beside the board of directors of SERHAM which came to the general meeting with a single list headed by Selim Çiçek. Delegates to represent SERHAM at SERFED are: "Selim Çiçek, Ali İşcan, Mehmet Hızal."



SEREF'te başkan değişti

SEREF'te 2011-2013 yılları arasında görev yapacak yeni yönetim, Olağan Genel Kurul Toplantısı ile belirlendi. Başkanlığa Hüseyin Gürcan seçilirken, dernek organları ile derneği SERFED'de temsil edecek delegeler de belirlendi.

President changes at SEREF

New directors to serve at SEREF between 2011-2013 were determined at the Ordinary General Meeting. Hüseyin Gürcan was elected as president with association bodies and delegates to represent the association at SERFED also determined.

Teknik Seramik ve Refrakter Üreticileri Derneği (SEREF), 29 Mart 2011 tarihinde Türkiye Seramik Federasyonu Merkezi'nde gerçekleştirilen Olağan Genel Kurul Toplantısı ile yeni başkan ve yönetimini seçti. İki yıldır SEREF Yönetim Kurulu Başkanlığı görevini sürdüren Faruk Ansoy, görevi Hüseyin Gürcan'a devretti. Toplantı Genel Kurul Başkanlık Divanı'nın seçimi ile başladı. Divan başkanlığına Germiyan Saatçioğlu seçilirken, Divan Kurulu üyeliklerini de Salih Erez ve Belgin Özdoğan yaptı. Toplantı tutanağının imzalanması için divana yetki verilmesinin ardından yönetim kurulu faaliyet raporu üyelere sunuldu.

Technical Ceramics and Refractories Manufacturers Association (SEREF) elected its new president and directors at the Ordinary General Meeting held at Turkish Ceramics Federation headquarters on March 29, 2011. Serving as SEREF Chairman of the Board for two years, Faruk Ansoy handed over his post to Hüseyin Gürcan. The meeting started with the election of General Meeting Panel. Germiyan Saatçioğlu was elected as Meeting Panel Chairman with Salih Erez and Belgin Özdoğan serving as Panel Members. After the panel was authorized to sign the minutes of the meeting, annual report of the board of directors was read to members.



Belgin Özdoğan tarafından okunan denetleme kurulu raporunun ardından ayrı ayrı her iki raporun da oylanmasına geçildi. Raporlar oy birliği ile kabul edilirken, Germiyan Saatçioğlu SEREF'in gelecek dönem tahmini bütçe ve aidat katılım miktarlarını üyelerle paylaştı ve onaya sundu. Oy birliği ile kabul edilen tahmini bütçe rakamlarının ardından seçime geçildi. Genel kurula Hüseyin Gürcan yönetiminde tek liste ile giden SEREF'in yönetim kurulu dışında, derneği SERFED'de temsil edecek delegelerin de belirlenmesiyle toplantı sona erdi. SEREF'i SERFED'de temsil edecek delegeler şu isimlerden oluştu: "Hüseyin Gürcan, Salih Erez ve Fatih Birbilen."

Yönetim Kurulu / Board of Directors

Asil Üyeler / Principal Members

Hüseyin Gürcan
Nafiz Özdemir
Salih Erez
Mert Erez
Fatih Birbilen
Bahadır Ayran
Yalçın Yazıcı
Alpagut Kara

Yedek Üyeler / Alternate Members

Yakup Yalçınkaya
Ali Sesler
İbrahim Büyükcayır
Pir Ali Yılmaz
Volkan Becergen
İbrahim Baydar
Hasan Güleç
Nuran Ay

Denetleme Kurulu / Board of Auditors

Asil Üyeler / Principal Members

İ. Müjdat Oğuz
Süleyman Pamukçu
Memduh Birbilen

Yedek Üyeler / Alternate Members

Faruk Arsoy
Nazmi Güler
Mustafa Uçar

Following the auditors committee report read by Belgin Özdoğan, two reports were voted on individually. While the reports passed unanimously, Germiyan Saatçioğlu shared the projected budget and annual membership fees for the following period and submitted these to approval. Following the projected budget figures adopted unanimously, the election was held. The meeting came to an end with determination of delegates to represent the association at SERFED beside the board of directors of SEREF which came to the general meeting with a single list headed by Hüseyin Gürcan. Delegates to represent SEREF at SERFED are: "Hüseyin Gürcan, Salih Erez and Fatih Birbilen."



İbrahim Bodur'a TÜSİAD'dan onur ödülü

Honor Award from TÜSİAD to İbrahim Bodur

Kale Grubu Kurucusu ve Onursal Başkanı Dr. İbrahim Bodur, kurucuları arasında yer aldığı Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği'nin (TÜSİAD) 40. kuruluş yıldönümü için düzenlenen Gala Yemeği'nde "Onur Ödülü" aldı. Büyük yatırımlara imza atan duyan iş insanlarını ve iş dünyasının önde gelen isimlerini buluşturan gecede; Türk sanayisine, TÜSİAD'ın kuruluşu ve gelişimine yaptığı katkılardan dolayı onur plaketi alan Bodur'a ödülünü, Cumhurbaşkanı Abdullah Gül takdim etti. Gala Yemeği'nde, 30 ve 39 yıl arasında TÜSİAD'a emek veren üyelere plakelerini 9. Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel verirken; 40 yıllık üyeler ile hayatını kaybeden 40 yıllık üyelerin aileleri plakelerini Cumhurbaşkanı Abdullah Gül'ün elinden aldı.

Kale Group Founder and Honorary President Dr. İbrahim Bodur received an "Honor Award" at the gala dinner held on the occasion of the 40th anniversary of Turkish Industrialists and Businessmen Association (TÜSİAD) he is a founder of. At the function bringing together doyenne businessmen with signatures under major investments and the leading names in the world of business, President Abdullah Gül presented his award to Bodur who received a plaque of honor due to his contributions to the Turkish industry and foundation and development of TÜSİAD. Ninth president Süleyman Demirel handed out their plaquettes to members who served TÜSİAD for 30-39 years at the gala dinner; 40-year members and families of deceased 40-year members received their plaquettes from President Abdullah Gül.



Seramikte üçüncü boyut: Digiline



Digiline
30x42,5 cm
Aragon



Seramiğe farklı bir boyut kazandıran dijital teknolojiyi **Bien** bilir.

Şimdi siz de Digiline'a dokunun...
Seramiğin yıllara meydan okuyan dokusunu hissedin... Yaşadığınız ortama katacağı doğallığı hayal edin.
Bien'in yeni serisi Digiline*, üç boyutlu her deseni yaşadığınız ortamlara getiriyor... Yaşamınız için!

*Digiline: Dijital Yer ve Duvar Karosu Koleksiyonları



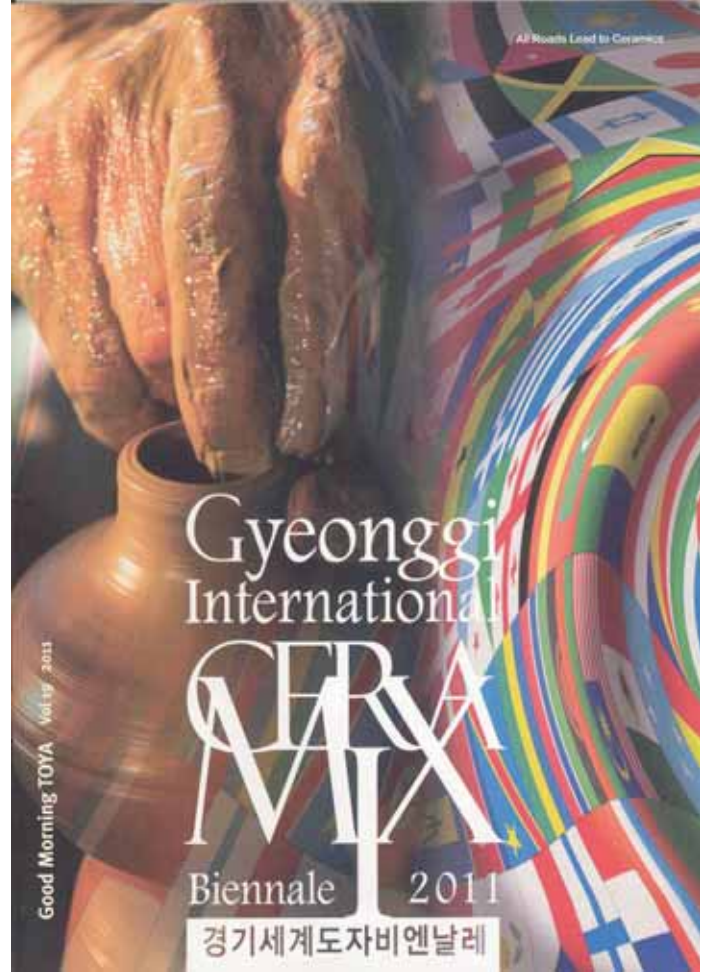
"Bir Bien'e sorun"

www.bienseramik.com.tr

Kore Seramik Bienali

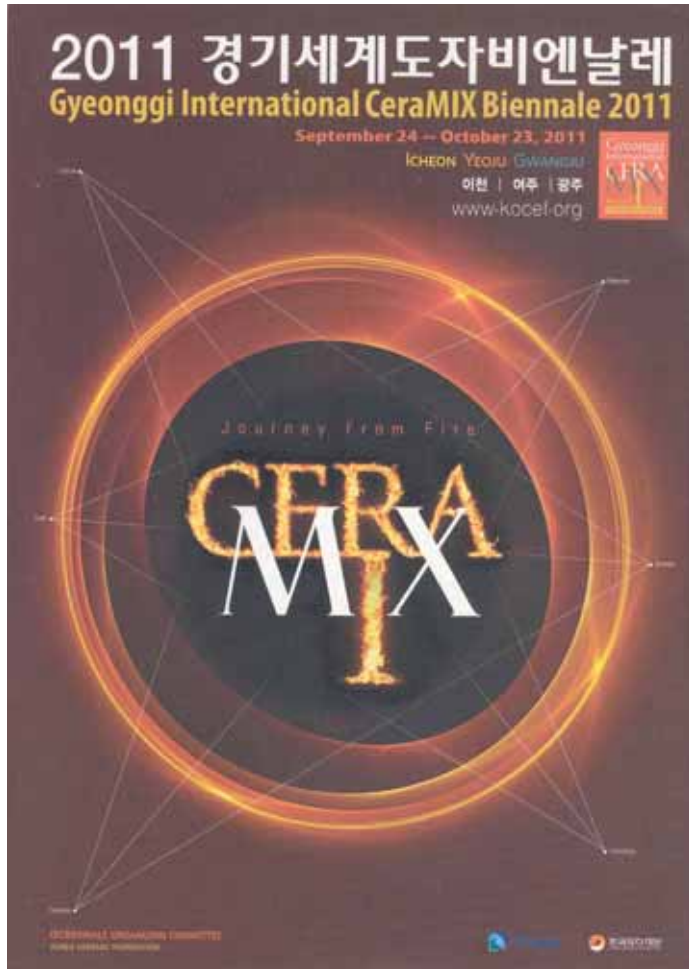
İlk defa 2001'de Kore Seramik Vakfı (Korea Ceramic Foundation-KOCEF) tarafından Gyeonggi kentinin ev sahipliğinde başlatılan Kore Dünya Seramik Bienali (World Ceramic Biennale Korea-CEBIKO), bugün alanının en önemli seramik bienali olarak kabul ediliyor. Bu yıl bienalin adı "Gyeonggi International Ceramix Biennale", kısaca "GIC Biennale" olarak değiştirildi ve başkanlığına KOCEF'in başkanı Kang Woo-hyon, yardımcılığına ise Jhang Soo-hong atandı. Bienalin sanatsal konulardaki yöneticisi ise Lee Ihnbum oldu. Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Zehra Çobanlı da, 24 Eylül-23 Ekim 2011 tarihleri arasında yapılacak olan bienalin uluslararası komitesine seçildi. Çobanlı, 22-24 Şubat 2011 tarihlerinde Kore'de yapılan toplantılara da katıldı.

Komitelerde Janet Mansfield, Judith S. Schwartz, Chang Ching Yuan, Ranti Tjan, Vilma Alba Villaverde, Kim Yikyung, Choi Kun, Huh Kwon gibi Kore ve diğer ülkelerden katılımcılar da bulunuyor. Kore'nin başkenti Seul yakınlarındaki Icheon, Yeosu, Gwangju, Paju (Imjingak Park) şehirlerinde gerçekleşecek olan bienalin bu yılki sponsorları Kore Kültür, Spor ve Turizm Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığı, Dışişleri ve Ticaret Bakanlığı, Eğitim, Bilim ve Teknoloji Bakanlığı, Uluslararası Seramik Akademisi (IAC), Amerikan Seramik Eğitimi Birliği (NCECA), Kamu Yönetimi ve Güvenlik Bakanlığı oldu. Bienalde "Journey" konulu uluslararası seramik yarışmasının dışında "Geleneksel Kore Seramikleri" yarışması da yapılacak. Bu yılki bienale ülkemizden de katılım bekleniyor. Zehra Çobanlı, Güngör Güner ve Öder Ünsal gibi seramik sanatçılarımızın da daha önceden bienalde aldıkları onur ödülleri bulunuyor.



Korea Ceramic Biennale

World Ceramic Biennale Korea-CEBIKO, initiated by Korea Ceramic Foundation-KOCEF for the first time in 2001, hosted by the city of Gyeonggi, today is recognized as the most important ceramic biennale in its field. This year, the name of the biennale was changed into "Gyeonggi International Ceramix Biennale", in short "GIC Biennale", and KOCEF president Kang Woo-hyon was appointed as chairman, with Jhang Soo-hong as his assistant. The art director of the biennale is Lee Ihnbum. Anadolu University Dean of Faculty of Fine Arts Prof. Dr. Zehra Çobanlı was elected to the international committee of the biennale to be held September 24-October 23, 2011. Çobanlı also attended the meetings held in Korea February 22-24, 2011. Participants from Korea and other countries, like Janet Mansfield, Judith S. Schwartz, Chang Ching Yuan, Ranti Tjan, Vilma Alba Villaverde, Kim Yikyung, Choi Kun and Huh Kwon are also in the committee. The sponsors for this year of the biennale to be held in the cities of Icheon, Yeosu, Gwangju, Paju (Imjingak Park) near Seoul, the capital of Korea, are Korean Ministry of Culture, Sport and Tourism, Ministry of Economics, Ministry of Foreign Affairs and Trade, Ministry of Education, Science and Technology, International Ceramic Academy (IAC), American Ceramic Education Association (NCECA) and Ministry of Public Administration and Security. In addition to the international ceramic contest titled "Journey", there will be a traditional Korean ceramic ware contest at the biennale. Our ceramic fine artists like Zehra Çobanlı, Güngör Güner and Öder Ünsal have previously been awarded prizes at the biennale.



Topraktan Yükselen Sanat..



www.yukselseramik.com.tr

2011 Rekabet Mektubu yayımlandı

2011 Competition Letter published

Rekabet Kurumu (RK), 2011 Rekabet Mektubu'nu yayımladı. 2009 yılında da benzer bir mektubu yayına koyduklarını hatırlatan Rekabet Kurumu Başkanı Prof. Dr. Nurettin Kaldırımçı, o dönem yayınladıkları mektubun amacını şöyle açıkladı: "4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun ile Rekabet Kurumu'nun temel hedeflerini ortaya koymak ve gerekli uyarıları yaparak, kriz döneminde teşebbüs ya da işletmelerimizin eksik bilgi nedeniyle önemli cezalarla karşı karşıya kalmalarını engellemeye çalışmak olmuştur." Prof. Dr. Kaldırımçı, 2011 Rekabet Mektubu'nun gerekçesini ise "ekonomik krizden çıkış aşamasında, rekabetçi düzenin herkes tarafından korunması gerektiğine ilişkin rekabet savunuculuğu anlayış ve duyarlılığının yaygınlaşmasının önemini vurgulamak" diye açıkladı. 2011 Rekabet Mektubu'nun ana temasını, rekabet gücü ve rekabet hukuku ilişkisi olarak belirlemeyi uygun gördüklerini sözlerine ekleyen Prof. Dr. Kaldırımçı, hukuka uygun bir rekabet ortamının ve hukuka uygun teşebbüs faaliyetlerinin rekabet gücünü yükselteceğini vurguladıklarını belirtti.

Prof. Dr. Kaldırımçı mektupla ilgili ayrıntıları şöyle özetledi: "Mektubumuzla, rekabetçi bir ekonomi düzeni oluşturmayı ve geliştirmeyi amaçlayan rekabet mevzuatına uyumun, işletmelerimiz açısından niçin önemli olduğunu ve bunu nasıl başaracaklarını anlatmaya çalıştık. Aynı zamanda, işletmelerimizin, böyle bir duyarlılıkla kendi rekabet güçlerini olduğu kadar ulusal rekabet gücümüzün artmasına katkı sağlayacağına dikkat çektik. Teşebbüslerimizin, rekabet hukukuna uygunluk açısından, kendi kendilerini değerlendirmelerine yardımcı olacağına inandığımız tavsiyeler, mektubumuzun ağırlıklı bir bölümünü teşkil etmektedir. Teşebbüs yönetici ve çalışanlarının rekabetin hukuki boyutuna dair bilgileri ve bu yönde gösterecekleri uyum derecesi, aynı zamanda onların yönetim başarılarının da bir göstergesi olacaktır."

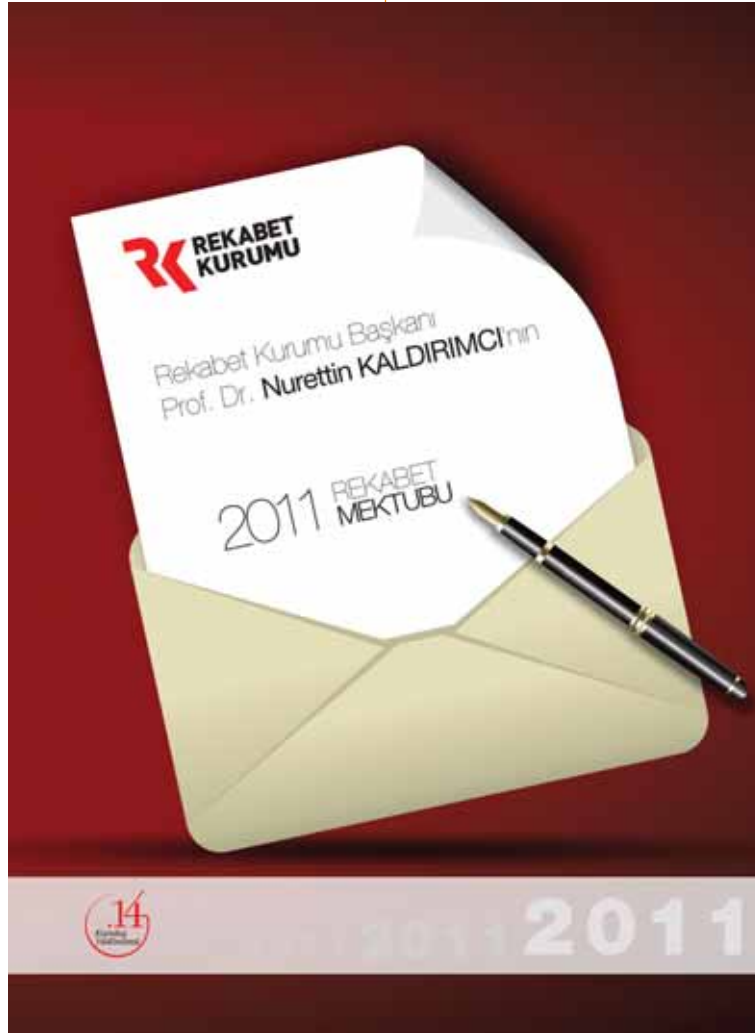
Mektubun tüm ayrıntıları Türkiye Seramik Federasyonu'nun internet sitesi www.serfed.com adresinden takip edilebilir.

Competition Authority (CA) published the 2011 Competition Letter. Reminding everyone that they published a similar letter in 2009 too, Competition Authority President Prof. Dr. Nurettin Kaldırımçı explained the purpose of the letter they published then as follows: "To set forth the basic targets of Competition Authority under Act on Protection of Competition no. 4054 and giving necessary warnings, to try to avoid our enterprises or companies facing serious penalties due to lack of information in a period of crisis". Prof. Dr. Kaldırımçı described the reason for 2011

Competition Letter as "to stress the significance of proliferation of competition defence concept and sensitivity as regards protection by everyone, of the competitive system in the stage of exit from economic recession". Adding that they deemed fit setting the main theme of 2011 Competition Letter as competitiveness and competition law relationship, Prof. Dr. Kaldırımçı also noted that they emphasized that a legal competitive environment and legal enterprise activities will enhance competitiveness.

Prof. Dr. Kaldırımçı summarized the details of the letter as follows: "In our letter, we tried to explain why it is important for our enterprises to comply with competition legislation seeking to form and develop a competitive economic system and how they can achieve this. At the same time, we drew attention to the fact that with such sensitivity, our enterprises will contribute to the enhancement of not only their own but also our national competitiveness. The recommendations which we believe will assist our enterprises to evaluate themselves in terms of compliance with competition law constitute an important part of our letter. The knowledge of enterprise executives and employees on the legal dimension of competitiveness and the level of compliance they will display in this regard will also be an indicator of their managerial success".

All details of the letter may be accessed at Turkish Ceramics Federation's website www.serfed.com.



“En iyinin daha iyisi”

Kütahya Seramik, Yiğit Özer tarafından tasarlanan Versatile Koleksiyonu ile tasarım alanında dünyanın en büyük ödülü olan “red dot design award best of the best 2011”in sahibi oldu.

Hep
daha iyiyi yapmaya,
kendimizi **daha** geliştirmeye,
her gün bulunduğumuz yerden çok
daha ileri gitmeye, **daha** yeni olmaya,
kalitemizi **daha** da artırmaya, müşterilerimizi **daha** çok
memnun etmeye, ürünlerimizi **daha** hesaplı olarak sunmaya, işinde
en yetkin insanları istihdam etmeye, çalışanlarımızı **daha** iyi eğitmeye
ve tüm bu ideallerin birleşimiyle **daha** kaliteli üretim elde etme çabamızda
kendimizle olan yarışımız, red dot uluslararası ürün tasarım ödülüyle bir kez daha tescillendi.
Verdiğimiz emek ve çalışmanın karşılığını bir kez **daha** uluslararası platformda görmenin gururu,
bizi **daha** fazla çalışmaya, amacımız için çok **daha** fazla savaşılmaya,
ülkemiz için, **daha** büyük işler başarmaya, **daha** yaratıcı, **daha**
cesur olmaya olan inancımızı pekiştirdi.
Daha çok **işimiz var!**



reddot design award
best of the best 2011



Kale Grubu, yapı sektörünün Kuzey Irak'taki en büyük konsept mağazasını, Erbil'de açtı. 10 Şubat 2011 tarihinde yapılan açılış, Türkiye Başkonsolosu Aydın Selcen, Belediyeler Bakanı Semir Abdullah, Sanayi ve Ticaret Bakan Yardımcısı Hacı Sabah Ahmet, Erbil Vali Muavini Tahir Abdullah, Erbil Belediyeler Başkanı Sıtkı Zirari, Sanayi Belediyeler Başkanı İsmail Muhammed, Erbil Ticaret Odası Başkanı Dara Celilhayat, Kale Grubu Başkanı Zeynep Bodur Okyay, Kale Grubu'nun Kuzey Irak distribütörü Diwan Company'nin ortakları Ahmet Hacı Ali Yusuf ve Kemal Ekşi, Kale Grubu Seramik Grup Başkanı Tarık Özçelik, Kaleseramik Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Genel Koordinatörü Bahadır Kayan, Kalevit Genel Müdürü Ahmet Aksu, devlet erkânı, kamu yöneticileri ve Erbil'de faaliyet gösteren sektör temsilcilerinin katılımıyla gerçekleştirildi.

Erbil mağazasının açılışı nedeniyle Irak'ta bulunmaktan mutluluk duyduğunu belirten Kale Grubu Başkanı Zeynep Bodur Okyay, sektörün bölgedeki en geniş ürün yelpazesine sahip ilk ve tek mağazasını Kuzey Irak'ta açmaktan gurur duyduklarını söyledi. Irak ve Türkiye ilişkilerinin önemli olduğunu vurgulayan Okyay, Kale Grubu olarak Irak'ta ortak bir iş kültürü yaratmayı çok önemstediklerini söyledi. Okyay, "Küresel ekonominin ekseninin Doğu'ya kaydığını gözlemliyoruz. Biz de Kale Grubu olarak stratejilerimizi bu doğrultuda belirliyor ve öncelikli pazarlardaki etkinliğimizi artırarak, yenilikçi ürünlerimizle pay almak üzere çalışmalarımızı artırıyoruz. Pazar payımızı, Libya, Abhazyza, Lübnan, Azerbaycan, BAE ve Irak gibi hızla gelişen ülkelerde de artırmayı hedefliyoruz" dedi.

Hedef ihracatta 225 milyon TL

Kale Grubu'nun yurt dışındaki başarılarına ve hedeflerine değinen Okyay, "İhracat pazarlarında 300'ü aşkın noktada distribütörümüz ve binlerce satış noktamız bulunuyor. İhracatımızın yüzde 50'sini AB ülkelerine, yüzde 20'sini Orta Doğu ülkelerine, yüz-

Kale Grubu Erbil'de mağaza açtı

Kale Grubu'nun Irak'ın Erbil kentinde açtığı 530 metrekarelik yeni konsept mağaza, yapı sektöründe seramik, vitrifiye, armatür, banyo dolabı, banyo küveti, yapı kimyasalları gibi çok geniş bir ürün yelpazesine sahip, Kuzey Irak'taki ilk ve tek mağaza olma özelliğini taşıyor.

Kale Group opens store in Erbil

The new concept store of 530 square meters opened by Kale Group in the city of Erbil in Iraq has the distinction of being the first and only store in Northern Iraq with a very broad product range including ceramics, vitreous ware, taps, bathroom cabinets, bath tubs and building chemicals in the building industry.

Kale Group opened the largest concept store of the building industry in Northern Iraq in Erbil. The inauguration held on February 10, 2011 took place with participation of Turkish Consul General Aydın Selcen, Municipalities Minister Semir Abdullah, Deputy Minister for Industry and Trade Hacı Sabah Ahmet, Deputy Governor of Erbil Tahir Abdullah, Erbil Municipalities Head Sıtkı Zirari, Industry Municipalities Head İsmail Muhammed, Chairman of Erbil Chamber of Commerce Dara Celilhayat, Kale Group President Zeynep Bodur Okyay, Kale Group's Northern Iraq distributor Diwan Company's shareholders Ahmet Hacı Ali Yusuf and Kemal Ekşi, Kale Group Ceramic Group Head Tarık Özçelik; General Coordinator in charge of Sales and Marketing of Kaleseramik, Bahadır Kayan; Kalevit General Manager Ahmet Aksu, government officials, public administrators and representatives of industry operating in Erbil.

Kale Group President Zeynep Bodur Okyay, pointing out that she was happy to be in Iraq on the occasion of the opening of Erbil store, said that they were proud of opening the first and only store of the industry in the region with the broadest product range in Northern Iraq. Okyay, stressing that Iraq-Turkey relations are important, said that it is very important for them as Kale Group to create a common business culture in Iraq. Okyay said; "We observe that the axis of the global economy is shifting towards the east. So, as Kale Group, we, too, are setting our strategies in this direction and are enhancing our efforts for capturing shares with our innovative products, enhancing our effectiveness in priority markets. We aim to increase our market share in rapidly developing countries like Libya, Abkhazia, Lebanon, Azerbaijan, UAE and Iraq, too".

225 million TL in exports

Touching upon the successes and targets of Kale Group abroad, Okyay said; "We have distributors at more than 300 locations and thousands of points of sale in export markets. We direct 50 percent



de 10'unu Kuzey Amerika'ya ve geri kalan yüzde 20'sini diğer ülkelere yapıyoruz. Bu konumumuzla Türkiye'de lider, Avrupa'da üçüncü, dünyada ise onuncu durumdayız. Kale Grubu olarak 2011 yılında ihracatımızı yüzde 25 oranında artırarak 225 milyon TL olmasını hedefliyoruz" dedi. Kale Grubu'nun, 2010 içinde yüzde yüz Kale ürünlerinin sunulduğu ve yenilenen mağazacılık anlayışı ile uyumlu showroamları birçok ülkede faaliyete geçirdiğini söyleyen Okyay, bu sayede markaların bilinirliğini artırmayı ve bu ülkelerde en çok tercih edilen marka haline gelmeyi hedeflediklerini vurguladı.

Okyay, "Bakü, Dubai ve Abhazy'a da mağazalarımız bulunuyor. Libya'da yatırımı tamamlanan iki mağazamızı mart ayında açmayı planlıyoruz. Hindistan'da ise corner mağazamız açılıyor. 2012 yılında Cidde ve Riyad'da konsept mağazalarımızı açmayı planlıyoruz. Hedefimiz, Rusya, Türk Cumhuriyetleri ve Doğu'da konsept mağazalarımızın sayısını çoğaltmak" dedi. Irak'ta en kısa zamanda tüm markalarıyla pazar liderliği hedeflediklerine değinen Okyay "Bugün Erbil, Kerkük, Süleymaniye, Zaho, Dohuk ve Musul'da aktif çalışmalarımız bulunuyor. Kısa süre içerisinde Irak'ın tüm şehirlerinde dağıtım ağıımızı oluşturup mağazalarımızı sırası ile açma hedefimizde hızla ilerliyoruz" diye konuştu.

530 metrekarelik mağaza

Erbil'de açılan yeni mağaza, Kale Grubu'nun Kuzey Irak distribütörü Diwan Company'nin ortakları Ahmet Hacı Ali Yusuf ve Kemal Ekşi tarafından yönetiliyor. Erbil'den Cumhurbaşkanlığı Sarayı'nın bulunduğu Selahattin kentine giden ve şehrin en kalabalık yeri olan Shoresh Caddesi üzerinde bulunan mağaza, 530 metrekarelik bir alanda hizmet verecek. Kale Grubu ürünlerinin sunumu ile satışının gerçekleştirileceği mağaza, yapı sektöründe, seramik, vitrifiye, armatür, banyo dolabı, banyo küveti, yapı kimyasalları gibi çok geniş bir ürün yelpazesine sahip, Kuzey Irak'taki ilk ve tek mağaza olma özelliğini taşıyor.

Irak ve Türk ortaklar tarafından kurulan Diwan Company, sekiz yıldır Erbil'de mutfak dolabı üretimi, Irak genelinde bu ürünlerin dağıtımını ve Türk şirketlerinin distribütörlüğünü yapıyor. Kale Grubu ürünleri Erbil haricinde Bağdat, Kerkük, Dohuk, Ramadi ve Musul'da da Diwan Company bayileri tarafından satılıyor. Diwan Company, Irak genelinde yeni bayilerin oluşturulması ve mağazaların açılması için çalışmalarını sürdürüyor. Kale Grubu, Diwan Company ile birlikte Basra mağaza açılışını 2011 Mart ayında katılacağı fuar sonrasında gerçekleştirmeyi hedefliyor.

of our exports to EU countries, 20 percent to Middle Eastern countries, 10 percent to North America and the remaining 20 percent to other countries. With this position, we are the leader in Turkey, third in Europe and tenth in the world. As Kale Group, we aim to have an export figure of 225 million TL with an increase of 25 percent in 2011". Adding that in 2010, Kale Group has launched showrooms in line with the renewed merchandising concept where one hundred percent Kale products are offered to sale in many countries, Okyay said that thanks to this, they are seeking to enhance the recognition of their brands, becoming the most preferred brand in these countries. Okyay said; "We have stores in Baku, Dubai and Abkhazia. We are planning to open our two stores which are near to completion in March in Libya. In India, our corner store is being opened. We are scheduling to open our concept stores in Jeddah and Riyadh in 2012. Our target is to increase the number of our concept stores in Russia, Turkic Republics and the east". Noting that they are targeting to become the market leader in all brands as soon as possible in Iraq, Okyay said; "Today we have active endeavors in Kerkuk, Suleimania, Zaho, Dohuk and Mosul. We are rapidly advancing towards our aim of forming our distribution network in all cities of Iraq as soon as possible and opening our stores one after the other".

530-square-meter store

The new store opened in Erbil is managed by Ahmet Hacı Ali Yusuf and Kemal Ekşi, shareholders of Diwan Company, Kale Group's distributor for Northern Iraq. The store lying on Shoresh Street, running from Erbil to city of Salahaddin where President's Palace is, which is the most crowded location in the city, will offer services on an area of 530 square meters. The store, where Kale Group products will be presented and sold has the distinction of being the first and only store in Northern Iraq with a very broad product range including ceramics, vitreous ware, taps, bathroom cabinets, bath tubs and building chemicals in the building industry.

Diwan Company, set up by Iraqi and Turkish shareholders, has been manufacturing kitchen cabinets in Erbil for eight years, distributing these products in Iraq at large and serves as distributors for Turkish companies. Kale Group products are sold by Diwan Company dealers in Baghdad, Kerkuk, Dohuk, Ramadi and Mosul, too, beside Erbil. Diwan Company is pursuing its efforts for forming new dealers and opening stores all over Iraq. Kale Group aims to hold the opening of the store in Basra with Diwan Company after the trade fair it will attend in March 2011.

Ömür Tokgöz

ICMEA Uluslararası Seramik Magazin Editörleri Birliği Toplantısı yapıldı

Kasım (2010) ayında Çin - Fuping'te düzenlenen 3. ICMEA Uluslararası Seramik Magazin Editörleri Birliği Konferansı, 26 ülkeden 93 katılımcı ile gerçekleştirildi. Ana teması "Seramiğin Yorumlanması" olan etkinliğe Türkiye'den Yrd. Doç. Feyza Özgündoğdu ve Öğr. Gör. Burcu Karabey birer bildiri sunarak katıldı. Ayrıca konferans çerçevesinde düzenlenen "Emerging Artists" yarışmasında ise Ömür Tokgöz çalışmalarını ile yer aldı ve bir ay süre ile residency programına katılmaya hak kazanarak ödüllendirildi. Leman Kalay ve Selçuk Karabüyük de bu sergi ön elemesinde seçilerek, sergiye katılmaya hak kazandı.

ICMEA International Ceramic Magazine Editors Association Meeting held

The 3rd ICMEA International Ceramic Magazine Editors Association Conference held in Fuping-China in November 2010 took place with the participation of 93 members from 26 countries. From Turkey, Asst. Prof. Feyza Özgündoğdu and Lecturer Burcu Karabey participated in the event with the main theme "Interpretation of Ceramic" with a presentation each. Also, Ömür Tokgöz took part in the "Emerging Artists" contest organized on the occasion of the conference and was awarded by gaining the right to participate in the residency program for a month. Leman Kalay and Selçuk Karabüyük, on the other hand, earned the right to participate in the exhibition, passing the preliminary screening.



Çanakcılar'dan yeni yatırım

Teknoloji ve üretim yatırımını gelişimin bir parçası olarak gören Çanakcılar Şirketler Grubu, bünyesinde bulunan Zonguldak Gökçebey'deki 60 bin metrekarelik Creavit vitriyfe seramik sağlık gereçleri üretim tesisleri ve Zonguldak Çaydeğirmeni Beldesi'ndeki 13 bin metrekarelik Doxa markalı ofis ve Creavit markalı banyo mobilyaları fabrikasını büyüttü. Mobilya fabrikasına ilave olarak geçtiğimiz yıl inşası gerçekleştirilen ve 23 bin metrekare açık alanı, 80 bin metrekare kapalı alanı, 36 bin metrekareyi bulan yeni fabrikanın üretim sisteminde; mobilya ünitelerinin yanı sıra klozet kapakları üretiminin gerçekleştirilmesi planlanıyor. Bir diğer ünite ise üretim bandına yeni dahil edilen gömme rezervuarlara ait.



New investment by Çanakcılar

Çanakcılar Group of Companies, which sees technology and production investments as part of development, enlarged its vitreous ware Creavit ceramic sanitary ware production plants of 60,000 square meters in Zonguldak Gökçebey and Doxa brand office and Creavit brand bathroom furniture plant of 13,000 square meters in Zonguldak Çaydeğirmeni Sub-District. In addition to furniture units, manufacturing of toilet bowl lids are being planned in the production system of the new plant which was constructed last year as an extension of the furniture plant which has an outdoor area of 23,000 square meters and indoor area of 80,000 square meters. There is another unit for built-in tanks which has just been incorporated in the production line.

Suya dokunan tasarımlar...

ADELL

Sedan

El değmeden açılıp,
kapanabilen akıllı armatür
serisi...



Flora

Suyun dinamizmi...



Titan

Seçkinliğin
sıradışı formu.



Adell Armatür ve Vana Fabrikaları A.Ş.

İkitelli Organize Sanayi Bölgesi Hürriyet Bulvarı No:54 34670 Başakşehir / İSTANBUL

Tel: 0 212 486 20 00 Fax: 0 212 486 20 10 www.adell.com.tr

Eczacıbaşı'nın Avrupa'daki hedefi: İlk üç

Eczacıbaşı Yapı Ürünleri Grubu'nun ürünlerine dünya çapında 2 bin 500 satış noktasından ulaşılabildiğini söyleyen Hüsamettin Onaç, "Hedefimiz 1 milyar avro ciroyu yakalamak. Bu hedefi üç yıllık plan dönemi içinde yakalayacağımızı düşünüyoruz" dedi.

Eczacıbaşı's target in Europe: Top three

Noting that worldwide, Eczacıbaşı Building Products Group's wares may be accessed from 2,500 points of sale, Hüsamettin Onaç said; "Our target is to capture 1 billion Euro turnover. We believe that we will get to that target within the three-year plan period."

Eczacıbaşı Yapı Ürünleri Grubu Başkanı Hüsamettin Onaç, Avrupa'da çok iyi bir oyuncu olan ve altıncı sırada yer alan Yapı Ürünleri Grubu'nun hedefinin önümüzdeki dönemde yeni firma ve markaları da bünyesine katarak ve belirledikleri pazarlarda da büyüyerek 1 milyar avro ciro ve Avrupa'da ilk üç içinde yer almak olduğunu söyledi. Bünyesinde Vitra, Artema, Burgbad, Engers ve Villeroy&Boch'u barındıran Eczacıbaşı Yapı Ürünleri Grubu, Vitra ve Burgbad markalarıyla Frankfurt'ta düzenlenen ISH Fuarı'na katıldı. Türkiye'de sekiz, Almanya'da altı ve Fransa'da da iki olmak üzere toplam 16 fabrikaları olduğunu belirten Onaç, faaliyette buldukları en önemli ülkenin Rusya olduğunu ve burada iki fabrikalarının olacağını söyledi. Onaç, 30 milyon avroluk bir yatırımla kurulan karo seramik fabrikasının nisan ayında üretime başlayacağını, toplam 30 bin metrekare kapalı alana sahip olan bu fabrikada yılda 3,5 milyon metrekare üretim yapacaklarını açıkladı. Bu fabrikanın hemen yanında 10 bin metrekarelik kapalı bir alan üzerine seramik sağlık gereçleri üretecek bir fabrika kurmak için de yatırıma başladıklarını belirtti.

Grubun en önemli pazarlarının Almanya, Fransa, İngiltere ve Türkiye olduğunu, bunun yanı sıra yatırım yaptıkları ve gelişme potansiyeli olarak Rusya ve Ortadoğu'daki enerji ülkelerini stratejik pazar olarak gördüklerini söyleyen Onaç, bunların dışında gelişmek istedikleri pazarların doğu, kuzey ve güney Avrupa, Uzak Doğu'da Hindistan ve Çin ile Kuzey Amerika olduğunu vurguladı. Onaç, "Rusya'da kendi markamıza yaptığımız çok ciddi bir yatırım var. Bu çerçevede showroomlar açıyoruz. Bütün ürün gamımızı sergiliyoruz. Şu anda dört showroom var. Önümüzdeki beş yılda elli gibi bir rakama getirmek istiyoruz. Buna benzer bir stratejiyle de Hindistan'a girmeyi planlıyoruz. Hindistan'da da kendi markamızla gelişmek istiyoruz. Kendi markalarına yatırım yapan bir strateji. Bazı yerlerde de mevcut markaları satın alarak daha hızlı büyüyoruz. Almanya'da böyle bir çalışma yaptık. Hem karo, hem banyo grubunda farklı markalar aldık. Pazarların gelişmekte olduğu Rusya, Hindistan gibi ülkelerde markalarımıza yatırım yapıyoruz" dedi.



Yapı Ürünleri Grubu Başkanı Hüsamettin Onaç

Building Products Group Head Hüsamettin Onaç

Eczacıbaşı Building Products Group Head Hüsamettin Onaç said that the target of the Building Products Group, which is a very good player in Europe, ranking sixth, is to get to 1 billion Euro turnover and to be in the top three of Europe, incorporating new firms and brands and growing in designated markets. Eczacıbaşı Building Products Group, which accommodates Vitra, Artema, Burgbad, Engers and Villeroy&Boch participated in ISH Trade Fair held in Frankfurt with Vitra and Burgbad brands. Pointing out that they have 16 plants in total; eight in Turkey, six in Germany and two in France, Onaç remarked that the most important country they operate in is Russia and they would have two plants there. Onaç said that the ceramic tile plant set up with an investment of 30 million Euro will start production in April and that there will be production of 3.5 million square meters a year at the plant which will have an indoor space of 30,000 square meters in total. Onaç also noted that they have started investments for setting up a plant to produce ceramic sanitary ware on an indoor area of 10,000 square meters right beside this plant.

Onaç, stating that the most important markets of the group are Germany, France, UK and Turkey and in addition, they see Russia and energy countries in the Middle East as strategic markets where they invest in and which have potential of development, also stressed that beside these, the markets they want to grow are eastern, northern and southern Europe, India and China in the Far East and North America. Onaç said; "We have a very serious investment in our own brand in Russia. In this context, we are opening showrooms. We are displaying all our product range. Presently, there are four showrooms. In the coming five years, we want to get to a figure like fifty. We also want to penetrate India with a similar strategy. We want to grow in India, too, with our own brand. A strategy investing in its own brands. At some places, we are growing faster, acquiring existing brands. We did so in Germany. We acquired different brands in tile and bathroom groups. We are investing in our own brands in countries like Russia and India where markets are growing".

SERAMİKSAN SÖZÜ:
**EVİNİZ TERTEMİZ
KALACAK.**

Türkiye'de ilk kez Seramiksan'ın Nanotech Serisi'nde kullandığı, granitlerin parlatılması sırasında uygulanan nano teknolojiyle evinizdeki karolar leke tutmayacak, bakteri barındırmayacak. Seramiksan sözü.



Yaşayan İnsan Hazinesi; Mehmet Gürsoy

Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü'nce yürütülen somut olmayan kültürel miras çalışmaları kapsamında 2010 Aralık ayında İstanbul'da "Yaşayan İnsan Hazinesi" ödülü verilen dokuz geleneksel sanat taşıyıcısı arasında yer alan Mehmet Gürsoy, yedi asırlık bir imparatorluğun sanatını geleceğe miras taşıyıcısı olarak seçilmekten mutluluk duyduğunu belirtti. Gürsoy, "UNESCO'nun verdiği Yaşayan İnsan Hazinesi titri, son derece anlamlı olup bize büyük görevler yüküyor. Mutluluğumu kelimelerle ifade etmem mümkün değil, heyecanım dorukta. Büyük bir ödül, bunun sorumluluğunu taşımak elbette çok önemli. Bu mirası geleceğe taşırken son derece dikkatli olmalıyım. Bunun tavizi olmaz, mutlaka hakkını vermek durumundayız. Zaten hakkını verdiğimiz için bu ödül bize layık görülmüştür" dedi.



Living Human Treasure; Mehmet Gürsoy

Mehmet Gürsoy, who is among the nine traditional art carriers who were honored with the "Living Human Treasure Award" in Istanbul in 2010 on the occasion of the non-concrete cultural heritage activities conducted by Ministry of Culture and Tourism General Directorate of Research and Education, said that he was happy to be selected as the carrier of the heritage of the art of a seven-century-old empire to the future. Gürsoy said; "The title of living human treasure awarded by UNESCO is extremely meaningful and charges us with great duties. It is not possible for me to express my delight in words. My excitement has peaked. This is a great award, it is obviously very important to bear the responsibility of this. I must be extremely careful when carrying this heritage to the future. There can be no compromises, we definitely have to do what is right. Actually, we were found worthy of this award because we are doing what is right".



Seramikte iş birliği yapacaklar

Türkiye Seramik Derneği (TSD) Başkanı Tolun Vural ve SERES 2011 Kongre Düzenleme Kurulu Başkanı ve aynı zamanda Anadolu Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Öğretim Üyesi Doç. Dr. Alpagut Kara, Anadolu Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Davut Aydın'ı ziyaret etti. Anadolu Üniversitesi ve TSD'nin ortak çalışmasının gündeme geldiği ziyarette, Anadolu Üniversitesi'nin bilime ve sanata önem veren yönetiminin önemine değinen TSD Başkanı Tolun Vural, TSD'nin kurulduğu günden bu yana seramik alanında bilimsel ve sanatsal çalışmalara katkıda bulunma amacı çerçevesinde çalıştığını söyledi. Vural, TSD'nin Türkiye Seramik Federasyonu çatısı altında ayrıca Avrupa Seramik Derneği üyesi olduğunu ifade etti. Derneğin, sanatsal faaliyetler, seminerler, çalıştaylar, yarışmalar ve bilimsel kongreler düzenlediğini kaydeden Tolun Vural, derneğin uluslararası projelerde yer aldığını da altını çizdi. Prof. Dr. Davut Aydın ise TSD'nin etkinlikleri ve Tolun Vural'ın dile getirdiği finansal sıkıntılarla ilgi değerlendirmelerde bulundu.

Ceramic collaboration

Turkish Ceramic Association (TSD) President Tolun Vural and SERES 2011 Convention Organization Committee Head and also, Anadolu University Member of Faculty of Engineering Architecture Faculty Assoc. Prof. Dr. Alpagut Kara visited Anadolu University President Prof. Dr. Davut Aydın. TSD President Tolun Vural, who touched upon the importance of Anadolu University administration, emphasizing science and art at the visit where joint efforts of Anadolu University and TSD were discussed, pointed out that TSD has been working to contribute to scientific and artistic efforts in the field of ceramics since the day of its inception. Vural stated that TSD is also a member of European Ceramic Association under the roof of Turkish Ceramic Federation. Noting that the Association has been organizing art events, seminars, workshops, contests and scientific conventions, Vural underscored that the Association also takes part in international projects. Prof. Dr. Davut Aydın, on the other hand, assessed TSD's activities and gave his views on the financial problems articulated by Tolun Vural.

banyo bu tarafta

creavit[®]

Creavit Banyo, modern tasarımı ve güçlü çizgileriyle yaşam alanlarınıza değer katmaya devam ediyor. Creavit, estetik değerlerden ve konfordan vazgeçemeyenler için tasarımlarıyla olduğu kadar işlevsel özellikleriyle de öne çıkarak, size evlerinizde muhteşem bir banyo keyfi yaşıyor.





Seramik sektörüne bahar erken geldi

Spring comes early for the ceramic industry

Her yıl olduğu gibi bu yıl da kapılarını yirmi üçüncü kez yerli ve yabancı 226 firmaya açan UNICERA Fuarı, etkinlikleriyle olduğu kadar düzenlenen sergi ve aktiviteleriyle de çok konuşuldu. Dokuzuncusu düzenlenen ve artık gelenekselleşen Seramik Onur Ödülleri de sahiplerini buldu.

Türk seramik sektörü her yıl baharı nisan ayında düzenlenen UNICERA Fuarı ile açardı. Bu yıl bahar sektöre bir ay önce geldi. 23. Uluslararası Seramik Mutfak Banyo Fuarı UNICERA 2011, 2-6 Mart 2011 tarihleri arasında Beylikdüzü TÜYAP İstanbul Kongre Merkezi'nde düzenlendi. Türkiye Seramik Federasyonu (SERFED), Tesisat İnşaat Malzemecileri Derneği (TIMDER) ve TÜYAP'ın işbirliği ile gerçekleştirilen fuarın açılışını Bayındırlık ve İskân Bakanı Mustafa Demir, SERFED Yönetim Kurulu Başkanı Zeynep Bodur Okyay, TIMDER Başkanı Serdar Dönmez ve TÜYAP İcra Kurulu Başkanı Serdar Yalçın birlikte yaptı. UNICERA 2011'le eş zamanlı olarak düzenlenen 2. PIPEXPO Fuarı ve ilki gerçekleştirilen DEKOREX Fuarı'nın açılışı da yapıldı.

Bu yıl fuarda 19 yabancı, toplam 226 katılımcı firma yer aldı. Metrekare bazında yaklaşık yüzde 12 oranında büyüyen fuar alanı 88 bin metrekare alana ulaştı. On yedi ayrı ülkeden ve 18 ilimizden alım heyetleri fuarı ziyaret ederek, üreticilerle bir araya geldi. Toplamda yetmiş ülkeden, yaklaşık 60 bin katılımcının izlediği fuar Türk seramik sektörü ürünlerinin sergilenmesinin yanı sıra sektörün tasarım becerilerinin, firma etkinliklerinin ve bilimsel aktivitelerin yer aldığı, her yönüyle zenginleşmiş bir ticari platform olarak yeni bir rekora imza attı.

UNICERA Trade Fair, which opened its doors for the twenty-third time to domestic and foreign 226 firms this year too, like every other year, was quite talked about as much as its events, with the exhibitions and activities held as well. Ceramic honor awards, the ninth of which were organized, which have become traditional, also went to their winners.

Turkish ceramic industry used to start every spring with UNICERA Trade Fair held in April. This year, spring arrived a month early for the industry. 23rd International Ceramic Kitchen and Bathroom Trade Fair UNICERA 2011 was held at Beylikdüzü TÜYAP İstanbul Convention Center March 2-6, 2011. The opening of the fair organized by Turkish Ceramics Federation (SERFED), Plumbing and Building Material Suppliers Association (TIMDER) and TÜYAP, was done by the Minister of Public Works and Settlements Mustafa Demir, SERFED Chairman of the Board Zeynep Bodur Okyay, TIMDER President Serdar Dönmez and TÜYAP Chairman of Executive Board Serdar Yalçın jointly. The openings of 2nd PIPEXPO Trade Fair and the first DEKOREX Trade Fair held simultaneously with UNICERA 2011 were also carried out.

There were 226 participants in total; 19 foreign, at the trade fair this year. The trade fair grounds growing by approximately 12 percent in footage reached 88,000 square meters. Trade missions from 17 separate countries and 18 provinces in Turkey visited the trade fair, coming together with producers. The fair viewed by approximately 60,000 visitors from seventy countries in total broke a new record as a trade platform where, in addition

Seramik Onur Ödülleri verildi

Fuarın ilk günü düzenlenen ve artık gelenekselleşen Seramik Onur Ödülleri, sektöre emek veren, katkı sağlayan, sektörün gelişimi için bilimsel ve sanatsal çalışmalara imza atan isimlere verildi. Bu yıl dokuzuncusu düzenlenen Seramik Onur Ödülleri yedi derneğin, kendi sektörlerine katkı sağlayan isimlerine gitti. TIMDER tarafından verilen ödülü bu yıl Aydın Eşer aldı. Eşer'e ödülünü TIMDER Başkanı Serdar Dönmez takdim etti. Türk Seramik Derneği (TSD) tarafından ödül Prof. Dr. Hamiye Çolakoğlu'na verildi. Rahatsızlığı nedeniyle törene katılmayan Çolakoğlu'nun ödülünü, ödülü veren TSD Başkanı Tolun Vural aldı.

Seramik Hammadde Üreticileri Derneği (SERHAM) Başkanı Selim Çiçek tarafından SERHAM adına verilen ödülün sahibi ise Prof. Dr. Güven Önal oldu. Seramik Refrakter Malzemeleri Üreticileri Derneği (SEREF) adına verilen ödüle bu yıl Faruk Arısoy layık görüldü. Arısoy ödülünü SERFED Başkanı Zeynep Bodur Okyay'ın elinden aldı. Seramik Kaplama Malzemeleri Üreticileri Derneği (SERKAP) adına Suat Karaveli'ye ödülünü SERKAP Başkanı Ahmet Yamaner verirken, Seramik Sağlık Gereçleri Üreticileri Derneği (SERSA) adına Nihat Yıldırım'a ödülünü SERSA Başkanı Erdem Çenesiz takdim etti. SERFED Genel Sekreteri Germiyan Saatçioğlu da SERFED adına verilen ödülü SERFED Başkanı Zeynep Bodur Okyay'ın elinden aldı.

Zengin fuar etkinlikleri

UNICERA 2011 kapsamında ikinci gün düzenlenen etkinlikler akademisyenler, mimarlar, öğrenciler, sanayiciler ve fuar katılımcılarına zengin bir içerik sundu. Fuarın ikinci günü olan 3 Mart 2011 tarihinde Mimarlar Günü aktivitesi olarak Konsept Projeler dergi yapımcılarından önerilen yedi ünlü mimarın (Abdullah Burnaz, Dara Kızıltoprak, Ece Ceylan Baba, Gökhan Avcioğlu, Mehpere Evrenol, Metin Hepgüler, Necibe Darcan, Sinan Kafadar) kendi özel projelerinin oluşum süreçlerinin konu edildiği workshop uygulamaları gerçekleştirildi. Workshopa seramik ve mimarlık fakültesi öğrencilerinin yanı sıra Mimarlar Odası Yönetim Kurulu üyeleri de katıldı.

Fuarın ikinci günü düzenlenen bir başka etkinlik ise "Avrupa Seramik Sanayi Üretimi, Ticareti ve Dünyadaki Yeri" konulu konferanstı. Konferansın konuşmacısı Cerame Unie Genel Müdürü Renauld Batier'di. Fuarın üçüncü günü olan 4 Mart 2011 tarihinde dü-



Zeynep Bodur Okyay - Germiyan Saatçioğlu

to displaying of products of the Turkish ceramic industry, the design skills and firm events and scientific activities of the industry were presented, enriched in every aspect.

Ceramic Honor Awards handed out

The Ceramic Honor Awards held on the first day of the fair, which have become traditional, were handed out to names toiling in the industry, contributing to it, authoring scientific and artistic work for advancement of the industry. The Ceramic Honor Awards, the ninth of which were organized this year, went to names in seven associations contributing to their own sectors. Aydın Eşer received the award handed out by TIMDER this year. Eşer's trophy was presented by TIMDER President Serdar Dönmez. The award of Turkish Ceramics Association (TSD) went to Prof. Dr. Hamiye Çolakoğlu. The trophy of Çolakoğlu, who was unable to attend the ceremony due to her illness, was picked up by President Tolun Vural, President of TSD, handing out the award.

The receiver of the award handed out in the name of SERHAM by Selim Çiçek, President of Ceramic Raw Material Manufacturers Association (SERHAM), was Prof. Dr. Güven Önal. Faruk Arısoy was chosen to receive the award given in the name of Ceramic Refractory Materials Manufacturers Association (SEREF). Arısoy received his award from the hands of Zeynep Bodur Okyay, SERFED President. His trophy was given to Suat Karaveli in the name of Ceramic Tile Manufacturers Association (SERKAP) by SERKAP President Ahmet Yamaner, with SERSA President Erdem Çenesiz presenting his award to Nihat Yıldırım in the name of Ceramic Sanitary Ware Manufacturers Association (SERSA). SERFED Secretary General Germiyan Saatçioğlu received the award given in the name of SERFED from SERFED President Zeynep Bodur Okyay.

Rich trade fair events

The events organized on the second day of UNICERA 2011 offered a rich content to academicians, architects, students, industrialists and trade fair participants. Workshops were held on March 3, 2011, the second day of the trade fair, as an Architects Day event addressing the formation processes of special projects of seven famed architects (Abdullah Burnaz, Dara Kızıltoprak, Ece



Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Seramik Tanıtım Grubu tarafından UNICERA Fuarı'nda bir VIP Lounge açıldı. Yabancı ziyaretçiler VIP Lounge'da kabul edildi ve ağırlandı.

A VIP lounge was opened by Central Anatolia Exporters Union Ceramic Promotion Group at UNICERA trade fair. Foreign guests were received and entertained at the VIP Lounge.

zenlenen konferansın konusu ise İtalyan Seramik Teknolojileri Yenilikleri'di. Bu konferansa konuşmacı olarak katılan Erminio Guiducci (LB), Pietro Montorsi (Martinelli Ettore), Fabio Ronchetti (Air Power Group), Andrea Poli (Siti-B&T Group), Marcello Cuoghi (TCK), Fabio Vecchi (Tecnema) ve Andrea Cannella (Sacmi) sunumlarıyla da renk kattı.

Bir sergi ve bir anma köşesi

Fuarda aynı zamanda geçtiğimiz aylarda yitirdiğimiz Kütahya çini sanatının ve çiniciliğinin gelişmesine büyük katkısı olan çini ustası Sıtkı Olçar da anıldı. Sıtkı Olçar anısına fuar alanı fuayesinde bir köşe oluşturuldu. Köşede Sıtkı Olçar'ın sanatının ve ustalığının izlerini taşıyan eserleri sergilendi. Fuar boyunca fuaye alanında devam eden bir de sergi açıldı. Adell Armatür tarafından gerçekleştirilen Ab-ı Hayat Su Kültürü ve Hamam Sergisi'nin açılışını Bayındırlık ve İskân



Ceylan Baba, Gökhan Avcioğlu, Mehpere Evrenol, Metin Hepgüler, Necibe Darcan and Sinan Kafadar) nominated by Concept Projects journal editors. In addition to students of ceramic and architecture faculties, members of the Board of Architects Association attended the workshop.

Yet another event held on the second day of the trade fair was the conference titled "European Ceramic Industry's Production, Trade and Position in the World". Conference speaker was Renault Batier, General Manager of Cerame Unie. The topic of the conference held on March 4, 2011, the third day of the trade fair, was Italian Ceramic Technology Innovations. Erminio Guiducci (LB), Pietro Montorsi (Martinelli Ettore), Fabio Ronchetti (Air Power Group), Andrea Poli (Siti-B&T Group), Marcello Cuoghi (TCK), Fabio Vecchi (Tecnema) and Andrea Cannella (Sacmi) added color to the conference as speakers.





Bakanı Mustafa Demir ve SERFED Başkanı Zeynep Bodur Okyay yaptı. Adell Armatür Yönetim Kurulu Başkanı Ali Topçu, serginin UNICERA Fuarı kapsamında gerçekleştirilmesine destek veren SERFED Başkanı Zeynep Bodur Okyay, TIMDER Başkanı Serdar Dönmez ve TÜYAP İcra Kurulu Başkanı Serdar Yalçın'a teşekkür plaketi verdi.

"UNICERA kapsamında sektörümüzdeki ürün ve hizmet alanındaki yenilikleri sergilerken diğer yandan sanat ve kültürümüze yansıyan diğer bileşenleri bir arada sergilemeye gayret ettik" diyen SERFED Başkanı Zeynep Bodur Okyay, sergi ile ilgili şunları söyledi.

"Bugün sektörümüzün önemli bir bileşeni olan banyo konseptinin yerine geçmişimizde hamam kültürünün önemli bir yer tuttuğunu görüyoruz. Biz de, Türk hamam gelenekleri ve hamam malzemelerinden örneklerin sunulduğu Ab-ı Hayat Su Kültürü ve Hamam sergisi ile geçmişte toplumumuzun önemli bir ritüeline dikkat çekmeyi amaçladık. Bu serginin özellikle son yıllarda giderek artan yabancı ziyaretçilerimiz için çok ilgi çekici olacağını düşünüyorum."

Fuar kapsamındaki bir başka sergi ise Türkiye Mimarlar Odası tarafından düzenlendi. 1988 yılında başlayan ve iki yılda bir düzenlenen XII. Ulusal Mimarlık Sergisi'nde çeşitli kategorilerde 160 eser, 218 adet panoda sergilendi.



An exhibition and a corner of tribute

At the trade fair, tribute was paid to çini master Sıtkı Olçar who has made great contributions to the development of Kütahya art of traditional tile making and çini making, who we lost recently. A corner was built in the lobby of the trade fair in memory of Sıtkı Olçar. Sıtkı Olçar's works bearing the traces of his art and mastery were on display at the corner. There was also an ongoing exhibition in the lobby through the term of the fair. The opening of the Ab-ı Hayat Water Culture and Bathroom Exhibition held by Adell Armatür was done by Minister for Public Works and Settlements Mustafa Demir and SERFED President Zeynep Bodur Okyay. Adell Armatür Chairman of the Board Ali Topçu presented plaquettes of gratitude to SERFED President Zeynep Bodur Okyay. Adell Armatür Chairman of the Board Ali Topçu presented plaquettes of gratitude to SERFED President Zeynep Bodur Okyay, TIMDER President Serdar Dönmez and TÜYAP Chairman of Executive Board Serdar Yalçın who gave support to the exhibition's being held on the occasion of UNICERA Trade Fair.

SERFED President Zeynep Bodur Okyay, who said; "While we presented the innovations in the fields of products and services in our industry at UNICERA, we also made an effort to exhibit other components reflecting on our art and culture", added the following about the exhibition: "We see that in our past the bath culture played an important role in place of the bathroom concept which is an important component of our industry today. So we sought to draw attention to an important past ritual of our society with the Ab-ı Hayat Water Culture and Bathroom exhibition where Turkish bath traditions and specimens of bathroom materials are presented. I believe that this exhibition will be very interesting for especially our foreign visitors, the number of which is increasing in recent years".

Another exhibition on the occasion of the trade fair was organized by Turkish Architects Association. 160 works were on display on 218 panels in various categories at 12th National Architecture Exhibition held every two years starting from 1988.



UNICERA Fuarı yüzde 12 büyüdü

Bu yıl yirmi üçüncüsü düzenlenen UNICERA 2011 Fuarı, global krize rağmen yüzde 12 büyüyerek yeni bir rekora imza attı. 88 bin metrekare alana yayılan fuara bu yıl 19'u yabancı, toplam 226 firma katılırken, yetmiş ülkeden yaklaşık altmış bin ziyaretçi geldi.

UNICERA Trade Fair grows by 12 percent

UNICERA 2011 Trade Fair, the twenty-third one of which is organized this year, broke a new record, growing 12 percent despite the global recession. This year, 226 firms in total, 19 of which are foreign, participated in the trade fair spread over an area of 88,000 square meters which was visited by approximately sixty thousand visitors from seventy countries.

Türk seramik sektörünün gücünü ve etkinliğini gösteren çok önemli bir ticari platform olan UNICERA Uluslararası Seramik Banyo Mutfak Fuarı, kapılarını 23. kez 2-6 Mart 2011 tarihlerinde TÜYAP İstanbul Kongre Merkezi'nde açtı. Açılışta konuşan TÜYAP İcra Kurulu Başkanı Serdar Yalçın, fuarın seramik sektörünün iç dış pazarlarda gücünü, kudretini, üretim kapasitesini ve tasarım yeteneklerinin gösterildiği en büyük toplu pazarlama platformu olduğunu belirtti. "Fuar, bu 23 yıl içerisinde adeta ülkemizin özlediği istikrar sembolü haline gelmişti" diyen Yalçın, UNICERA ile eş zamanlı olarak ikincisi düzenlenen boru, vana ve filtre endüstrisi fuarı PIPEXPO 2011 ile ilki düzenlenen DEKOREX fuarının yurt içi ve yurt dışından ziyaretçilerle firmaları buluşturacağını belirtti.

UNICERA 2011'in katılımcı yönünden zenginleştiğine vurgu yapan Yalçın, "Geçmişte on ülkeden yabancı katılımcı varken bu yıl bu sayı

UNICERA International Ceramic Bathroom Kitchen Trade Fair, one of the most important trade platforms exhibiting the potency and effectiveness of the Turkish ceramic industry, opened its doors for the twenty-third time March 2-6, 2011 at TÜYAP Istanbul Convention Center. TÜYAP Chairman of Executive Board Serdar Yalçın, speaking at the opening, pointed out that the trade fair was the largest mass marketing platform where the potency and power in domestic and international markets, the production capacity and design capabilities of the ceramic industry are displayed. Yalçın, who said, "The trade fair has become the stability symbol almost strived by our country in these twenty-three years", noted that PIPEXPO 2011, the pipe, valve and filter industry trade fair, the second one of which is held simultaneously with UNICERA; and DEKOREX trade fair, the first one of which is held at the same time,



19'a çıkmıştır. 190 olan toplam katılımcı sayısı da 226'ya çıkmıştır. Metrekare bazında yaklaşık yüzde 12 oranında anlamlı bir büyüme gösteren fuar, 88 bin metrekare alana yayılmıştır. Bir yıl boyunca özellikle Avrupa kıtasında, Karadeniz havzasında, Hazar havzasında yakın ilişkilerde bulunduğumuz bölgelerde ve Orta Doğu'nun genelinde eksiksiz olarak tanıtıma devam ettik. Bu çalışmaların neticesinde 17 ayrı ülkeden ve 18 ilimizden çok anlamlı, seçilmiş, nitelikli alım heyetleri fuarı ziyaret edecek. Toplamda yetmiş ülkeden yaklaşık altmış bin katılımcının fuarı izlemesini hedefliyoruz. Bu fuar, ürünlerimizin olduğu kadar tasarım becerilerinin, firma etkinliklerinin, bilimsel aktivitelerin de yer aldığı, her yönüyle zenginleşmiş bir ticari platform olarak bu yıl hafızalarımızda yer edecektir" dedi.

"Her yıl büyüme rekorları kırdık"

Yirmi üç yıl önce 500 metrekare alan ve 2 bin ziyaretçisi ile başlayan, bugün 90 bin metrekareye yaklaşan fuar alanı, yetmiş binin üzerinde ziyaretçi potansiyeline sahip UNICERA Türk seramik sektörünün, yıllardır tek ve en görkemli fuarı olmuştur" diyen Tesisat İnşaat Malzemecileri Derneği (TIMDER) Yönetim Kurulu Başkanı Serdar Dönmez, fuarın her yıl artan ziyaretçi sayısı ile Avrupa coğrafyasında İtalya ve İspanya'daki benzerlerini geride bırakacak niteliğe ulaştığının altını çizdi. Dönmez, global krizin olduğu bir dönemde büyüme rekorları kıran fuarın, bu yıl yeni bir rekora imza atmasının sürpriz olmayacağını söyledi.

Türkiye'nin enerjide dışa bağımlı konumuna dikkat çeken Dönmez, enerji maliyetinin sektörlerin rekabetçiliğini olumsuz etkilediğini belirtti. Devletin sağlayacağı kısa vadeli teşviklerin ve vergilerin sektörleri rekabetçilikte olumlu etkileyeceğinin altını çizen Dönmez, uzun vadede enerji kullanımının azaltılmasına ve alternatif enerji kaynaklarının araştırılmasına yönelik yapılacak yatırımların da rekabetçilikte önem taşıdığını ifade etti. Dönmez, "Sektörde ham madde açısından dışa



Serdar Yalçın

will bring together the visitors and firms, local and international.

Stressing that UNICERA 2011 has been enriched in terms of participants, Yalçın said; "While there were foreign participants from ten countries in the past; this year, this number has risen to 19. The number of total participants which was 190 has gone up to 226. The trade fair, which has displayed significant growth at the rate of approximately 12 percent in terms of footage, is spread over an area of 88,000 square meters. We continued full promotion in regions where we have close relations in especially European continent, Black Sea basin and Caspian basin and the Middle East at large. As a result of these efforts, very meaningful selective qualified trade missions from 17 separate countries and our 18 provinces will visit the trade fair. We are targeting approximately sixty thousand participants from seventy countries in total. This trade fair will be entrenched in our memories this year as a trade platform enriched in every aspect featuring not only our products but design skills, firm events and scientific events as well".

will bring together the visitors and firms, local and international.

"We broke growth records each year"

Plumbing and Building Material Suppliers Association (TIMDER) Chairman of the Board Serdar Dönmez, who said; "UNICERA, which started twenty-three years ago on an area of 500 square meters with 2,000 visitors, which today has grounds of close to 90,000 square meters and a visitor potential of over seventy thousand, has been the only and most magnificent trade fair of Turkish ceramic industry over the years", underscored that the trade fair has reached a level to leave behind its peers in Italy and Spain in Europe with its increasingly growing number of visitors. Dönmez said that it will not be a big surprise if the trade fair, which broke growth records in a

TİMDER Yönetim Kurulu Başkanı Serdar Dönmez:

“İnşaat sektörü lokomotif sektördür”

“Türkiye'nin konumu itibarıyla en önemli ve gelişim hızı en yüksek sektörlerinden olan boru endüstrisi ile ilgili olarak, geçtiğimiz yıl 1. PIPEXPO fuarını gerçekleştirdik. Bu yıl da yine UNICERA 2011 ile eş zamanlı olarak gerçekleştireceğimiz PIPEXPO fuarımızın, ilk fuarda olduğu gibi gerek yerli, gerekse yabancı ziyaretçi bakımından büyük ilgi görmesi, sektörde ve iş çevrelerinde büyük yankı uyandırması, sektör temsilcilerine yeni pazarlar yaratma sözünü yerine getirmeyi başarması, gelecek yıllar için fuarımızın katedeceği mesafe hakkında bizlere önemli umutlar vermektedir. Fuarların başarısı şüphesiz ülke ve sektörlerimizin ekonomik durumları, katılımcılarımızın beklentileri ve gelecekteki umutları ile güçlenmektedir. İçinde yer aldığımız inşaat sektörümüz, ülke ekonomisine olduğu kadar, sağladığı istihdam açısından da lokomotif sektörlerin başında gelmektedir. Sektöre kayıtlı çalışan sayısı 1,3 milyon civarında iken, sektöre katkı sağlayan mimarlık, müşavirlik hizmetleri, uygulayıcılar, satış ve dağıtım kanalları ve inşaat malzemesi üreticilerinin katılması ile sektördeki istihdam 3 milyon seviyelerine, GSYH içindeki payı da yüzde 35 seviyelerine yükselmektedir.”

TİMDER Chairman of the Board Serdar Dönmez:

“Construction industry is the driving sector”

“Last year we held the 1st PIPEXPO trade fair regarding the pipe industry which is one of Turkey's most important and fastest developing industries in terms of its position. That our PIPEXPO trade fair, which we will held simultaneously with UNICERA 2011 once again this year, draws great interest in terms of local and international visitors like the first time, its resonance in the industry and business circles, its achieving to keep its promise of creating new markets to sector representatives, all give us hope regarding the distance to be covered by our trade fair in future years. The success of trade fairs undoubtedly is underpinned by the economic positions of our country and sectors, the expectations of our participants and their future hopes. The construction industry, of which we are part, leads the driving sectors not only for its contribution to the country's economy but for the employment it provides as well. While the number of employees registered in the industry is about 1.3 million; if one includes the architecture, consulting services, applicers, sales and distribution channels and construction material manufacturers contributing to the sector, the employment in the industry rises to 3 million and the share of GDP goes up to 35 percent”.



bağımlı olan petrokimya ve türevlerine dayalı boya, plastik ve yalıtım gibi alt sektörler de bulunmaktadır. Türkiye'de faaliyet gösteren PET-KİM, talebin sınırlı bir kısmına cevap verebildiğinden, yeterli miktarda yerli tedarik yapılamamaktadır. Ham maddede dışa bağımlı olduğumuz diğer bir sektör ise ham maddesi maden rezervlerine bağlı olan demir çelik sektörüdür. İnşaat sektörünün alt sektörü olan boru sektörünü yakından ilgilendiren ham maddede, dışa bağımlılığın olumsuz etkilerinin azaltılmasında vergi indirimlerinin uygulanması rekabette gücünü artıracaktır” dedi.

Sektörün önündeki engellere de değinen Dönmez şunları söyledi: “Türkiye’de yapı ve mesleki denetimin yetersiz olması, ürün sertifikasyonu eksikliği; iç pazarda ruhsatsız, kalitesiz yapılaşmaya yol açmakla kalmayıp, aynı zamanda kayıt dışı üretimin, bu yapı içinde yer bulmasıyla, sektör gelişiminin önünde önemli bir engel oluşturmaktadır. Bayındırlık ve İskân Bakanlığı tarafından 1 Ocak 2012’de yürürlüğe koyulması planlanan, Yeni İmar Kanunu Tasansı üzerinde çalışıldığı, bu kapsamda müteahhlik yapan herkesin kayıt altına alınmasının hedeflendiği bilinmektedir. Yapılan inşaat malzemeleri uygulamalarında niteliksiz iş gücü ve denetim eksikliği, müşteri memnuniyetsizliği ile sonuçlanmakta ve bu durumdan en fazla üreticiler zarar görmektedir. Kanun ve yönetmeliklere getirilecek değişiklik ile sertifikalı usta yetiştirilmesi, ürün spesifikasyon sistemlerine ek olarak konut güvenliği, depreme uygun yapılanma, kalite konusunda tüketicinin bilinçlendirilmesi, kalitesiz yapı oluşumunun önüne geçilmesinde önemli olacaktır.”



period of global recession, breaks another record this year.

Dönmez, drawing attention to the internationally dependent position of Turkey on energy, pointed out that cost of energy affected the competitiveness of industries adversely. Stressing that the short-term incentives and tax advantages to be provided by the state will affect industries positively in terms of competitiveness, Dönmez remarked that in the long-term, investments on reduction of energy consumption and research on alternative energy resources are important for competitiveness. Dönmez said; “The industry also has sub-sectors like paint, plastic and insulation dependent on petrochemicals and derivatives which are dependent on other countries in terms of raw materials. Since Petkim, operating in Turkey can satisfy only a limited portion of demand, there is no adequate domestic supply. Yet, another sector where we are depending on other countries in terms of raw materials is the iron-steel industry whose raw materials depend on mine deposits. Implementation of tax allowances in reducing the adverse impact of international dependency on raw materials which closely involves the pipe industry, which is a sub-sector of the construction industry, will enhance competitiveness”.

Also touching upon the obstacles in front of the industry, Dönmez said: “Adequate building and professional inspection in Turkey, lack of product certification do not just lead unlicensed, poor quality buildup in the domestic market but at the same time, acts as an important obstacle before the advancement of the industry as out of the books production finds a place in this structure. It is known that studies are done on the new zoning and planning bill scheduled to be implemented as of January 1, 2012 by Ministry of Public Works and Settlements, aiming to have everyone who does contracting work to be registered. Unqualified manpower and lack of supervision in carried out construction material applications leads to customer dissatisfaction, hurting the manufacturers most. With the change to be introduced on laws and regulations, education of certified tradesmen, home security in addition to product specification systems, earthquake resistant buildup and educating the consumer on quality will play an important role in preventing poor quality buildup”.

Porselen karoda en son teknolojiyi geliřtiren
Hitit Seramik, Paris Metro'su ve dünyanın
seękin mekanlarında tercih ediliyor.



**Dikkat
Parlak Zemin!**

%100 hijyenik kir ve leke
tutmayan bu zeminde
Hitit Nano Coating
teknolojisi kullanıldı.



SERFED Yönetim Kurulu Başkanı Zeynep Bodur Okyay:

“Büyüme sektörümüze de olumlu yansımıştır”

SERFED Chairman of the Board Zeynep Bodur Okyay:

“**Growth has reflected positively on our industry, too**”

Türkiye Seramik Federasyonu (SERFED) ve Tesisat ve İnşaat Malzemecileri Derneği'nin (TIMDER), TÜYAP işbirliğiyle gerçekleştirdiği UNICERA 23. Uluslararası Seramik, Banyo, Mutfak Fuarı, Bayındırlık ve İskân Bakanı Mustafa Demir'in katılımıyla açıldı. Bayındırlık ve İskân Bakanı Mustafa Demir, fuarın açılışındaki konuşmasında, Türkiye'nin son sekiz yıldır istikrarlı bir dönem yaşadığını kaydederek, istikrarın desteklendiği takdirde süreceğini söyledi. Fuarın geçen yıla göre yüzde 20 oranında büyüdüğüne değinen Demir, sektörden gelecek yıl için de aynı oranda büyüme sözü almak istediğini dile getirdi. Demir, Türkiye inşaat ve inşaat malzemeleri sektörünün tüm dünyada önemli işler yaptığına işaret ederek, Türkiye'de üretilmiş inşaat malzemelerinin dünyanın hemen hemen her ülkesinde satılabilecek nitelikte olduğunu ve sektörün dünyanın en iyilerinden olmaya aday konumunda bulunduğunu belirtti.

SERFED Yönetim Kurulu Başkanı Zeynep Bodur Okyay da, kriz sonrası toparlanmaya başlayan yapı sektörünün 2010'un son çeyreğinde yüzde 24,6 oranında büyüyerek lokomotif sektör olma

UNICERA 23rd International Ceramic, Bathroom and Kitchen Trade Fair held by Turkish Ceramics Federation (SERFED) and Plumbing and Building Material Suppliers Association (TIMDER) in collaboration with TÜYAP, was opened with participation of Minister of Public Works and Settlements Mustafa Demir. Minister of Public Works and Settlements Mustafa Demir, in his speech at the opening of the fair, pointed out that Turkey has gone through a stable period in the last eight years and this stability will continue if given support. Noting that the trade fair has grown by 20 percent over last year, Demir said that he wanted to get a promise of growth at the same rate for next year, too, from the industry. Demir, noting that the Turkish construction and construction materials sector is doing important things all over the world, pointed out that the construction materials produced in Turkey are of quality which can be sold in almost any country of the world and that the industry is a candidate for being one of the best globally.

SERFED Chairman of the Board Zeynep Bodur Okyay said that the building industry, starting to recover after the recession, has con-

“Kriz öncesi rakamlarına ulaşamasa da yapı sektöründe ihracatın arttığını ve büyümenin sürdüğünü görüyoruz. Büyüme ve iyileşme sektörümüze de olumlu yansımıştır” açıklamasını yapan Bodur Okyay, “Seramik kaplama malzemelerinde yüzde 20’lik bir artış gösteren üretimimiz 245 milyon metrekareye yükselmiştir. İhracatımızın bu dönemde yüzde 20 oranında artması ise bir diğer sevindirici gelişme olmuştur. Seramik sağlık gereçlerinde 195 bin tondan 220 bin tona yükselen üretim yaklaşık yüzde 12 oranında artmış, ihracat artışı yüzde 8 olarak gerçekleşmiştir” dedi.

Bodur Okyay who says; “We see that exports in the construction industry, although it has not yet reached to the pre-recession figures, has increased and growth is ongoing. Growth and improvement has reflected positively on our industry, too”, added; “A production which exhibits a growth of 20 percent in ceramic tile, has reached 245 million square meters. The increase in our exports in this period by 20 percent has been another delightful development. The production, rising from 195,000 tons to 220,000 tons in ceramic sanitary ware, has grown by 12 percent, with the rise in exports being 8 percent”.



özelliğini devam ettirdiğini söyledi. “Kriz öncesi rakamlarına ulaşamasa da yapı sektöründe ihracatın arttığını ve büyümenin sürdüğünü görüyoruz. Büyüme ve iyileşme sektörümüze de olumlu yansımıştır” diyen Bodur Okyay, sektörün başarısını rakamlarla destekledi. Okyay, “Seramik kaplama malzemelerinde yüzde 20’lik bir artış gösteren üretimimiz 245 milyon metrekareye yükselmiştir. İhracatımızın bu dönemde yüzde 20 oranında artması ise bir diğer sevindirici gelişme olmuştur. Seramik sağlık gereçlerinde 195 bin tondan 220 bin tona yükselen üretim yaklaşık yüzde 12 oranında artmış, ihracat artışı yüzde 8 olarak gerçekleşmiştir. Kapasite kullanım oranlarımızda bir miktar artma olmakla birlikte, saydığım tüm bu değerlerde sektörümüzün kriz öncesi 2007 yılı değerlerine ulaşamadığımızı gözlemliyoruz. Bu yıl ise sektörümüzün inşaat sektörünün ekonominin performansına paralel bir seyir izlemesi ve büyüme trendini sürdürmesi beklenmektedir.

“İnşaat sektörünü parlak bir dönem bekliyor”

Önümüzdeki beş yılda, gelişmekte olan ülkelerde artan altyapı ve konut ihtiyacına bağlı olarak inşaat sektörünü parlak bir dönemin beklediğini işaret eden Bodur Okyay, Türk inşaat malzemeleri sektörünün de bu dönemde yüksek büyüme beklentisi olan sektörlerin başında geldiğini ifade etti. Türkiye’de konut inşaatları olmak üzere, konut dışı ve altyapı inşaatlarındaki gelişmelerin inşaat malzemeleri pazarını olumlu etkileyeceğine vurgu yapan Bodur Okyay, pazarın büyümesiyle ilgili tespitlerini şöyle dile getirdi: “Türkiye’nin ekonomik gelişimi ile harca-

Bölge liderliği ve rekabetçilik

Türkiye’nin, üretim üssü liderliğini uzun vadede bölge liderliğine taşıması ve global dünyada rekabetçiliğini sürdürebilmek için yapılması gerekenleri de SERFED Başkanı Zeynep Bodur Okyay şöyle açıkladı: “Enerji verimliliği seferberliği başlatılmalıdır. Enerji verimliliğini artıracak ürünlere odaklanılmasıyla da ülkenin cari açığının azaltılmasına katkı sağlanması hedeflenmelidir. Çevre ve sürdürülebilirlik konusunda hızlı uyum sağlanmalıdır. Firmaların ürün ve süreçlerinde değişiklikler yapmaları için sektörde bilinçlendirmenin yapılması gerekmektedir. Sektörün inovasyon ve ARGE kabiliyeti artırılmalı, Türkiye’de global oyuncuların yurt dışında bulunan ARGE merkezlerini Türkiye’ye kaydırmalarını sağlayacak adımlar atılırken, diğer taraftan Türkiye’de inovasyon kültürü geliştirilmelidir. Çevre ülkeler arasında model ülke konumunda bulunan Türkiye’nin uluslararası marka yaratma zorunluluğu vardır. Üretimdeki yetkinliğimizin marka yaratmaya da taşınması hedefimiz olmalıdır. Şirketlerimizde operasyonel mükemmellik ve kurumsal altyapının geliştirilmesi için adımlar atılmalıdır. Piyasanın nabzını üretim ve hizmete yansıtacak yetenekli iş gücü sektöre çekilmelidir. Bayilik kanalında ürün ve hizmeti birlikte sunacak uzmanlaşma sağlanmalıdır.”

Regional leadership and competitiveness

SERFED President Zeynep Bodur Okyay explained what has to be done for Turkey’s carrying its production hub leadership to regional leadership in the long-term and for sustaining competitiveness in the global world: “A mobilization for energy efficiency must be initiated. It must be targeted that the current deficit of the country is reduced by focusing on products to enhance energy efficiency. Rapid adaptation must be achieved on the environment and sustainability. There must be awareness in the industry so that the firms can make changes in their products and processes. The innovation and R&D capability of the industry must be increased, steps must be taken to allow global players to shift their R&D centers abroad to Turkey; on the other hand, innovation culture must be developed in Turkey. Turkey, which is a model country among the neighboring states, has the obligation of creating international brands. Our aim must be to move our production capability to brand building, too. Steps must be taken in our companies for developing of operational perfection and corporate infrastructure. Skilled manpower, which will reflect the pulse of the market to production and services, must be attracted to the industry. Specialization to offer products and services together must be achieved in the dealership channel”.



SERFED Başkanı Zeynep Bodur Okyay:

“Gelişmiş ülkelerdeki mimarlık yaklaşımları Türkiye’de de hâkim olacaktır”

“Gayrimenkul Yatırım Ortaklıkları (GYO) da sektörün gelişimine önemli katkı sağlarken; toplu konut yatırımları ve ticari yatırımlarda artış bekleniyor. Gelişmiş ülkelerde, konut alımında, inşaat malzemesi seçiminde ve uygulamadaki tüketici beklentileri, tüketicinin enerji verimliliği, çevre ve iklim değişikliğine duyarlılığı, sağlık ve güvenliğe verdiği önem sonucunda şekillenmiştir. Gelişmekte olan ülkelerde ise bu bilinç seviyesi giderek gelişmekte ve tasarım, moda, marka ve farklılık satın almada önemli beklentiler arasında yer almaktadır. Gelecek dönem yapılanmalarında sürdürülebilirlik, enerji verimliliği, sağlık ve iş güvenliğine odaklanacak müteahhlik firmalarının üreticilerden bu yönde ürün geliştirme ve hizmet beklentileri de artacaktır. Global ölçekte çözüm odaklı hizmet sağlanması, ‘eko-mimarlık’ anlayışına uygun, işlevselliğin yanında tasarımın da ön planda olduğu ve inşaatlarda/inşaat malzemelerinde sağlık ve güvenlik sağlayan ürünlerin sunulması, bu beklentilerin başında gelmektedir. Türk mimarları da yakın coğrafyalarda uluslararası projeler gerçekleştirmeye başlamıştır. Gelişmiş ülkelerdeki mimarlık yaklaşımları Türkiye’de de hâkim olacaktır.”

SERFED President Zeynep Bodur Okyay:

“Architectural approaches in developed countries will also rule in Turkey”

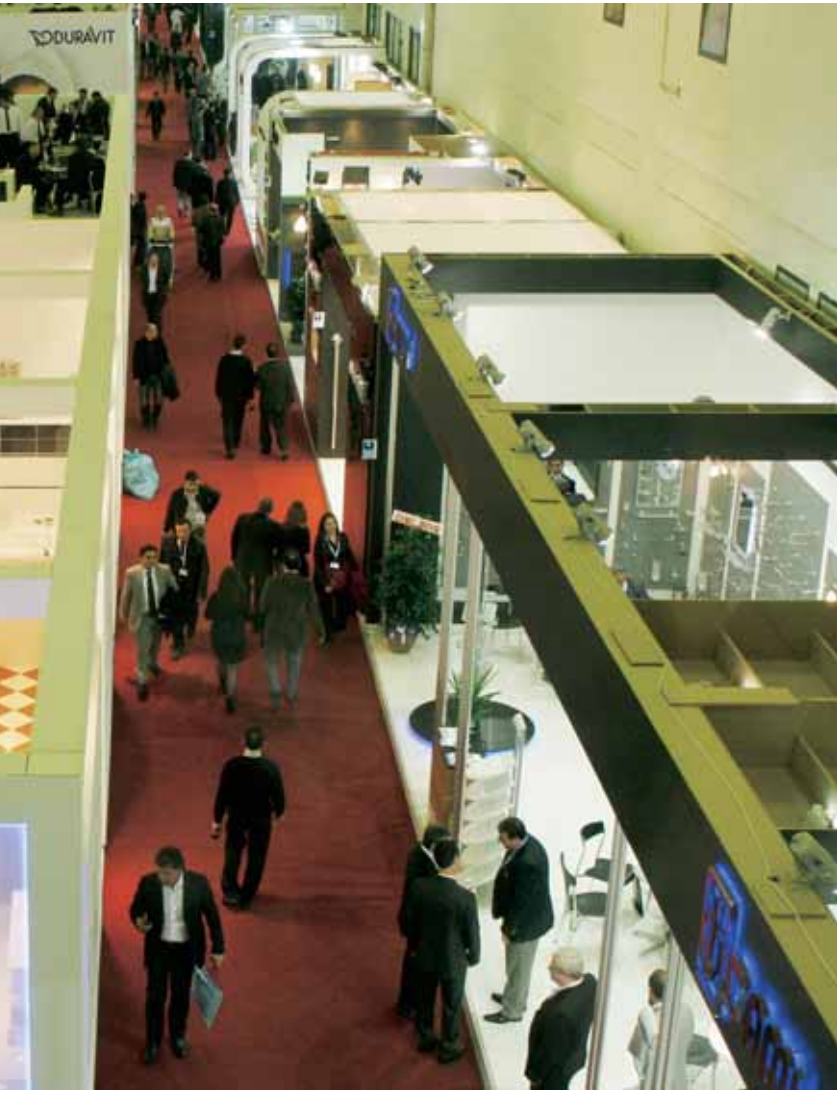
“While real estate investment companies (GYOs) have an important contribution to the advancement of the industry; growth in mass housing investments and commercial projects is expected. In developed countries, the consumer expectations in connection with home purchases, selection and application of construction materials have been shaped by consumer energy efficiency, sensitivity to the environment and climate change and the importance it places on health and safety. However, in developing countries, this level of awareness is increasingly growing and design, fashion, brand and differentiability are among important expectations in purchases. In the upcoming period, the expectations of contracting firms for developing products and services from manufacturers in this direction will increase as contractors focus on sustainability, energy efficiency, health and work safety. Provision of solution based services at global scale, offering of products in line with the concept of ‘eco-architecture’ where design is at the forefront beside functionality, affording health and safety in construction/construction materials lead these expectations. Turkish architects, too, have started to realize international projects in nearby countries. The architectural approaches in developed countries will also rule in Turkey.”



tinued to be the driving sector growing by 24.6 percent in the last quarter of 2010. Bodur Okyay who says; “We see that exports in the construction industry, although it has not yet reached to the pre-recession figures, has increased and growth is ongoing. Growth and improvement has reflected positively on our industry, too” supported the performance of the sector with figures. Okyay said; “A production which exhibits a growth of 20 percent in ceramic tile, has reached 245 million square meters. The increase in our exports in this period by 20 percent has been another delightful development. The production, rising from 195,000 tons to 220,000 tons in ceramic sanitary ware, has grown by 12 percent, with the rise in exports being 8 percent. Although there is some increase in our capacity utilization rates, we observe that our industry has not yet reached pre-crisis figures of 2007 in all these figures. This year, on the other hand, our industry is expected to take a course in parallel with the performance of the economy and continue with the trend of growth”.

“A bright period awaits the construction industry”

Bodur Okyay, stating that a bright period is awaiting the construction industry, thanks to the increasing infrastructure and home requirements in developing countries in the next five years, stated that the Turkish construction materials industry leads sectors which have high growth expectations in this period. Bodur Okyay, stressing that lead by home construction, developments in the none-home and infrastructure construction activities will affect the construction materials market positively, articulated her views on the growth of



nabilir gelir seviyesinin yükselmesi, deprem ve enerji verimliliği konusunda alınacak önlemler, devletin verdiği destekler ve halkın bilinç seviyesinin artması da pazarın büyüme ivmesini hızlandıracaktır. Yakın coğrafyamızda bulunan Doğu Avrupa ve Türk Cumhuriyetleri'nin yüksek büyüme beklentileri de Türk inşaat malzemeleri sektörü açısından bu bölgeleri cazip pazar haline getiriyor."

Seramik sektöründe yakın zamanda hedef pazarlar olarak belirlenen Orta Doğu ve Kuzey Afrika'da yaşananların belirsizliği artırdığını söyleyen Bodur Okyay, yabancı yatırımcıların Türkiye'ye ilgilerinin artmasının ise yeni üretim tesislerine ve ofis binalarına talebi artıracığını belirtti. "Bölgesel liderliğin kârlı bir yapıda sürdürülebilmesi için iç pazar şartlarının ve yapılanmasının rekabetçiliği tetikleyerek üreticilerin gelişimi için uygun ortamı sunması gereklidir" diyen Bodur Okyay, yapılması gerekenlerle ilgili de şunları ifade etti: "Bu noktada, enerji maliyetleri, yerinde üretim, ham madde, yarı mamul ve teknolojiye dışa bağımlılık, iç pazar yapısı, lojistik altyapısı gibi alanlarda gerekli adımların 'zamanında' atılması, gelecek dönemde sektörün bölgedeki gücünü ortaya koymasına da yardımcı olacaktır. Belirlenen politikaların kamu ile koordineli olarak etkin bir şekilde işletilmesi için sektörün kendi içinde gerekli yapılanmasının oluşturulması için sektörümüze önemli görevler düşmektedir. Sektörü bekleyen değişimler üreticilerin, satış ve dağıtım kanallarının, müteahhitlik firmalarının ve mimarların bir arada çalışmasını zorunlu kılmaktadır."



Mustafa Demir

the market as follows: "The rise in the level of disposable income with the economic progress of Turkey, earthquake and energy efficiency measures, support given by the government and the rise in the awareness of the public will give momentum to the growth of the market. Also, the high growth expectations of Eastern European and Turkic Republics, which are nearby, make these areas attractive markets for the Turkish construction materials industry". Bodur Okyay, pointing out that what is going on in the Middle East and North Africa which have been set as target markets recently in the ceramic industry are enhancing ambiguity, said that the growth in the interest of foreign investors in Turkey will enhance the demand for new production facilities and office buildings. Bodur Okyay, who said; "For sustaining regional leadership under a profitable structure, it is necessary for the domestic market conditions and structure to trigger competitiveness, offering the suitable environment for development of manufacturers", added the following in connection with what has to be done; "At this point, taking of necessary steps in areas like cost of energy, on-site production, dependency on other countries for raw materials, semi-finished goods and technology, domestic market structure and logistic infrastructure "on time" will help the industry to put forward its power in the region in the upcoming periods. For execution of set policies effectively in coordination with the government, there are important tasks to be fulfilled by our industry for the necessary structuring of the sector within itself. The changes awaiting the sector make it a must that manufacturers, sales and distribution channels, contracting firms and architects work together".

Cerame-Unie Genel Müdürü **Renaud Batier**

“Rekabet her zaman adil olmayabilir”

Cerame-Unie General Manager **Renaud Batier**

“Competition may not always be fair”

UNICERA 2011, 23. Uluslararası Seramik Banyo ve Mutfak Fuarı her yıl olduğu gibi bu yıl da önemli bir konferansa ev sahipliği yaptı. Cerame-Unie Genel Müdürü Renaud Batier’in konuşmacı olarak katıldığı ve “Avrupa Seramik Sanayi üretimi, Ticareti ve Dünyadaki Yeri” başlıklı konferans 3 Mart 2011 tarihinde TÜYAP İstanbul Fuar ve Kongre Merkezi’nde gerçekleştirildi.

UNICERA 2011, 23rd International Ceramic Bathroom and Kitchen Fair, like every year, this year too hosted an important conference. The conference, where Cerame-Unie General Manager Renaud Batier spoke, titled “European Ceramic Industry’s Production, Trade and Position in the World”, was held at TÜYAP Istanbul Trade Fair and Convention Center on March 3, 2011.



Renaud Batier, providing information on the key governing professional organization of European Union (EU) ceramic sector, Cerame-Unie, said that Cerame-Unie set up in Brussels in 1962, transforming into an international association in 2010, worked in solidarity with its stakeholders in eight defined industries. Batier, pointing out that Turkey was represented by Turkish Ceramics Federation at Cerame-Unie which has twenty-two EU countries and thirty national associations as members, underscored that the ceramic industry is one of the most important in Europe.

Batier, pointing out that one third of production is exported outside Europe, that the industry has a contribution of 30 percent to European exports, remarked that the sector is an export-oriented industry and encourages free trade. Batier, who said; “We are talking about a turnover of 30 billion Euro in the European ceramic industry. Two hundred fifty thousand people are employed. Like in Turkey, there are small and medium sized companies and also large ones. Our enterprises we call SMSEs account for 80 percent of the industry. World leaders may come out of these SMSEs as well”, stressed that competitiveness is important in the industry. Conveying that they are an energy based sector where use of natural gas is prominent, Batier said that the European ceramic industry has been moving to natural gas in energy in the last thirty years.

Batier said; “Our companies in production with natural gas have an advantage over those using coal and solid fuel. Criteria as regards use of emissions in EU will make our companies more advantageous against Chinese producers. Ceramic materials and cement industry are strategic sectors in EU. The ceramic tile sector is one of the most important ones. Thirty percent of the turnover in the ceramic industry comes from this sector. Fifteen percent comes from technical products... We felt the impact of the economic recession in 2010 intensively in our industry. Like the iron-steel sector, the ceramic industry, too, was affected by the crisis in 2008 and 2009. Compared to the first quarter of 2009, there was a nine percent increase in this sector. Our second quarter results were better. There was improvement after the second quarter in the sanitary ware industry, too. There was a contraction of 15 percent over 2008 in 2009 in the building industry. There was a decline of 7 percent in the sanitary ware industry, too”.

Avrupa Birliği (AB) seramik sektörünün kilit düzenleyici meslek örgütü Cerame-Unie hakkında bilgi veren Renaud Batier, 1962’de Brüksel’de kurulan ve 2010 yılında uluslararası bir derneğe dönüşen Cerame-Unie’nin sekiz tanımlanmış sektörde paydaşlarıyla dayanışma içinde çalıştığını söyledi. Yirmi iki AB ülkesi ile otuz tane milli derneğin üye olduğu Cerame-Unie’de Türkiye’yi, Türkiye Seramik Federasyonu’nun temsil ettiğini ifade eden Batier, seramik sektörünün Avrupa’nın en önemli sanayilerinden biri olduğunun altını çizdi.

Üretimin üçte birinin Avrupa dışına ihraç edildiğini, sektörün Avrupa ihracatına yüzde 30 katkısı bulunduğunu dile getiren Batier, sektörün ihracat odaklı bir endüstri olduğunu ve serbest ticareti teşvik ettiğini söyledi. “Avrupa seramik sektöründe 30 milyar Avroluk bir cirodan söz ediyoruz. 250 bin kişi istihdam ediliyor. Türkiye’deki gibi küçük ve orta ölçekli şirketler gibi büyük şirketler de bulunuyor. KOBİ diye tabir ettiğimiz işletmelerimiz sektörün yüzde 80’ini oluşturuyor. Dünya liderleri de bu KOBİ’lerden çıkabiliyor” diyen Batier, sektörde rekabetçiliğin önemli olduğunu vurguladı. Enerji odaklı bir sektör olduklarını, doğal gaz kullanımının sektörde yaygın olduğunu aktaran

Batier, Avrupa seramik sanayisinin otuz yıldan beri enerjide doğal gaz geçiş yaptığını belirtti.

Batier, "Doğal gaz ile üretim yapan işletmelerimiz, kömür ve katı yakıt kullananlara göre avantajlı. AB'de emisyon kullanımı ile ilgili getirilen kriterler, özellikle şirketlerimizi Çinli üreticilere karşı daha avantajlı duruma getirecektir. Seramik malzemeleri ve çimento sektörü AB'nin stratejik sektörleridir. Seramik fayans sektörü en önemli sektörlerden bir tanesidir. Seramik sektöründeki cironun yüzde 30'u bu sektörden geliyor. Yüzde 15 de teknik ürünlerden... 2010 yılında ekonomik krizin etkilerini sektörümüzde yoğun olarak hissettik. Demir çelik sektörü gibi seramik sektörümüz de 2008 ve 2009 yıllarında krizden etkilendi. Teknik seramikte iyileşmeler görülüyor. 2009'un ilk çeyreğine göre bu sektörde yüzde 9 artış yaşandı. İkinci çeyrek sonuçlarımız daha iyi geldi. Sağlık gereçleri sektöründe de ikinci çeyrekte sonra iyileşmeler görüldü. Yapı sektöründe 2009'da, 2008'e göre yüzde 15 küçülme yaşandı. Sağlık gereçleri sektöründe de yüzde 7 küçülme görüldü" dedi.

"Sektörde pozitif etki görülüyor"

"Avrupa'da ticari denge düşse de, sektörde pozitif etki görülüyor" diyen Batier, Avrupa endüstrisinin Çin'de 3 milyar Avro'luk bir ticaret hacmi geliştirdiğini söyledi. 2009'da bu oranın düştüğünü, 2010 yılında ise yüzde 12 artış yaşandığını kaydeden Batier, pozitif bir ticari dengeyi Avrupa masa ve tezgâh sektöründe gördüğünü anlattı. AB'nin çevre düzenlemesine önem verdiğini, bu konuda birçok yasa bulunduğunu aktaran Batier, Avrupa emisyon ticareti düzenlemesinde 2013 yılında ikinci faza geçecekleri bilgisini paylaştı. Batier, "2013'te her ton karbondioksit oranı 30 ila 80 Avro arasında satışa çıkacak. AB'de karbondioksit salımının azaltılması fikri benimsenmiş durumda. Ürünlerimizi ya bu düzenlemelere bağlı kalarak Avrupa'da üreteceğiz veya Çin'de... Almanya, Fransa ve Romanya gibi ülkeler bu düzenlemeyi kabul ederken, ihracat yaptığımız Çin, Hindistan ve Brezilya gibi ülkelerde böyle bir uygulama yok. 2013'te karbondioksit salımı ile ilgili ilk 10 sıralaması açıklanabilir" dedi.

Avrupa seramik sanayisinin ticaret unsurları hakkında da bilgi veren Batier, "Ticarette farklı unsurlar kullanılabilir. En önemli rekabetçi unsurlardan bir tanesi ticaretle ilgili teknik unsurlardır. Her yıl bir liste yapılıyor ve bu listedeki unsurlar güncelleniyor. Bu teknik unsurlar şirketlerimizin piyasaya erişimini kolaylaştırıyor. Orijin belirleme yapıyoruz. Bu bir ürünün nereden geldiğinin belirtilmesini sağlıyor. Üretildiği yer ile ilgili işaretler koyuyoruz. Avrupa'daki markaların kayıt altına alınması için de bazı sertifikalar var. İhracat yaptığımız kimi ülkelerle serbest ticaret anlaşmaları yapıldığı gibi bazı teşvikler de veriliyor" dedi.

Yapı sektöründe rekabetçi olmak için kaynak kullanımının ve enerji verimliliğinin önemli olduğunu söyleyen Batier, hammadde konusunda Türkiye'nin iyi durumda olduğunu belirtti. Dünyadaki ham maddenin büyük bir bölümünün Çin'de olduğunu hatırlatan Batier, Avrupa'ya ihraç edilen ürünlerde anti-damping vergisi ile tarife dahilinde olan ve olmayan önlemlerin bulunduğunu ifade etti. Kırk ülkede aktif olan 100'den fazla ticari bariyerin olduğunu aktaran Batier, tarifelerde ABD'de yüzde 50 ithalat vergisi uygulandığını da altını çizdi. Ekvator, Hindistan, İran ve Rusya'da başka vergilerin uygulandığını, bu vergilerin serbest ticaret anlaşması yaparken sıkıntı yarattığını söyleyen Batier, bu verilerin bazen ithalatçıları zorladığına vurgu yaptı. "Avrupa serbest ticareti her zaman teşvik etmiştir. Ama rekabet her zaman adil olmayabilir" diyen Batier, 2010 yılında Çin'in AB'ye ihracatının da yüzde 25 arttığını açıkladı.



"Positive impact on the industry"

Batier, who said; "Although the trade balance drops in Europe, there is a positive impact on the industry", noted that the European industry has developed a trade volume of 3 billion Euro in China. Noting that this figure dropped in 2009 with an increase of 12 percent in 2010, Batier explained that a positive trade balance appeared in the European table and counter sector. Relating that EU emphasizes environmental regulations, that there are many laws in this area; Batier shared the information that in 2013, they will move to the second phase in European emission trade regulations. Batier said; "In 2013, each ton of carbon dioxide ratio will be sold at 30 to 80 Euro. In EU, the idea of reduction of carbon dioxide emission has been adopted. We will either produce our wares in Europe based on these regulations or will manufacture in China... While countries like Germany, France and Rumania agree to this regulation, there is no such practice in countries like China, India and Brazil which we export to. The top 10 rankings on carbon dioxide emission may be announced in 2013".

Giving details of the trade elements of European ceramic industry, too, Batier said; "Different elements may be used in trade. One of the most important competitive elements is the technical ones relating to trade. A list is prepared every year and the elements are updated in this list. These technical elements facilitate access by our companies to the market. We determine origins. This allows identification of where a product comes from. We put signs in connection with the place of production. There are certain certificates for registering the brands in Europe. Sometimes there are free trade agreements with countries we export to and also some subsidies are provided".

Noting that use of resources and energy efficiency are important to be competitive in the building industry, Batier said that Turkey was in good position as regards raw materials. Mentioning that a major portion of raw materials in the world is in China, Batier stated that there is an anti-dumping tax for products exported to Europe and measures within and outside tariffs. Pointing out that there are more than 100 trade barriers used in 40 countries, Batier underscored that there is an import duty of 50 percent in USA on tariffs. Remarking that there are other taxes in Equator, India, Iran and Russia; Batier said that these taxes lead to problems when entering into free trade agreements and stressed that these sometimes make life difficult for importers. Batier said; "Europe has always encouraged free trade but free trade may not always be fair" and remarked that China's exports to EU in 2010 grew by 25 percent.



Yeni teknoloji rekabette avantaj sağlar

New technology brings advantages in competition

ACIMAC'ın, UNICERA 2011 23. Uluslararası Seramik Banyo ve Mutfak Fuarı'nda düzenlediği "İtalyan Seramik Teknolojileri Yenilikleri" konulu konferansa katılım yüksekti.

İtalyan seramik makinelerindeki yeni teknolojiler ve bu teknolojilerin rekabette sağladıkları avantajlar, İtalyan Seramik Makine ve Ekipmanları Üreticileri Derneği'nin (ACIMAC) üyesi firmaların temsilcilerinin konuşmacı olarak katıldığı konferansta ele alındı. Türk seramik sektörü firmalarının temsilcilerinin yoğun ilgi gösterdiği konferans UNICERA 2011, 23. Uluslararası Seramik Banyo ve Mutfak Fuarı kapsamında 3 Mart 2011 tarihinde Beylikdüzü TÜYAP İstanbul Kongre Merkezi'nde düzenlendi.

Paola Giacomini'nin (Tile Edizioni SRL) moderatörlük yaptığı, Moreno Minelli (Orizzonte Stampi Per L'industria Ceramica) ile Türkiye Seramik Federasyonu Genel Sekreteri Germiyan Saatçioğlu'nun açılış konuşmalarıyla başlayan konferansa Erminio Guiducci (LB), Pietro Montorsi (Martinelli Ettore), Fabio Ronchetti (Air Power Group), Andrea Poli (Siti-B&T Group), Marcello Cuoghi (TCK), Fabio Vecchi (Tecnema) ve Andrea Cannella (Sacmi) sunumlarıyla renk kattı. SERFED Genel Sekreteri Germiyan Saatçioğlu, konferansın düzenlenme amacını, "Seramik sektöründeki son teknolojileri, ekipmanları, buluşları gözden geçirmek için böyle bir buluşma düzenledik" diye açıkladı. Moreno Menli de "Türk seramik sektörünün güncel kalabilmesi, teknolojisini devam ettirebilmesi için İtalyan seramik sanayisindeki yenilikleri paylaşmaktan mutluluk duyuyoruz" dedi.

Konferansın ilk konuşmacısı olan LB firması temsilcisi Erminio Guiducci, "Seramik Karışımının Kuru Hazırlığı" konulu bir sunum yaptı. Kuru hazırlama ile ilgili tartışmaların yıllardır devam ettiğini, bu yöntemin bazı avantajları olduğu için gündemden düşmediğini söyleyen Guiducci, yöntemin avantajları hakkında bilgi verdi. Guiducci, "Kuru sistemin yaş sisteme göre maliyet avantajı var. Daha az enerji tüketiyor. Kimyasal madde masrafı olmuyor. Bakım maliyetleri daha düşük. En önemlisi de karbondioksit salımı az olduğundan çevre üzerinde tehlikeli bir etkisi yok. Geleneksel kuru hazırlama yönteminin

Participation was high in the conference titled "Italian Ceramic Technology Innovations" organized by ACIMAC at UNICERA 2011, 23rd International Ceramic Bathroom and Kitchen Trade Fair.

The new technologies in Italian ceramic machinery and advantages afforded by these technologies in competition were discussed at the conference where representatives of Italian Ceramic Machinery and Equipment Manufacturers Association (ACIMAC) member firms participated in as speakers. The conference, which was very popular with the representatives of the Turkish ceramic industry firms, was organized on March 3, 2011 at Beylikdüzü TÜYAP İstanbul Convention Center on the occasion of UNICERA 2011, 23rd International Ceramic Bathroom and Kitchen Trade Fair.

Erminio Guiducci (LB), Pietro Montorsi (Martinelli Ettore), Fabio Ronchetti (Air Power Group), Andrea Poli (Siti-B&T Group), Marcello Cuoghi (TCK), Fabio Vecchi (Tecnema) and Andrea Cannella (Sacmi) added color with their presentations to the conference moderated by Paola Giacomini (Tile Edizioni SRL), which started with the opening speeches by Moreno Minelli (Orizzonte Stampi Per L'industria Ceramica) and Turkish Ceramics Federation Secretary General Germiyan Saatçioğlu. SERFED Secretary General Germiyan Saatçioğlu described the purpose of holding the conference as "We organized such a meeting to examine the latest technologies, equipment and inventions in the ceramic industry". Moreno Menli said; "We are delighted to share the innovations in the Italian ceramic industry to allow the Turkish ceramic industry to remain current and continue with its technology. LB representative Erminio Guiducci, who was the first speaker at the conference, made a presentation titled "Dry Preparation of Ceramic Mix". Guiducci, noting that debates on dry preparation have been ongoing over the years, that this method was not off the agenda as it affords certain advantages, provided details of the advantages of the method. Guiducci said; "The dry system has a cost advantage over the wet system. It consumes less energy. There is no chemical expenses. Maintenance cost is lower and most importantly, it has no hazardous impact on the environment as car-



dışında firma olarak toz kullanımı ve karışımı ile ilgili yeni ekipmanlar geliştirdiklerini söyleyen Guiducci, öğütme kısmında getirdikleri bu yenilikten bahsetti. Madencilikte kullanılan öğütme cihazını geliştirdiklerini ve seramik değirmenlerde uygulanabilir hale getirdiklerini açıklayan Guiducci, bir saatte 45 tona ulaşan ham maddeyi karıştırabildiklerini vurguladı. Guiducci, ayrıca yeni teknolojilerinin ham maddenin kalitesini de artırdığının altını çizdi.

“X55-Yeni baskı duble yükleme teknolojisi; Uzun ömürlü-Yeni kalıp çeşitleri” konulu sunumuyla katılımcılara bilgi veren Martinelli Ettore firması temsilcisi Pietro Montorsi, geliştirdikleri yeni teknolojileri de katılımcılara anlattı. Her türlü kalıba üretilen ürünleri, bu iş için 15 yıl önce çalışmaya başladıklarını ifade eden Montorsi, SSS olarak adlandırdıkları, 500x500 milimetrelilik çift katlı ayna kalıpları ile furarda sergiledikleri FCM (Fast Change Mould) ekipmanlarının teknik özelliklerinden bahsetti. Ayrıca, firma olarak ürettikleri düşük enerji tüketen, yüksek güçlü pres makineleri ile yüzey değiştirmesini sağlayan kayar plakaları hakkında da kapsamlı bilgi verdi.

“Dijital baskı teknolojileri mükemmel sistemler”

“Süspansiyon ürünlerindeki uygulamalarda yenilikler” konulu sunumu Air Power Group temsilcisi Fabio Ronchetti yaptı. “Esas işimiz tam sırlama” sözleriyle konuşmasına başlayan Ronchetti şöyle devam etti: “Bu iş karo veya çatılardaki kiremitlerde uygulanıyor. Uzmanlık alanımız bu işle ilgili makine ve ekipmanları üzerine... Makinelerimiz, üreticilere daha düşük maliyetle yüksek performans sağlayacak. Daha az malzeme kullanılacak. Ürettiğimiz makineleri kısa sürede monte edebiliyorsunuz. Sırlamada tasarruf elde ediyorsunuz. Kirlenme yapmıyor. Bu hem makinenin, hem de malzemenin hayat ömrünü uzatıyor. Yaptığımız iş, tek, akılcı ve düzgün kombinasyonlar yaratmak. Özellikle süspansiyon altı ürünlerde yeniliğe odaklanıyoruz. Dijital baskı teknolojileri gerçekten mükemmel sistemler.”

2011’de 50. yılını kutlayan Siti-B&T Group’un temsilcisi Andrea Poli de “Seramik endüstrisinde püskürtmeli teknoloji dönemi” hakkında katılımcılara bilgi verdi. Bu alandaki yeni teknolojilerden de söz eden Poli, “Bugün dünya seramik pazarının çoğu dijital makinelerle üretilmiş ürünler istiyor. Özellikle ABD pazarı...” dedi. Seramik sektörü için sekiz renk barındıran makinelerin yeterli olduğunu, ancak firma olarak 12 renk barındıran yeni teknolojilerinin sektörün ötesinde bir gelişme olduğunu söyleyen Poli, makinenin özelliklerini anlattı: “Yeni teknolojiğimiz ile bir resmi aynen fayans üzerine basabiliyoruz. Baskı kalitesini artırdık. Çözünürlüğü 300 dpi olan, mürekkep kullanımında tasarruf imkânı sağlayan bir makine. Bütün doku ve renk detaylarını görebiliyorsunuz. Herhangi bir fiziksel baskı olmadan çok derin-



bon dioxide emission is little. Guiducci, who said that they developed new equipment relating to use of powder and mix as their firm outside the traditional dry preparation method, talked about these innovations they introduced in the pulverization section. Pointing out that they have developed the pulverizer used in mining, making it usable in ceramic mills, Guiducci stressed that they could mix raw materials up to 45 tons an hour. Guiducci also underscored that the new technologies are enhancing the quality of the raw material.

Pietro Montorsi, representative of Martinelli Ettore, who briefed the participants with his presentation titled “X55-New press double charging technology; Long life- New line of moulds”, described the new technologies they developed to the participants. Noting that they manufacture and sell any type of moulds and they have started working for this 15 years ago, Montorsi discussed the technical properties of the 500x500 millimeter double layer mirror moulds they call SSS and the FCM (Fast Change Mould) equipment they displayed at the trade fair. He also gave comprehensive details on the low energy consuming high power presses and sliding plates allowing surface changes as a firm.

“Digital print technologies are perfect systems”

Fabio Ronchetti, representative of Air Power Group, made the presentation titled “Innovations in the application of products in suspension”. Starting his lecture with the words “Our principal business is full glazing”, Ronchetti added: “This is applied to floor or roof tiles. Our expertise is on machinery and equipment in connection with this operation... Our machinery will afford higher performance at lower cost for manufacturers. Less material will be consumed. You can install the machinery we produce within a short time. You have savings on glaze. There is no pollution. This prolongs the lifespan of both the machine and also the material. Our business is to create single, intelligent and proper combinations. We are focusing especially on innovations in under-suspension products. Digital print technologies are truly perfect systems”.

Representative of Siti-B&T Group which celebrated its 50th anniversary in 2011, Andrea Poli, briefed the participants on “The revolution in the inkjet technology for the ceramic industry”. Discussing the new technologies in this field, Poli said; “Today, most of the world ceramic market demands products manufactured by digital machinery. Especially the US market...”. Poli, who said that machines accommodating 8 colors are sufficient for the ceramic industry but their firm has gone beyond the industry with their new technology accommodating 12 colors, described the properties of the machine as follows: “We can print a picture exactly on a tile with our new technology. We enhance the printing quality. This is a machine with 300 dpi resolution, allowing savings

lemesine baskı yöntemi uygulayabiliyor. Uygulamalarda gerçek efekt sağlanıyor. Bu makine ile 16 metrelik bir ürünün baskısını gerçekleştirebilirsiniz.”

“Yüzde 13 enerji tasarrufu garantisi veriyoruz”

“Yakıt tüketiminin azalması ve seramik ocakları havasında karbon emisyonu” sunumunu TCK firması temsilcisi Marcello Cuoghi yaptı. Seramik sektöründe aktif enerji tasarrufu lideri 15 yıllık bir firma olduklarını söyleyen Cuoghi, kurutucular ve yakma sistemleri konusunda birçok yeni teknolojiye sahip makineleri olduğunu belirtti. İki Alman kuruluşundan 2002’den beri uzmanlık alanları ile ilgili sertifikaları bulunduğunu hatırlatan Cuoghi, ürettikleri makinelerin avantajlarından da bahsetti. Cuoghi, “Esas sonuç yakıt tüketiminin azaltılması, maliyetlerin düşmesi, karbon salımını düşürmesidir. Yakıt tüketimini azaltığınız için üretim kalitesini, ısıyı kontrol ederek, ürüne dokunmadan artırıyoruz. Yakma sisteminde fırın strüktürünün yapısı, baskı ve basıncın daha az olmasını sağlıyor. Bu makinenin bakımını kolaylaştırdığı gibi çevre konusunda da verimli sonuçlar alınmasına imkân tanıyor” dedi. Ürünlerinde iki çeşit garanti sistemi uyguladıklarını söyleyen Cuoghi, bu sistemler hakkında da bilgi verdi: “İlk sistemimiz minimum yüzde 13 enerji tüketimi tasarrufu garantisi veriyor. İkinci sistemimizde ise yüzde 8’lik yakıcı sistem meme kısmında verdiğimiz garanti mevcut.”

Tecnema firması temsilcisi Fabio Vecchi, yaptığı “Seramik fayanslarda katma değer” sunumunda hem kareleme ve lappato uygulamalarından bahsetti hem de yeni makineleri hakkında bilgi aktardı. Mozaik üretimine uygun kesme makineleri, kurutma fırınları, hem kuru, hem de ıslak çalışabilen ebatlama makinesi, mozaik parçaların file üzerine yapıştırılmasını sağlayan fileleme makinesi ve profil makineleri ürettiklerini söyleyen Vecchi, bu makinelerle yüksek katma değerli ürünler yapılacağını, ürünün ortalama birim satış fiyatının da yükseleceğini belirtti.

Konferansın son konuşmacısı Sacmi firması temsilcisi Andrea Cannella da “Sihhi tesisat ürünlerindeki son yenilikler” başlıklı bir sunum yaptı. “Banyo ve tuvalet ekipmanları ürünlerinde otomasyon sistemiyle çalışılmalı” diyen Cannella, hedeflerini şöyle açıkladı: “Yüksek kaliteli bir pazar için asıl hedefimiz, yüksek tutarlılıkta, farklı şekil ve boyutlarda ürün talebine karşılık vermektir. Seramik karo pazarı bütün ürünlerin yüzeyinin sırlandığı ürün talep ediyor. Her gün yeni bir ebat ve şekilde ürün piyasaya çıkıyor. Bu da üretimi zorlaştırıyor. Yüksek basınçlı kalıplama makinelerimizle yenilikler sunuyoruz. Uygulamalarda bu makinelerimiz iş gücünü sıfıra indiriyor. İşlem robotları tarafından yapılıyor.”



in use of ink. You can see all texture and color details. The printing technique may be applied very deeply without any physical pressure. A true effect is achieved in applications. You can carry out the printing of a 16-meter product by this machine”.

“We guarantee 13 percent energy savings”

Marcello Cuoghi, representative of TCK, made the presentation titled “Reduction of fuel consumption and of carbon emission in the atmosphere of ceramic kilns”. Noting that they are a fifteen-year-old firm which is the leader in active energy savings in the ceramic industry, Cuoghi remarked that they have machines with many new technologies on driers and combustion systems. Reminding those present that they have certificates on their fields of expertise from two German institutions since 2002, Cuoghi also talked about the advantages of the machines they produce. Cuoghi said; “The true result is reduction in fuel consumption, lowering of cost and a drop in carbon emission. As you diminish fuel consumption, we can enhance production quality by controlling temperature without touching the product. The structure of the kiln in the combustion system allows less pressure and compression. This not only facilitates maintenance of the machine but also allows obtaining of efficient results regarding the environment. Noting that they implement two types of warranty systems for their products, Cuoghi also provided information on these systems: “Our first system guarantees minimum 13 percent energy savings, our second system on the other hand, has a warranty for the combustion system nipple of 8 percent”.

Tecnema representative Fabio Vecchi, in his presentation titled “The value added on ceramic tiles”, talked about the squaring and lappato applications and also gave information on their new machines. Vecchi, who said they manufacture cutting machines fit for mosaic production, drying kilns, sizing machines which can run either dry or wet, the netting machine allowing mosaic pieces to be adhered on the net and profile machinery, Vecchi said that high value added products can be manufactured by these machines, allowing the average unit selling price of the product to rise.

The final speaker at the conference, Sacmi representative Andrea Cannella, gave a presentation titled “Latest innovations in the sanitary ware production”. Cannella, who said; “Automation system must be used on bathroom and lavatory equipment products”, described their targets as “Our real target for a high quality market is to respond to the demand for high consistency products with different forms and sizes. The ceramic tile market demands products where the surfaces of all products are glazed. Every day, a product of a new size and form is launched. This makes production difficult. We offer innovations with our high pressure moulding machinery. These machines of ours bring labor input to zero in applications. Operations are performed by robots”.

Doğaya Saygı, Gelecek İçin Umut

E.C.A. olarak 50 yılı aşkın süredir doğaya saygılı, kaliteli, şık ve kalıcı ürünler üretiyoruz. Ürün tasarımına ve AR-GE'ye ayırdığımız zaman ve kaynakları her daim daha iyi bir geleceğe atılmış adımlar olarak gördük. Bugün, giderek daha tasarruflu ve kaliteli hale gelen ürün yelpazemize bakarak, insan yaşamlarına kalıcı değerler katabilmenin gurur ve sevincini yaşıyoruz.

SAM Koordinatörü Doç. Dr. **Alpagut Kara**

“Seramik sektörünün iş birliği ve çözüm ortağıyız”

“SAM’ın kurulmasının üzerinden 12 sene, şirket olarak rühdünü ispatlamasının üzerinden ise sadece üç sene geçti... Kâr amacı gütmeyişimiz gibi kâr payı da dağıtmıyoruz. Herhangi bir kaynaktan para geldiğinde onu bir projeye cihaz olarak yatırıyoruz.”

Üniversite-sanayi iş birliğinin en güzel örneklerinden birisi Eskişehir Anadolu Üniversitesi içinde faaliyet gösteren Seramik Araştırma Merkezi (SAM). 1998 yılında TÜBİTAK şemsiyesi altında Anadolu Üniversitesi’nde kurulan SAM, 2007 yılında 19 seramik üreticisi firmanın da katılımıyla üniversite-sanayi iş birliğinde örnek çalışmalara imza attı. 750 bin TL gibi sınırlı bir ciroya sahip olsa da SAM’ın farklı fonlardan elde ettiği, araştırma ve geliştirme çalışmalarında kullandığı kaynak, Türk seramik sektörünün rekabet gücünü artıracak çalışmaların ortaya çıkmasını sağladı. “Seramik sektörünün iş birliği ve çözüm ortağıyız” diyen SAM Koordinatörü Doç. Dr. Alpagut Kara, SAM’ın hangi aşamalardan geçerek bugünlere geldiğini ve üniversite-sanayi iş birliği çerçevesinde neler yaptıklarını anlattı.

Yıllardır üniversite sanayi iş birliğinden söz edilir. SAM bunun en güzel örneklerin biri aslında. SAM’ın sanayi ve akademik dünyadaki önemi nedir?

Üniversite-sanayi iş birliği son 12 yıldır farklı ortamlarda konuşulan bir konu. SAM 1998 yılında TÜBİTAK şemsiyesi altında Anadolu Üniversitesi’nde kurulan bir kuruluş... TÜBİTAK’ın üniversite-sanayi iş birliği programı vardı. TÜBİTAK bu programı 2006 yılında kattı. 2007 yılında üniversite ve 19 seramik üreticisi bir araya geldi. Eskişehir Teknoloji Geliştirme Bölgesi’nde Teknopark şirketi olarak hizmete başladı. Anonim şirket statüsünde, yüzde 50 Anadolu Üniversitesi ortaklığıyla çalışmalarına devam ediyor. SAM’ın başarılarının ana unsurlarından bir tanesi sanayicinin bire bir yönetimde söz hakkının bulunması ve işin içinde olmasıdır. Seramik sektörü, yaklaşık 2 milyar TL’lik ticaret hacmi ile önemli sektörlerden biridir. Türkiye, seramik karo ve sağlık gereçleri anlamında oldukça önemli bir yerdedir. SAM’ın kurulma fikri gündeme gelene kadar sektörde ARGE kültürü basit günlük ölçümlere dayanmaktaydı. TÜBİTAK’ın ÜSAMP programlarından sonra SAM’ın kurulmasıyla ARGE kültürü günlük ölçümlerden ziyade proje bazlı hatta inovasyona yönelik çalışma kültürü olarak yerleşti.

Bugüne kadar SAM kadar başarılı bir örnek yoktu galiba...

TÜBİTAK’ın ÜSAMP programı çerçevesinde kurmuş olduğu üniversite-sanayi iş birliği merkezlerinin şu anda birkaç tanesi devam etmektedir. Adana’da kurulan merkez şu anda aktif olarak çalış-



SAM Coordinator Assoc. Prof. Dr. **Alpagut Kara**

“We are the collaboration and solution partner of the ceramic industry”

“It has been 12 years from the inception of SAM and only three years since it proved itself as a company... We neither seek profit, nor distribute any dividends. When funds come from any source, we invest it as equipment on a project.”

Eskişehir Anadolu University’s Ceramic Research Center (SAM) is one of the best examples of the collaboration between the university and the industry. Set up at Anadolu University under the umbrella of TÜBİTAK in 1998, SAM carried out work which will set an example for the collaboration between the university and the industry with the participation of 19 ceramic producers in 2007. Although it has a limited turnover of TL 750,000; the funds derived by SAM used in research and development allowed studies to enhance competitiveness of the Turkish ceramic industry to emerge. Assoc. Prof. Dr. Alpagut Kara, SAM Coordinator, who says; “We are the collaboration and solution partner of the ceramic industry”, explained where SAM came, going through what phases and what they do under the framework of university-industry collaboration.

For years, people talk about the collaboration between the university and the industry. Actually SAM is one of the best exam-

maktadır. Teknopark şirketi olarak hizmetlerine devam eden ve sektörle iş birliğinin bu kadar iyi olduğu Türkiye'deki tek örnek SAM'dır. Sanayicilerin de katılımıyla işin yürüdüğü tek merkez diyebiliriz

Üniversite-sanayi iş birliği sektör adına neden önemli?

“Üniversitenin görevi eğitim öğretim vermektir” değil mi? Bu bölümde SAM hariç Teknoparkta kurulu üniversite içinden çıkan dört spinoff şirket var. Akademisyenler makalesini yazıyor ve öğrencilerini eğitiyor ama özellikle bilginin mühendislik dalında uygulamaya dönüşmesi gerekiyor. Ürüne dönüşmesi gerekiyor. Bu ilişki akademisyen açısından niçin önemli? Kitaplardaki bilgileri ve laboratuvarında yaptığımız ufak tefek işleri öğrencilere sunabiliyoruz. Ama bu bilginin daha büyük ve ticari boyuta geçmesi için işletmedeki, yani sanayideki uygulamayı da bilmek gerekiyor. SAM'ın arkasında farklı disiplinlerden gelen akademisyenlerin katkıları var. Genç ve dinamik bir ekiple üniversitenin ve akademisyen arkadaşlarımızın ve sanayicilerimizin de desteğiyle bu duruma geldik. İş birliği açısından üniversitenin desteği ve sanayicinin sahiplenmesi önemlidir. Sektör oldukça kırılğan. İnsanları ayağınıza beklemeyeceksiniz, onların ayağına gideceksiniz. Probleminiz varsa, kitaptaki bilgiyi de kullanarak onun göremediğini görüp, ona katkıda bulunmanız gerekiyor.

“SAM üniversiteden hizmet alıyor”

SAM, üniversite-sanayi iş birliğinin geliştirmesinde hangi projeleriyle öne çıkıyor?

Firmalarla ortak veya özel belirlenen projeler ve bu projeler kapsamındaki test ve analizlerle yapıyoruz. Ayrıca bünyemizde nihai karo ürünlerine yönelik akredite standart test laboratuvarları var. Bir şekilde yurt içi ve yurt dışına satacaksak o ürünlerine de akrediteyiz aynı zamanda. Ürünleri gönderiyorlar, testlerini yapıyoruz. Anadolu Üniversitesi'nin altyapısını ve cihazlarını da kullanarak, ham maddesinin veya reçetesinin pişirim davranışlarını, kimyasal analizlerini yapıyoruz. Üniversite ile aramızda bu konuda bir protokolümüz de var. SAM'daki cihazlarımızın büyük bir bölümü üniversitenin malzeme bilimi ve mühendisliği bölümüne ait. O bağlamda baktığınızda, SAM üniversiteden hizmet alıyor. Üniversite ile imzalanan protokol gereği ciromuzun

“Ortak yarar projeleri yapıyoruz”

“Karo sektörü temsilcilerini topladığımızda hangi projeleri yaptığımızı ve hangilerinin devam ettiğini anlatıyoruz. Bunlar ortak yarar projeleridir. Önümüzdeki bir iki yılda hangi projeleri çalışacağımız konusunda kuruldakileri yönlendiriyoruz. Kararı onlar veriyor. Yurt içi ve yurt dışında fuarlara gidiyoruz. Fikirler bizden geldiği gibi sanayiye temsil eden üyelerden de geliyor. Bazı projelerde sadece SAM'ın mevcut kadrosuyla değil, akademisyenlerden de destekler alıyoruz. Ama mevcut personelimiz de var. O konunun uzmanı hangi üniversitedeyse bağlantıya geçiyoruz. Bu Teknopark Kanunu ve üniversite yönetim kurulunun izniyle, ücret de vererek hocalarımızdan yardım alıyoruz. Böylelikle akademisyenlerimizi de sektörle alakalı bu tür projelerde SAM üzerinden değerlendiriyoruz. Tez izlemesini o firmalarda yapıyoruz.

“We have common benefit projects”

“When we convene the representatives of the tile industry, we tell them what projects we perform and which are ongoing. These are the common benefit projects. We brief the members of the committee on which projects we will work on in the next couple of years. They make the decisions. We go to trade fairs locally and internationally. Ideas come either from us or from members representing the industry. For some projects, we get support also from academicians, not from the existing staff of SAM. But we also have an in-house staff. We contact the expert for that field at whichever university he may be. Under this technopark law and with permission of the board of directors of the university, we get support from our professors, also paying a fee. Hence, we make use of our academicians through SAM on those projects related to the industry. We monitor the theses at those firms.”

ples for this. What is SAM's significance in the world in industry and academia?

The collaboration between university and the industry is a topic which has been discussed in different settings in the last twelve years. SAM is an organization set up at Anadolu University under the umbrella of TÜBİTAK in 1998. TÜBİTAK used to have a university-industry collaboration program. TÜBİTAK shut down this program in 2006. In 2007, the university and 19 ceramic manufacturers came together. It started as Technopark company in Eskişehir Technology Development Zone. As a corporation, it continues its work with Anadolu University having a share of 50 percent. One of the main elements of SAM's success is that the industrialist has a say in management and is involved in the business. The ceramic industry is one of the important sectors with a trade volume of 2 billion TL a year approximately. Turkey is at a very important place in terms of ceramic tile and sanitary ware. The R&D culture in the industry relied upon simple daily readings until the idea of founding of SAM came up. With the inception of SAM after TÜBİTAK's ÜSAMP programs, the R&D culture became a work culture which is project based, in fact oriented to innovation rather than daily readings.

There was no example as successful as SAM so far I guess...

Presently, a few of the university-industry collaborations set up by TÜBİTAK under the ÜSAMP program are ongoing. The center in Adana presently is active. SAM is the only example in Turkey which continues offering services as a technopark company and where collaboration with the industry is so good. We can say it is the only center where work is done with the participation of industrialists, too.

Why is the collaboration between the university and the industry so important for the sector?

Isn't the “function of a university to provide education and training”? There are four spinoff companies coming out of the university at the technopark besides SAM in this section. Academicians write their papers and educate their students but especially in the engineering field, information must be transformed to application. They must transform into products. Why is this relationship important for the academician? We can present the information in the books and small things we do in the laboratory to students. But one has to know the application in the business, that is the industry, so that this information can move to a larger and commercial scale. Contributions from academicians from different disciplines are behind SAM. We got to this stage with a young and dynamic team and with the support of the university and our academician friends and our industrialists. University's support and owning up by the industrialist is important for collaboration. The sector is quite fragile. You will not wait for people to come to you, you have to go to them. If you have a problem, you must see what he cannot see and may contribute to him using the knowledge in the book too.

“SAM is served by university”

With what projects does SAM come to the forefront in the development of the collaboration between the university and the industry?

We have common or special projects with firms and we carry out tests and analyses under those projects. We also have accredited stan-

da yüzde 10'unu yılda bir üniversiteye aktarıyoruz. Büyük ARGE projelerimiz de var. Teknik kurullarımızı topluyoruz ve o kurulda bizim proje ortağı dediğimiz anlaşma imzaladığımız firmalar var. Türkiye'deki karo ve sağlık gereçleri üreticilerinin yüzde 85'ini kapsayan iş birliği ortaklık ağına sahibiz.

SAM'ın yıllık ne kadar bütçesi var?

Bizim bütçemiz aslında o kadar fazla değil. Eskiden TÜBİTAK döneminde TÜBİTAK'ın doğrudan katkısı vardı. Şu anda ise TÜBİTAK'ın İŞBAP Programı kapsamında, proje bazlı destek alınıyor. Bizim gelirlerimiz yaptığımız ortak yarar projeleridir. Bazı firmalar bu ortak yarar projelerinde bizimle daha detaylı çalışmak istiyor. Ortak yarar denildiğinde biz sonuçları on farklı firmaya da anlatıyoruz. Herhangi bir firma o projeye ilgili detaylandırılmış bir şekilde bizimle ikili olarak çalışmak da isteyebiliyor. O zaman onları ikili projeler sınıfına koyuyoruz. Üçer aylık dilimlerde gelirlerimizi faturalandırıyoruz. Gelirlerimiz yaptığımız ARGE projelerinden, bu ikili proje faaliyetlerinden geliyor. Bu ikili projelerimizde bütçeyi oluşturuyoruz ve firma kabul ederse çalışmaya başlıyoruz. Bir anonim şirket olduğumuzdan kamu kaynaklarından da faydalanıyoruz. TÜBİTAK'ın TEYDEP gibi kaynaklarından, SANTEZ gibi veya sadece yurt içi kaynaklardan değil, Avrupa fonlarından da yararlanıyoruz. Şu an yürüyen bir AB CORNET Projeimiz var. Değişik kaynaklardan para girişlerimiz var ama toplam ciroya baktarsak 750 bin TL civarındadır. Bizim çalışmalarımız krizden de et-

hard testing laboratories for final tile products. If we are to sell locally or internationally, we are also accredited with those products. They send the products and we test them. Using the infrastructure and equipment of Anadolu University, we analyze the firing behavior of the raw material or recipe and we do chemical analyses. We have a protocol signed with the university. A great part of our equipment at SAM belongs to the materials science and engineering department of the university. From that perspective, SAM gets service from the university. We transfer 10 percent of our turnover to the university once a year due to the protocol we have with the university. We also have major R&D projects. We convene our Technical Committees and there are firms we call project partners with whom we have agreements in that committee. We have a collaboration partnership network covering 85 percent of the tile and sanitary ware manufacturers in Turkey.

What is SAM's annual budget?

Our budget is not actually that much. Before, in the TÜBİTAK period, TÜBİTAK used to contribute directly. Right now, there is project-based support under TÜBİTAK's İŞBAP Program. Our income is from our common benefit projects. Some firms wish to work with us in more detail in these common benefit projects. When you say common benefit, we give the results to ten different firms. Any firm may also wish to work with us bilaterally in a detailed manner regarding that project. Then we place them in the bilateral projects class. We



"Para geliyor, teçhizat alıyoruz"

"Endüstriyel Doktora Programımız (EDP) var. 2004'te DPT'ye başvurduk. 5,2 milyon dolarlık bir proje aldık. Para geliyor ancak biz bu parayı cihaz ve teçhizat almak için kullanıyoruz. Bu programla, seramik endüstrisinde fen bilimlerinde doktora 30 öğrenci alıyoruz. Bu insanlara seramik sektörünün ihtiyaçları doğrultusunda tez konuları çalıştırıyoruz. Bu süreçte de sektör temsilcilerinden, bu insanlara bir asistan ücreti kadar burs vermelerini istiyoruz. Sektör bu teklifi SAM'ın yaptıklarına bakarak ve gelecekte yapacaklarını da düşünerek kabul etti. Şu an dokuz arkadaşımız mezun oldu, 15 arkadaşımız EDP'ye devam ediyor. Bunun faydası ise arkadaşlarımız hem işin bilimsel tarafında çalışıyor, hem de firmanın işletme mantığını öğreniyor."

"Funds come in, we buy equipment"

"We have an Industrial Ph.D. Program (EDP). In 2004, we applied to SPO. We got a project of 5.2 million Dollars. Money comes but we use this money for buying equipment and devices. Under this program, we admitted 30 students for Ph.D. programs in sciences in the ceramic industry. We give thesis topics to these people in line with the needs of the ceramic industry. At this time, we ask industry representatives to pay a scholarship to these people equal to the salary of a research assistant. The sector accepted this offer looking at what SAM has done and what it will do in the future. Presently, we have 9 graduates; 15 people are in the EDP program. The benefit from this is that these friends both work in the scientific side of the project and also they learn the operational logic of the firm."

kileniyor. Firma krize girdi mi, SAM'da yapmayı düşündüğü ARGE faaliyetlerini askıya alabiliyor. Bu durum da ciroyu etkiliyor tabii.

Avrupa'daki benzeri kuruluşlarla SAM arasındaki farklılıklar neler? Ne kadar bir bütçe ile çalışıyor o kurumlar?

ARGE mühendislerimizin çoğu okuldan mezun olduktan sonra sektörde çalışmış ve sonra SAM'a gelmiş arkadaşlarımız. Ben dâhil 15 kişiyiz. İspanyada ITC diye bir kurum var. Üniversitenin içinde kurulmuş, alanlarını gezdim ve altyapılarını gördüm. Personel sayısı 100'ün üzerindeydi. Çok ciddi bir rakam. Tabii onların sektörden desteği, fonlanması daha fazla bize göre. Özellikle Avrupa fonlarını çok iyi bir şekilde kullanıyorlar. Türkiye'de bu fonların kullanılması gerek üniversitelerde, gerekse de bizim gibi merkezlerde sınırlı. SAM'ın kurulmasının üzerinden 12 sene, şirket olarak rüşdünü ispatlamasının üzerinden ise sadece üç sene geçti. Personel sayımız az. Her işe arkadaşlarımız koşmak durumunda kalıyor. Daha fazla kadromuzun olması lazım. Kâr amacı gütmemiş gibi kâr payı da dağıtmıyoruz. Herhangi bir kaynaktan para geldiğinde onu bir projeye cihaz olarak yatırıyoruz. Bizim injet projemiz var. Dekorlama tekniği için nano mürekkep yapma konusunda iyi bir proje. Örneğin yaklaşık 130 bin TL'lik bir cihazı aldık ve laboratuvarımıza koyduk. Bu da bir ortak yarar projesi. Biz seramik sektörünün yol haritası için yönlendirme yapıyoruz. Ama aynı zamanda da güncel problemlerinden teknolojik sorunlarına kadar her konuda destek oluyoruz sektöre... Kadro sorunumuzun dışında da finans anlamında sektörden biraz daha fazla desteğin gelmesi gerekiyor.

SAM olarak seramik sektörünün gelecek perspektifinde neler olacağını düşünüyorsunuz?

Sektörün en önemli sorunu krizler. Özellikle bu konuda başı çeken İspanya ve İtalya'nın krizden yoğun bir şekilde etkilendiği göz önüne alınır ve bu ülkelerin teknoloji, ARGE, tasarım konusunda sektöre yön verdikleri de düşünülürse, krizin üretim ve istihdamda yarattığı sıkıntı bizim sektörümüz için de sorun yaratır. İspanya'daki fırınların yüzde 50'si bu süreçte kapandı. Oradaki pazar boşluğunu üreticilerimiz krizden daha az etkilenmenin de verdiği bir güvenle doldurmaya çalışıyor. İyi bir hava yakalanmış durumda. Sektör firmaları 2010 yılında yakalanan havadan memnun ve yeni yatırımlar yapıyor. Karoda ve sağlık gereçlerinde seramik sektörünün sıkıntısı var. Özellikle karoda kârlar çok düştü. Enerji fiyatları, işçilik arttı. Bu ürünleri paketlemeniz gerekiyor ve paketleme maliyetlerinin de arttığı gözlemleniyor. Bu, maliyetlerin neredeyse yüzde 10-15'ine denk geliyor. İhracatta düşük kur politikası, TL'nin güçlü olması firmaları zorlayan başka unsurlar. Sektörün yönü Doğu'ya kayıyor. Mısır, İran, Hindistan, Endonezya, Tayland gibi ülkelere doğru kayıyor. Ucuz iş gücü ve enerji gibi parametreler sektörü Doğu'ya doğru yönlendiriyor. Çin de var tabii. Artık Çin üretimde kaliteye, araştırmaya ve tasarıma da önem veriyor. Sektörün katma değerini yükseltmesi gerekiyor. İnovasyona önem verecekler. SAM'da bu tür inovatif çalışmalar yapıyoruz. Duvara döşenen bir karo düşünün. Antalya gibi nemli ve sıcak bir yerdesiniz. Klima çalıştırmak istiyorsunuz ancak enerji harcamak durumundasınız. Öyle bir duvar karesi düşünün ki pano şeklinde, nem yükselince karonun gözenekleri vasıtasıyla nem hapsolüyor ve düşüyor. Nem düşüncü o nemi tekrar ortama geri veriyor. Bir karo düşünün hem estetik görünüyor, hem de bir klima gibi ortamın nemine göre çalışıyor. Sadece estetik değil, fonksiyonel bir ürün yapmak zorundasınız. Kendi kendini temizleyen karolar ve antibakteriyel yüzeyler



bill our income in quarterly periods. Our income is from our R&D projects and these bilateral projects. We form the budget with these bilateral projects and if the firm agrees, we start work. Since we are a joint stock company, we also make use of government resources. We make use of TÜBİTAK's funds like TEYDEP, like SANTEZ and just not local funds but also European funds. Presently, we have an ongoing AB CORNET Project. There is money coming from different sources but if we look at the total turnover, it is about TL 750,000. Our work is impacted by the crisis, too. If the firm goes into a crisis, it may suspend the R&D work it contemplates at SAM. This, of course, affects the turnover.

What is the difference between SAM and similar organizations in Europe? With what kind of a budget do those organizations work with?

Most of our R&D engineers are people who have worked in the industry, coming to SAM later after graduation from school. We are 15 people including me. There is an organization named ITC in Spain. It has been set up in the University; I toured their grounds and saw their infrastructure. The number of their employees was above 100. This is a very serious figure. Of course, the support they get from the industry, their funding is much bigger compared to us. They use especially European funds much better. Use of these funds in Turkey is limited both in university, also at centers like us. It has been 12 years from the inception of SAM and only three years since it proved itself as a company. The number of our employees is small. Our colleagues have to run after everything. We must have more personnel. We neither seek profit, nor distribute any dividends. When funds come from any source, we invest it as equipment on a project. We have an injet project. This is a good project for making nano ink for decor technique. For example, we bought and equipment for approximately TL 130,000 and put it in our laboratory. This is a common benefit project too. We are providing guidance for the roadmap of the ceramic industry but at the same time, we give support to the industry from their daily problems to their technological ones... There must be a little bit more support from the industry in terms of finance beside the personnel problem, too.

What do you think there will be in the future perspective of the ceramic industry, as SAM?

The most important problem of the industry is the crises. Considering that especially Spain and Italy, leaders in this field, have been



gibi inovatif ürünler var. Bu tür ürünlerin uygulama alanlarını artıracaksınız. Sektörün başka malzemelerin pazarından çalması gerekiyor. Öyle karo yapacaksınız ki, salona döşediğinizde ahşap görünümünde olacak ve aynı zamanda da sıcak hissettirecek. Bu ve benzeri ürünler yakın zamanda sektörün yönünü de tayin edecek. Ya başkasının pazarından çalacaksınız ya da uygulama alanlarını inovatif yaklaşımlarla artıracaksınız. Katma değeri inovasyonla yaratırsınız. Başka türlü katma değer yaratamazsınız. Yeni pazarlara açılmak zorundasınız, onu da zaten sektör yapıyor. Niş market denilen yerlere göre ürünler yapıp satacaksınız. Bunu da bilimsiz yapamazsınız. Maalesef şu anda bu konuda SAM tek kuruluşumuz.



impacted largely by the crises and how these countries lead the industry in terms of technology, R&D and design, the problem created by the crisis in production and employment also will lead to problems for our industry. Fifty percent of the kilns in Spain shut down in this period. Our producers attempt to fill the market gap there with confidence afforded by being less impacted by the crisis. There is a good atmosphere captured. The firms of the sector are happy with the atmosphere in 2010 and are making new investments. The ceramic industry has problems in tile and sanitary ware. Especially, in tiles, profits declined a lot. Energy cost and labor cost increased. You have to package these products and it is observed that packaging costs have risen, too. This accounts for almost 10-15 percent of cost. For exports, the low exchange rate policy and strong TL are other elements making life difficult for the firms. The direction of the industry shifts towards the east. Towards countries like Egypt, Iran, India, Indonesia and Thailand. Parameters like low labor cost and energy direct the industry towards the east. Then there is of course, China. But China emphasizes quality, research and design, too, in production. The industry has to enhance its value added. They will emphasize innovation. We do these types of innovative work at SAM. Imagine a tile laid on the wall. You are at a humid and hot place like Antalya. You want to turn on the AC But you have to consume energy. Imagine such a wall tile in the form of a panel, that as humidity rises, it is captured and drops down, thanks to the pores of the tile. When humidity falls, it releases the moisture back to the environment. Imagine a tile which both looks aesthetic and runs according to the humidity of the setting like an air conditioner. You must produce not just an aesthetic, but a functional product. There are innovative products like self-cleaning tiles and antibacterial surfaces. You must increase the fields of application of these types of products. The sector must steal from the market of other materials. You must make such a tile that when you lay it on a room, it will look like wood and will give the feeling of warmth. This and similar products will determine the direction the industry will take shortly. You'll either steal from the market of others or you will enhance your fields of application through innovative approaches. You will create value added by innovation. You cannot create value added otherwise. You have to open to new markets; which is already done by the sector anyway. You have to make and sell products for places called niche markets. You cannot do this without science. Unfortunately, SAM is our only organization presently in this field.

Kümelenede SAM faktörü

Seramik sektöründe kümelene yaklaşımı lojistikten altyapıya kadar sorunların çözümüne yarar sağlayacak mı?

Yarayacaktır. O kümenin bir derneği var şu anda. O derneğin içinde olan hocalarımızın, arkadaşlarımızın ve sektördeki sanayicilerin bu işe gerçekten gönül vermesi gerekiyor. Eskişehir, Bilecik-Bozüyük ve Kütahya'nın seçilmesinde küme oluşumu için gerekli olan sanayi ile çalışan üniversitelerin varlığını görürsünüz. Bu konuda çalışan bir de merkez var. Bu kümenin bu illeri de içine alacak şekilde oluşturulmasının sebeplerinden biri de SAM'ın varlığıdır.

Bu kümenin dışında kalan sektör firmalarının dezavantajına bir durum söz konusu olmayacak mı?

Bence olmayacaktır ama öyle bir rahatsızlık olduğunu da söylemek gerekiyor. SAM'ın işin içinde olmasını istediler ama bu konuda bizim çekincelerimiz vardı ve paylaştık. SAM sadece küme içindeki değil, küme dışındaki firmalara da hizmet veriyor. Bu küme efektif bir şekilde çalışırsa, çekincelerin ve sorunların çözüleceğine inanıyorum.

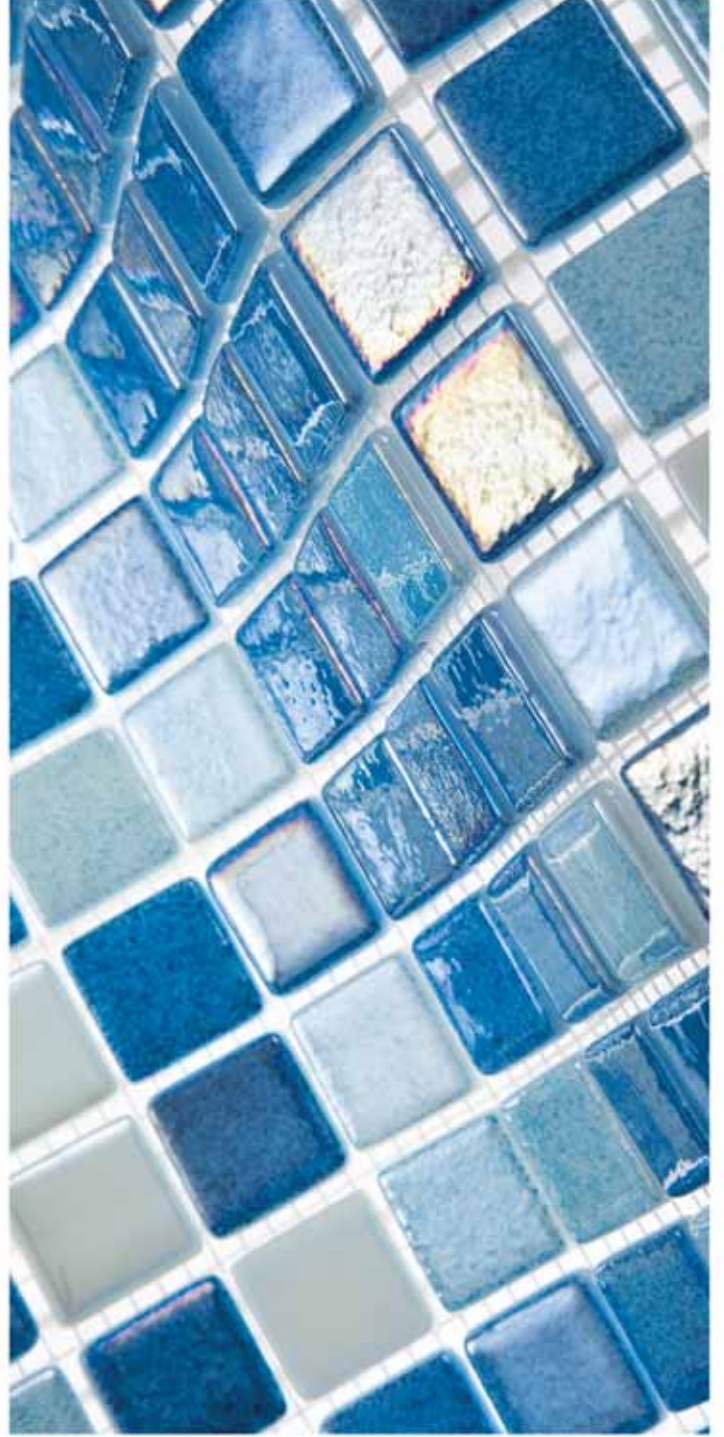
SAM factor in clustering

Will the clustering approach in the ceramic industry help solving problems ranging from logistics to infrastructure?

It will. The cluster has an association now. Our professors, colleagues in the association and the industrialists must really want this to work. You see that the industry and working universities necessary for a cluster are present in Eskişehir, Bilecik-Bozüyük and Kütahya which were selected. There is also a center working in this field. One of the reasons why this cluster was formed to cover these provinces is SAM.

Will there not be a disadvantage for the firms in the industry outside the cluster?

I don't think so, but it must be said that there is some discomfort here. They wanted SAM to be part of the project but we had our reservations in this area and we shared them. SAM serves not just the firms in the cluster but also those outside the cluster. If this cluster works effectively, I believe that drawbacks and problems will be resolved.



Eskimeyen Moda, Cam Mozaik.

Tüm yüzey kaplama malzemelerinden daha sağlam ve estetik, her mutfak, banyo ve yüzme havuzları ile uyumlu zengin renk ve doku alternatifleriyle, Betsan Mosaix, özgür alanlar yaratır.

Ageless Fashion, Glass Mosaic.

Betsan Mosaix creates free spaces with its rich color and texture alternatives, which are more robust and aesthetic from all surface coating materials and are compatible with each kitchen, bathroom, pool and exterior facades.

 **BETSAN**[®]
MOSAIX[®]



Özel sektörün kredileri Avrupa'dan

Loans of private sector from Europe

Özel sektörün yurt dışından sağladığı uzun vadeli kredilerin yüzde 72'si Avrupa ülkeleri kaynaklı. 2011 yılı Ocak ayı itibarıyla özel sektörün yurt dışından sağladığı uzun vadeli kredileri 118 milyar 970 milyon dolara ulaşırken, bunun 85 milyar 436 milyon dolarlık bölümünü Avrupa ülkelerinden temin edilen krediler oluşturdu. Uzun vadeli kredilerde yüzde 19,3 pay ile Birleşik Krallık ilk sırada yer alırken, kısa vadeli kredilerde yüzde 37,3'le Hollanda başı çekti. Merkez Bankası verilerine göre, Ocak ayı sonunda özel sektörün yurt dışından sağladığı uzun vadeli kredi borcu bir önceki aya göre yüzde 1,8 artarak 116 milyar 889 milyondan 118 milyar 970 milyon dolar düzeyine yükseldi. Bu borcun yüzde 71,8'ini oluşturan 85 milyar 436 milyon dolarlık bölümü Avrupa ülkelerinden temin edildi. Ocak ayı itibarıyla Asya ülkelerinden alınan 16 milyar 734 milyon dolarlık kredi, toplam kredilerin yüzde 14,1'ini oluştururken, Amerika ülkelerinden alınan uzun vadeli krediler yüzde 14 pay ile 16 milyar 605 milyon dolar, Afrika'dan temin edilen uzun vadeli krediler yüzde 0,1 pay ile 123 milyon dolar düzeyinde gerçekleşti. Ocak itibarıyla özel sektörün yurt dışından temin ettiği uzun vadeli kredilerin 35 milyar 138 milyon doları finansal sektörlere yönelik gerçekleşirken, 83 milyar 831 milyon dolarlık bölümü finansal olmayan sektörlere yöneldi. Finansal olmayan sektörler için uzun vadeli kredilerin toplam içindeki payı yüzde 70,5 düzeyinde gerçekleşti. Finansal olmayan sektörler içinde tarım sektörüne yönelik krediler 615,7 milyon dolarla ve yüzde 0,5 payla sınırlıyken, sanayi sektörüne yönelik krediler 35,9 milyar doları, hizmetler sektörüne yönelik kredileri 47 milyar 316 milyon dolara ulaştı. Böylece özel sektörün yurt dışından temin ettiği uzun vadeli krediler içinde sanayinin payı yüzde 30,2, hizmetlerin payı 39,8 oldu.

Of the long-term loans procured by the private sector from abroad, 72 percent originate from Europe. Whilst the long-term loans procured by the private sector from abroad as of January 2011 reached 118,970,000,000 Dollars; 85,436,000,000 Dollars part comprised loans secured from European countries. In long-term loans, United Kingdom ranked first with a share of 19.3 percent, with Holland leading the way by 37.3 percent in short-term loans. According to Central Bank data, the long-term borrowings by the private sector from abroad as of the end of January went up by 1.8 percent over the previous month, rising to 118,970,000,000 Dollars from 116,889,000,000 Dollars. Of this debt; 85,436,000,000 Dollars accounting for 71.8 percent were secured from European countries. Whilst 16,734,000,000 Dollars worth of loans obtained from Asian countries as of January accounted for 14.1 percent of total loans, long-term loans procured from American countries were 16,605,000,000 Dollars with a share of 14 percent and long-term loans from Africa were 123,000,000 Dollars with a share of 0.1 percent. Of the long-term loans secured by the private sector from abroad as of January, 35,138,000,000 Dollars were for the financial sector, with 83,831,000,000 Dollars directed to non-financial sectors. The share of long-term loans for non-financial sectors in the total loans was 70.5 percent. Among non-financial sectors, loans to the agricultural industry were limited to 615,700,000,000 Dollars and a share of 0.5 percent; loans to the manufacturing industry were 35,900,000,000 Dollars and those to the services sector amounted to 47,316,000,000 Dollars. Hence, the share of the manufacturing industry of the long-term loans procured by the private sector from abroad was 30.2 percent with the share of services reaching 39.8 percent.

Türkiye'nin Fırın Sanatkarı



*Çini - Seramik - Cam
Atölyesi Kurulum
Merkezi*



WWW.REFSAN.COM.TR

İhracat şubatta yüzde 24,19 arttı

Exports grow by 24.19 percent in February

Türkiye İhracatçıları Meclisi'ne (TIM) göre, şubat ayında ihracat, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 24,19 artışla 10 milyar 164 milyon 614 bin dolar olarak gerçekleşti. Bu yılın ilk iki ayında ihracat, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 22,56 artışla 19 milyar 725 milyon 771 bin dolar olarak gerçekleşti. Son bir yıllık ihracat ise yüzde 15,32 artışla 117 milyar 530 milyon 760 bin dolar oldu. Şubat ayında en fazla ihracat yapan sektör, 1 milyar 615 milyon 440 bin dolarla otomotiv endüstrisi oldu. Otomotivi, 1 milyar 304 milyon 984 bin dolar ile demir çelik ürünleri, 1 milyar 303 milyon 744 bin dolarla hazır giyim ve konfeksiyon, 1 milyar 194 milyon 891 bin dolarla kimyevi maddeler ve mamulleri takip etti. Türkiye'nin, şubat ayında toplam ihracatının yüzde 84,16'sını gerçekleştiren sanayi grubunda yüzde 24,61 artışla 8 milyar 554 milyon 939 bin dolarlık, yüzde 13,40'ını oluşturan tarım grubunda yüzde 21,94 oranındaki artışla 1 milyar 361 milyon 615 bin dolarlık ve yüzde 2,44'ünü oluşturan madencilikte yüzde 22,38'lik artışla 248 milyon 59 bin dolarlık ihracat yapıldı. Şubat ayında Türkiye ihracatında ilk 10 ülke, Almanya, İtalya, İngiltere, Fransa, Irak, Rusya, Birleşik Arap Emirlikleri, ABD, İspanya ve İran olarak sıralandı.

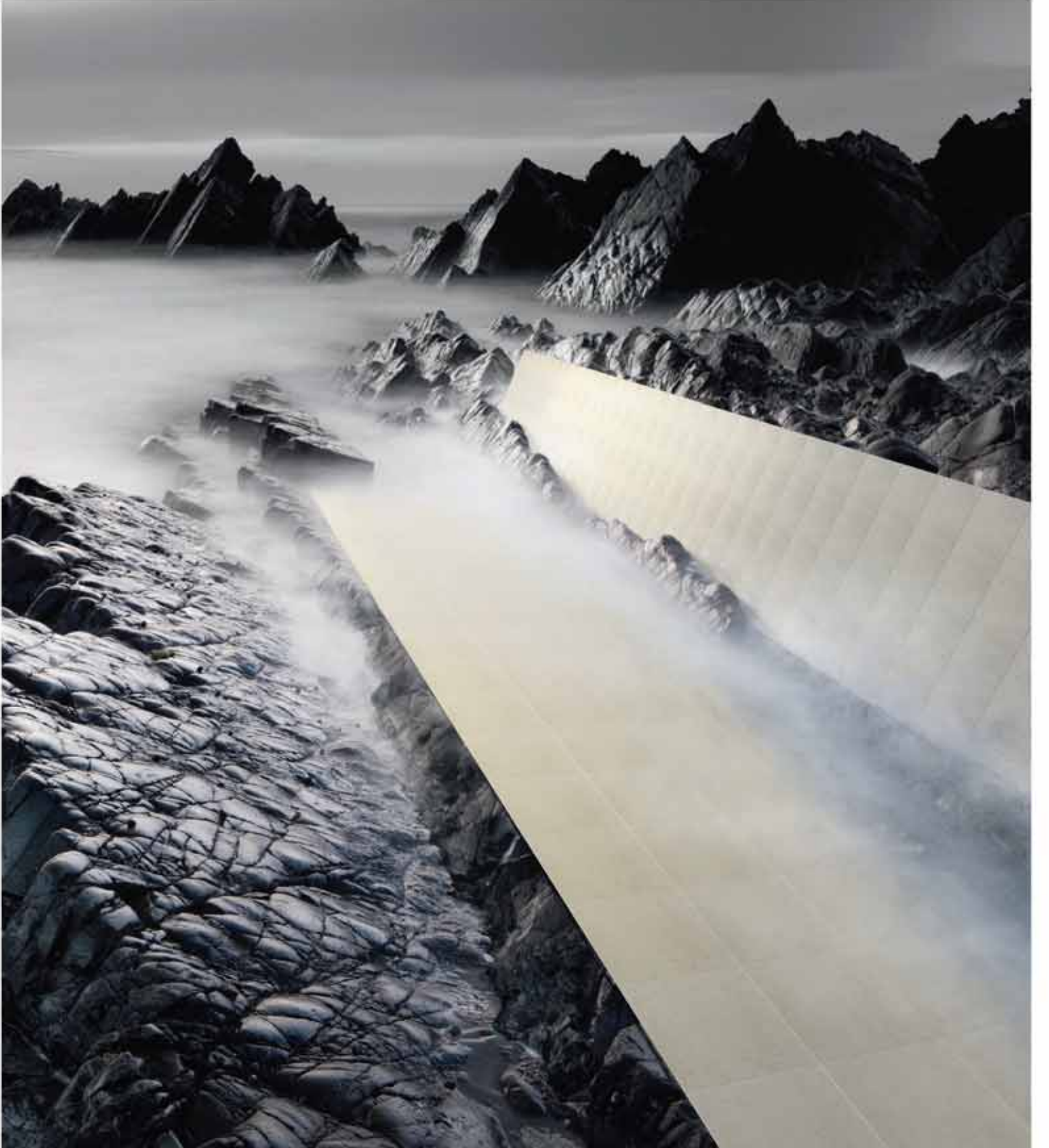
According to Turkish Exporters Assembly (TIM), exports in February were 10,164,000,000 Dollars with a rise of 24.19 percent over the same month last year. In the first two months of this year, exports reached 19,725,771,000 Dollars with a rise of 22.56 percent over the same period last year. Exports in the last year were 117,530,760,000 Dollars with a rise of 15.32 percent. The sector with the highest volume of exports in February was the automotive industry with 1,615,440,000 Dollars. The automotive sector was followed by iron and steel products with 1,304,984,000 Dollars; clothing sector with 1,303,744,000 Dollars and chemicals with 1,194,891,000 Dollars. In the industry group, which accounted for 84.16 percent of total exports of Turkey in February, the export figure was 8,554,939,000 with a rise of 24.61 percent, this figure being 1,361,615,000 Dollars with a rise of 21.94 percent in the agricultural group accounting for 13.40 percent and exports amounted to 248,059,000 Dollars with a rise of 22.38 percent in the mining sector accounting for 2.44 percent. Top 10 countries in Turkey's exports in February were ranked as Germany, Italy, England, France, Iraq, Russia, United Arab Emirates, USA, Spain and Iran.



X-Treme Karo. VitrA'dan.

En yoğun ortamda bile doğallığını korur.

VitrA Karo'ya özel bir teknolojiyle üretilen X-Treme, doğal taş görünümünde. Her biri diğerinden farklı dokular taşıyan karolar zor koşullar için geliştirildi. X-Treme serisinde bulunan tüm karolar son derece dayanıklı, kaymaz ve kolay temizleniyor. 60x120 cm'ye kadar uzanan boyut seçenekleriyle X-Treme özellikle cafe, restoran, otel, showroom, alışveriş merkezi gibi sürekli ve yoğun kullanılan alanlarda değer yaratan bir tasarım çözümü.





“2011’de hedeflerin üstünde büyüyeceğiz”

“We will grow above targets in 2011”

Sanayi ve Ticaret Bakanı Nihat Ergün, “Büyümede iç talepteki canlanmaya ilave olarak dış pazarların da normalleşmesiyle birlikte, 2011’de de hedeflerimizin bir miktar üstüne çıkabileceğimizi düşünüyorum” dedi. Merkez Bankası tarafından açıklanan 2011 Şubat ayı kapasite kullanım oranını ve reel kesim güven endeksinin değerlendiren Bakan Ergün şunları söyledi: “Şubat ayı kapasite kullanım oranı ve reel kesim güven endeksi ile birlikte, 2011 yılının ikinci ayının ilk verilerine ulaşmış olduk. İmalat sanayi genelinde kapasite kullanım oranı, geçen yılın aynı ayına göre 5,2 puan artarak yüzde 73 seviyesinde gerçekleşmiştir. Kapasite kullanım oranı bir önceki aya göre ise mevsimsel etkilerle 1,6 puan düşüş göstermiştir. Reel kesim güven endeksi ise bir önceki yılın aynı ayına göre 5,8 puan yükselirken, bir önceki aya göre 2,6 puan düşüş göstermiştir. 2010 yılında büyüme hedefimizin oldukça üstünde bir performans sergiledik. İç talepteki canlanmaya ilave olarak dış pazarların da normalleşmesiyle birlikte, 2011’de de hedeflerimizin bir miktar üstüne çıkabileceğimizi düşünüyorum. Zira 2011 yılında, daha şimdiden iş dünyamız için Sanayi Strateji Belgesi’nin uygulanmaya başlanması, Ticaret ve Borçlar Kanunları’nın Mecliste yasalaşması gibi önemli gelişmeler yaşandı. 2010 yılından taşıdığımız moralle birlikte, yine başarılı bir yıl geçireceğimize inanıyorum.”

Minister of Industry and Trade Nihat Ergün said; “As international markets get normalized in addition to the vitality in domestic demand, I believe that we will go somewhat over our targets in 2011 in terms of growth. Minister Ergün, gauging the capacity utilization rate and real sector confidence index for February 2011 announced by Central Bank, said; “We reached the initial data of the second month of 2011 with the capacity utilization rate and real sector confidence index for February. The capacity utilization rate in the overall industry has reached 73 percent with a growth of 5.2 points over the same month last year. The capacity utilization rate has declined by 1.6 points due to seasonal effects over the previous month. The real sector confidence index, on the other hand, has risen by 5.8 points over the same month of the previous year with a drop of 2.6 points over the previous month. We displayed a performance quite above our growth target in 2010. As international markets get normalized in addition to the vitality in domestic demand, I believe that we will go somewhat over our targets in 2011 in terms of growth. Because significant developments were observed in 2011 already like implementation of the Industry Strategic Document for our business world and enacting of Commercial Code and Code of Obligations. I believe that we will have yet another successful year with the morale we carry over from 2011.”



34. TURKEY BUILD

YAPI

FUARI

İSTANBUL

YAPI, İNŞAAT MALZEMELERİ VE TEKNOLOJİLERİ

27 NİSAN - 1 MAYIS 2011

Yeni Fuar Saatleri **10:00 - 19:00**

TÜYAP FUAR VE KONGRE MERKEZİ / BÜYÜKÇEKMECE

%30 büyüdük!

81.000 m²

açık ve kapalı alan

1.100 katılımcı firma,

80 ülke, **15.000** ürün

110.000 ziyaretçi

2 yeni etkinlik:

Konuk Ülke: Rusya

Ekodünya Fuarı

Yapı dünyasının en büyük buluşmasına siz de davetlisiniz.

www.yapifuari.com.tr

YEM  **Fuar**

Fulya Mah. Yeşilçimen Sok. No:12/430 Fulya / İstanbul

Tel +90 212 266 70 70 Faks +90 212 266 70 10

 **Ufi**
Approved
Event

 **TUYAP** TÜRKİYE FUAR
YAPIMCILARI DERNEĞİ

 **KOSGEB**

Türkiye ekonomisinin büyüme hızı (%)



TÜİK verilerine göre 2008, 2009 ve 2010 yılları ile 2010 dördüncü çeyreğine ilişkin üretim yöntemine göre sektörel gelişme hızları, sabit fiyatlarla şöyle oldu:

According to TÜİK data, sectoral development rates were as follows in fixed prices under the production method for 2008, 2009 and fourth quarter of 2010:

SEKTÖR / SECTOR	2008	2009	2010	2010 4. Çeyrek
Tarım / Agriculture	4,6	3,7	1,2	4,3
Balıkçılık / Fishery	-5,7	-0,3	14,2	18,4
Madencilik / Mining	5,4	-6,7	4,7	0,9
İmalat sanayi / Manufacturing	-0,1	-7,0	13,6	11,3
Elektrik-gaz / Utilities	3,7	-3,4	7,3	6,5
İnşaat / Construction	-8,1	-16,1	17,1	17,5
Ticaret / Trade	-1,5	-10,2	13,3	13,1
Oteller-lokantalar / Hotels-Restaurants	-2,0	3,7	0,3	-0,9
Ulaştırma-Haberleşme / Transportation-Communication	1,5	-7,0	10,5	12,9
Mali Kuruluşlar / Financial Institutions	9,1	8,5	7,2	10,3
Konut Sahipliği / Housing	2,3	2,9	1,9	1,2
Gayrimenkul Kiralama / Real Property Leasing	6,7	4,5	7,6	4,5
Eğitim / Education	1,2	2,0	0,6	0,9

Beş çeyrek üst üste büyüdük

We grew consecutively for five quarters

Türkiye ekonomisi, 2010 yılı son çeyrekte yakaladığı yüzde 9,2 büyüme ile beş çeyrek üst üste büyüme gerçekleştirmiş oldu. Yıl tamamında da büyüme, Orta Vadeli Program'da (OVP) öngörülen yüzde 6,8'i aşarak, yüzde 8,9'u buldu. 2010 yılında kişi başına düşen milli gelir de 10 bin 79 dolar olarak hesaplandı. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), üretim yöntemiyle hesaplanan Gayrisafi yurtiçi hasıla (GSYH) sonuçlarını açıkladı. Buna göre, kesintisiz 27 çeyrek büyümenin ardından 2008'in son çeyreğinde küresel krizin etkisiyle daralmaya geçen Türkiye ekonomisi, 2009'un üç çeyreğinde de küçülme gösterdi. Yılın son çeyreğinden itibaren büyüme trendine giren ve 2009'un son çeyreğinde yüzde 5,9 büyüme gösteren ekonomi, 2010'nun ilk çeyreğinde yüzde 12, ikinci çeyreğinde yüzde 10,3, üçüncü çeyreğinde yüzde 5,2, dördüncü çeyreğinde de yüzde 9,2 büyüdü. Yıl tamamında büyüme oranı, yüzde 8,9 olarak belirlendi. Bu parametrelere göre, kriz öncesi döneme yaklaşıldığı dikkati çekti. 2009'da sektörel bazda sabit fiyatlarla en yüksek daralmanın gözlemlendiği inşaat sektörü, 2010'da baz etkisinin de belirleyiciliğiyle yüzde 17,1 büyüme gösterdi.

Turkish economy achieved a growth of five consecutive quarters with the figure of 9.2 percent it caught in the last quarter of 2010. The growth was 8.9 percent for the entire year, going over 6.8 percent projected in the Medium-Term Program (OVP). Per capita national income in 2010 was calculated to be 10,079 Dollars. Turkish Statistics Agency (TÜİK) announced the Gross domestic product (GDP) results calculated by the production method. Accordingly, Turkish economy, which started to contract due to the impact of the global recession in the last quarter of 2008 after a growth for 27 consecutive quarters, also contracted in the three quarters of 2009. The economy, which went into a growth trend starting from the last quarter of the year, with growth figure of 5.9 percent in the last quarter of 2009, grew by 12 percent in the first quarter of 2010, 10.3 percent in the second quarter, 5.2 percent in the third quarter and 9.2 percent in the fourth quarter. The growth rate for the entire year was determined to be 8.9 percent. These parameters indicated that pre-recession figures are being achieved once again. The construction sector, where the highest contraction was observed in fixed prices by sectors in 2009, grew by 17.1 percent as determined by the base effect in 2010.

Sanayi üretimi yüzde 18,9 arttı

Industrial production grows by 18.9 percent

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Ocak 2011 sanayi üretim endeksi sonuçlarını açıkladı. Buna göre geçen yılın aynı ayına göre, madencilik ve taş ocakçılığı sektörü endeksinde yüzde 11,9 imalat sanayi sektörü endeksinde yüzde 20,5, elektrik, gaz, buhar ve iklimlendirme üretimi ve dağıtım sektörü endeksinde de yüzde 12 artış kaydedildi. Türkiye'de, sanayi üretimi bu yılın ocak ayında, geçen yılın aynı ayına kıyasla yüzde 18,9 arttı. Sanayi üretimi 2010 yılının aralık ayına göre aylık bazda bakıldığında ise yüzde 13,2 geriledi. Takvim etkisinden arındırılmış endeks, ocak ayında geçen yılın aynı ayına göre yüzde 18,8 arttı. Mevsim ve takvim etkilerinden arındırılmış sanayi üretim endeksi bir önceki aya göre yüzde 0,5 artış gösterdi.

Turkish Statistics Agency (TÜİK) announced the industrial manufacturing index results for January 2011. According to these results; there was an increase of 11.9 percent in the mining and quarries sector index, 20.5 percent in the industrial index and 12 percent rise in electricity, gas, steam and air conditioning manufacturing and distribution sector index. Industrial output grew by 18.9 percent over the same month last year in the month of January of this year in Turkey. Industrial output, on the other hand, declined by 13.2 percent on monthly basis over December of 2010. Calendar adjusted index grew by 18.8 percent over the same month of last year in January. Industrial output index adjusted for seasonal and calendar effects grew by 0.5 percent over the previous month.

TÜİK verilerine göre 2011 Ocak ayında 2005=100 temel yıllık sanayi üretim endeksindeki yıllık değişim oranları şöyle:

The annual rates of change in the industrial output index with 2005=100 base year in January 2011 are as follows according to TÜİK data:

AYLAR / MONTHS	2011	2010	2009	2008
Ocak / January	18,9	12,8	-21,5	11,2
Şubat / February	-	17,6	-24,0	9,2
Mart / March	-	21,4	-21,5	3,5
Nisan / April	-	16,9	-18,8	7,5
Mayıs / May	-	14,9	-17,1	3,0
Haziran / June	-	10,0	-9,9	2,3
Temmuz / July	-	8,8	-8,9	4,4
Ağustos / August	-	10,8	-6,5	-3,4
Eylül / September	-	10,4	-9,6	-4,0
Ekim / October	-	9,9	6,2	-6,3
Kasım / November	-	9,4	-3,0	-12,9
Aralık / December	-	16,9	23,9	-17,4
Yıllık Ortalama / Annual Average	-13,1	-9,9	-0,6	

2010 ve 2011 yılları Ocak ayı sanayi sektörü üretim artış oranları da yüzde olarak şöyle:
The manufacturing industry output rates of increase percentage-wise for January 2010 and 2011 are as follows:

İktisadi Faaliyet Kolları / Lines of Business	2010	2011
	Ocak / January	Ocak / January
Toplam sanayi / Total industry	12,8	18,9
Madencilik / Mining	0,4	11,9
İmalat sanayisi / Manufacturing industry	15,2	20,5
Elektrik, gaz ve su / Utilities	3,3	12,0

	Ocak/Jan.	Şubat/Feb.	Mart/March.	Nisan/April	Mayıs/May	Haziran/June	Tem./July	Ağus./Aug.	Eylül/Sept.	Ekim/Oct.	Kasım/Nov.	Aralık/Dec.
ÜFE	2009 0,23	1,17	0,29	0,65	-0,05	0,94	-0,71	0,42	0,62	0,28	1,29	0,66
(Değişim/Change-%)	2010 0,58	1,66	1,94	2,35	-1,15	-0,50	-0,16	1,15	0,51	1,21	-0,31	1,31
	2011 2,36	1,72										
TÜFE	2009 0,29	-0,34	1,10	0,02	0,64	0,11	0,25	-0,30	0,39	2,41	1,27	0,53
(Değişim/Change-%)	2010 1,85	1,45	0,58	0,60	-0,36	-0,56	-0,48	0,40	1,23	1,83	0,03	-0,30
	2011 0,41	0,73										
İhracat/Exports (Aylık-Mount)	2009 7,884	8,435	8,155	7,562	7,346	8,330	9,056	7,840	8,481	10,096	8,903	10,055
(milyon \$-million dollars)	2010 7,831	8,263	9,887	9,396	9,795	9,536	9,571	8,519	8,907	10,962	9,386	11,848
	2011 9,561											
İthalat/Imports (Aylık-Mount)	2009 9,281	9,075	10,522	10,120	10,868	12,501	12,856	12,811	12,485	12,773	12,618	15,019
(milyon \$-million dollars)	2010 11,691	11,779	15,020	14,941	14,724	15,229	16,063	15,431	15,640	17,294	17,130	20,554
	2011 16,873											
Cari denge/Current Account Balance	2009 -467	-280	-1,198	-1,572	-1,609	-2,193	-489	-544	-972	389	-1,809	-3,247
(milyon \$-million dollars)	2010 -3,062	-2,707	-4,293	-4,387	-3,026	-3,463	-3,613	-3,078	-3,904	-3,440	-6,057	-7,531
	2011 -5,860											
Bütçe geliri/Budget revenue (Aylık-Mount)	2009 15,830	18,415	13,053	20,063	18,854	15,411	16,785	21,994	15,953	19,010	17,818	22,272
(milyon TL-million TL)	2010 19,525	20,019	17,488	20,718	24,866	18,448	21,729	26,252	18,493	19,368	25,375	21,747
	2011 23,499	24,556										
Bütçe gideri/Budget expenditure (Aylık-Mount)	2009 18,796	25,808	21,820	21,010	19,464	17,932	23,392	23,518	25,428	21,431	20,942	28,677
(milyon TL-million TL)	2010 22,646	22,290	23,436	25,173	19,054	23,894	23,775	23,163	25,395	21,203	25,740	37,858
	2011 22,494	23,568										
Dış borç öde/Foreign dept repayments	2009 1,000	985	1,330	802	367	1,989	543	588	1,947	673	460	1,040
(milyon \$-million dollars)	2010 776	2,090	1,007	878	590	2,315	884	543	1,182	622	999	1,443
	2011 1,743	1,024										

Kütahya Seramik Fabrikalar Müdürü **Celal Üstündağ**

“Duvar karosunda öncü olduğumuzu düşünüyorum”

“Bu sene fuarda sergilediğimiz büyük ebatlı ürünler, mimaride kolaylıkla kullanılabilir ürünlerdir. Orta ve orta üstü grupta Türkiye pazarını yönlendiren bir firmayız. Duvar karosunda özellikle öncü olduğumuzu düşünüyorum. Bu tür büyük ebatlı ürün geliştirirken sadece Türkiye’yi değil, global dünyayı da düşünüyoruz.”

*Kütahya Seramik Factories Manager **Celal Üstündağ***

“I believe that we are the leader in wall tiles”

“The large format products we exhibit at the trade fair this year are those usable easily in architecture. We are a firm guiding the Turkish market in the medium and above medium group. I believe that especially in wall tile we are the leader. When developing such a big format product, we think about not only Turkey but globally, the world.”

Tasarımcı Yiğit Özer’in imzasını taşıyan Versatile koleksiyonu ARC serisi ile “IF Product Design 2011” ödülünü kazanan Kütahya Seramik, üç boyutlu yüzeyiyle ödül kazandığı bu ürünü ve yeni büyük ebat ürünlerini fuar kapsamında sergiledi. Orta ve üst grupta Türkiye pazarını yönlendiren bir firma olduklarını söyleyen Kütahya Seramik Fabrikalar Müdürü Celal Üstündağ, yeni koleksiyonlarını anlattı.

Bu sene fuara ne gibi yeniliklerle geldiniz?

Bu sene, her sene olduğu gibi tasarımla öncü olmayı hedefliyoruz. Burada da yine büyük ebatlı ürünlerimizle ön plandayız. Özellikle labbato ve polish ürünlerle. 2011 yılının IF Product Design 2011 ödülünü alan ARC ürünümüzle fuara katılıyoruz.

Son yıllarda büyük ebatlı ürünlerle ön plandasınız. Bu seramik mimarisinin gelişimi ve seramiğin dış mekânda kullanılmasıyla da gelişiyor. Süreci nasıl takip ediyorsunuz?

Bu tamamen bilinçli bir stratejidir. Bu sene fuarda sergilediğimiz büyük ebatlı ürünler, mimaride kolaylıkla kullanılabilir ürünlerdir. Orta ve orta üstü grupta Türkiye pazarını yönlendiren bir firmayız. Duvar karosunda özellikle öncü olduğumuzu düşünüyorum. Bu tür büyük ebatlı ürün geliştirirken sadece Türkiye’yi değil, global dünyayı da düşünüyoruz. Orta Doğu’da özellikle büyük ebatlı ürünlerle ilgili bir boşluk olduğunu gördük. Hindistan’a ve Orta Doğu’ya 50x100 cm ebatlı ürün ihraç edebiliyoruz. Bu boşluğu siz doldurmazsanız Çinli bir firma veya o bölgeye yakın bir firma doldurur. Özellikle İran ve Hindistan büyümesine rağmen büyük ebatlı ürünlerle rekabet edemiyor. Bu bölgede var olan, fakat bunu yapamayan ülkelerin boşluklarını dolduruyoruz. Türkiye hem teknik porselen, hem de sırlı porselen üre-



Kütahya Seramik, which won the “IF Product Design 2011” award with its versatile collection ARC series bearing the signature of designer Yiğit Özer, exhibited at the trade fair for which it won an award with its three-dimensional surface, and its new large format products. Kütahya Seramik Factories Manager Celal Üstündağ, who says that they are a firm guiding the Turkish market in the medium and top segments, described their new collections.

With what kind of innovations did you come to the trade fair this year?

This year, like in every other year, we aim to become the leader in design. Here, too, we once again are at the forefront with our large format products. Especially with labbato and polish products. We are at the fair with our ARC product which won the IF Product Design 2011 award.

In recent years, you were popular with your large format products. This is progressing as ceramic architecture develops and ceramic is used on the exteriors. How are you following up the process?

This is a totally conscious strategy. The large format products we exhibit at the trade fair this year are those usable easily in architecture. We are a firm guiding the Turkish market in the medium and above medium group. I believe that especially in wall tile we are the leader. When developing such a big format product, we think about not only Turkey but globally, the world. We saw that there was a gap especially for large format products in the Middle East. We can export 50x100 cm products to India and the Middle East. If you don’t fill this gap, a Chinese firm or a firm close to the region will fill it. Especially



ticisi. Teknik porselende verebileceğiniz efekt sınırlıdır. Sırlı porselende bu çok daha çeşitlidir. Firma olarak Orta Doğu ve Uzak Doğu'da verilemeyen bu efektleri vererek, var olmak istiyoruz. Avrupa pazarı da hedef pazarımız. Ancak bu pazar krizden çok etkilendi.

Mimarların ve inşaatçıların hayal dünyasını da süslüyorsunuz efekt ve büyük ebatlı ürünlerle. Bu meslek gruplarıyla nasıl iletişim kuruyorsunuz?

Orta ve orta üst ebatla var olmanız size yetmiyor. Özellikle mimari projelerde belki de daha farklı renkler ve ebatlar isteniyor. Şu anda bazı firmaların girdiği bu pazara girmek istedik. Bu alandaki tanınırlığımız yabancı firmalara göre şu anda iyi değil, ancak ürünlerimizi görenler kullanmak istiyor. Mimarlık öğrencilerini, mimarları fabrikamıza davet ederek ürünlerimizi gösteriyoruz. Mimarlara ürünlerimizi giderek anlatıyoruz.

Öğrencilerle başladık ve mimarlarla devam ediyoruz. Türkiye seramikte büyük ebat ürünlere giden bir süreç yaşıyor. Çünkü küçük ebatı bugün herkes yapıyor ve bu ebatlarda taklit edilebilirlik en üst seviyede... 2007'de kurduğumuz büyük ebat üreten tesisimizde sadece o yıl küçük ebat ürettik. Ondan sonraki süreçte buraya yaptığımız yatırımlar kendini çevirdi. Üç senedir o fabrikada sadece büyük ebat üretim yapıyoruz.



Iran and India cannot compete with the large format products although they grow. We fill the gaps of the countries present in the region but who cannot do this. Turkey produces both technical porcelain and also glazed porcelain. The effect you can have on technical porcelain is limited. On glazed porcelain, this is more diversified. As a firm, we want to be present in the Middle East and Far East by providing these effects which are lacking. The European market is also our target market. But this market was affected a lot by the recession.

You are embellishing the world of imagination of architects and builders too with this effect and large format products. What kind of a communication do you set up with these professional groups?

It is not enough for you to be present in the medium and medium top size. Especially, in architectural projects, maybe different colors and sizes are sought. We wanted to penetrate this market where certain firms are present now. Our recognition in this area is not very good compared to foreign firms but those who see our products want to use them. We invite students of architecture and architects to our plant and show them our wares. We go to architects and explain our products to them. We started with students and are continuing with architects. Turkey is in a process moving towards large format products in ceramics. Because today, everyone makes small sizes and imitation is at the top level in these sizes... At our large format plant we set up in 2007, we produced small sizes only that year. The investments we made here redeemed themselves in the subsequent process. For three years, we have been producing only large format products in that plant.

Bien Seramik Genel Müdürü **Metin Savcı**

“Doğa ile seramiği bütünleştiren sistemler hızla gelişiyor”

“Yer karolarında dijitalerde 40x60 cm ebadı oldukça yeni ve bu teknoloji ile birlikte yaygınlaşmaya başladı. Parke dediğimiz doğal tahta ve ahşap görünümüne sahip karolar öne çıkmaya başladı. Doğa ile seramiği bütünleştiren bu sistemler hızla gelişiyor.”

*Bien Seramik General Manager **Metin Savcı***

“Systems integrating nature and ceramics are developing rapidly”

“In digital floor tiles, size 40x60 cm is rather new and is becoming popular with this technology. Tiles with natural wood look we call parquet are coming to the forefront. These systems integrating nature and ceramics are developing rapidly.”

Seramik karo sektöründe büyük ebatlar ve dijital teknoloji ile üretilen ürünleriyle fuara katılan Bien Seramik, farklı renk ve alternatifleriyle hazırlanan serilerini sundu. Doğa ile seramiği bütünleştiren sistemlerin hızla geliştiğini söyleyen Bien Seramik Genel Müdürü Metin Savcı ile yeni ürünleri ve seramiğin mimariye kattıklarını konuştuk.

Fuar kapsamında sergilediğiniz yeni teknoloji ürünlerinizden bahseder misiniz?

Bildiğiniz gibi seramikte dijital baskı ve dijital sistemler öne çıkmaya başladı. Biz geçen yıl başlamıştık. Bu sene fuarda sergilediğimiz 21 çeşit ürünümüz var, bunun büyük bir çoğunluğu dijital teknoloji ile hazırlanmış ürünler. Hem koleksiyonlar, hem de yer karoları var. Onun dışında dijital teknolojiyle birlikte kullandığımız lappato dediğimiz yarı parlatma sistemleri devreye girdi. Karoların ebatlanarak, sıfır derzle döşendiği ve daha doğal, daha canlı hale geldiği sistemler öne çıktı.



Bien Seramik, participating in the trade fair with products manufactured in big sizes and by digital technology in the ceramic tile industry, offered its series prepared in different colors and options. We talked about new products and the contributions of ceramics to architecture with Bien Seramik General Manager who says systems integrating nature and ceramics are developing rapidly.

Can you tell us about your new technology products you exhibit at the trade fair?

As you know, digital print and digital systems are coming to the forefront in ceramics. We had started this last year. This year, we have 21 types of products we display at the fair, a majority of which are digitally prepared once. There are both collections and also floor tiles. Other than that, semi-finishing systems we call lappato we use together with the digital technology are being launched. Systems where tiles are sized and laid with zero joints, becoming more natural and more lively are emerging.



Ebatlar büyürken mimarların hayal dünyası da zenginleşti sanırım.

Evet, ebatlar büyüdü. 60x60 ve 30x80 cm ebatlarımız var. Bunu 120 cm'ye çıkarma imkânımız var. Bunun için Türkiye'deki mekânların ve banyoların daha büyük ve hacimli olması gerekiyor. Yer karolarında dijitalerde 40x60 cm ebadı oldukça yeni ve bu teknoloji ile birlikte yaygınlaşmaya başladı. Parke dediğimiz doğal tahta ve ahşap görünüme sahip karolar öne çıkmaya başladı. Doğa ile seramiği bütünleştiren bu sistemler hızla geliyor.

Seramiğin mimaride kullanımının artmasını ne sağladı?

Mimarlarımızın alternatifleri arttı. Hijyen de önemli tabii... Mimarların veya dekoratörlerin hayal güçlerini yansıtabilecek imkânların çeşitliliği arttı. Dekorlar, bordürler, desenler, doğal taşlar, doğal mermerler, ağaçlar, ahşaplar mimarlarımıza ve iç mimarlarımıza geniş bir tasarım imkânı sunuyor.



I believe as sizes grew, the world of imagination of architects also grew.

Yes, sizes grew. We have formats of 60x60 and 30x80 cm. We can move this up to 120 cm. For this, spaces and bathrooms in Turkey must be larger and more spacious. In digital floor tiles, size 40x60 cm is rather new and is becoming popular with this technology. Tiles with natural wood look we call parquet are coming to the forefront. These systems integrating nature and ceramics are developing rapidly.



What caused the growth in use of ceramics in architecture?

The options for our architects also increased. Of course, hygiene is important, too... The diversity of opportunities which can reflect the powers of imagination of architects or interior decorators increased. Decors, border tiles, patterns, natural stones, natural marble, trees and wood afford a broad design opportunity to our architects and interior decorators.

ECA-SEREL Genel Müdürü **Hakan Günderen**

“Doğal kaynakları minimum tüketen ürünler yapıyoruz”

“Türkiye’de yaklaşık 15 milyon hane bulunuyor. Bu 15 milyon hanede bizim armatürlerimiz ve klozetlerimiz kullanılsa, yılda yaklaşık 6 tane Van Gölü su tasarrufu sağlamak mümkün. Ürünlerimiz yüzde 55-60 tasarruf sağlıyor... Ürünlerimiz tam fonksiyon yaparak su tüketimini azaltıyor. Geliştirdiğimiz tüm ürünlerde, doğal kaynakları minimum tüketecek ürünler yapıyoruz.”

*ECA-SEREL General Manager **Hakan Günderen***

“We are making products consuming natural resources at a minimum level”

“There are approximately 15 million homes in Turkey. If our taps and bowls are used in these 15 million households, it is possible to have water savings equal to approximately 6 Van Lakes a year. Our products afford 55-60 percent savings... Our products reduce water consumption with full function. All our products are manufactured in such a way to consume minimum amount of natural resources.”

Yenilenme, arınma ve şeffaflık kavramlarından esinlenerek ürünlerini, standını ve bakış açısını bu yıl Detoks üzerine yoğunlaştıran ECA-SEREL, yeni seri ürünleri Marin, Pebble, Diagonal ve Zeta serileri ile geçen yıl ödül kazanan Primemix serisi ile fuara katıldı. ECA-SEREL Genel Müdürü Hakan Günderen ile yeni konsepti, su tasarruflu ürünleri ve enerji verimliliği ile ilgili yaptıklarını konuştuk.

ECA'nın bu sene de çevre dostu ürünleriyle fuarda yer aldığını görüyoruz. Geçen sene bu konsept başlamıştı, ancak bu sene ECA standındaki ürünlerin tamamına yakınında tasarruf ve çevre teması ağırlıklı olarak görülüyor. Fuardaki ürünlerinizden ve yeni konseptinizden bahsedebilir misiniz?

Endüstriyel tasarım dilimizin içinde doğaya ve çevreye duyarlı ürünler geliştirmek, doğal kaynakları minimum şekilde tüketmek misyonu var. Geliştirmiş olduğumuz tüm ürünlerin de, bu unsurları yerine getiren ürünler olmasına dikkat ediyoruz. Bu seneki fuar konseptimizin detoks, yani arınma olması biraz da bu çevreciliği dile getiren bakış açıdır. Marin, Pebble ve Diagonal diye üç yeni banyo serimiz var. Ayrıca ECA'da da Zeta, Primemix ve Marin diye üç ayrı serimiz bulunuyor. Bu ürünler seramik sağlık gereçleri ürünleri ile banyoda birbirini bütünlüyor. Özellikle armatürlerimiz, şu anda Türkiye’de üretilmemiş bir teknoloji ile üretildiler. Bizim geliştirmiş olduğumuz ve patentini aldığımız ürünler bunlar. Geçen yıl İtalya’da tasarım ödülü kazanan bir kartuş mekanizması ile geliştirilen bu ürünlerde suyun sıcaklığını sabitleyebilme imkanı var. Primemix’te kullandığımız bu sistem Zeta ve Marin ürünlerimizde de kullanılıyor. Bu ürünlerimiz hem



E.C.A Serel, inspired by the concepts of renovation, cleaning and transparency; concentrating its products, stand and perspective on “Detox” this year, participated in the trade fair with its new product lines Marin, Pebble, Diagonal and Zeta and last year’s award winning Primemix series. We talked about the new concept, water saving products and what they have done for energy efficiency, with E.C.A Serel General Manager Hakan Günderen.

We see that ECA, this year too, participates in the fair with its environmentally-friendly products. This concept has started last year but the savings and environment theme is apparent predominantly in almost all products at the ECA stand. Can you tell us about your products at the trade fair and your new concept?

Our industrial design language incorporates the mission of developing nature and environmentally-friendly products and to consume natural resources at a minimum level. We make sure that all our products we develop are those fulfilling these elements. The fact that our trade fair concept this year is detox, that is, cleaning, is a perspective somewhat expressing this environmentalism. We have three bathroom series called Marine, Pebble and Diagonal. Also, we have three different series as Zeta, Primemix and Marin with ECA. These products complement each other in the bathroom with ceramic sanitary ware. Especially our taps have been manufactured by a technology not yet used in Turkey. These are products which we have developed for which we have obtained patents. It is possible to fix the temperature of water in these products developed by a cartridge mechanism which won

su tasarrufu sağlıyor, hem de yıkanma konforunu artırıyor.

Hem armatürde, hem de vitrifiyede sağladığınız su tasarrufunun boyutları nedir?

Türkiye’de yaklaşık 15 milyon hane bulunuyor. Bu 15 milyon hanede bizim armatürlerimiz ve klozetlerimiz kullanılsa, yılda yaklaşık 6 tane Van Gölü tasarrufu sağlamak mümkün. Ürünlerimiz yüzde 55-60 tasarruf sağlıyor. Vitrifiyede de 3, 3,5 ve 4 litre ile fonksiyon yapan ürünlerimiz bulunuyor. Pazarda genelde 6 litredir bu ürünler. 4 ve 4,5 litre ürünler de var ama tam fonksiyon yapmayabiliyorlar. Ürünlerimiz tam fonksiyon yaparak su tüketimini azaltıyor. Geliştirdiğimiz tüm ürünlerde, doğal kaynakları minimum tüketecek ürünler yapıyoruz.

Ürünlerinizin tasarımında minimal ve yuvarlak hatlar görülmüyor.

Dünyadaki trendlerle doğru orantılı bir durum. Bizim alanımızda dünyadaki trende baktığımızda minimalist yaklaşımların kabul gördüğünü gözlemliyoruz. Biraz da kübik formlar kullanılıyor. Bu trendi atlayamayız. Son 21 yıldır geliştirilen ürünler bu trende uygun olan ürünler. Bizim rekabeti olmayan grupta geliştirdiğimiz ürünlerde hem Primemix, hem de Zeta’da hem yuvarlak, hem de keskin hatları bir arada görmek mümkün oluyor.

Enerji verimliliği açısından üretim süreçlerinizde neler yapıyorsunuz?

Enerji önemli bir sanayi girdisi. Seramik alanındaki üretimlerimizde enerjinin maliyetlerde büyük bir önemi var. Yaklaşık olarak seramik ürünlerinde maliyetin yüzde 30-35’ini oluşturuyor. Doğal olarak bu işlemi yapan fırınların doğal gaz tüketim oranları çok önemli. Bizim fırınlarımızın bu anlamda verimlilik oranları çok yüksek. Verimliliği düşük fırınlarımızı da emekliye sevk ettik. Çevrecilikten de öte, ciddi bir maliyet verimliliği de yaratıyor. Bu enerji verimsiz unsurların terk edilmesi ve yeni yatırımların yapılması lazım. Her yıl enerji verimli yeni teknolojiler üretiliyor. Yeni teknoloji fırınlar enerji tüketiminde yüzde 35’e kadar verimlilik sağlıyor.

Kuzey Afrika ve Orta Doğu pazarlarında yaşanan son gelişmeler stratejinizi nasıl etkiledi?

Elginkan Topluluğu olarak ümidimizi hiçbir zaman yeni gelişmekte olan pazarlara bağlamadık. Ana pazarlarımız hep gelişmiş ülke pazarlarıdır. Dolayısıyla Avrupa’daki satış, ihracat yoğunluğumuz Orta Doğu veya Kuzey Afrika ülkeleri dediğimiz satışlarımızdan daha yüksektir. Son 5 yıldır Kuzey Afrika ülkelerindeki yatırım kararları nedeniyle çok ciddi bir inşaat potansiyeli vardı. Türk müteahhitlik firmalarının buralarda önemli işler almasına neden oldu bu durum. Ancak şu an yaşanan belirsizlik, bu pazarlarda oluşabilecek taleplerin ertelenmesi anlamına geliyor. İhracatımızın değişik ürün gruplarına göre yüzde 5’lik kısmı bu bölgelerdedir. Bu da iç pazardaki talep canlılığı ile kolaylıkla kapatılabilir. Bazı üreticiler ihracat aktivitelerinin tamamını bu bölgelere yönlendirdikleri için onları sıkıntılı günlerin beklediği düşüncesindeyim.

a design award in Italy last year. This system we use in Primemix is also used in our Zeta and Marin products. These products both afford water savings and also enhance the comfort of bathing.

What is the dimension of water savings you achieve in taps and in vitreous ware?

There are approximately 15 million homes in Turkey. If our taps and bowls are used in these 15 million households, it is possible to have water savings equal to approximately 6 Van Lakes a year. Our products afford 55-60 percent savings. We have products functioning with 3, 3.5 and 4 liters in vitreous ware. This is usually 6 liters in the marketplace. There are also products with 4 and 4.5 liters but they cannot provide full functionality. Our products reduce water consumption with full function. All our products are manufactured in such a way to consume minimum amount of natural resources.

Minimal and round lines are visible in the design of your products.

This is directly proportional to the trends in the world. When we look at the trend in the world in our field, we see that minimalist approaches are popular. There are also some cubical forms used. We cannot skip this trend. Wares developed in the last 21 years are products in line with this trend. It is possible to see both round and also sharp lines together in products we develop in this group with no competition, both in Primemix and also in Zeta.

What do you do in your production processes in terms of energy efficiency?

Energy is an important industrial input. Energy is very significant cost-wise in our ceramic products. This accounts for almost 30-35 percent of cost in ceramic ware. Naturally, the natural gas consumption rates of kilns in this process are important. The efficiency rates of our kilns in this sense are very high. We retired our low efficiency kilns. Beyond environmentalism, this also leads to a serious cost efficiency. Abandonment of these energy inefficient elements and new investments are required. Every year, new energy-efficient technologies are created. New technology kilns afford efficiency up to 35 percent in energy consumption.

How did the recent developments in North African and Middle-Eastern markets affected your strategy?

As Elginkan Group, we never tied our hopes to newly developing markets. Our main markets are all developed country markets. Therefore, our sale and export concentration in Europe is higher than for those to Middle Eastern and North African markets. There was a major construction potential due to the investment decisions in North African countries in the last five years. This led to Turkish contractors to take on important projects but the ambiguity experienced now means postponement of demand which may take place in these markets. Five percent of our exports by product groups were to these regions. This may easily be covered by the demand vitality in the domestic market. I believe that since some manufacturers directed the entirety of their export activities to these regions, tough days await them.



Kale Grubu Koordinatörü **Bahadır Kayan**

“Seramik binanın ömrü ile eş bir malzeme”

“Seramik çok uzun ömürlü bir malzeme. Başka bir malzeme kullandınız ve tekrar revize etme ihtiyacı duyduunuz, burada estetik bir kaygınız yoksa gerçekten, 30-40 yıl kullanabilirsiniz seramiği. Seramik binanın ömrü ile eş bir malzeme. Çevreye olan katkısını da düşünürsek önemli.”

Kale Seramik Marketing and Sales Coordinator Bahadır Kayan

“Ceramic is a material which has the same life span as the building”

“Ceramic is a material with a very long life. If you use another material and you have to revise it, if you don't have an aesthetic concern, then you can truly use ceramic for 30-40 years. Ceramic's life is the same as the building. This is important considering the contribution to the environment, too.”

Özgün tasarımlarıyla sıra dışı ürünlerini fuarda sergileyen Kale Grubu, aynı zamanda da mermer dokusuna getirdiği yeni yorumları ve karo çini koleksiyonu ile beğeni topladı. Üç değişik tasarımcı ile çalıştıkları yeni vitrifiye serilerinde su tasarrufunu 2,7 litreye kadar düşürdüklerini söyleyen Kale Grubu Koordinatörü Bahadır Kayan, ürünlerindeki yenilikleri ve sektörün ihracat rotasını anlattı.

Kale Grubu olarak fuara bu sene daha büyük ebatlı ürünler ve yeni dijital teknolojisi kullanılarak oluşturulmuş serilerinizle katıldığınızı görüyoruz. Hem ürünler hem de bu ürünlerin ayrıcalıkları hakkında bilgi alabilir miyiz?

Bu yılın ana konularından bir tanesi, son 2-3 yıldır seramik sektöründe kullanmaya başladığımız dijital teknoloji ile üretilmiş, yüksek çözünürlükte doğal taş imitasyonları. Burada çok değişik mermer ti-polojilerini sıra dışı bir koleksiyon adı altında topladık. Bir koleksiyonumuz Kalebodur adı altında diğeri de Çanakkale Seramik adı altında sergileniyor. Isaho Hosoe ile çalıştığımız Light + serimiz, ışığı dördüncü dimensiyon olarak kabul edip, sizin hareketinizle birlikte görselliğin de mekân içinde değişiyor olmasını sağlıyor. Ona uyumlu banyo mobilyalarımız ve diğer aksesuarlarımızla birlikte sunuluyor. 3 değişik tasarımcı ile çalıştığımız vitrifiye serilerimiz var. Su tasarrufu adına çok önemli olan ve 2,7 litrelik bir klozetimiz var. Bu önemli. Çünkü 3-6 litre sistemleri varken, burada her iki büyüklüğü 2,7 litre ile yapılabiliyorsunuz. Bu büyük bir yenilik. Bu yıl nano kompozitli bir kaplama geliştirdik. Bu gerek dış cephede, gerek kamu alanlarında, gerekse hijyen gerektiren ve evinizde de kullanabileceğiniz 5 değişik özelliği size sunan bir kaplama uygulaması. Nano bir malzeme. Bunun dışında foto katalitik, yani kendi kendini temizlemeyebiliyor, antibakteriyel özellikler taşıyor, su ve yağın üzerinde birikmemesini sağlıyor.



Kale Group, displaying its extraordinary products with original designs at the trade fair, also drew attention with its new interpretations it introduced in marble texture and its tile çini collection. Kale Seramik Marketing and Sales Coordinator Bahadır Kayan, who says that they dropped water savings down to 2.7 liters in the new vitreous ware series, told us about the novelties in their products and the export course of the industry.

As Kale Group, we see that this year, you are participating in the trade fair with large format products and your series where the new digital technology was used. Can you tell us about both these products and also the distinct properties of these wares?

One of the main themes of this year is the high resolution natural stone imitations produced by digital technology we started to use in the ceramic industry in the last two-three years. Here, we compiled very different marble typologies under an extraordinary collection. One of our collections is on display under the name of Kalebodur, the other under the name Çanakkale Seramik. Our Light + series where we worked together with Isaho Hosoe recognizes life as the fourth dimension, allowing visuality to change inside the space as you move. These are offered with matching bathroom furniture and our other accessories. We have vitreous ware series where we work with three different designers. We have a 2.7-liter toilet bowl which is very important in the name of water savings. This is important. Because while there are 3-6-liter systems, here you can have both sizes for 2.7 liters. This is a major innovation. This year we developed a nano-composite coating. This is a coating application offering to you 5 different properties which can be used on exteriors, both in public areas and also hygiene requiring places and in your home. It is a nano

Antigrafiti; kamu alanlarında kullanıldığında çizilmesinin zor olduğu bir malzeme özelliği gösteriyor. Bu malzemenin okullar, hastaneler, gıda endüstrisi gibi hijyenin önemli olduğu ortamlar için bir uygulama alanı yaratacağını düşünüyoruz. Seramik ürünlerine de bunu taşıyabiliyoruz.

Seramik malzemelerin son yıllarda mimari projelerde özellikle dış cephe kaplaması olarak kullanılması ne gibi avantajlar getiriyor?

Seramik çok uzun ömürlü bir malzeme. Başka bir malzeme kullandınız ve tekrar revize etme ihtiyacı duydunuz, burada estetik bir kaygınız yoksa gerçekten, 30-40 yıl kullanabilirsiniz seramiği. Seramik binanın ömrü ile eş bir malzeme. Çevreye olan katkısını da düşünürsek önemli. Sektörün ve firmaların ürünlerindeki teknolojik yeniliklerle geldiği nokta mimarlara o kadar geniş bir imkân alanı yaratıyor ki, 20 yıl önce mimar olmakla, bugün mimar olmak arasında bir keyif farkı vardır diye düşünüyorum. Bu sadece seramik için değil, diğer yapı malzemelerinde de aynı durum söz konusu. Bu dönemde mimar olmak isterdim esasında. Siz, bizim Kalesinterflex malzememizi, projenize başlamadan önce gözünüze kestirirseniz, binaya gelen yük adına, uygulamadaki sağlanan zaman adına ciddi tasarruflarınız olur. Bu da yavaş yavaş oturuyor. Ne tarz malzeme, nerede, nasıl tasarruf sağlamaktadır. Birlikte çalıştığımız mimarlar bunları dikkate alarak karar veriyor.

Türk seramik sektörünün son 2-3 yıldır önemli pazarlarından bir tanesi de gelişmekte olan ekonomileri ile Orta Doğu ve Kuzey Afrika ülkeleri. Ancak son aylarda bu bölgeler gerek ekonomik ve siyasi açıdan çalkantılı dönemlerden geçiyor. Bu durum Kale Grubu olarak stratejinizi değiştirdi mi? Seramik sektörünün stratejisi değişir mi?

Biz stratejimizi çok değiştirmedik. Bazı ülkelerde zaten belirsizlik vardı. Son durumda Libya'daki yatırımların askıya alınma durumu olacaktır ama burada kritik konu 5 ile 15 yıllık süreçte, bu sayılan pazarların hepsinin büyüme pazarları olarak geçmesidir. O yüzden sektörümüzde hiçbir firma bu çalışmalarından vazgeçmeyecektir. Biz, 2010'da iyi bir Afrika girişi yaptık aslında. Son yaşananlar Türk firmaları için ciddi kayıp yaratacaktır ama sektör adına orta ve uzun vadeli hedefler değişmemiştir.



material. Besides, it is photo-catalytic. That is, self-cleaning. It has anti-bacterial properties, does not allow water and oil to accumulate on it. It has the anti-graffiti property, which means it is hard to scratch when used in public areas. We believe that this material will have a field of application for settings where hygiene is important like schools, hospitals and the food industry. We can carry this onto ceramic ware, too.

What are the advantages of use of ceramic materials in recent years in architectural projects, especially as exterior coatings?

Ceramic is a material with a very long life. If you use another material and you have to revise it, if you don't have an aesthetic concern, then you can truly use ceramic for 30-40 years. Ceramic's life is the same as the building. This is important considering the contribution to the environment, too. The point reached by the sector and the firms with the technological innovations in their products creates such a broad opportunity to architects that I believe that there should be a difference of pleasure in being an architect 20 years ago and being an architect today. This is the same thing not only for ceramics but for building materials, too. Actually, I would like to be an architect in this period. If you put your eyes on our Kalesinterflex material before starting your design, you will have major savings in terms of time and the load on the building. This is settling gradually. What types of materials bring savings, where and how. The architects we work with make their decisions taking these into account.

One of the important markets in the last 2-3 years of the Turkish ceramic industry is the Middle Eastern and North African countries with their developing economies. But in recent months, these regions are going through tumultuous times economically and politically. Did this change your strategy as Kale Group? Will the strategy of the ceramic industry change?

We didn't really change our strategy much. There was ambiguity in certain countries anyway. Investments in Libya may be suspended looking at the recent situation but the critical point here is that all of these markets will be growth markets in the next 5 to 15-year period. Therefore, no firm in our industry will abandon their work here. We actually made a good penetration into Africa in 2010. Recent events will cause serious losses for Turkish firms but the medium and long-term targets for the industry remain unchanged.

Ece Grup Yönetim Kurulu Başkanı **Erdem Çenesiz**

“Yenilikçiliğin sürdürülebilir olması gerek”

“Türkiye’de ilk defa bir yerli markanın pazara sunduğu akıllı klozetle geldik. Akıllı klozet; el değmeden temizlik yapan, yıkama kurutma dâhil hijyenin her türlü şartlarını sağlayan, oturağın kendini ısıttığı, kötü kokuları kendiliğinde emen bir klozet sistemi. Bu sistemi yüksek rakamlara değil, ulaşılabilir rakamlara satmaya çalışacağız.”

*Ece Group Chairman of the Board **Erdem Çenesiz***

“Innovations must be sustainable”

“We came with the smart toilet bowl marketed for the first time by a local brand in Turkey. We are at the trade fair with the smart bowl; a bowl system cleaning with no hand contact, meeting all hygienic requirements including washing and drying, where the seat warms itself and the system which absorbs odors by itself. We will try to sell this system not at a high price but at affordable prices.”

El değmeden temizlik özelliğine sahip yeni rezervuarlı klozeti Smart 770 ile bu yıl fuara katılan Ece Grup, inovasyona ne kadar önem verdiğini gösterdi. “Yenilikçiliğin sürdürülebilir olması gerekir” diyen Ece Grup Yönetim Kurulu Başkanı Erdem Çenesiz ile hem yeni ürünü hem de yenilikçilik yaklaşımlarını konuştuk.

Fuarda ne gibi yeni ürünlerinizle katıldınız?

Bu sene yine birçok yeni ürünle fuara katıldık. En önemlisi de su tasarruflu klozetlerimizin modellerini yeniledik. Daha fazla su tasarrufu yapan ürünlerimiz var. Aynı zamanda daha başka özellikleriyle de daha farklı kitlelere, banyosunun lüks olmasını arzu eden kitlelere de hitap edecek şekilde tasarımları yapılmış modellerle geldik. İki ayrı yenilik sunuyoruz. Türkiye’de ilk defa bir yerli markanın pazara sunduğu akıllı klozetle geldik. Akıllı klozet; el değmeden temizlik yapan, yıkama kurutma dâhil hijyenin her türlü şartlarını sağlayan, oturağın kendini ısıttığı, kötü kokuları kendiliğinde emen bir klozet sistemi. Bu sistemi yüksek rakamlara değil, ulaşılabilir rakamlara satmaya ça-



Ece Group, participating in the trade fair this year with its new tank toilet bowl Smart 770 with hands-off cleaning feature, proved how important innovation was for it. We talked about the new product and innovation approaches with Ece Group Chairman of the Board Erdem Çenesiz who says innovation must be sustainable.

With what kind of new products did you participate in the trade fair?

This year, we participated in the trade fair with many new products. The most important thing is that we renewed the models of water-saving toilet bowls. We have products with more water savings. At the same time, we came with models designed in such a way to luxury bathroom expecting populations, to different masses with other features, too. We are offering two different innovations. We came with the smart toilet bowl marketed for the first time by a local brand in Turkey. We are at the trade fair with the smart bowl; a bowl system cleaning with no hand contact, meeting all hygienic requirements including washing and drying, where the seat warms itself and the system which absorbs

El değmeden temizlik

Ece Grup’un fuar kapsamında tanıttığı Smart 660 ve Smart 770 rezervuarlı klozetleri getirdiği yeniliklerle bir Türk firmasının kendi markasıyla ürettiği yenilikleri içeriyor. Öyle ki kumandalı modeli ile el değmeden temizlik yapabilme özelliğine sahip bu ürün, birçok farklı özelliği de bünyesinde barındırıyor. Tuvalet sonrası kurutma, ılık suyla temizlik, kötü kokuların emilmesi, bayanlar için ayrı temizlik fonksiyonu ve el değmeden tuvalet temizliğine imkân veren ürün aynı zamanda teknik özellikleriyle de seramik sağlık gereçlerinde inovasyonun ulaştığı son noktayı gözler önüne serdi. Kolay sökülen kapak sistemi ile seramikten bağımsız kapak temizliği, tasarruf modu ile az enerji tüketimi, ısıtmalı kapak ile konfor, yavaş kapanma ile sessizlik, su basıncının ayarlanması ile ekstra ferahlık, hareketli sprey ile kusursuz temizlik, spreynin kendi kendini temizlemesi ile hijyen ve LED’li aydınlatma ürünün diğer özellikleri arasında...

Hands-off cleaning

Smart 660 and Smart 770 tank toilet bowls introduced by Ece Group at the fair incorporate novelties produced by a Turkish firm in its own brand with the innovations introduced. This product, which is able to clean hands-free by the innovations introduced. This product, which is able to clean hands-free by the control model, has many important features. Drying after use, warm water cleaning, absorption of odors, a separate cleaning function for ladies and hands-free toilet cleaning are all offered by the product which also reveals the latest point reached by innovation in ceramic sanitary ware due to its technical properties. The easily dismantlable cover system and cover cleaning independent of ceramic, less energy consumption in the savings mode, comfort with heater cover, quietness with slow closing, adjustment of water pressure affording extra comfort, perfect cleaning with moving spray, self-cleaning spray, hygiene and LED lighting are among the properties of the product.



lişacağız. Asansörlü banyo dolabımız bu sene de fuarın gözdesi. Gerek engelliler gerekse de çocuklar için düğmeye basıldığında hareket eden banyo dolabımızda da olduğu gibi yenilikçilik özelliklerimizi fuara yansıtmaya çalıştık.

Seramik sektöründe gelecek çevre ve su tasarruflu ürünlere doğru gidiyor. Firma olarak bu konudaki yaklaşımınız nedir?

Çevre ve çevresel değerler önemli hale gelecek. Yeşil yaklaşım sadece ürünler değil, üretim süreçlerini de içine alan bir sistem. Bu anlamda kendi şirketimizde buna dikkat ediyoruz. Türkiye’de az su tüketen ve buna yeni nesil klozet ismini veren ilk firmayız. Bu öncülüğümüzün sektördeki diğer firmalar tarafından izlenmesinin de keyfini yaşıyoruz. Türkiye, su tasarruflu ürünlerin kamu binalarında kullanılması gerektiğini söyler hale geldi. Avrupa’nın bir adım ötesindeyiz. Yine öncü olduğumuz konulardan bir tanesi antibakteriyel yüzeyli seramik sağlık gereçleri. Bu alanda da testlerimiz çok olumlu ve üretimimiz devam ediyor. Okul ve hastane gibi kamu kurumlarında bu ürünlerin kullanılmasının, yaygınlaştırılması gerektiğine inanıyoruz. Yenilikçiliğin de sürdürülebilir olması gerekir.



odors by itself. We will try to sell this system not at a high price but at affordable prices. Our elevator bathroom cabinet is the most favorable item in the trade fair this year. Like in our bathroom cabinets which move when a button is pressed for the handicapped or children, we tried to reflect our innovative properties onto the fair.

The future is moving towards the environmental water savings products in the ceramic industry. What is your approach in this area as a firm?

The environment and environmental values will become important. The green approach is a system incorporating production processes, too, not just products. In this sense, we are paying attention to this in our company. We are the first firm in Turkey which produced less water consuming toilet bowls, calling this a new generation bowl. We are living the pleasure of following by other firms in the industry, of our leadership. Turkey started to say that water savings products should be used in public buildings. We are one step ahead of Europe. Also, another topic where we are leaders is the anti-bacterial surface ceramic sanitary ware. Our tests are very positive in this field, too, and our production is ongoing. We believe that use of these products must be enhanced in public buildings like schools and hospitals. Innovation should be sustainable.

Duravit Satış ve Pazarlama Müdürü **Ufuk Algier**

Yeşil mekan ürünleri, yeni trend oldu”

“Son zamanlarda bu yeşil ev ve yeşil mekân ürünlerinde yeni trend oldu. Bu konuda çalışan firmalar da bu ürünlere çok daha fazla ilgi gösteriyor. Geleceğin trendi de bu doğrultuda olduğu için biz de doğru bir yolda, yeni teknolojilerle ürünlerimizi geliştirmeye devam ediyoruz.”

*Duravit Sales and Marketing Manager **Ufuk Algier***

“Green space products are the new trend”

“Recently, this became the new trend in green home and green space products. Firms engaged in this area are much more interested in these products. Since the trend for the future is in this direction; we, too, continue to develop our wares on the right path with new technologies.”

Almanya merkezli bir firma olan Duravit, bu yıl fuara hem eski Darling serisini yenileyerek, hem de vitrifiye ürünlerini geliştirerek katıldı. Bu yıldan itibaren UNICERA Fuarı'na iki yılda bir katılacaklarını açıklayan Duravit Satış ve Pazarlama Müdürü Ufuk Algier'le bu kararı alma sebeplerini ve yeni çehresiyle fuarda sergiledikleri ürünlerini konuştuk.

Duravit olarak hangi ürünlerle fuadasınız ve ürünlerinizin teknik özellikleri neler?

Duravit olarak geçen sene bir karar aldık. Fuar her sene yapılmasına rağmen iki senede bir katılmaya karar verdik. Her sene katıldığımızda özellikle vitrifiye ürünlerinde yeniliği yakalamamız çok zor. Dolap veya akrilik ürünleri belki buna biraz daha müsait olabilir. Vitrifiyede bir ürünü geliştirmeye başladığınızda ortalama 18 ayı alan bir periyoda ihtiyacınız oluyor. Öyle olduğu zaman, her sene katıldığınızda tekrar yapmış oluyorsunuz. Almanya merkezli bir firmayız. Frankfurt'ta düzenlenen ISH Fuarı da iki yılda bir yapılıyor. Almanya merkezimiz de bu fuara her zaman yeniliklerle hazırlanıyor. Biz de onun trendini devam ettirerek ISH Fuarı'na katıldığımız yıllarda UNICERA'ya katılarak yeniliklerimizi sunmak istiyoruz. Fuarda görmüş olduğunuz ürünlerimizin hepsi yeni. Vitrifiye, mobilya ve akrilik grupları olmak üzere orta ve üst segment duş ve masaj sistemlerin-



A German based firm, Duravit, participated this year in the trade fair, both renewing its old Darling series and also developing vitreous ware products. We discussed with Duravit Sales and Marketing Manager Ufuk Algier who announced that starting this year, they will attend UNICERA Trade Fair every two years, the reason why they took this decision and their products on display at the trade fair with their new look.

With what products are you at the fair as Duravit and what are the technical properties of your products?

As Duravit we took a decision last year. Although the trade fair is held every year, we decided to participate every two years. If we attend every year, it is hard to capture innovation especially in vitreous ware. Cabinet and acrylic products may allow this a little more. In vitreous ware, when you start to develop a product, you need a period of 18 months on the average. When this is the case, you are repeating yourself if you attend every year. We are a Germany-based firm. The ISH Trade Fair held in Frankfurt is also held every two years. Our German base prepares for this trade fair with innovations each time. We, too, wish to present our innovations in UNICERA in years we participate in the ISH Trade Fair, continuing with this trend. All of our products you see at the trade fair are new. We are offering many innovative products in the middle and top segment shower and massage





Sihirli banyolar

Duravit, banyoda "İşte sihir" sloganıyla lanse ettiği yeni banyo serilerinin ve projelerinin Türkiye'deki ilk tanıtımını UNICERA 2011'de yaptı. 17 farklı yeni ürün serisini ve 70'in üzerinde ürün alt grubunu ziyaretçilerle buluşturan firma, yeni ürün gruplarında Viyanalı tasarım grubu EOOS, Fransız tasarımcı Philippe Starck, Alman-Rus mimar tasarımcı Sergei Tchoban ve İtalyan tasarımcı Matteo Thun gibi dünyaca ünlü tasarımcılarla çalıştığı ürünlerini sergiledi. Duravit'in yeni ürün grupları arasında; kanodan esinlenilerek tasarlanan, hiçbir noktasına temas etmeden yüzer gibi gevşeme imkânı sunan küvet Nahho, tezgâh üstü lavabo yerine lavabo üstü tezgâh olarak tanımlanan Onto, katlanan duş kabin sistemi OpenSpace, yan yana çift kişinin kullanabileceği küvet Paiova, elektronik klozet kapağı SensoWash, az maliyetle bol tasarım temalı banyo serisi New Darling, banyoda zenginlik kavramına yeni bir yorum getiren banyo serisi Esplanede, buhar duşu St. Trop ve silindirden ışıklı kare şekline kadar farklı geometrik yaklaşımda Starck banyo mobilyaları ve küvet kapakları yer aldı.

de pek çok yenilikçi ürün sunuyoruz. 1990 yılında yapılan çok ünlü Darling serimiz vardı. Bu serimizi Darling New diye yeni tasarımıyla sunuyoruz. Bu sonuçların ilkini de bu fuarda sergiliyoruz. Vitrifiye, banyo dolabı ve akrilik gruplarında ürünlerimizin çehresi değiştirildi. Çok büyük projeler de dahil olmak üzere bu yeni seriden beklentilerimiz çok yüksek.

Su tasarruflu ürünlerde bir yoğunluk söz konusu. Ürünlerinizde bu anlamda nasıl bir gelişim oldu?

Kullanmış olduğumuz klozet ve rezervuarlar maksimum 4,5 litre yıkamaya müsait sistemler. Eski ürünlerimizi de buna adapte ettik. Pisuarlarımızda tasarım olarak hem susuz, hem de daha az su ile yıkanan sistemleri tercih ediyoruz. Son zamanlarda bu yeşil ev ve yeşil mekan ürünlerinde yeni trend oldu. Bu konuda çalışan firmalar da bu ürünlere çok daha fazla ilgi gösteriyor. Geleceğin trendi de bu doğrultuda olduğu için biz de doğru bir yolda, yeni teknolojilerle ürünlerimizi geliştirmeye devam ediyoruz.

Magic bathrooms

Duravit offered the first introduction in Turkey of its new bathroom series and projects it launched under the slogan of "Here is magic" in the bathroom at UNICERA 2011. The firm, bringing together 17 different new product lines and more than 70 product sub-groups with the visitors, exhibited products in new product groups where it worked with Viennese design group EOOS, French designer Philippe Starck, German-Russian architect designer Sergei Tchoban and Italian designer Matteo Thun, who are all world famed designers. Among Duravit's new product groups were the tub Nahho designed under inspiration by canoes, allowing relaxation as if floating without touching any point on it, Onto described as a basin top counter instead of a counter top basin, the folding shower cabin system OpenSpace, the tub Paiova which may be used by two people side by side, the electronic bowl cover SensoWash, the bathroom series New Darling with the theme more design with less cost, the bathroom series Esplanede which introduced a new comment to the concept of richness in the bathroom, steam shower St. Trop and Starck bathroom furniture and tub covers in different geometrical approaches, from the cylinder to the lit square forms.

systems as vitreous ware, furniture and acrylic groups. We used to have the very famous Darling series in 1990. We are offering this series as Darling New in new design. We are exhibiting the first one of these results at this trade fair. The look of our products was changed in the vitreous ware, bathroom cabinet and acrylic groups. Our expectations from this new series are very high, including very big projects.

There is a concentration on water saving projects. What kind of a development took place in this regard in your products?

The toilet bowls and tanks we use are systems fit for washing 4.5 liters maximum. We adapted our old products to this, too. In our urinals, design-wise we opt for both water-free systems and also those washed with less water. Recently, this became the new trend in green home and green space products. Firms engaged in this area are much more interested in these products. Since the trend for the future is in this direction; we, too, continue to develop our wares on the right path with new technologies.



Ege Seramik Genel Müdürü **Göksen Yedigöller**

“Doğru ürün yaptığımızı görüyoruz”

Ege Seramik General Manager **Göksen Yedigöller**

“We see that we are making the right products”

“Dijital teknolojinin gelişmesiyle birlikte mimarların beklentilerinin karşılandığını düşünüyorum. Mimarlarımızın doğal sevdiğini, yapay şeylerden hoşlanmadığını biliyoruz. Doğayla bütünleşmiş ürünleri seviyorlar. Dijital teknoloji ürünlerle bu imkân arttı.”

Türk seramik sektöründe dijital baskı teknolojisini ilk kullanan firmalardan biri olan Ege Seramik, “doğa kadar gerçek” teması ile ürettiği ürünlerini fuarda sergiledi. Fuardaki hareketlilikten memnun olduklarını söyleyen Ege Seramik Genel Müdürü Göksen Yedigöller ile dijital baskı teknolojisinin avantajlarını ve yeni ebat ürünlerini konuştuk.

Fuarda sergilediğiniz yeni teknoloji ürünlerinizden bahsedebilir misiniz?

Bu sene dijital makinelerimizle beraber en son getirilen yenilikleri Türkiye’ye taşımak için çalışmalar yaptık. Buradaki ana temamız doğa kadar gerçek. Bir mermerin bire bir görüntüsünü ve hissiyatını verebilmektir amacımız. Bunda da başarılı olduğumuzu düşünüyorum. Aynı zamanda mermerin dışında ağaç desenleri ve doğal taş desenlerinin olduğu ürünlerimizi de sergiliyoruz. Doğru ürün yaptığımızı görüyoruz. İç ve dış pazarlardan bu ürünlerimizle ilgili siparişlerde oluşmaya başladı. Orta Doğu ülkelerindeki hareketlilikten dolayı Türkiye’ye

“I believe that the expectations of architects are met as the digital technology advances. We know that our architects like the natural, they don’t like artificial things. They like nature integrated products. This possibility increased with the digital technology products.”

Ege Seramik, one of the first users of the digital print technology in the Turkish Ceramic sector, exhibited its products with the “real as nature” theme at the trade fair. We talked about the advantages of the digital print technology and new format products with Ege Seramik General Manager Göksen Yedigöller who says that they were happy with the action at the trade fair.

Can you tell us about your new technology products on display at the trade fair?

This year, we tried to move the most recent innovations with our digital machines to Turkey. Our main theme is as real as nature. Our purpose was to give the one-on-one look and feeling of marble. I believe that we were successful in this. At the same time, we are exhibiting our products with wood design and natural stone design beside marble. We see that we are making the right products. There are orders coming for these products from domestic and international mar-

kayma oldu. Avrupa ve Arap ülkeleri ile Türkiye'ye komşu ülkelere gelenler oldu. İç pazardaki hareketlilikten de memnunuz. Bu fuardan gerçekten zevk aldık.

Dijital teknolojisindeki gelişmeler ve büyük ebatlı ürünler mimarların hayal sınırlarını zorlayacak gibi görünüyor. Seramikte yaşanan bu gelişmelerin mimariye nasıl etki edeceğini düşünüyorsunuz?

Ürünler eskiden küçük ebatlardan oluşuyordu ancak 2-3 yıldır büyük ebatlar gündemde. Biz daha evvel 60x60 cm ebadını yapıyorduk. Daha sonra da 45x110 cm ebadını oluşturduk ve sonrasında bunun türevleri olan 15x110 cm ebadı da kesme yapılarak gerçekleştirilmeye başlandı. 33x99 cm gibi duvar uygulamaları için özellikle yaptığımız serilerimiz başladı. 30x30 ve 30x60 cm ebatlı ürünlerimiz zaten vardı. Bu sene fuarda 45x110 ile 33x99 cm ebatlı ürünlerimiz öne çıktı. Dijital teknolojinin gelişmesiyle birlikte mimarların beklentilerinin karşılandığını düşünüyorum. Mimarlarımızın doğal sevdiğini, yapay şeylerden hoşlanmadığını biliyoruz. Doğayla bütünleşmiş ürünleri seviyorlar. Dijital teknoloji ürünlerle bu imkân arttı. Doğadaki taş, bambu ve ahşabın görüntüsünü dokusal olarak bile verecek nitelikte ürünler yapıldı. Ürüne üç boyutlu bakabilme şansı oluştu. Bu boyutlamayı makinede çok rahat yapma şansımız var. Mimarlar da bu teknolojinin getirdiği yeniliklerin ürünlere yansımalarıyla, tasarımlarında daha özgün şeyler yaratabilme şansına sahip oluyor.

Sadece hayal gücü değil, aynı zamanda hijyen de ürünlerde öne çıktı galiba...

Evet, o açıdan da bakıldığında doğru. Bakteri barındırmayan ürünler yapılmaya başlandı. Özellikle bunlar seramiğin üst zemininde oluşturulan bazı maddelerin katkısıyla geliştirilen bir teknoloji sayesinde mümkün oldu. Tüm firmalarımız bu özelliği ürünlerinde kullanıyor. Seramik sektörü daha da gelişip enteresan yerlere doğru gidecek.



kets. There was a shift to Turkey due to the activity in Middle-Eastern countries. There were those coming from European and Arabic countries and neighboring countries. We are also happy with the action in the local market. We are really delighted with this trade fair.

It looks like the developments in the digital technology and large format products will push the limits of imagination of architects. How will these advances on ceramics affect architecture?

Products used to have small formats before; however, in the last 2-3 years, large formats are coming to attention. We used to produce 60x60 cm formats before. Then we formed the 45x110 cm format and subsequently, we started to produce the 15x110 cm format which is a derivative by cutting. Our series specifically for wall applications like 33x99 cm started to be launched. We already had 30x30 and 30x60 cm products. This year, 45x110 and 33x99 cm formats came to the forefront at the trade fair.

I believe that the expectations of architects are met as the digital technology advances. We know that our architects like the natural, they don't like artificial things. They like nature integrated products. This possibility increased with the digital technology products. Products which can give texture-wise the look of natural stone, bamboo and wood are being made. There is the chance to look at the product three-dimensionally. We can do this sizing very easily on machines. So, architects, too, get the chance to create more original things in their designs as the innovations brought by this technology reflect on the products.

It looks like not only power of imagination, but also hygiene is emphasized in products too...

Yes, it is true from this perspective. Bacteria-free products are being made. This became possible thanks to a technology by adding certain materials on the top layer of the ceramic. All our firms are using this property in their wares. The ceramic industry will develop further and go towards interesting places.



Adell Armatür Yönetim Kurulu Başkanı **Ali Topçu**

“Suyu sevdirmek istiyoruz”

*Adell Armatür Chairman of the Board **Ali Topçu***

“We want to have water loved”

“Suyu sevdirmek istiyoruz. Gelecekte susuz yaşamak riski var. Suyu insanlara sevdirtmezsek susuz kalabiliriz. Türkiye su zengini bir ülke değil. Artan nüfus, kentleşme, refah seviyesinin yükselmesi sonucu su kullanımının artması ve hızlı sanayileşmeyle 2030’da gerekli önlemleri almazsak su fakiri bir ülke olabiliriz.”

Suyu ve su kültürünü sevdirmeyi firma kurumsal yapısına başanlı bir şekilde adapte eden Adell Armatür, yüzde 70 su tasarrufu sağlayan ürünleriyle önemli bir toplumsal katma değer yaratıyor. Firma misyonunu “kurumsal iyi bir vatandaş olmak istiyoruz” diye tanımlayan Adell Armatür Yönetim Kurulu Başkanı Ali Topçu ile ürünlerini ve su kültürünü konuştuk.

Firma olarak fuarda ne gibi yeni ürünlerinizi sergiliyorsunuz?

Gelişen ve büyüyen bir yapıda ilerliyoruz. Özellikle markalaşma ve farklılaşma ile ilgili çalışmalar yapıyoruz. Fuar kapsamında çevreci ve su tasarruflu ürünlerimizi sergiliyoruz. Yenilikçi ürünlerimizle özellikle moda ve trend isteyen müşterilerimizin ihtiyaçlarını karşılıyor.

Ürünleriniz ne kadar su tasarrufu yapma imkânı sağlıyor?

Bugün aşağı yukarı ürünlerimizde yüzde 70 tasarruf sağlayabiliyoruz. İstanbul’da tasarruflu termostatik bataryalara geçildiğinde, bu maliyet kendini yaklaşık sekiz ayda karşılayabiliyor. Birçok ülkenin geliri kadar tasarruf sağlıyor. Dört kişilik bir ailenin sudan aylık 50 TL tasarruf etme imkânı var. Bu ürünler aynı zamanda sıcak su da temin

“We want to have water loved. There is the risk of living without water in the future. If we can’t have people love water, we can be waterless. Turkey is not a water rich country. If we can’t take the necessary measures by 2030 due to increasing population, urbanization and the rise in the level of welfare and water consumption increases and with fast industrialization, we can become a water poor country.”

Adapting having water and water culture loved successfully to the firm’s corporate structure; Adell Armatür creates an important social value added with its products affording 70 percent water savings. We talked about their products and water culture with Adell Armatür Chairman of the Board Ali Topçu who describes the mission of the firm as “We want to become a good corporate citizen”.

What kind of new products do you exhibit at the fair as a firm?

We are progressing in an advancing and growing structure. Our priority is to carry out work regarding branding and differentiation. We exhibit environmentalist and water savings products at the fair. With our innovative products, we especially meet the requirements of our customers seeking fashion and who are trendy.

How much water savings do your products afford?

Presently, we can achieve approximately 70 percent savings with our products. When thermostatic taps with savings start to be used in Istanbul, this cost can pay for itself in approximately eight months. This is as much savings as the income of many countries. A four-per-

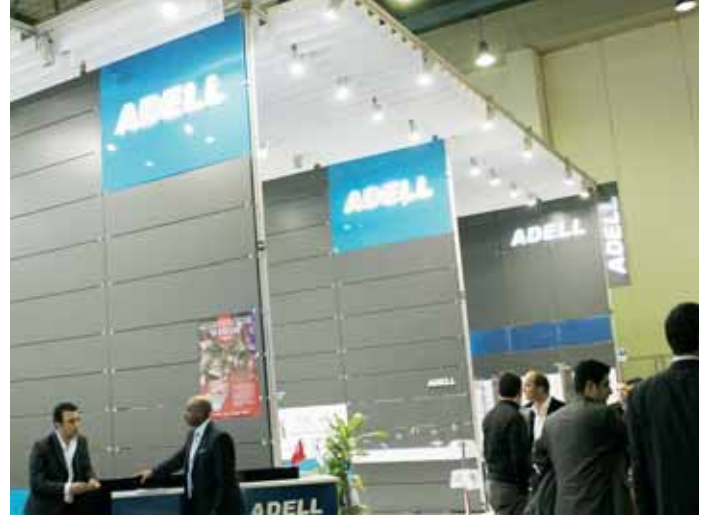
edebildikleri için enerjiden de tasarruf yapmak imkânı bulunuyor. Adell olarak yapacağımız eğitim çalışmalarımızla, ülkemizin geleceğe çok daha güvenle yürüyebilmesi adına gayret ediyoruz. Halkımızın tasarruf bilincinin gelişmesi için yayınlar yapıyoruz, seminerle düzenliyoruz.

Adell aynı zamanda su kültürüne verdiği önemi de kendi koleksiyonlarındaki eserlerle kamuoyuyla da paylaşıyor. Bu firmanın kurumsal kültürünü ve müşteriye bakış açısını nasıl etkiliyor?

Eski tür sanayicilik kavramı değişti. Ülkemizi ve milletimizi seviyoruz. Kültürel değerlerimiz seviyoruz. Bu değerlerimiz bugün kaybolmaya yüz tutmuş. Hâlbuki dünyaya temizlik kültürünü büyüklerimiz taşımış. Dolayısıyla işimizle bağlantılı olması nedeniyle amatörce başlayan girişimimiz şu anda kurumsal yapıya büründü. Suyu sevdirmek istiyoruz. Gelecekte susuz yaşamak riski var. Suyu insanlara sevdirmemezsek susuz kalabiliriz. Türkiye su zengini bir ülke değil. Artan nüfus, kentleşme, refah seviyesinin yükselmesi sonucu su kullanımının artması ve hızlı sanayileşmeyle 2030'da gerekli önlemleri almazsak su fakiri bir ülke olabiliriz. Adell'i tanımlarken, "kurumsal iyi bir vatandaş olmak istiyoruz" diyoruz. Sadece iş yaparak ve para kazanarak ürünlerimizi geliştirmek istemiyoruz. İş adamlarının kültürün, sanatın ve halkın yanında olması gerektiğine inanıyoruz. Toplumsal sorunların çözümünde yer almalı diye düşünüyoruz.

Adell olarak ne kadar üretim yapıyorsunuz? İhracatınız ne kadar?

Yirmi bin metrekarelik alanda üretim yapıyoruz ve sektördeki en yeni teknolojiye sahip firmalardan bir tanesiyiz. Üretim teknolojileri, ürünleri ve tasarımlarıyla Avrupalı rakiplerimizden hiçbir farkımız yok. Onlarla rekabet edebiliyoruz. Üç kıtada 29 ülkeye ihracat gerçekleştiriyoruz. İhracatımızda başlangıç aşamasındayız. Yüzde 10-15 seviyelerinde bir ihracatımız var. Kalanını yurt içi pazara veriyoruz. Yapı marketlerle çalışıyoruz. İhracatımızda yüzde 30'u hedefliyoruz. Hem pazar, hem de ürün çeşitlenmesi yapmak istiyoruz. Dünyanın en büyük birkaç marketinden birisi ile çalışıyoruz. 2011 yılında Adell üç sıfır olarak tanımladığımız bir sistemiz var. Bu bizim çıraklık, kalfalık ve ustalık dönemimizi tanımlıyor. Uluslararası alandaki yapımızı tanımlıyor. Üçüncü kuşağımızı tanımlıyor. Çok daha iyi ciro ve rakamlara çıkarak, ülkemize faydalı olmaya çalışıyoruz.



son family can save TL 50 from water. These products also allow one to save energy as they can supply hot water. As Adell, we are making an effort so that our country can walk towards the future much more confidently, with our training activities. We have publications and seminars so that the awareness of saving of our people develops.

At the same time, Adell shares the significance it places on water culture with the public through the works in its collections. How does this affect the corporate culture and perspective for the customer of your firm?

The old type industrialism changed. We love our country and our nation. We love our cultural values. These values are tending to be lost today. But our ancestors have carried the cleanliness culture to the world. Therefore, our endeavor which started in an amateurish way due to its link to our business, now has taken on a corporate structure. We want to have water loved. There is the risk of living without water in the future. If we can't have people love water, we can be waterless. Turkey is not a water rich country. If we can't take the necessary measures by 2030 due to increasing population, urbanization and the rise in the level of welfare and water consumption increases and with fast industrialization, we can become a water poor country. As we define Adell, we say we want to become a good "corporate" citizen. We don't want to develop our products just doing business and making money. We believe that businessmen should be behind culture, art and the public. We think they have to be part of the solution of social problems.

How much do you produce as Adell? What are your exports?

We produce on an area of twenty thousand square meters and we are one of the firms in the industry with state-of-the-art technology. We are no different from our European rivals in terms of our production technologies, products and designs. We can compete with them. We are exporting to 29 countries in three continents. We are at the beginning of our export activities. We have exports of 10-15 percent. We market the rest domestically. We work with building markets. We are aiming at 30 percent in our exports. We want to diversify markets and products. We are working with one of the largest few markets in the world. We have a system we call Adell triple zero in 2011. This describes our apprenticeship, craftsmanship and master periods. It defines our structure internationally. It defines our third generation. We want to be useful to our country, reaching a much better turnover and figures.

Çanakçılar Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Üyesi
Hakan Çanakcı

“Banyolardaki değişim kültürüne uyum sağladık”

“Lavaboyla bütünleşik ayağın ortadan kalktığı, ayaklı ve rezervuarlı klozetlerin yerini asma klozetlere bıraktığı bir süreci yaşıyor banyolar. Zemine küvet dışında hiçbir şeyin oturmadığı bir kültüre doğru gidiyoruz. Biz de banyolardaki bu değişim kültürüne uyum sağladık.”

Çanakçılar Group of Companies Member of the Board
Hakan Çanakcı

“We adapted to the change culture in bathrooms”

“Bathrooms are going through a process where the pedestal of the basin is eliminated and pedestal and tank toilet bowls are replaced by suspended toilet bowls. We’re moving towards a culture where nothing sits on the floor except the tub. We, too, adapted to the change culture in bathrooms.”

“Banyo bu tarafta” logosuyla, ıslak mekânlara asma klozet ve susuz pisuarlarıyla fark katan Creavit, fuara su tasarrufu ürünleriyle birlikte banyo mobilyalarındaki tasarımlarıyla da katıldı. Islak mekânlarda zemine küvet dışında hiçbir şeyin oturmadığı bir kültüre doğru gidildiğini söyleyen Çanakçılar Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Üyesi Hakan Çanakcı, bu yeni trendi anlattı.

Fuarda hangi yeni ürünlerinizi sergiliyorsunuz?

Bu yıl Creavit logomuzun altında “Banyo bu tarafta” yazıyor. Biz, insanların ıslak mekânlarının olası tüm çözümlerine talibiz. Bunun anlamı da şu: Banyonun içindeki bütün malzemeleri kendi bünyemizde topladık. Aksesuarı, armatürü, vitriyesi, banyo dolabı gibi. Seramik karo ve küvet gurubu malzemeler şu an için üretim ve pazarlama gamımızda yok. Ancak bununla ilgili de bir sıkıntımız mevcut değil. Bu yılki en önemli yatırımımız gömme rezervuarlar. Dünyanın en sessiz gömme rezervuarını üretip pazarlayacağız. Üretimine yeni başladık. Asma klozetler pazarda her geçen gün daha çok önem kazanıyor ve yaygınlaşıyor. Susuz pisuar üretim ve pazarlama çalışmalarımız devam ediyor. Bu yıl kendi özgün tasarımımızla oluşturduğumuz ve İsviçreli bir firmadan tedarik ettiğimiz özel valfle daha uzun süreli kullanılabilen, daha fonksiyonel, kolay monte ve demonte edilebilen bir sistem oluşturduk. Suyu efektif kullanmayı gerekli kılan “çevreci” olan bu çözümlerle, yaklaşık 7 bin 500 kullanımla 120 ton su tasarrufu sağlanabiliyor.

Geçen yıl Falcon firmasına üretim yapıyordunuz. Bu sene yaptığınız yatırımla bu alanda da kendi markanızı sektöre kazandırdınız.

Falcon bir Amerikan firmasıydı. Susuz pisuarları onlar için fason üretiyorduk. Tasarım özgünlüğü farklı yeni modelimizle şimdi kendi müşterilerimiz için yeni bir ürünün startını verdik. Maalesef su duyarlılığı konusunda Türkiye’de çok gelişmiş bir bilinç yok. Daha çok toplu kullanıma uygun alanlarda otel, okul, hastane ve alışveriş merkezlerinde pa-



Creavit, bringing a difference to wet spaces with suspended toilet bowls and water-free urinals with the logo bathroom on this side, participated in the trade fair alongside its water saving products with its bathroom furniture designs. Çanakçılar Group of Companies Member of the Board Hakan Çanakcı, who says that there is a move towards a culture where nothing sits on the floor except the bathtub in wet spaces, described this new trend.

What new products of yours do you display at the fair?

This year, it says “Bathroom on this side” under our Creavit logo. We seek all solutions required for wet spaces for people. This means that we brought all materials in the bathroom into our organization, like the accessories, taps, vitreous ware and bathroom cabinets. Presently, ceramic tile and bathroom group of materials are not in our production and marketing range but we have no problem in this regard. Our most important investment this year is the embedded tank. We will manufacture and market the quietest embedded tank in the world. We just started production. Suspended bowls get a greater share of the market, everyday becoming popular. Our efforts on production and marketing of water-free urinals are ongoing. This year we built a system we formed by our own original design which can be used for longer term, thanks to a special valve we procure from a Swiss firm which is more functional, easy to install and uninstall. With this solution, which is “environmentalist”, requiring more effective consumption of water, water savings of 120 tons in 7,500 uses is allowed approximately.

Last year, you manufactured for Falcon. You introduced your own brand to the industry in this field too with your investment this year.

Falcon was an American firm. We were toll manufacturing water free urinals for them. Now, we gave the start for a new product for our own customers with our new model with original design. Unfortunately,

zarlama çalışmaları yapmak gerekiyor. Çünkü bu alanlardaki su tüketimleri çok fazla. Sonuçta çevreye duyarlı olan herkesin kullanabileceği bir ürün. İnsanlar kullandıkça ve gördükçe alışacaklardır.

Seramik sağlık gereçlerinde iç mekânda yeni bir süreç söz konusu. Bu süreçte neler yaptığınızdan bahsedebilir misiniz?

Ankastre banyo mobilyaları ve klozetlerle şekillenen banyo kültürleri artık revaçta. Lavaboyla bütünleşik ayağın ortadan kalktığı, ayaklı ve rezervuarlı klozetlerin yerini asma klozetlere bıraktığı bir süreci yaşıyor banyolar. Zemine küvet dışında hiçbir şeyin oturmadığı bir kültüre doğru gidiyoruz. Biz de, banyolardaki bu değişim kültürüne uyum sağladık. Ayaklı klozet rezervuar kombinasyonları gömme rezervuarlara entegre asma klozetlere, lavabo ayak kombinasyonları ise mobilyaya bütünleşik minimal veya etajerli lavabolara dönüşüyor. Asma klozetler ve banyo mobilyaları konusunda çok hızlı ve çok büyük yatırımlar yaptık. Birçok banyo mobilyası ürünümüz, duvara ankastre olarak kullanılabilir olarak tasarlandı. Ancak, Türkiye’de belli bir kesim hâlihazırda buna henüz hazır değil. Mimari algının yüksek olduğu tüketicilere ankastre ürünlerle, talebin olmadığı yerlerde de standart ürünlerle pazara hizmet ediyoruz. Ancak ankastre ürünlerin, fonksiyonelliği ve şıklığı artırdığı ve özellikle mekan temizliğini daha da kolaylaştırdığını söylemeliyim.

Sektör adına yakın komşu pazarlarda yaşanan belirsizlikler hakkında neler söyleyebilirsiniz?

Yakın coğrafyada son zamanlarda yaşanan sıkıntıları takip ediyoruz. Çünkü ülkemiz için önemli ve önemli olduğu kadar da gerekli pazarlar. Bizim de, gerçekten firma ve markalarımız olarak çok güçlü olduğumuz pazarlar. Sanıyorum belli bir pazar kaybı olacak. Ancak furda Orta Doğu’dan gelen çok fazla müşteri ve talep var. Avrupa ürünlerine karşı, daha ekonomik ve albenisi bulunan biz ve bizim gibi Türk firmalarının ürünlerini daha çok tercih ediyorlar.

2010 yılını nasıl bir performansla kapattınız?

2010 yılında 2009’a göre reel bazlı yüzde 22’lik bir büyüme yakaladık. İhracatımız yüzde 40 olarak gerçekleşti. Kapasitemiz 1,5 milyon parça. Üretimimiz 1 milyon 150 bin oldu 2010 yılında. Buradan da 50 trilyon TL bir ciromuz var. Sürekli satış yaptığımız yıl içinde 30-35 ülke bulunuyor. Proje bazlı çalıştığımız ülkeleri de katarsak ihracat yaptığımız ülke sayısı 55’e çıkıyor. İngiltere, İspanya, Hollanda, Bulgaristan, Romanya, Kosova, Bosna-Hersek, Yunanistan, Rusya, Ukrayna genel olarak ihracat yaptığımız ülkeler arasında yer alıyor. Komşularımız arasında İran dışında Ermenistan ve Gürcistan’da dâhil olmak üzere yakın ve çevre ülkelere de ihracat yapıyoruz.



there isn't a well developed awareness in Turkey on water sensitivity. One has to carry out marketing activities rather in mass usage areas like hotels, schools, hospitals and shopping centers. Because water consumption in these areas is very high. Actually, this is a product which can be used by everyone who is environmentally concerned. People will get used to it as they use and see it.

There is a new process in the interior as regards ceramic sanitary ware. Can you tell us what you did in this process?

Now, bathroom cultures shaped by built-in bathroom furniture and toilet bowls are becoming popular. Bathrooms are going through a process where the pedestal of the basin is eliminated and pedestal and tank toilet bowls are replaced by suspended toilet bowls. We're moving towards a culture where nothing sits on the floor except the tub. We, too, adapted to the change culture in bathrooms. Pedestal toilet bowl tank combinations are replaced by built-in tanks and integrated suspended bowls and basin pedestal combinations are replaced by furniture-integrated minimal or dresser basins. We made very fast and very big investments on suspended bowls and bathroom furniture. Many of our bathroom furniture products are designed with wall built-in capability. However, a certain segment in Turkey is not yet ready for this. We serve the market with built-in products for consumers with high architectural perception and with standard products where there is no demand. However, I must say that built-in products enhance functionality and elegance, making it much easier to clean the space.

What can you tell us about the ambiguity in neighboring markets in the name of the industry?

We are following the problems experienced recently in the nearby geography. Because these are markets which are important and also necessary for our country. These are markets where we, too, are very powerful as a firm and with our brands. I believe there will be a loss of market. But there are a large number of customers and big demand from the Middle East at the fair. They prefer the products of our and Turkish firms like us which are more economical and attractive compared to European products.

What was your performance in 2010?

We captured a growth of 22 percent in real terms in 2010 compared to 2009. Our exports were 40 percent. Our capacity is 1.5 million pieces. Our production was 1,150,000 in 2010. We had a turnover of 50 trillion TL here. We have 30-35 countries we continuously sell to during the year. If we include our project-based partner countries, the number of our export destination countries goes up to 55. UK, Spain, Holland, Bulgaria, Rumania, Kosovo, Bosnia-Herzegovina, Greece, Russia and Ukraine are among the countries we usually export to. We also export to nearby and neighboring countries including Armenia and Georgia except for Iran.

Graniser Genel Müdürü **Erol Hacıoğlu**

“Üretimimizin yüzde 50’sini dijital teknikle yapacağız”

“Dijital teknolojinin seramik sektöründe kullanılmasıyla baskı kalitesi arttı. Görsellik ön plana çıktı ve verebileceğiniz her türlü efekt çeşitliliği artırdı. Kalite de haliyle arttı. Biz de bu duruma ayak uydurduk. İki makine aldık, iki makinemiz de yolda. Gelecek olan makinelerimizi de üretim hatlarımıza ekleyip, üretimimizin yüzde 50’sini dijital teknikle yapacağız.”

Graniser General Manager **Erol Hacıoğlu**

“We will manufacture 50 percent of our production by digital technique”

“Print quality improved as digital technology is used in the ceramic industry. Imagery came to the forefront and any effect you can give increased the diversity. Of course, quality also improved. We are in step with this situation. We purchased two machines and two more are on the way. We will add the incoming machines to our production lines, manufacturing 50 percent of our production by digital technology.”

Üretimimizin yüzde 50’sini dijital teknolojiyle üretecek olan Graniser, 45x90 cm ebatlı yeni ürünüyle seramik karo sektöründeki büyük ebat trendini devam ettiriyor. Dijital teknoloji ile üretilen ürünlerin iç mekânda zenginlik yarattığını söyleyen Graniser Genel Müdürü Erol Hacıoğlu, yaratılan bu zenginliğin yapıya ve mimari anlayışa nasıl bir etki sağlayacağını anlattı.

Graniser olarak fuara katıldığınız ürünlerinizden bahsedebilir miyiz?

Bu yıl yer karosunda değişik bir ebatla, 45x90 cm ile fuara katıldık. Diğer taraftan dijital teknoloji ve makinelerle üretilen birkaç tane ürün sergiledik. Bu yeniliklerimiz Haziran 2011’den sonra artarak devam edecektir.

Seramik karo sektöründe ebatların gittikçe büyüdüğüne ve firmaların da büyük ebatlara geçiş yaptığını tanık oluyoruz. Özellikle büyük ebatların dış cephede sağladığı kolaylıklar düşünürse, bugün iç mekânda da kullanımını artırmış görünüyor. Siz bu trendin neresindesiniz?

Ebatların büyümesi geçtiğimiz birkaç yıl önceki fuarlarda da vardı. Dijital teknolojinin seramik sektöründe kullanılmasıyla baskı kalitesi arttı. Görsellik ön plana çıktı ve verebileceğiniz her türlü efekt çeşitliliği artırdı. Kalite de haliyle arttı. Biz de bu duruma ayak uydurduk. İki makine aldık, iki makinemiz de yolda. Gelecek olan makinelerimizi de üretim hatlarımıza ekleyip, üretimimizin yüzde 50’sini dijital teknikle yapacağız.



Graniser, which will manufacture 50 percent of its production by digital technology, is continuing with the large format trend in the ceramic tile sector with its new product in 45x90 cm format. Graniser General Manager Erol Hacıoğlu, who says that products produced by digital technology lead to richness in interiors, explained how this created richness will affect structures and architectural concepts.

Could you tell us about your products you exhibit at the fair as Graniser?

This year, we are at the fair with a different format, 45x90 cm. On the other hand, we also displayed a few products manufactured by digital technologies and machines. These innovations will continue increasingly starting from June 2011.

We witnessed that sizes grow increasingly and the firms are moving towards big sizes in the ceramic tile sector. Considering especially the facilities afforded by large sizes on exteriors, it looks like their use has also increased in the interiors. At what point of this trend are you?

The growth in the sizes was observed in the trade fairs a few years ago, too. Print quality improved as digital technology is used in the ceramic industry. Imagery came to the forefront and any effect you can give increased the diversity. Of course, quality also improved. We are in step with this situation. We purchased two machines and two more are on the way. We will add the incoming machines to our production lines, manufacturing 50 percent of our production by digital technology.

Dijital teknoloji iç mekânda ne gibi avantajlar sağlıyor?

Yapı sektöründe özellikle konutlarda ilk bakılan yerlerden bir tanesi banyolar. Banyonun zengin görünmesi evin her tarafını etkiliyor. Konutlarda banyo ve mutfak çok önemlidir. Dolayısıyla buralara yapılacak her türlü yenilik konutun daha rahat satılmasını, daha rahat beğenilmesini, daha rekabetçi olmasını sağlıyor. Dijital teknoloji ile üretilen ürünler bu zenginliği ve çeşitliliği artırıyor. Yaşam alanlarını farklı alternatiflerle zenginleştiriyor.

Bu yapıyı tasarlayan mimara ne gibi avantajlar sağlıyor? Hayal güçlerini uygulama imkânı buluyorlar sanırım?

Mimarlar için bu yeni teknoloji ürünler hem daha kolay, hem daha zor bir durum yaratıyor aslında. Mimarlar çoktan seçmeli bir tercih yapmak durumunda kalacaklar ki, bu da kolay olmayacak. Seçimde, bu kadar yenilik içinde zorluk çekebilirler. Biz zaman zaman inşaat firmalarındaki mimar arkadaşları yanımıza alarak, onlarla birlikte konsept banyolar hazırlıyoruz. Hem üç boyutlu, hem de yerinde görme şansı oluyor. Ürünü satın almadan önce, o ürünle, mekânın nasıl döneceğini görebiliyorlar. Bu aşamadan sonra daha rahat karar veriyorlar.

Graniser'in hedef pazarı Orta Doğu ve Kuzey Afrika ülkeleri değil ama yaşanan gelişmeler seramik sektörünü nasıl etkileyecek?

Mutlaka etkileyecektir ama bizim Kuzey Afrika'ya herhangi bir ihracatımız yok. Beş, on konteyner vardı. Çok fazla etkilenmedik. Ancak oralara ihracatın bitmesi ülke açısından bir kayıptır. İnşallah düzelir ve mal göndermeye devam ederiz. ABD, İngiltere ve Avrupa'ya ihracatımız var. Yunanistan'a da ihraç ediyoruz. Ancak Yunanistan'daki ekonomik gelişmelerden etkilendik. 1,5 milyon metrekarelik bir ihracatımız vardı Yunanistan'a ama yaşananlar nedeniyle yüzde 20 düşüş yaşadık. Diğer ülkelerde firmamız adına herhangi bir etkileşim olmadı.



What kind of advantages does digital technology bring for the interior?

In the building industry, especially in homes, one of the first places looked at is the bathroom. A wealthy looking bathroom affects the whole home. The bathroom and the kitchen are very important in homes. Therefore, any innovation which can be introduced in these areas allows the home to be sold easier, appreciated easier and its becoming more competitive. Products manufactured by digital technology enhance this richness and diversification. This enriches living spaces by different alternatives.

What type of advantages does this afford to the architect designing the building? I believe they get the chance to do what their power of imagination wants much easier.

These new technology products lead to both easier and also more difficult situations for the architect. Architects will have to make decisions on many options and it won't be easy. They may have a hard time in selection among so many novelties. We prepare concept bathrooms from time to time with architects in construction firms. They get the chance to see the products in three dimensions and also on site. Before purchasing the product, they can see how the space can be decorated with that product. They can make their decisions much easier after this phase.

Graniser's target market is not the Middle East or North African countries but how will the recent developments affect the ceramic industry?

It will definitely affect it but we don't have any exports to Northern Africa. We had just used to have five-ten containers. We weren't affected much. But ceasing of exports over there is a loss for the country. I hope things will get better and we continue to send goods. We are exporting to the US, UK and Europe. We also export to Greece. But we were affected by the economic events in Greece. We used to have exports of 1.5 million square meters to Greece but we were affected by the economic events in Greece. We used to have exports of 1.5 million square meters to Greece but we experienced a drop of 20 percent due to what happened. There wasn't anything affecting our firm in other countries.



Hitit Seramik Genel Müdürü **Galip Dünder Kırmacı**

”Dış cephe ürünlerimizle lekelenmeye son veriyoruz”

Hitit Seramik General Manager **Galip Dünder Kırmacı**

“We put an end to staining with our exterior façade products”

“Teknik porselende yeni bir teknoloji kullanıyoruz. Lekelenme ve hijyen problemine artık son veren coting teknolojisini... Bu yüzey koruma teknolojisi ile teknik porselende ürün yüzeyini tamamen kapatarak lekelenme ve bakteri oluşumunu ortadan kaldırıyoruz. Bu konuda ömür boyu garanti veriyoruz.”

Dış cephede yüzey kirlenmelerine ve bakteri oluşumuna yeni geliştirilen coting teknolojisi ile son veren Hitit Seramik, 4 milimetre kalınlığında, 40x80 cm büyük ebatlı ürünüyle de yapıya düşen yükün üçte bir oranında azalmasını sağlıyor. “Ürünlerimizde ömür boyu garanti veriyoruz” diyen Hitit Seramik Genel Müdürü Galip Dünder Kırmacı, coting teknolojisini ve büyük ebatlı ürünlerinin sağladığı faydaları anlattı.

Firma olarak fuarda ne gibi yeni teknoloji ürünlerinizi sergiliyorsunuz? Bu ürünlerin getirdiği faydalardan da söz edebilir misiniz?

Bu sene fuarda yer alan ürünlerimizin hepsi yeni ürünlerimizdir. Teknik porselende yeni bir teknoloji kullanıyoruz. Lekelenme ve hijyen problemine artık son veren coting teknolojisini... Bu yüzey koruma teknolojisi ile teknik porselende ürün yüzeyini tamamen kapatarak lekelenme ve bakteri oluşumunu ortadan kaldırıyoruz. Bu konuda ömür boyu garanti veriyoruz. Önceden de üretim tesislerimiz içe-

“We’re employing a new technology in technical porcelain. The coting technology which puts an end to staining and hygiene problem... Thanks to this surface protection technology, by totally covering the surface of the product in technical porcelain, we eliminate staining and bacterial formation. We give lifetime warranty for this.”

Hitit Seramik, putting to an end to surface dirt and formation of bacteria on exterior façades with the newly developed coting technology, also allows the load on the structure to be reduced one third with its 40x80 cm large format product. Hitit Seramik General Manager Galip Dünder Kırmacı, who says; “We give lifetime warranty for our products”, explained the benefits of the coting technology and their large format products.

What kind of new technology products are you exhibiting at the fair as your firm? Can you tell us about the benefits of these products?

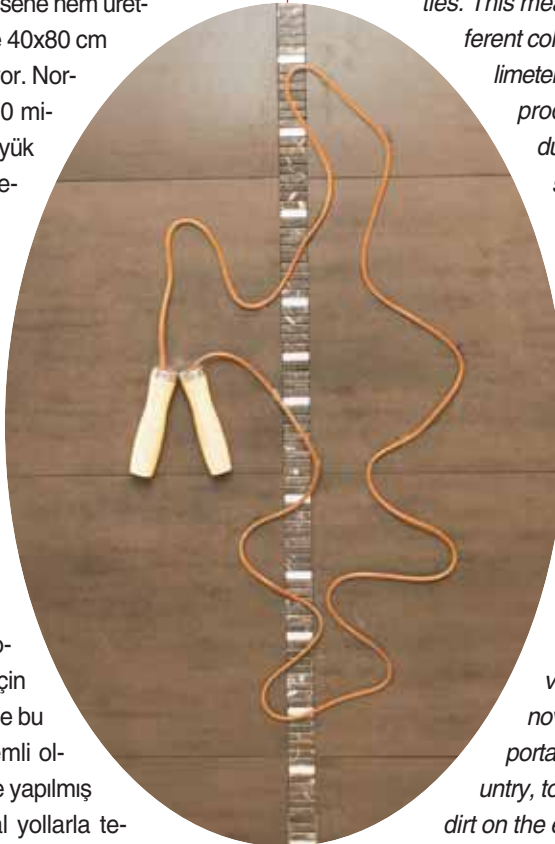
All of our products at the trade fair this year are our new products. We’re employing a new technology in technical porcelain. The coting technology which puts an end to staining and hygiene problem... Thanks to this surface protection technology, by totally covering the surface of the product in technical porcelain, we eliminate staining and bacterial formation. We give lifetime warranty for this. In addition to



risinde olan ebatlara ilave olarak 40x80 cm ebadımızı ürün portföyümüze ekledik. Özellikle dış cephede büyük ebat ürün kullanılıyor. Bu ürünümüz, döşeme işçilerine kolaylık sağlayacaktır. Ağır üründen biraz daha kolay taşınabilir, daha kolay monte edilebilir ebatlarla işler hafifleyecektir. Önümüzdeki dönemde dış cephede 40x80 cm ebatlı ürünümüz çok fazla kullanılacaktır. Yine artistik ve ürün görselliği anlamında 16 çeşit ürünümüzü sergiliyoruz. Bunlar değişik renkleriyle de daha fazla adet demek. İlk defa bu sene hem ürettiğimiz, hem de sergilediğimiz 60x60 cm ve 40x80 cm ebatlarında 4 milimetre ürünlerimiz bulunuyor. Normalde her iki ürünümüzde de et kalınlığı 10 milimetredir. Bu da tamamen binalara daha az yük getirmeyi ve bir taraftan da kolay döşenmeyi sağlayacaktır.

Seramik mimarisinde sektörün bu tür ürünlerle mimarlara kolaylık yarattığı görülüyor. Gelecekte seramik sektörü bu ve benzeri ürünlerle nasıl bir ufuk açacaktır?

Bir kere öncelikle binaya getireceği yük üçte bir oranında azalacaktır. Binanın kendi teknik özellikleri açısından bu çok önemlidir. Hayal gücü açısından da daha rahat işleneceği için farklı uygulamalar yapılabilmesine olanak tanıyacaktır. Bu inovasyon ve gelişme açısından sektörümüz için önemlidir. Dünyayla paralel olarak ülkemizde bu ürünlerin kullanıma sunulmasının çok önemli olduğunu düşünüyorum. Bir teknik porselenle yapılmış bir yapıda dış cephedeki kirlenmeyi doğal yollarla temizleyemezsiniz. Cotting teknolojisi ile ürün yüzeyi kendi kendini temizler.



the sizes produced by our plants previously, we added our 40x80 cm format to our product portfolio. Large size products are used especially on exterior façades. This product will afford ease of use to layers. Work will be lighter with sizes easier to install and easier to carry compared to heavier ones. In the upcoming periods, our 40x80 cm format product will be used extensively on exteriors. We are also displaying 16 types of products in terms of artistic and visual properties. This means a much bigger quantity if you include different colors. For the first time this year, we have 4 millimeter products of 60x60 cm and 40x80 cm we have produced and displayed. Normally, in both products, the wall thickness is 10 mm. This will cause less loads on the buildings and these will be easy to lay.

It is observed that the sector makes life easier for architects in the ceramic architecture. What kind of a horizon will the ceramic industry bring in the future with these and similar products?

First of all, the load on the building will decrease one third. This is very important in terms of the technical properties of the building. It will also allow different applications to be made as application will be easier in terms of power of imagination. This is very important for our industry as regards innovation and advancement. I believe it is very important that these products are marketed in our country, too, in line with the world. You cannot clean the dirt on the exterior by natural means on a technical porcelain employed building. The surface of the products cleans itself by the cotting technology.

Seramiksın Pazarlama Grup Başkanı
Sırrı Süreyya Çağlar

“Dijital teknoloji çevreci bir teknolojidir”

“Dijitalin avantajlarından bir tanesi de doğadaki görüntülerin aynen karonun üzerine aktarılmasını sağlaması... Doğada gördüğünüz traverten, kayrak taşı, mermer ve her türlü doğal görüntüyü karonun üzerine aktarabiliyorsunuz. Bu teknoloji aynı zamanda çevreci bir teknoloji... Bu teknoloji ile üründe kullandığınız boya miktarı klasik sisteme göre epey düşük.”

Seramiksın Marketing Group Head Sırrı Süreyya Çağlar

“Digital technology is an environmentalist technology”

“One of the advantages of the digital is that it allows full transfer of the images in nature onto the tile... You can transfer onto the tile any natural images you see in nature like travertine, slate stone, marble and others. This technology, at the same time, is an environmentalist technology... The amount of paint you use in the product in this technology is much lower than the classical system.”

Dijital baskılı full lappato ve nanoteknoloji uygulanmış sırlı porselen ve karolarıyla fuara katılan Seramiksın, “Yeniliklerin öncüsü” sloganıyla 21 yeni ürününü fuarda sergiledi. Sınırsız renk ve desen seçeneğini seramik karoların üzerine aktarma imkânı sağlayan bu yeni sistemin çevreci bir teknoloji olduğunu söyleyen Seramiksın Pazarlama Grup Başkanı Sırrı Süreyya Çağlar, ürünlerinde kullandıkları teknolojiyle neler yapılabileceğini aktardı.

Geçen sene de dijital baskı teknolojisi ile ürettiğiniz yeni ürünlerinizi sergilemiştiniz. Bu sene de ağırlıklı dijital baskılı ürünlerde görülüyor. Bu seneki ürün gruplarından bahsederseniz?

Geçen sene ilkler ve tekler konseptiyle katılmıştık fuara. Bu sene de “Yeniliklerin öncüsü” sloganı ile yer alıyoruz. Geçen seneden farklı olarak dijital baskılı full lappato ve nanoteknoloji uygulanmış sırlı porselen ve porselen karolarımız var. Dijital baskıda yeni ürünlerimiz devreye girdi. Geçen sene dijital baskılı yedi ürün vardı, bu sene 21 ürünle katıldık fuara. Portföyümüzde dijital baskılı ürünlerimiz ciddi miktarda yer



Participating in the trade fair with glazed porcelain ware and tiles with digital print full lappato and nano technology application, Seramiksın exhibited its 21 new products at the fair with the slogan “We are the leaders of innovations”. Seramiksın Marketing Group head Sırrı Süreyya Çağlar, who says that this system affording the opportunity to transfer countless color and design options on ceramic tile, explained what can be done with the technology they employ in their products.

Last year, too, you had exhibited your new products manufactured by the digital print technology. This year, once again, the digital printed products seem to be dominant. Can you tell us about the product groups of this year?

Last year, we were at the fair with the firsts and soles concept. This year, we are here with the slogan we are leaders of innovations. In addition to last year’s products, we have digital print full lappato and nano technology applied glazed porcelain ware and porcelain tiles. Our new products with digital print are launched. Last year we had seven digital print products, this year, we are here with 21. Our di-



işgal etmeye başladı. Bunların dışında 60x60 cm ebatlı, parlak renkli ürünler devreye girdi. Siyah, süper beyaz ve full lappatoya ilave olarak kemik, krem, bej renkleriyle üretilen ürünlerimiz var.

Dijital teknoloji ve büyük ebatlı ürünler gelecekte sektöre nasıl bir vizyon sağlayacak?

Bu teknoloji 2007'de İtalya'da öncelikle devreye girdi. 2008 yılının ortalarından itibaren de Türkiye'ye geldi. 2008'in ortalarından sonra Türkiye'ye bu teknolojiyi getiren ikinci firmayız. Dijital baskı, ileri teknoloji gerektiren, aynı zamanda da ciddi anlamda birikim, tecrübe ve insan kaynağı ihtiyacı isteyen bir sistem... Şu anda Türkiye'de altı fabrikanın dijital baskı teknolojisi ile ilgili ciddi yatırımları var. Bunlardan beş tanesi ürünlerini çıkarıp sunmaya başladı. Bu teknoloji, aynı elektronik ofset baskı makineleri gibi seramik veya granitin üzerine baskı yapılmasını sağlıyor. Bu da sınırsız renk ve desen seçeneklerini karoların üzerine aktarma fırsatı yaratıyor. Bir başka avantajı da 0,5 milimetrenin üzerindeki rölyefli yüzeylere baskı yapma şansı tanıyor. Normalde rölyefli yüzeylere klasik baskı sistemleri ile desen basmak mümkün olmuyordu. Dijital baskı ciddi bir avantaj yarattı. Bunu iyi ve kalifiye personele ihtiyaç var. Türkiye bu konuda eleman eksikliği yaşıyor ancak tüm dünya için de durum aynı. Sektör için yeni bir baskı teknolojisi bu... Bu yıl dördüncü senesi. Henüz Çinliler bunu keşfedemedikleri için İtalya ve İspanya sektöründe bu işi hızla götürüyor. Bundan 3-4 sene sonra seramik sektöründeki ürünlerin yüzde 90'ı dijital teknoloji ile üretilmiş olacaktır.

Bu mimarların da işini kolaylaştırıyor galiba...

Dijitalin avantajlarından bir tanesi de doğadaki görüntülerin aynen karonun üzerine aktarılmasını sağlaması... Doğada gördüğünüz traverten, kayrak taşı, mermer ve her türlü doğal görüntüyü karonun üzerine aktarabiliyorsunuz. Bu teknoloji aynı zamanda çevreci bir teknoloji... Bu teknoloji ile üründe kullandığınız boya miktarı klasik sisteme göre epey düşük. Bir başka avantajı da, doğadan tahrip ederek çıkarttığınız traverten ve mermer gibi birçok malzemeyi endüstriyel anlamda üretme imkânına sahip oldunuz. Daha ucuz fiyata ama daha kaliteli üretmeye başladınız. Doğadan çıkarttığınız ve mekânlarınızda kullandığınız malzemeler hem daha kolay aşınıyor, hem de kirlenmeye müsait malzemeler. Oysa bu yeni teknolojilerle üretilen malzemeler tüketiciye kolaylık sağlıyor. Hele bir de nanoteknoloji ile yüzeyine leke tutmayan bir çalışma yapılırsa çok büyük avantajları bulunuyor.



gital print products are comprising a major portion of our portfolio. In addition, we have 60x60 cm format bright colored products that are launched. In addition to black, super white and full lappato, we have products manufactured in bone, cream and beige colors.

What kind of a vision will digital technology and large format products bring to the industry in the future?

This technology was first launched in Italy in 2007. Starting from mid-2008, it came to Turkey. We are the second firm bringing this technology to Turkey after the middle of 2008. Digital technology is a system requiring advanced technology; at the same time needing serious store of knowledge, experience and human resources... Presently, six plants in Turkey have serious investments on the digital print technology. Five of these started to launch their products. This technology also allows prints to be made on ceramic and granite just like electronic offset printing machines. This gives one the chance to transfer unlimited color and design options on tiles. Another advantage is that you have the opportunity to print on relief surfaces over 0.5 millimeters. Normally, it was not possible to print patterns on relief surfaces by classical printing systems. Digital printing brought a serious advantage. This requires good and qualified personnel. Turkey lacks personnel in this area but it is the same thing for the whole world. This is a new print technology for the industry... We are in its fourth year. Since the Chinese could not yet discover this, Italy and Spain are leading the industry rapidly. Three-four years from now, 90 percent of the products in the ceramic industry will be manufactured using digital technology.

It looks like this also makes life easier for architects...

One of the advantages of the digital is that it allows full transfer of the images in nature onto the tile... You can transfer onto the tile any natural images you see in nature like travertine, slate stone, marble and others. This technology, at the same time, is an environmentalist technology... The amount of paint you use in the product in this technology is much lower than the classical system. Yet another advantage is that you are able to produce industrially many materials like travertine and marble you extract from nature by destroying it. Materials you extract from nature and use in your spaces wear easier and are also liable to get dirty. However, materials produced by these new technologies make life easier for the consumer. In fact, if a stain-free application is achieved by nano-technology, this would bring very great advantages.

Yüksel Seramik Yönetim Kurulu Başkanı **Hanifi Mutlu**

“Hedefimiz 11 milyon metrekarelik bir kapasiteye ulaşmak”

“2010’da üretimimizin yüzde 47’si ihracat, yüzde 53’ü iç pazarda satıldı. Bu rakam geçmiş yıllarda yüzde 75 ihracat, yüzde 25 iç pazardı. Kapasitemizle birlikte, dış pazarda yaşanan sıkıntıyı iç pazardaki canlılıkla artırdık. Hedefimiz 11 milyon metrekarelik bir kapasiteye ulaşmaktır.”

Yüksel Seramik Chairman of the Board **Hanifi Mutlu**

“Our target is a capacity of 11 million square meters”

“In 2010, 47 percent of our production went to exports, 53 percent was sold domestically. This figure was 75 percent for exports, 25 percent domestic in the past years. We got over the problem in the international markets by the vitality in the domestic market, with our capacity increase. Our target is a capacity of 11 million square meters.”

Aydın Söke’de üretimine devam eden Yüksel Seramik, krize rağmen yatırımlarına devam ederek büyüdü. UNICERA 2011’e 24 yeni ürünle katılan firma, farklı ebatlarıyla da alternatifler yarattı. “Krizlere rağmen büyümeyi hedefledik ve bunu da başardık” diyen Yüksel Seramik Yönetim Kurulu Hanifi Mutlu, firma olarak stratejilerinden bahsetti.

Yeni ürünleriniz neler?

Bu sene fuara 24 yeni ürünle katılıyoruz. Ebatlar ve renkler yeni. Genelde büyük ebatlarla girdik. 30x60 cm, 20x50 cm, 60x60 cm ve 60x120 cm ebatlarla girdik. Sektörün vazgeçemediği 25x40 cm, 25x33 cm ve 10x10 cm ebatları da var. Yeni tasarım ürünlerimizi sergiliyoruz. Çok yeni müşterilerimiz var. Kanada, İsrail, Filistin, Ürdün, Yunanistan, Belçika ve Avrupa ülkelerinin birçoğundan ziyaretçilerimiz oldu. Yoğun bir müşteri portföyünün içindeyiz.

Hazır müşterilerin çeşitliliğinden bahsetmişken, Türk seramik sektörü son yıllarda Orta Doğu, Kuzey Afrika ve komşu ülkelere açılmıştı. Son yaşananlarla bu açılım kısa vadede etkilendi gibi görünüyor. Siz bu yaşananların sektörün stratejisini nasıl etkileyeceğini düşünüyorsunuz? Firma olarak bu yaşananlardan sonra stratejiniz ne yönde değişti?

Firma olarak ihracat yapacağımız ülkelerle ilgili bir ön çalışma yapıyoruz. Sıkıntı varsa başka bir ülke arıyoruz. Hükümetimizin yaptığı ikili görüşmeler neticesinde, o ülkelere gidip yeni müşteri edinmemiz kolaylaşıyor. Sıkıntılı olan ülkelerin yerine yeni müşteri kütlesiyle hareket ediyoruz. Bundan çok büyük verim aldık. Eski krizlere rağmen



Engaged in production in Aydın Söke, Yüksel Seramik grew continuing its investments despite the crisis. The firm, participating in UNICERA 2011 with 24 new products, created choices with its different sized products too. Yüksel Seramik Chairman of the Board Hanifi Mutlu, who said; “We aimed to grow despite the crises and we achieved it”, talked about their strategies as a firm.

What are your new products?

This year we are participating in the fair with 24 new products. Sizes and colors are new. We are here with big sizes in general. We are here with formats 30x60 cm, 20x50 cm, 60x60 cm and 60x120 cm. There are also the indispensables of the industry; the 25x40 cm, 25x33 cm and 10x10 cm sizes. Our newly designed products are on display. We have many new customers. We had visitors from Canada, Israel, Palestine, Jordan, Greece, Belgium and many European countries. We have a busy customer portfolio.

Talking about the diversity of present customers, the Turkish ceramic industry had opened to the Middle East, North Africa and the neighboring countries in recent years. It looks like this approach was impacted in the short-term with what happened recently. How do you think what happened will affect the strategy of the industry? How did your strategy take direction after all these as a firm?

As a firm, we do a preliminary study on the countries we will export to. If there are problems, we look for other countries. As a result of the bilateral negotiations by our government, it becomes easier for

büyüme hedefledik ve o hedefimizi de başarıyla tamamladık.

Büyüyen ebatlar, dijital teknoloji ve hijyen ürünlerinin yapı sektörünü nasıl etkileyeceğini düşünüyorsunuz?

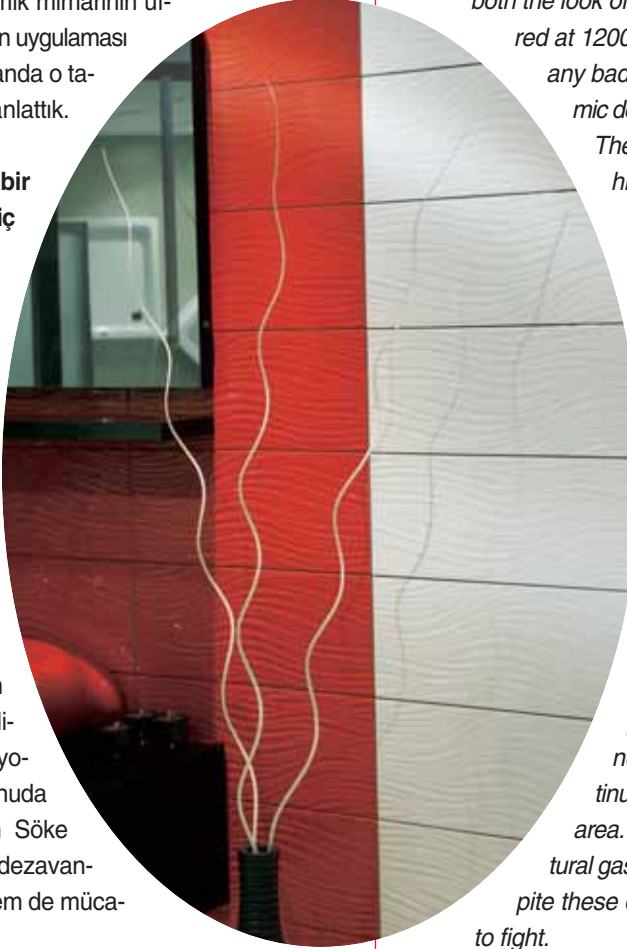
Seramiği üretenler seramik mühendisleri. Mimarların meslektaşları. Onlar dünyadaki gelinen trendi takip ediyor. Türk seramiği dünya liderliğine oynuyor. Türk seramik sektörü olarak bir birimizle yarışıyoruz ama o yarış hepimizi mutlu ediyor. Aynı geminin içinde hedefe ulaşırsak bu Türk seramik sektöründeki firmaları da olumlu etkiliyor. Dünya liderliğini alacağımızı düşünüyorum.

İç ve dış mekânda mimarlara estetik alan yaratıyorsunuz. Siz bu tercihlerinizi nasıl etkiliyorsunuz?

Taşın büyük bir avantajı var. Sonuçta seramik de bir taş. Toprakta yükselen bir değer. Bu değer tamamlandığında ve kaplamaya geçtiğinde onu doğal bir taş olarak görüyorsunuz. Mimarlarımızın aradığı doğal görünümdür. O doğallığı sağlıyoruz. Bu maliyet açısından etkili oluyor. Onu da mimarlar zamanında değerlendirip, yapıya değer katıyorlar. Siz 10 dolara bir laminant parke döşeyeceğinize seramik döşeyebiliyorsunuz. Hem laminant hem de ahşap görünümü, 1200-1300 derecede piştiği için rutubet veya kötü bir şey göremiyorsunuz. Seramik daha sağlıklı. Seramik mimarının ufkunu geliştirip değiştiriyor. Mimarların uygulaması için bir de talep olması lazım. Şu anda o talep doğru kullanıcılara bunu iyi anlattık.

2010 yılında firma olarak nasıl bir performans sergilediniz? Dış ve iç pazardaki durumunuz nedir?

2010'da üretimimizin yüzde 47'si ihracat, yüzde 53'ü iç pazarda satıldı. Bu rakam geçmiş yıllarda yüzde 75 ihracat, yüzde 25 iç pazardı. Kapasitemizle birlikte, dış pazarda yaşanan sıkıntıyı iç pazardaki canlılıkla artırdık. Hedefimiz 11 milyonmetre karelik bir kapasiteye ulaşmaktır. Fabrikamızın kapalı alanını 6 bin metrekare büyüttük. Krize rağmen, yeni teknolojiye yatırım yaptık ve bu yatırımlara devam ediyoruz. Bölgemizde LNG kullanıyoruz. Doğal gaz olmadığı için bu konuda bir mağduriyet yaşıyoruz. Aydın Söke bölgesinde üretim yapıyoruz. Bu dezavantajlara rağmen hem büyüme hem de mücadeleye devam ediyoruz.



us to go to those countries and find new customers. We move with new customer populations instead of problem countries. We got very efficient result out of this. We aim to grow despite former crises and we achieved this target successfully.

What will the growing sizes, digital technology and hygiene products at the fair bring to the building industry?

Ceramic producers are ceramic engineers. They are colleagues of architects. They follow the trends in the world. Turkish ceramics seek world leadership. We compete with each other in the Turkish ceramic industry but this race makes all of us happy. If we reach the target in the same boat, this impacts the firms in the Turkish ceramic industry positively. I believe that we'll take over as the world leader.

You create aesthetic spaces for architects in the interiors and exteriors. How do you affect these preferences?

Stone has a great advantage. Ceramic is a stone too. An asset rising from the earth. When this asset is completed and covered, you see it as a natural stone. What our architects seek is the natural look. We achieve that naturalness. This is effective in terms of cost. Architects evaluate this in time and introduce value to the building. You can lay ceramic instead of laying a laminate floor for 10 dollars. It has both the look of a laminate and also of the wood. Since it is fired at 1200-1300 degrees, you can't see any humidity or any bad thing. Ceramic is much more hygienic. Ceramic develops and changes the horizon of architecture. There must be a demand for applications by architects too. Presently, that demand is correct, we explained this well to users.

What kind of a performance did you have as a firm in 2010? What is your position internationally and locally?

In 2010, 47 percent of our production went to exports, 53 percent was sold domestically. This figure was 75 percent for exports, 25 percent domestic in the past years. We got over the problem in the international markets by the vitality in the domestic market, with our capacity increase. Our target is a capacity of 11 million square meters. We enlarged the enclosed area of our plant by 6,000 square meters. We invested in new technology despite the crisis and are continuing with these investments. We use LNG in our area. We are aggrieved in this area as there is no natural gas. We are producing in Aydın Söke region. Despite these disadvantages, we continue to grow and also to fight.

VitrA Karo Pazarlama Müdürü **Konca Çalkıvık**

”Yalın, tasarruflu ve doğal ürünlerle fuardaydık”

“UNICERA 2011 Fuarı’nda; VitrA Karo’nun çevreci ürünlerinin sergilendiği standta yalın, tasarruflu ve doğal ürünler ön plandaydı. Fuarda ayrıca, son teknoloji ürünü, çevreye saygılı ve kendinden yalıtımlı karo ISO Tile sergilendi.”

VitrA Karo Marketing Manager **Konca Çalkıvık**

“We were at the trade fair with simple, natural products affording savings”

“Simple, natural products with savings were at the forefront at the stand where VitrA Karo’s environmentalist products were on display at UNICERA 2011 Trade Fair. Also, the state-of-the-art product, environmentally friendly and self-insulated tile ISO Tile, was on display at the fair.”

“Yeni, Yalın, Özgün Fikirler” mottosunu taşıyan yeni marka kimliğiyle UNICERA 2011’e katılan VitrA’nın 900 metrekairelik standında; yalın, tasarruflu ve doğal ürünler ön plandaydı. Standta, Artema’nın yeni armatür serilerinin yanı sıra, Villeroy&Boch’un karo ürünleri de yer aldı. “Fuarda son teknoloji ürünü, çevreye saygılı ve kendinden yalıtımlı karo ISO Tile’i sergiledik “diyen VitrA Karo Pazarlama Müdürü Konca Çalkıvık ile yeni ürünlerini konuştuk.

UNICERA 2011 Fuarı’na firma olarak hangi yeni teknolojiyle ürettiğiniz ürünlerinizle katıldınız? Bu ürünlerin çevre ve su tasarrufu özelliklerin bahseder misiniz?

UNICERA 2011’de; VitrA Karo’nun çevreci ürünlerinin sergilendiği standta yalın, tasarruflu ve doğal ürünler ön plandaydı. VitrA Karo, 2011’in yaşam trendlerinden ilham alarak konutlar için tasarladığı rezidans serilerini, iş yeri ve konutlarda modern çözümler sunan Urban Life’in 2011 koleksiyonunu ve yeni mozaik serilerini fuarda tüketicilerin beğenisine sundu. Banyodan havuz ve bahçelere, ofislerden dış cephelere kadar pek çok alanda kullanılmaya uygun ürünler, VitrA Karo’nun uz-



Simple and natural products with savings were at the forefront at the 900-square-meter stand of VitrA, attending UNICERA 2011 with a new brand identity bearing the motto “New, Simple, Original” ideas. In addition to Artema’s new tap series, Villeroy&Boch’s tile products were also at the stand. We discussed their new products with VitrA Karo Marketing Director Konca Çalkıvık who says; “We displayed state-of-the-art, environmentally friendly and self-insulated ISO Tile at the fair”.

With which new technology products did your firm participate in UNICERA 2011 Trade Fair? Can you tell us about the environmental and water saving features of these products?

Simple, natural products with savings were at the forefront at the stand where VitrA Karo’s environmentalist products were on display at UNICERA 2011 Trade Fair. VitrA Karo offered to consumers at the fair, its residence series designed for homes inspired by 2011’s life trends, the 2011 collection of urban life presenting modern solutions for workplaces and homes and its new mosaic series. Products fit to be used in many fields ranging from bathrooms to pools and gardens, offices





man tasarım ekibinin yanı sıra, Türkiye ve dünyadan ünlü tasarımcıların imzasını taşıyor. Standın gözdesi ise tasarım dünyasının yeni yıldızı olarak anılan genç Rus tasarımcı Dima Loginoff'un Vitra için hazırladığı yeni karo koleksiyonuydu. Adeta görünmeyen 1 milimetrelilik derzleriyle duvarda farklı ve etkileyici bir görsellik yaratan koleksiyon, ilk kez UNICERA Fuarı'nda görücüye çıktı. Fuarda ayrıca, son teknoloji ürünü, çevreye saygılı ve kendinden yalıtımlı karo ISO Tile sergilendi. Yalıtım ve kaplama için ortak çözüm oluşturan ISO Tile, dış cepheler için uzun ömürlü yalıtım sağlarken, şık ve dayanıklı bir seramik kaplama çözümü olarak da tek malzemeyle çözüm sunuyor.

Özellikle seramik karo sektöründe büyüyen ebatlar mimari uygulamalarda mimarlara kolaylıklar sağlıyor. Siz seramikteki karo ve vitrifiyedeki gelişmelerin mimarların ve iç mimarların hayal dünyasında nasıl bir farklılık yaratacağını düşünüyorsunuz?

Karo ve vitrifiye dünyasındaki gelişmeler, mimarların alternatif şansını artırıyor ve yeni çözüm önerileri getiriyor. Üretim teknikleri gelişirken, mimarlar, çeşitlenen vitrifiye ve karolarla hayal ettiklerini yaratma şansını elde ediyor. Özellikle karoda, farklı kullanım alanlarında ihtiyaç duyulan hijyen, kaymazlık ve antibakteriyellik gibi teknik fonksiyonların tümünü, karo ile karşılamak mümkün oluyor. Seramik karo sektöründe büyüyen karo boyutları, mimarlara daha büyük cephe ve alanları istedikleri gibi tasarlama şansını veriyor. Özel köşe ve dönüş parçaları ise bütünsel çözümler için çok daha fazla imkân sağlıyor. Sektör ayrıca mimarlara, estetik olarak istenilen doku ve yüzeylere sahip hijyenik karoları, yeni baskı teknolojileriyle sunuyor.



to exteriors bear the signatures of designers from Turkey and the world in addition to Vitra Karo's specialist design team. The most popular item at the stand was the new tile collection prepared for Vitra by young Russian designer Dima Loginoff known as the new star of the design world. The collection, creating a different and impressive image on tiles with almost invisible 1-millimeter joints was launched for the first time at UNICERA Trade Fair. Also, the state-of-the-art product, environmentally friendly and self-insulated tile ISO Tile, was on display at the fair. ISO Tile, offering a common solution for insulation and coating, provides long life insulation for exteriors and also offers a solution with a single material as an elegant and resilient ceramic tile.

Sizes growing especially in the ceramic tile sector afford facilities to architects in architectural applications. What kind of a difference do you think the developments on tile and vitreous ware create in the world of imagination of architects and interior designers?

The developments in the world of tile and vitreous ware enhance the options of architects introducing new solution proposals. As production techniques develop, architects get the chance to create what they can dream of through diversified vitreous ware and tiles. Especially in tiles, it becomes possible to meet the entirety of technical functions required in various fields of use like hygiene, no-slip and no bacteria with tiles. Growing tile sizes in the ceramic tile industry allow architects to design larger façades and spaces as they desire. The special corner and turn pieces, on the other hand, afford many more chances for integral solutions. The sector also offers architects hygienic tiles with aesthetically desired textures and surfaces with new print technologies.



Ödüller sahiplerini buldu

Toplam 443 eserin katıldığı 7. Uluslararası Muammer Çakı Seramik Yarışması 2010'da ödül sahipleri belli oldu. Yarışmaya yurt içi ve yurt dışından 22 üniversitenin seramik bölümü ön lisans, lisans, yüksek lisans ve sanatta yeterlik öğrencileri katıldı.

Uluslararası Muammer Çakı Seramik Yarışması 2010'u kazananlar belli oldu. Yedincisi düzenlenen yarışma Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Seramik Bölümü tarafından genç yaşta yitirdikleri öğretim üyesi ve seramik sanatçısı Muammer Çakı'nın ismini ve sanatını yaşatmak, genç seramik sanatçı adaylarını desteklemek ve çağdaş seramik sanatına yeni eserler kazandırmak amacıyla düzenleniyor. Serbest dalında 258, torna dalında 65, endüstriyel dalında 43, çini dalında 77 olmak üzere toplam 443 eserin yer aldığı yarışmada, jüri değerlendirmesi sonucunda 188 eser sergilemeye, 13 eser ise ödüle değer görüldü.

Yarışmaya yurt içinden Onsekiz Mart Üniversitesi, Anadolu Üniversitesi, Selçuk Üniversitesi, Marmara Üniversitesi, Sakarya Üniversitesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Hacettepe Üniversitesi, Erciyes Üniversitesi, Kocaeli Üniversitesi, Dokuz Eylül Üni-

Awards go to winners

The winners of 7th International Muammer Çakı Ceramic Show 2010 participated in by 443 works in total were announced. Ceramic department pre-undergraduate, undergraduate, graduate and art proficiency students of 22 local and international universities entered in the contest.

The winners of International Muammer Çakı Ceramic Contest 2010 were announced. The contest, the seventh of which was held, is organized for giving support to young potential ceramic fine artists and to introduce new works to the art of contemporary ceramics as a tribute to the name and art of member of faculty and ceramic fine artist Muammer Çakı by Anadolu University Faculty of Fine Arts Ceramics Department, who they lost at a young age. At the contest where 258 works were entered in the free discipline, 65 in potter's wheel, 43 in the industrial discipline and 77 in çini; 188 works were found to be worthy of display and 13 works worthy of awards as a result of jury evaluation.

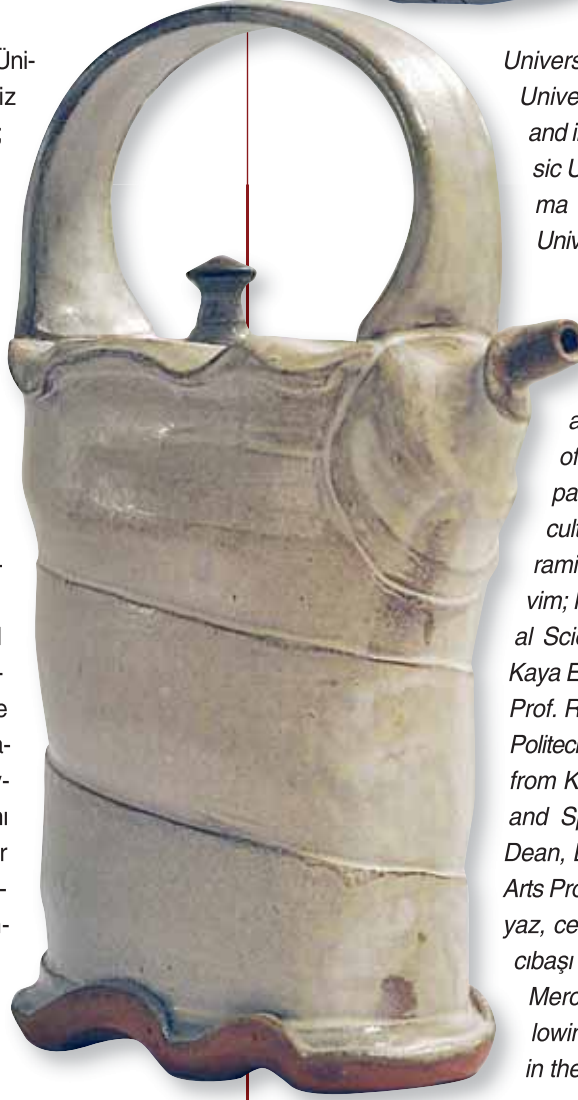
Pre-undergraduate, undergraduate, graduate and art proficiency students from ceramics departments of locally; Onsekiz Mart University, Anadolu University, Selçuk University, Marmara University, Sakarya University, Afyon Kocatepe University, Hacettepe University, Erciyes University, Kocaeli University, Dokuz Eylül University, Süleyman Demirel University, Gazi





versitesi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Gazi Üniversitesi, Dumlupınar Üniversitesi, Akdeniz Üniversitesi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi; yurt dışından da Tokyo Güzel Sanatlar ve Müzik Üniversitesi, Zulu Natal Üniversitesi, Tacoma Community College, Kore Kangnam Üniversitesi, Seoul Bomens Üniversitesi, Waynesburg Üniversitesi, Kyung Hee Üniversitesi'nin seramik bölümü ön lisans, lisans, yüksek lisans ve sanatta yeterlik öğrencileri katıldı. .

Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dekanı Prof. Zehra Çobanlı, Seramik Bölüm Başkanı Prof. S. Sibel Sevim, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü Prof. Meltem Kaya Ertl, ABD Tacoma Toplum Koleji'nden Prof. Richard Mahaffey, İspanya Valencia Politeknik Üniversitesi'nden Prof. Evaristo Navarro, Kore Kangnam Üniversitesi Sanat, Müzik ve Spor Fakültesi'nden Prof. Lee Wang-Yong, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dekanı Prof. Halil Yoleri, sanat eleştirmeni Abdülkadir Günyaz, seramik sanatçısı Bingül Başarır, Eczacıbaşı Vitra Bozüyük Fabrika Müdürü Mehmet Mercan ve çini sanatçısı İsmail Yiğit'in katılımıyla gerçekleştirilen değerlendirme sonucunda sanatçılara farklı dallarda ödüller verildi.



University, Dumlupınar University, Akdeniz University, Abant İzzet Baysal University and internationally; Tokyo Fine Arts and Music University, Zulu Natal University, Tacoma Community College, Kore Kangnam University, Seoul Bomens University, Waynesburg University and Kyung Hee University participated in the contest.

Artists were presented with awards in different disciplines as a result of the evaluation carried out with participation of Dean, Anadolu University, Faculty of Fine Arts, Prof. Zehra Çobanlı; Ceramics Department Head Prof. S. Sibel Sevim; Mimar Sinan Fine Arts University Social Sciences Institute Director Prof. Meltem Kaya Ertl; ABD Tacoma Community College's Prof. Richard Mahaffey; from Spain Valencia Polytechnical University, Prof. Evaristo Navarro; from Korea Kangnam University Arts, Music and Sport Faculty, Prof. Lee Wang-Yong; Dean, Dokuz Eylül University Faculty of Fine Arts Prof. Halil Yoleri; art critic Abdülkadir Günyaz, ceramic fine artist Bingül Başarır, Eczacıbaşı Vitra Bozüyük Plant Manager Mehmet Mercan and çini artist İsmail Yiğit. The following were found to be worthy of awards in the following disciplines.

- Serbest dalında; Erciyes Üniversitesi'nden İlkay Tiraki "Başarı Ödülü"ne,
- Endüstriyel dalında; Seoul Womans Üniversitesi'nden HyoJin Lee "Başarı Ödülü"ne,
- Torna dalında; Dokuz Eylül Üniversitesi'nden Gary Georger "Başarı Ödülü"ne,
- Çini dalında; Anadolu Üniversitesi'nden Deniz Zeybek "Başarı Ödülü"ne,
- Anadolu Üniversitesi'nden Oğuz Bozdemir "Çakı Ailesi Özel Ödülü"ne,
- Afyon Kocatepe Üniversitesi'nden Kemal Taciroğlu "Cemal Cingi Özel Ödülü"ne,
- Waynesburg Üniversitesi'nden Sekino-Bove Yoko "İlhan Karaca Özel Ödülü"ne,
- Anadolu Üniversitesi'nden Beste Ural Fevzi Ergun Özel Ödülü"ne,
- Anadolu Üniversitesi'nden Hatice Kardeş Gizem Frit AŞ. Özel Ödülü"ne,
- Anadolu Üniversitesi'nden Özlem Taşpınar "Oduzpazarı Belediyesi Özel Ödülü"ne,
- Tokyo Güzel Sanatlar ve Müzik Üniversitesi'nden Shigeta Masafumi "Eskişehir Büyükşehir Belediyesi Özel Ödülü"ne,
- Hacettepe Üniversitesi'nden Pınar Baklan Önal Başak Çatı & Cephe Sistemleri AŞ. Özel Ödülü"ne,
- Anadolu Üniversitesi'nden Kamuran Ak "Eczacıbaşı Yapı Gereçleri AŞ. Özel Ödülü"ne, değer görüldü.

- In Free discipline; İlkay Tiraki from Erciyes University- "Achievement Award",
- In Industrial discipline; HyoJin Lee from Seoul Womans University HyoJin Lee- "Achievement Award",
- In Potter's Wheel discipline; Gary Georger from Dokuz Eylül University- "Achievement Award",
- In Çini discipline; Deniz Zeybek from Anadolu University "Achievement Award",
- Oğuz Bozdemir from Anadolu University- "Çakı Family Special Award",
- Kemal Taciroğlu from Afyon Kocatepe University- "Cemal Cingi Special Award",
- Sekino-Bove Yoko from Waynesburg University- "İlhan Karaca Special Award",
- Beste Ural from Anadolu University- "Fevzi Ergun Speial Award",
- Hatice Kardeş from Anadolu University- "Gizem Frit AŞ. Special Award",
- Özlem Taşpınar from Anadolu University- "Oduzpazarı Municipality Special Award",
- Shigeta Masafumi from Tokyo Fine Arts and Music University- "Eskişehir Metropolitan Municipality Special Award",
- Pınar Baklan Önal from Hacettepe University- "Başak Çatı & Cephe Sistemleri AŞ. Special Award", and
- Kamuran Ak from Anadolu University- "Eczacıbaşı Yapı Gereçleri AŞ. Special Award".



“Oğlum ve Babam” sergisi

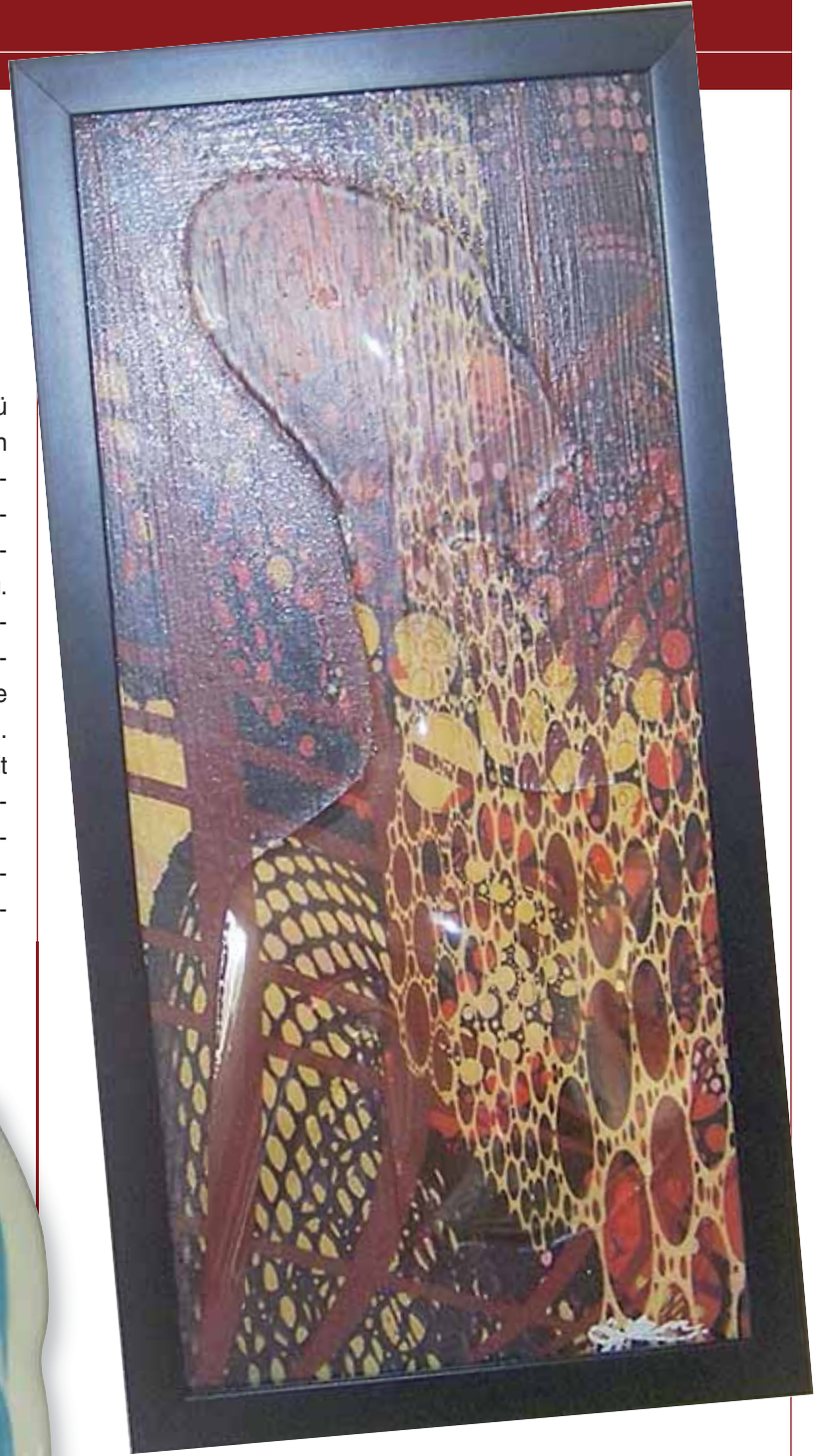
“My Son and My Father” exhibition

Istanbul Concept tarafından geçtiğimiz yıl ikincisi düzenlenen “Oğlum ve Babam” sergisi, 1-25 Aralık 2010 tarihleri arasında İstanbul Galerî Nakkaş’ta, 8-25 Mart 2011 tarihleri arasında da Eskişehir Odunpazarı Kültür Merkezi’nde (Kurşunlu Külliyesi) açıldı. Kadın tasarımcı/sanatçılar kendi sanatsal malzemelerini kullanarak, kadın gözünden erkek dünyasını; babalarını ve bir erkek yetiştirmeyi anlattı. Sergiye, Aida Bergsen, Arzu Kaprol, Candan Güngör, Deniz Pireci, Didem Çapa, Hande Bilten, Ender Baloğlu, Gamze Güven, Maria Sezer, Meltem Akkaraca Semizoğlu, Nihal Gündüz, Nurdan Kırdar, Oya Akman, Uğur Halıcı, Yasemin Aslan Bakiri ve Zehra Çobanlı katıldı.

The “My Son and My Father” exhibition, the second one of which was held last year by Istanbul Concept, was opened at İstanbul Galerî Nakkaş December 1-25, 2010 and at Eskişehir Odunpazarı Culture Center (Kurşunlu Complex) March 8-25, 2011. Woman designer/artists are describing the world of man from the eye of the woman, their fathers and how to grow a man, using their own artistic materials. Aida Bergsen, Arzu Kaprol, Candan Güngör, Deniz Pireci, Didem Çapa, Hande Bilten, Ender Baloğlu, Gamze Güven, Maria Sezer, Meltem Akkaraca Semizoğlu, Nihal Gündüz, Nurdan Kırdar, Oya Akman, Uğur Halıcı, Yasemin Aslan Bakiri and Zehra Çobanlı participated in the exhibition.

“İki Kadın” karma seramik sergisi

Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Seramik Bölümü mezunu olan iki kadın seramik sanatçısı Antalya’da yeniden kesişen hayatlarından kesitleri, çocuklarını, önceliklerini ve ötelediklerini yansıttıkları eserleri sergiledi. Kamuran Özlem Ayla Sarıç ve Emel Mülayim Oral, 29 Nisan - 6 Mayıs 2011 tarihinde Art Park Sanat Galerisi’nde “İki Kadın” ismini verdikleri sergileriyle sanatseverlerle buluştu. Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Seramik Sanatlar Bölümü’nden 1997’de mezun olan Sarıç ve Oral’ın sergide yer alan çalışmaları, farklı seramik çamurlarının değişik biçimlendirme, pişirme yöntemleri ve kişisel yorumlarıyla iki ve üç boyutlu olarak ele alındı. Oral, kadın, doğum ve çocuk üçgeninde üretkenliğe ilişkin doğaya ait bir süreci ele aldığı çalışmalarında, özellikle bebek ve kadın objelerini kullandığı seramiklerini elle ve döküm yoluyla biçimlendirdi. Sarıç da, kadın silüetlerini klinker bünyeler üzerine dijital baskı yöntemi ve cam füzyon tekniği ile birleştirerek gerçekleştirdiği çalışmalarına duygularını yansıttı.



“Two Women” group ceramic exhibition

Two lady ceramic fine artists who are graduates of Anadolu University Faculty of Fine Arts Ceramic Department put on display works reflecting scenes from their lives that crossed paths once again in Antalya, their children, priorities and those they procrastinated. Kamuran Özlem Ayla Sarıç and Emel Mülayim Oral had a union with art lovers at Art Park Art Gallery with their show they named “Two Women” from April 29 until May 6, 2011. The works by Sarıç and Oral who graduated from Anadolu University Faculty of Fine Arts Ceramic Department in 1997 are two and three dimensional products of ceramic clay handled by various shaping and firing techniques, under personal interpretations. Oral, in her works where she addressed a natural process in relation to fertility in the woman, birth and child triangle; shaped her ceramic ware in which she used specifically baby and woman objects, by hand and casting. Sarıç on the other hand, projected her feelings onto her works she built applying silhouettes of women on clinker bodies combining the digital print system with the glass fusion system.

Dönemler

Işık Üniversitesi Öğretim Üyesi, seramik sanatçısı Prof. Beril Anılanmert, 17 Mart-30 Nisan 2011 tarihleri arasında DÖNEMLER sergisiyle Mine Sanat Galerisi Avrupa Mekanı'nda sanatseverlerle buluşuyor. DÖNEMLER sergisi kapsamında sanatseverlere; "Kayıt Defteri", "Bölünmüş" ve "Dönüşüm" gibi başlıklarla sergilediği çalışmalarını sunan sanatçının eserlerini bir bütün halinde izlemek mümkün oldu. Sanatçının yeni çalışmaları ile birlikte, kırkı aşkın eseri bu sergide yer aldı. Üç boyutlu soyut biçimler ve resimsel anlatımlarla yapılmış seramiklere, bir bütün olarak bakıldığında, bir leitmotifi tüm eserlerde izleniyor. Ayrıca, farklı seramik malzemelerinin yanı sıra; kimi zaman metal veya cam, kimi zaman da keçe gibi malzemeleri kullanan sanatçı büyük bir çeşitlilik sunuyor sergisinde...



Periods

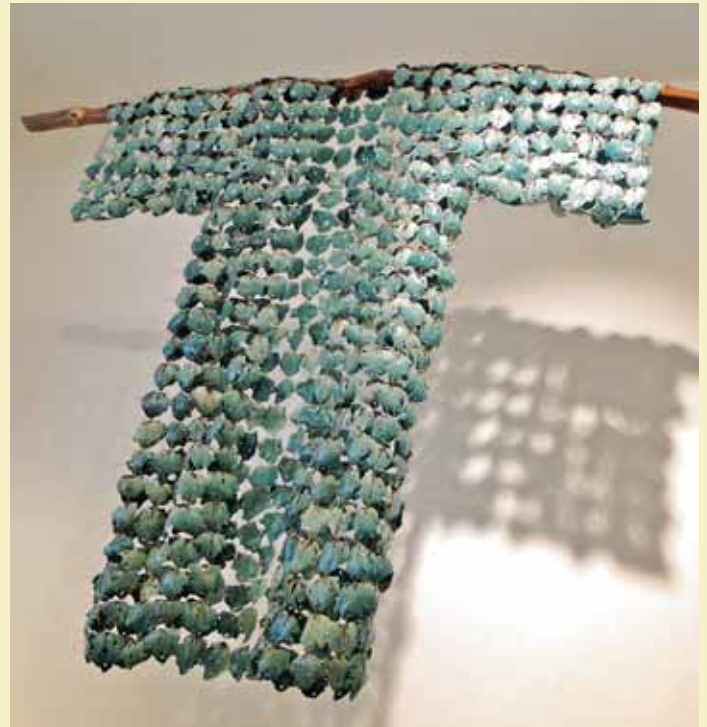
Işık University Member of Faculty, ceramic fine artist Prof. Beril Anılanmert meets art lovers from March 17 to April 30, 2011 at Mine Art Gallery European Space with her PERIODS exhibition. It is possible to view the works of the artist who presents her works exhibited under titles like "Registry", "Divided" and "Transformation" as a whole, at the PERIODS exhibition. Alongside of her new works, more than forty works of the artist are on display at the exhibition. A leitmotif is observed in all works as a whole on the ceramics created in three dimensional abstract forms and picturesque expressions. Also, in addition to varied ceramic materials; the artist, who uses metal or glass or felt from time to time, offers great variety in her exhibition...

Uzun Zaman Uğraşları

İki farklı sanatçı "Uzun Zaman Uğraşları" ismini verdikleri sergide, eserleriyle sanatseverlere düet yaptı. Seramik sanatçısı Birsen Canbaz ile fotoğraf sanatçısı Rebii Yetiş, Ziraat Bankası Tünel Sanat Galerisi'nde 28 Mart-15 Nisan 2011 tarihleri arasında açtıkları sergiyle sanatseverlerle buluştu. Canbaz'ın seramik dışında ağaç, cam ve deri gibi farklı organik malzemeleri de kullandığı son dönem işleriyle, doğadaki detaylar üzerine düşünen fotoğrafların yer aldığı sergi, hem organik formları dönüştüren içeriği hem de sanatın kendisine dair farklı sorgulamalarıyla dikkat çekti. İki sanatçının buluşmasının temelinde aynı objelere bakmak/algılamak/esinlenmek ve farklı disiplinlerde sanat işlerine dönüştürmek yatıyor. Aynı kavramların ayrı ayrı yorumlanması üzerinde çalışan sanatçılar, bir anlamda düet sunuyorlar. Bu düet, seramik ve fotoğrafın yan yana gelmesinin ötesinde iki sanatçının kavramsal sanata da ortak bir eleştirisi aynı zamanda.

Long Time Endeavors

Two different artists presented a duet to art lovers with their works in the exhibition they called "Long Time Endeavors". Ceramic fine artist Birsen Canbaz and photography fine artist Rebii Yetiş came together with art lovers in the show they held at Tünel Art Gallery March 28-April 15, 2011. The show, featuring the recent period works of Canbaz, where she uses wood, glass and different organic materials like leather beside ceramic and photographs mulling over the details in nature, drew attention both with its content transforming organic forms and also different queries on art itself. Looking/ perceiving/ being inspired by the same object, transforming them into works of art in different disciplines lie at the foundation of the meeting of these two artists. The fine artists working on separate interpretations of the same concepts, in a sense present a duet. Beyond coming together of ceramic and photography; this duet, at the same time, is a joint criticism by the two artists of conceptual art.





Sergiye eserleriyle katılan sanatçılar: Arzu Karayel, Cansu Imrak, Rahmi Imrak, Huri Aykut, İnci Aykut, Burçin Dinç, Vedat Dinç, Canan Temizelli, Figen Özden, Murat Pazarçık...

Artists participating in the show: Arzu Karayel, Cansu Imrak, Rahmi Imrak, Huri Aykut, İnci Aykut, Burçin Dinç, Vedat Dinç, Canan Temizelli, Figen Özden, Murat Pazarçık...



Füreyâ Koral'ı An(la)mak

Paying tribute to and understanding Füreyâ Koral

Bursa Nar Seramik ve Sanat Grubu'ndan on sanatçı, 20 Aralık 2010 tarihinde Bursa'da Füreyâ Koral'ı An(la)mak isimli bir etkinlik düzenledi. Sergide on sanatçının eserlerinin yanı sıra misafir sanatçılarda çalışmalarını yer aldı. Turgut Tuna'nın açılış konuşmasını yaptığı sergide Füreyâ Koral ulaşılabilen birkaç eseri de sanatseverlerle buluştu. Sergi, Füreyâ Koral'ın sanat hayatı boyunca yorumladığı konulardan oluştu. Sergi dışında düzenlenen ikinci etkinlik ise piyanist Füreyâ Ünal ve Divan Consort Oda Orkestrası konseriydi. Bursa Kent Konseyi'nin ev sahipliğinde Atatürk Merinos ve Kültür Merkezi'nde düzenlenen sergi ve konsere ilgi yoğundu.

Ten fine artists from Bursa Nar Ceramic and Art Group held an event titled To Understand paid tribute to Füreyâ Koral in Bursa on December 20, 2010. In addition to the works of ten artists, the works of guest artists were part of the show. Füreyâ Koral met art lovers with her few accessible works at the exhibition opened by Turgut Tuna. The exhibition featured topics interpreted by Füreyâ Koral over her art life. Accompanying the exhibition was the concert by pianist Füreyâ Unal and Divan Consort Chamber Orchestra. There was wide interest in the exhibition and concert held at Atatürk Merinos and Culture Center hosted by Bursa Urban Council.

41.yılda 141 sanatçı

Birleşmiş Ressamlar ve Heykeltıraşlar Derneği (BRHD), 41.yılı-nı 141 sanatçının karma eserlerinden oluşan bir sergi ile kutladı. 18 Mart-4 Nisan 2011 tarihleri arasında 141 sanatçının katıldığı BRHD'nin 41.yıl karma sergisi Ankara'da Çankaya Belediyesi Çağdaş Sanatlar Merkezi Galerileri'nde açıldı. BRHD üyesi olarak dernekte 40. yılını tamamlayan üyelere de şükran plâketi verildi. Gazi Üniversitesi, Mesleki Eğitim Fakültesi, Seramik Eğitimi Ana Bilim Dalı Öğretim Görevlisi Yüksel (Boz) Öcal'ın da "Direniyorum" adlı cam füzyon eserinin olduğu karma serginin yanı sıra "Sanat ve siyaset" konulu panel, film ve belgesel gösterimi de yapıldı.

141 artists in 41 years

Unified Artists and Sculptors Association (BRHD) celebrated its 41st anniversary in an exhibition comprising mixed works of 141 artists. The year 41 mixed show of BRHD participated in by 141 artists from March 18 to April 4, 2011 was held at Çankaya Municipality's Contemporary Arts Center Galleries in Ankara. Plaquettes of gratitude were presented to members who completed their 40th years in the Association as BRHD members. In addition to the mixed show also featuring the glass fusion work titled "I resist" by Gazi University Occupational Education Faculty, Ceramic Education Main Scientific Discipline Member of Faculty Yüksel (Boz) Öcal, panels, films and documentary shows titled "Art and politics" were also offered.



Plaket verilen üyeler / Members receiving plaquettes

Turan Erol, Nevzat Akoral, Hamiye Çolakoğlu, Kayhan Keskinok, Lütfü Günay, O. Zeki Oral, Burhan Alkar, Müşide İmeli, Gency Kasapçı, Fikri Cantürk, Alaaddin Koçak, Müşerref Köktürk, Mustafa Ayaz, Nuran Altrata Kuzuluğu

Yolculuk temalı seramik sergisi

Ceramic show themed journey



Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Seramik Bölümü Öğretim Üyesi Candan Dizdar Terwel yedinci kişisel sergisini, Ankara Aysel Gözübüyük Sanat Evi'nde 14-30 Aralık 2010 tarihleri arasında açtı. Yolculuk temalı ve seramik malzeme temelinde karışık tekniklerle gerçekleştirilen bu sergide kavramsal bir sunum ve 10 farklı seramik çanta imgesi ile sanatçının içsel yaşamına yaptığı yolculuğun somut uygulamaları izleyiciyi de kendi yolculuklarına davet etti. Sergi mekânı sanat tarihçisi Dilek Şener'in bu çalışmalara yönelik kaleme aldığı metnin bir bölümünün duvarda sergilenmesiyle birlikte kil, metal ve dişi aynaları kullanılarak yapılan çanta formlarıyla iç-dış, dün-bugün kavramlarının birer sembole dönüşerek, zamanın geçirgenliğine ve yolculuğun tanımlanamaz sınırlarına adeta göndermelerde bulundu.

Hacettepe University Faculty of Fine Arts Ceramics Department Member of Faculty Candan Dizdar Terwel held her seventh solo show at Ankara Aysel Gözübüyük Art House from December 14 to December 30, 2010. The concrete applications of the journey taken by the artist into her inner life with a conceptual presentation and 10 different ceramic handbag symbols invited the viewers towards their own journeys in the show with the theme 'journey' created by a mixed technique based on ceramic materials. Part of the text authored by art historian Dilek Şener on the works were displayed on the wall of the exhibition hall; also, the interior-external and yesterday-today concepts were transformed into a symbol each by the forms of handbags created using clay-metal and dentist mirrors with references made to the transiency of time and the indescribable limits of the journey.

Baykuşlar Litvanya'da...

Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Öğretim Görevlisi Deniz Onur Erman'ın porselen malzeme ve yüksek pişirim tekniği ile yaptığı Baykuşlar isimli duvar karosu çalışması Litvanya'nın başkenti Riga'da gerçekleştirilen Uluslararası Küçük Boyutlu Porselen Eserler Sergisi'nde sergilenmeye hak kazandı. Riga Porselen Müzesi'nde 8 Ekim-8 Kasım 2010 tarihleri arasında sanatseverlerin beğenisine sunulan sanatçının bu çalışması Riga Porselen Müzesi tarafından müzenin daimi özel sanat koleksiyonuna dâhil edilerek süresiz olarak ulusal müzede sergilenme hakkını da elde etti. Riga Porselen Müzesi, Baltık ülkelerinde yer alan en zengin porselen koleksiyonuna sahip müze olma özelliğiyle tanınıyor.

Owls in Lithuania...

The mural titled Owls created by Gazi University Faculty of Fine Arts Member of Faculty Deniz Onur Erman with porcelain material in high firing technique won the right to be displayed at international Small Sized Porcelain Works Exhibition held in Riga, the capital city of Lithuania. The works of the artist presented to art fans October 8 – November 8, 2010 at Riga Porcelain Museum also won the right to be on permanent display at the National Museum as part of the permanent private art collection of the museum by Riga Porcelain Museum. Riga Porcelain Museum is known to be the museum with the richest porcelain collection in Baltic countries.



Pişkin Bilge Çocuklar

Seramik sanatçısı Ece Kazan Pişkin Bilge Çocuklar sergisi ile 17 Aralık 2010–8 Ocak 2011 tarihleri arasında Marjinart Gallery'de sanatseverlerle buluştu. Sanatçı seramik sergisinde eserleriyle yaşamın dualitesine vurgu yaparcasına yanılsamalı formlarıyla hem nesne, hem de özne izlenimi verdi.

Cheeky Wise Children

In her Cheeky Wise Children Exhibition, ceramic fine artist Ece Kazan met art lovers at Marjinart Gallery from December 17, 2010 to January 8, 2011. In her ceramic show, the artist offered impressions of both objects and also subjects with her illusive forms as if underscoring the duality of life.



Doğadan izler taşıyan eserler

Anadolu Üniversitesi Seramik Bölümü Öğretim Üyesi Doç Emel Şölenay'ın altıncı kişisel seramik sergisinde yer alan eserler doğadan izler taşıyor. Doğadaki kuş, lale, ağaç ve yapraklardan esinlenerek hazırladığı form ve birimler üzerine yüksek lisans tez konusu olan reduksiyonlu lüsterli sırlar, farklı rezinatlar ve sinter astarları uygulayan sanatçının eserleri 20 Ocak-18 Şubat 2011 tarihleri arasında Eskişehir Eldem Sanat Galerisi'nde sergilendi. Seramik sanatının pek çok ifade dilinden birisi olan dekoratif etkileri yaptığı çalışmalarda kullanmayı tercih eden sanatçı doğada yer alan unsurların, günlük koşuşturma ile fark edemediğimiz güzelliklerini yaptığı eserlerle, insanların yaşadığı mekânlara taşınmasını hedefliyor.



Works bearing traces of nature

Works in the sixth solo ceramic show of Assoc. Prof. Emel Şölenay, Anadolu University Ceramics Department Member of Faculty, bears traces of nature. The works of the artist, who applied reduced luster glazing, different resinates and sinter linings which were her graduation thesis on forms and pieces prepared inspired by birds, tulips, trees and leaves in nature were on display at Eskişehir Eldem Art Gallery from January 20 to February 18, 2011. The artist, opting for using the decorative effects, one of the many languages of expression of ceramic art in her works, aims to carry the beauties of elements of nature we are unable to take notice of in daily hustle and bustle to spaces people live in, with her works.



Seramik çaydanlıklar

Afyon Kocatepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Seramik Bölümü Öğretim Görevlisi S. Veysel Özel eserlerini 20 Aralık 2010-14 Ocak 2011 tarihleri arasında Ankara Galerî Sanat yapım'da sanatseverlerin beğenisine sundu. 2000 yılında Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Seramik Bölümü'nde lisans, 2007 yılında yüksek lisans eğitimini tamamlayan sanatçı, 40 eserinin yer aldığı sergide, yüzlerce yıldır kültürün önemli bir parçası olan çaydanlıklar konusunu ele aldı. Sanatçı, farklı toplumlarda ve seramik sanatı içerisinde köklü bir geçmişe sahip olan çaydanlık formlarını, kaligrafi ile birleştirerek günümüzün yazılı tabletleri şeklinde yorumladı.

Ceramic teapots

Afyon Kocatepe University Faculty of Fine Arts Ceramics Department Member of Faculty S. Veysel Özel presented his works at Ankara Galerî Sanat yapım from December 20, 2010 to January 14, 2011. The artist, graduating from the Ceramics Department of Anadolu University Faculty of Fine Arts in 2000, completing his graduate work in 2007, addressed the topic of teapots which has been an important part of the culture for centuries in his show featuring 40 works. The artist interpreted the teapot forms which have a rooted history in different societies and in the art of ceramics as scriptures of our day, combining them with calligraphy.



Akademililerden yeni bir sergi

A new exhibition from the Academy

Mimar Sinan Üniversitesi ve Devlet Güzel Sanatlar Akademisi Mezunları Derneği Ankara Şubesi, 2-15 Mart 2011 tarihleri arasında Ankara Çağdaş Sanatlar Merkezi'nde plastik sanatlar sergisi açtı. Ülkemizdeki ilk resmi sanat kurumu olan Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi'yle önemli ve ses getiren sergilere imza atan derneğin yeni sergisi de hayli ilgi gördü.

Mimar Sinan University and State Fine Arts Academy Alumni Association Ankara Branch held a plastic art show at Ankara Contemporary Arts Center from March 2 to March 15, 2011. The new exhibition of the association, which put its signature on significant and important shows with Mimar Sinan Fine Arts University which is the first official art institution in our country, drew great interest.

Sergiye katılan sanatçılar / Participating fine artists

Azimet Karaman, Birsen Selahi Görbil, Canan Deliduman, Cavidan E. Yegül, Gencay Kasapçı, Gülnur Varol, Gür Dalkıran, Hatice Kumbaracı Gürsöz, Himmet Gümrah, İdil Ayçe Aba, Lütfü Günay, Nazan Sönmez, Nuran Altıata Kuzulugil, Osman Zeki Oral, Ruhan Özüarı, Serpil Akyıl, Sevim Doğan, Turan Erol, Tülin Ercan, Ülkü Bartınlioğlu, Yüksel (Boz) Öcal.



Yüksel (Boz) Öcal

idgsa80 gözüyle kadın

Istanbul Devlet Güzel Sanatlar Akademisi 80 (idgsa80) mezunu sanatçılar açtıkları sergilerle kadının tarih ve kültürümüzdeki yerini sanatseverlere farklı bakış açıları ile yansıttı. 8 Mart-18 Mart 2011 tarihlerinde Bursa Devlet Galerisi'nde, 19-28 Mart 2011 tarihlerinde Balıkesir Devrim Erbil Müzesi'nde, 18-28 Nisan 2011 tarihlerinde Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi (MSGSÜ) Mimar Sinan Salonu'nda ve 1-8 Mayıs 2011 tarihlerinde Ankara Çağdaş Sanatlar Galerisi'nde düzenlenen karma sergiler sanatseverlerin ilgisiyle karşılaştı. Tüm dünya kadınlarının kutladığı 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'nde Bursa Devlet Galerisi'nde idgsa80'lilerin beşinci yıl karma sergisi açılışı eşzamanlı kutlandı. "idgsa80 gözüyle kadın" sergisinde aynı zamanda 360 derece açı içinde ele alınacak, yaşamın her alanından plastik sanatlar dilinde öyküler ve mektuplar da okundu.

Woman in the eye of idgsa80

Artists who are alumni of Istanbul State Fine Arts Academy 80 (idgsa80) reflected the position of woman in history and our culture to art lovers in a different perspective with their show. The mixed shows held at Bursa State Gallery March 8-March 18, 2011, Balıkesir Devrim Erbil Museum March 19-28, 2001, Mimar Sinan Fine Arts University (MSGSÜ) Mimar Sinan Hall April 18-28, 2011 and Ankara Contemporary Arts Gallery May 1-8, 2011 were highly popular with art enthusiasts. On March 8 World Women's Day celebrated by all women in the world, the year five mixed show of idgsa80's celebrated simultaneously at Bursa State Gallery. Also, stories and letters in the language of plastic arts from all fields of life were read to be addressed in a 360-degree vision at "women in the eye of idgsa80" as well.



Su medeniyetinin kaynağı HAMAM

The origin of water civilization, the BATH

Armatür ve vana sektörü üreticilerinden Adell Armatür AŞ. köklü bir geçmişe sahip olan su medeniyetimize ilişkin seçkin eserlerin koleksiyonunu yaparken, bu koleksiyondan önemli parçaları da farklı konseptlerde düzenlediği sergiler ile sanatseverlerle paylaşıyor. Tarihi musluklar, ibrikler, işlemeli bezler, gündelik yaşamda suyun kullanılmasına aracılık eden her türlü obje, hamam eşyaları, havlular, su ve hamam kültürüne ilişkin kartpostal, gravür, minyatür ve efemera olarak adlandırılan her türlü belgenin yer aldığı engin koleksiyonun önemli parçaları HAMAM sergisinde bir araya geldi. "Osmanlıda Yıkama Kültürü: Hamam" sergisi, Beylikdüzü TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi'nde 2-6 Mart 2011 tarihleri arasında düzenlenen UNICERA Fuarı'nda Tesilat İnşaat Malzemecileri Derneği (TIMDER) ve Türkiye Seramik Federasyonu'nun (SERFED) katkılarıyla düzenlendi. "Hamam" sergisinde, hamam kültürümüzü yansıtan el işlemesi bohçalar, havlular, bardaklar, peştamallar, hamam tarakları, hamam bahçesi, hamam kazanları, hamam nalınları, bornoz takımları, Osmanlıca yazılı sabunlar, sabun kutuları, tombak ibrikler, maşrapalar, hamam tasları, şifa tasları, daldırmalar, işlemeli bezler sergilendi. Hamamı gelenekleri ve hamam malzemelerinin işaret ettiği köklü su medeniyetini yansıtan sergi fuarı ziyaret eden sanatseverler tarafından ilgiyle takip edildi.

Adell Armatür A.Ş., a tap and valve industry manufacturer, is a collector of distinguished works regarding our water civilization with a rooted history and shares important pieces of this collection with art lovers in exhibitions it organizes under different concepts. Historical faucets, pitchers, ornamental cloths, any objects used in consumption of water in day-to-day life, bathroom articles, towels, postcards, scriptures, miniatures and types of documents called ephemera in connection with water and bathroom culture have come together in the bathroom exhibition as important pieces of this broad collection. The exhibition titled "Bathing Culture in Ottomans: The Bathroom" was held at Beylikdüzü Tüyap Exhibition and Convention Center on the occasion of the UNICERA Trade Fair held March 2-6, 2011. With contributions from TIMDER (Plumbing and Building Materials Suppliers Association) and Turkish Ceramics Federation (SERFED). The "Bathroom" exhibition featured hand embroidered cloth wrappers, towels, glasses, body towels, bath combs, bath gardens, bath boilers, bath clogs, bathrobe sets, Ottoman inscribed soaps, soap boxes, tombak pitchers, cups, bathroom bowls, healing bowls, dippers and embroidered clothes were on display reflecting our bathroom culture. The exhibition reflecting the deep rooted water civilization signified by bathroom traditions and bathroom materials was viewed with interest by art enthusiasts visiting the trade fair.

Paylaşma

Göçebe Bağımsız Sanatçı İnisiyatifi'nin yeni sergisi Paylaşma, 4-31 Mart 2011 tarihleri arasında Ütopya Platform' da sergilendi. Plastik sanatların farklı disiplinlerinden bir araya gelen sanatçıların oluşturduğu inisiyatif, sanatın göçerliği üzerinden her durakta yeni sanatçıları bünyesine alıp, çok kültürlü, çok uluslu bir yapı olmayı hedefliyor. Oluşumun ilgi alanını ise toplumun içinde bulunduğu dönüşümü gözlemek, anlamak ve sanatçılar aracılığıyla müdahalede bulunmak oluşturuyor.

Sharing

The new show of Nomad Independent Artist Initiative, Sharing, was on display at Utopia Platform from March 4 to March 31, 2011. The initiative formed by artists coming together from different disciplines of plastic arts aims to become a multicultural, multinational organization picking up new artists at each stop through the nomadness of art. The field of interest of the organization is observing and understanding the present transformation of society and intervention with the aid of artists.

Sergiyeye katılan sanatçılar /
Participating fine artists:
Gazi Sansoy, Gül Bolulu, Tahsin
Çorbacı, Süreyya Oskay, Çetin Pireci,
Arzu Çorbacı, Müjgan Atukalp,
Serdar Çongar, Deniz Pireci.



Tılsımlı Çağrışımlar

Ezgi Hakan'ın "Tılsımlı Çağrışımlar" adlı kişisel seramik sergisi, 7 Mart 2011 tarihinde Ziraat Bankası İstanbul Tünel Sanat Galerisi'nde açıldı. Kendi içinden gelen yorumların, izleyicinin hislerinde yepyeni uyanışlara yol açmasını hedefleyen serginin esin kaynağı Topkapı Sarayı koleksiyonunda yer alan kaftanlar, şifalı gömlekler, zırhlar ve çeyizlerin biçim ve desen detayları. Osmanlı kültüründeki gelenek ve inanışları özgün bir şekilde, titizlikle ve büyük sabırla şekillendiren Hakan, aslında bu kostüm ve eşyalara, sırlarıyla yeni çağrışımlar yaratacak şekilde, ardında yatan hikâyeleriyle yeniden hayat veriyor.

Magic Associations

The solo ceramic show by Ezgi Hakan titled "Magic Associations" was opened at Ziraat Bankası İstanbul Tünel Art Gallery on March 7, 2011. The source of inspiration of the exhibition aiming in inner interpretations causing brand new awakenings in the sentiments of the viewer was the shape and design details of kaftans, healing shirts, shields and dowries in the Topkapı Palace collection. Shaping the traditions and beliefs in the Ottoman culture in an original manner with diligence and great patience, Hakan actually brings back such costumes and objects to life with their underlying stories in such a way to create new associations with their secrets.



Fotoğraf: Habip Aydoğdu
Photo: Habip Aydoğdu





İzinden Yürümek seramik sergisi

Following the Footprints ceramic show

Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Seramik Bölümü başta Prof. Zehra Çobanlı ve Prof. S. Sibel Sevim olmak üzere Doç. Soner Genç, Doç. Emel Şölenay, Yrd. Doç. Saadettin Aygün, Yrd. Doç. Cemalettin Sevim, Yrd. Doç. Kemal Uludağ, Yrd. Doç. Oya Uzuner, Yrd. Doç. Ezgi Hakan, Öğr. Gör. Özgür Kaptan, Öğr. Gör. Hasan Başkırkan, Arş. Gör. Duygu Kahraman ve Arş. Gör. Betül Demir Karakaya'nın katıldığı "İzinden Yürümek" başlıklı seramik sergisi düzenledi. İstanbul Modern Sanatlar Galerisi'nde 1-31 Mart 2011 tarihleri arasında açılan sergide Anadolu Üniversitesi, geçmiş yıllarda olduğu gibi yeni kuşak öğretim elemanlarının da katılımıyla daha nice seramikçiyi izinden yürüteceğinin sinyallerini verdi. Sergi, seramiğin tüm alanlarını içine alan zenginlikte bir çeşitlilik sundu.

Anadolu University Faculty of Fine Arts Ceramics Department organized a ceramic show titled "Following the Footprints" participated in by Prof. Zehra Çobanlı and Prof. S. Sibel Sevim and Assoc. Prof. Soner Genç, Assoc. Prof. Emel Şölenay, Asst. Prof. Saadettin Aygün, Asst. Prof. Cemalettin Sevim, Asst. Prof. Kemal Uludağ, Asst. Prof. Oya Uzuner, Asst. Prof. Ezgi Hakan, Lecturer Özgür Kaptan, Lecturer Hasan Başkırkan, Res. Asst. Duygu Kahraman and Res. Asst. Betül Demir Karakaya. Anadolu University, in the exhibition held from March 1 to March 31, 2011 at Istanbul Modern Arts Gallery, gave the signal that like in previous years, many a ceramicist will follow its footsteps with the participation of new generation instructors. The exhibition exhibited a diversity of wealth including all disciplines of ceramic.

ANNEM-İZ sergisi

Her toplumda kutsal olan, ırk ve cins ayrımı gözetmeyen anne kavramı etrafında birleşen 12 sanatçı yaptıkları seramik ve resimleri sergiledi. "ANNEM-İZ" sergisi ile sanatçılar anneleri ile ilgili belleklerinde kalan ve ebediyete taşınacak "iz"lerle sanatseverleri düşünmeye zorladı. Türk Üniversiteli Kadınlar Derneği Eskişehir Şubesi Üyesi Prof. Zehra Çobanlı'nın on yıldır önderlik ettiği 8 Mart Dünya Kadınlar Günü Sergisi, bu yıl "ANNEM-İZ" temasıyla izleyenlerle buluştu. Eskişehir Tepebaşı Belediyesi Kültür Evi'nde açılan karma sergiye 12 sanatçı, 34 eserle katıldı.



MY MOTHER-TRACE exhibition

Twelve fine artists, gathering around the concept of the mother, which makes no distinction of race or gender, which is sacred in all societies, displayed their ceramic and painting works. The artists, with the "MY MOTHER-TRACE" exhibition, forced art lovers to think through the "trace"s relating to their mothers in their memories which will be carried to eternity. March 8 World Women's Day Exhibition lead for a decade by Turkish University Women Association Eskişehir Branch Member Prof. Zehra Çobanlı came before art enthusiasts this year with the theme "OUR MOTHER-TRACE". Twelve fine artists participated in the group show held at Eskişehir Tepebaşı Municipality Culture Home, with 34 works.

ARTBOSPHORUS 2011 Çağdaş Sanat Fuarı

Alta Sanat Galerisi, 28 Nisan-1 Mayıs 2011 tarihlerinde gerçekleştirilecek olan ARTBOSPHORUS 2011 Çağdaş Sanat Fuarı'na iki sanatçı ile katılıyor. Seramik sanatçısı Seval Koşal ve ressam Dilşan Balkancı'nın katılacağı fuar, Fulya Fuar ve Kongre Merkezi'nde gerçekleştirilecek. Koşal, fuarda insan ve tanrı ilişkisini yansıtmaya çalıştığı ve Yolculuk adını verdiği çalışmalarını sanatseverlerle paylaşacak. Küre formunu kullandığı çalışmalarının içine doğru hareketlerini "kendi içine yolculuk" olarak ifade eden sanatçının soyut yaklaşımla ürettiği işleri, insanlar gibi sürekli değişen ve her seferinde bir farklılık gösteren formlardan oluşuyor. Özellikle Mevlana'dan etkilenecek yaptığı son dönem işlerinde Koşal, sürekli devinim içinde olan insan ve tanrı ilişkisini yansıtmaya çalışır.

ARTBOSPHORUS 2011 Contemporary Art Fair

Alta Art Gallery is participating at the ARTBOSPHORUS 2011 Contemporary Art Fair to be held April 28 – May 1, 2011 with two fine artists. The fair to be participated in by ceramic fine artist Seval Koşal and painter Dilşan Balkancı will be held at Fulya Trade Fair and Congress Center. Koşal will share her works on which she strives to reflect the relationship between the human being and God with art lovers at the fair. The works produced in an abstract approach by the artist who expresses the inwards movements of the works in spherical form as "an inner journey" comprise forms continuously changing but different each time, like human beings. Koşal is attempting to reflect the relationship between the human being who is continuously moving and God in her most recent works under inspiration by Mevlana.





Türkan Karali

Baykuş Bakışlı Kadın

Plastik sanatların her dalından 68 sanatçının katıldığı gezen serginin ilki, Dünya Kadınlar Günü olan 8 Mart'ta Bursa Devlet Galerisi'nde açıldı. Baykuş Bakışlı Kadın Sergisi, 19-28 Mart 2011 tarihlerinde Balıkesir'de Devrim Erbil Müzesi'nde, 18-28 Nisan 2011 tarihleri arasında geleneksel olarak İstanbul'da MSGSÜ Mimar Sinan Salonu'nda, son olarak da 1-8 Mayıs 2011 tarihlerinde Ankara'da Çankaya Belediyesi Çağdaş Sanatlar Merkezi B-C Galerileri'nde sanatseverlerle buluşacak.



Sevil Kısakürek



Süreyya Oskay

Karma sergiye seramikleriyle katılan sanatçılar:

Alev Demirkesen, Aynur Karaağaç, Cahide Erel, Kutay Uzer, Sabahattin Gündoğdu, Seçil Nebioğlu, Sevil Kısakürek, Süreyya Oskay, Türkan Karali ve Yüksel (Boz) Öcal.

Fine artists participating in the mixed show with their ceramic works:

Alev Demirkesen, Aynur Karaağaç, Cahide Erel, Kutay Uzer, Sabahattin Gündoğdu, Seçil Nebioğlu, Sevil Kısakürek, Süreyya Oskay, Türkan Karali and Yüksel (Boz) Öcal.

Woman with Owl Look

The first instance of the travelling show participated in by 68 fine artists from every discipline of plastic arts were opened at Bursa State Gallery on March 8 which is the World Women's Day. The exhibition Woman with Owl Look will be at Devrim Erbil Museum in Balıkesir from March 19 to March 28, 2011 at Istanbul MSGSU Mimar Sinan Hall traditionally, from April 18 to April 28, 2011 and lastly, at Ankara Çankaya Municipality Contemporary Arts Center Galleries B-C from May 1 to May 8, 2011.

Medeniyetlerin Göçü seramik sergisi

Sakarya Üniversitesi (SAÜ) Güzel Sanatlar Fakültesi Seramik ve Cam Bölüm Başkanı Yrd. Doç. Buket Acartürk'ün "Medeniyetlerin Göçü (Migration of Civilization)" isimli sergisi, New York Türk Kültür Merkezi Galerisi'nde 14-20 Aralık 2010 tarihleri arasında açıldı. Kültür Bakanlığı, New York Başkonsolosluğu ve SAÜ Güzel Sanatlar Fakültesi'nin destek verdiği serginin açılışında New York Başkonsolosu Mehmet Samsar ve eşi Feruze Samsar tarafından bir de resepsiyon verildi. Resepsiyona Dışişleri Bakanı Ahmet Davutoğlu da katıldı. Sergi, uluslararası medyada da geniş çapta yankı uyandırdı. Buket Acartürk'ün yaklaşık 500 adet seramik karınca ve anforadan oluşturduğu "Medeniyetlerin Göçü" yerleştirme projesi; Anadolu'nun Batı'ya açılan penceresi olan Ege'nin köklerine ve zenginliğine göndermeler yapıyor. Ayrıca Anadolu uygarlıklarının zenginliğinin bıraktığı kültürel mirasın taşınmasında alternatif bir görsel anlatım sunuyor. Burada toplumları karıncalar, kültürleri taşıyan araçları ise anforalar temsil ediyor.



Migration of Civilizations ceramic show

"Migration of Civilization" Exhibition by Sakarya University (SAU) Faculty of Fine Arts Ceramic and Glass Department Head Asst. Prof. Buket Acartürk was held from December 14 to December 20, 2010 at New York Turkish Culture Center Gallery. There was a reception given by New York Consul General Mehmet Samsar and his wife Feruze Samsar at the opening of the exhibition sponsored by Ministry of Culture New York General Consulate and SAU Faculty of Fine Arts. Minister of Foreign Affairs Ahmet Davutoğlu was also at the reception. The exhibition drew great interest in international media too. The "Migration of Civilizations" installation project by Buket Acartürk, comprising approximately 500 ceramic ants and amphoras, makes references to the roots and wealth of the Aegean region which is Anatolia's window to the west. It also presents an alternative visual narration in the carriage of cultural heritage left by the wealth of Anatolian civilizations. Here, societies are represented by ants and tools carrying the cultures are represented by amphoras.

Yrd. Doç. Dr Olcay Boratav - Gazi Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Seramik Ana Bilim Dalı
Gazi University, Art and Design Faculty, Ceramic Main Academic Discipline

Pirit mineralinin (FeS_2) yüzey gerilimi yüksek seramik sırlarındaki etkileri

Effects of pyrite mineral (FeS_2) ceramic glazes with high surface tension

Özet

Bu çalışmada ZnO (Çinko oksit), Al_2O_3 (Alüminyum oksit), TiO_2 (Titanyum dioksit) gibi oksitlerin ilavesi sonucunda elde edilen gerilimli sırlar içine yüzde 5–12 arasında pirit (FeS_2) minerali katılarak mineralin bu sırlar üzerinde oluşturduğu etkiler gözlemlenmiştir. Bu çalışmada bilinen gerilimli sırlar örnek alınarak sırların gerilimlerinin artırılması yönüne gidilmiş, bu sırların sanatsal çalışmalarda etkileri göz önüne alınmıştır. Gerilimli sırlarda var olan etkiler, çeşitli oksit katkılarıyla daha da geliştirilmiş ve elde edilen reçetelere çeşitli oranlarda pirit minerali katılarak sanatsal çalışmalarda kullanılmak amaçlı gerilimli sırlar oluşturulmaya çalışılmıştır. Pirit minerali (FeS_2) doğadan genellikle kübik kristal yapıda 6–6,5 Mohs sertliğinde, yapısındaki küçük küp biçimindeki altın sarısı oluşumlardan dolayı yalancı altın olarak da bilinen bir mineraldir. Bu çalışmada yapılan denemelerdeki ham sır kompozisyonları genel olarak ağırlıkça yüzde 8,2–15 Na_2O / yüzde 4,8–22 K_2O / yüzde 2,5–5,7 CaO / yüzde 20–48 PbO / yüzde 0,7–7 Al_2O_3 / yüzde 5–8,8 B_2O_3 / yüzde 30–82,0 SiO_2 içermektedir. Bu çalışmada yapılan denemeler A, B, C, D olarak gruplandırılmıştır. Denemelerde artistik çalışmalarda kullanılabilecek çeşitli renk tonlarına ve gerilimlere sahip sırlar elde edilmiştir. Sanatsal sırlar yatay ve dikey yüzeylerde dayanıklılık gösteren çeşitli nitelikte sırlardır. Bu özellik onlara sanatsal çalışmalarda kullanılabilme ayrıcalığı ve sanatsal biçimlemelerde görsel zenginlik vermektedir.

Abstract

In this study, by adding pyrite (FeS_2) mineral of 5-12 percent into glazes with surface tension secured as a result of addition of oxides like ZnO (Zinc oxide), Al_2O_3 (Aluminium oxide) and TiO_2 (Titanium dioxide), the effects caused by the mineral on such glazes were observed. In the study, using known glazes with surface tension were used as examples and the tension on the glazes was increased considering the effects of such glazes on artistic works. The effects already existing in glazes with surface tension were further developed with the addition of various oxides and by adding pyrite mineral at various percentages to derived recipes, it was sought to obtain glazes with surface tension to be used in artistic works. Pyrite mineral (FeS_2) is a mineral also known as fool's gold due to the golden formations in small cubical forms in its structure of 6-6.5 Mohs hardness found typically in cubic crystal form in nature. The raw glaze compositions in the experiments in this study typically contained 8.2-15 percent Na_2O / 4.8-22 percent K_2O / 2.5-5.7 percent CaO / 20-48 percent PbO / 0.7-7 percent Al_2O_3 / 5-8.8 percent B_2O_3 / 30-82.0 percent SiO_2 . The experiments in this study were grouped as A, B, C and D. In experiments, glazes with various shades of color and surface tensions were derived which could be used in artistic works. Artistic glazes are glazes of diverse nature with resistance on horizontal and vertical surfaces. This property affords them the distinction of capability to be used in artistic works and a visual richness in artistic shaping.

Anahtar Kelimeler

Pirit, yüzey gerilimi, ZnO (Çinko oksit), TiO_2 (Titanyum dioksit), Al_2O_3 (Alüminyum oksit), K_2O (Potasyum oksit), Na_2O (Sodyum oksit), Fe_2O_3 (Demir oksit), CuO (Bakır oksit).

Keywords

Pyrite, surface tension, ZnO (Zinc oxide), TiO_2 (Titanium dioxide), Al_2O_3 (Aluminium oxide), K_2O (Potassium oxide), Na_2O (Sodium oxide), Fe_2O_3 (Iron oxide), CuO (Copper oxide).

GİRİŞ:

Sırın veya çamurun her 1 °C ısı artışında gösterdiği genleşme veya küçülme ölçüsü genleşme katsayısı olarak belirlenir. Bir sırn uygulandığı çamur üzerinde çatlamadan veya kavlamadan durması, uygulanan çamur ile sırn genleşme katsayılarının birbirine eşit olduğunu gösterir. Sır ile çamurun genleşme katsayıları arasındaki küçük uyumsuzluklar, yapılarına göre sırn esnekliği gibi faktörler, çamur üzerindeki sırn çatlamamasını sağlar. Bu tür uygulamalarda sır çatlaması veya sır hatası gibi sorunlar ortaya çıkmaz. Sır ile uygulandığı çamurun gerilim katsayıları arasında farklılık bulunuyorsa, bu farklılığın oranına göre sırda hatalar oluşmaya başlar. Bu hatalar sırn ile gözle görülemeyecek derecede kılcal, görülebilir kılcal çatlaklar, belirgin çatlaklar ve ayrışmalar gibi belirtilebilir. Burada sırn kompozisyonundaki oksitler, sırnın genleşme katsayılarını etkiler ve bu etkiler sonucunda da sırlarda farklı sonuçlar alınır.

Örneğin Al_2O_3 , K_2O , Na_2O , Li_2O gibi oksitler sırnın genleşme katsayısının artmasını sağlar. Bu oksitler, sırnın kavlamasını durdurur. Fakat bu oksitlerin katıldığı sır bileşeni çatlamaya eğilim kazanır.

INTRODUCTION:

The expansion or contraction metric displayed by glaze or clay in every 1 °C temperature increase is known as the expansion coefficient. If a glaze stands without cracking or desquamation on the clay it is applied to this indicates that the expansion coefficients of the clay substrate and the glaze are equal. Small discrepancies between the expansion coefficients of the glaze and clay, factors like the flexibility of glaze depending on the structure allow the glaze on the clay not to crack. In these types of applications, problems like glaze cracking or glaze flaw do not emerge. If there is a difference between the tensile coefficients of glaze and the clay substrate, flaws start to form on the glaze depending on the degree of such difference. These flaws may be listed in order as invisible capillary, visible capillary cracks, distinct cracks or separations. Here, the oxides in the composition of the glaze affect the expansion coefficients of the glaze and as a result, different results are obtained in glazes.

For example, oxides like Al_2O_3 , K_2O , Na_2O and Li_2O allow the expansion coefficient of the glaze to rise. Such oxides stop desquamation of the glaze. However, the glaze component into which such oxides

Örneğin CaO, ZnO, MgO, SnO₂, B₂O₃, SiO₂ gibi oksitler sırnın genleşme katsayısının azalmasını sağlar, sırnın kavlamasını artırır. Sırnın çatlamasını önleyici yönde hareket ederler. Bu oksitlerin genleşme katsayıları ve genleşme katsayısı hesabı, birinci pişirim derecesi, pişirim derecesi aralıkları (vb.) gibi çok çeşitli faktörler göz önüne alınarak istenilen amaç doğrultusunda bir seramik sırnı üretmek mümkündür.

Tüm bu faktörler göz önüne alınarak hazırlanmış bir sırnın kompozisyonu uygulandığı çamur ile pişirildiğinde sırnın bünyesinde çatlama, toplanma, kavlama gibi etkiler görülmez. Bu çalışmada hazırlanan ham sırnın reçetelerine ZnO, Al₂O₃, TiO₂ gibi çeşitli oksitler ilave edilerek hazırlanan yüksek gerilim katsayısına sahip ham sırlara pirit (FeS₂) minerali katılarak bu materyalin sırnın üzerindeki etkileri gözlemlenmiştir. Hazırlanan gerilimli sırnın reçetelerine yüzde 5–15 pirit, yüzde 7–10 ZnO, yüzde 10–20 TiO₂ ilave edilerek denemeler yapılmıştır. Yapılan deneylerde çeşitli yüzeylerde gerilimler artırılarak, renk veren oksitlerin bir veya birkaçı bir arada kullanılmış, sırnın ergime noktasının yükselmesi sağlanarak, bünyeler üzerinde çekmeler oluşturulmuş ve pirit mineralinin ana bünyeye katılan bu oksitlerle hangi yönde etkileşim gösterdiği de gözlemlenmiştir.

1) Deneysel çalışmalar:

Aşağıdaki hammaddeler kullanılarak çeşitli sırnın bileşimleri hazırlanmıştır.

a) Potasyum Feldspat	(ESF 504)	(Eczacıbaşı Esan)
b) Sodyum Feldspat	(ESF 501)	(Eczacıbaşı Esan)
c) Sülyen	(Pb ₃ O ₄)	(Huzur Kimya)
d) Kaolin	(K 401)	(Eczacıbaşı Esan)
e) Silisyum Dioksit	(SiO ₂)	(Eczacıbaşı Esan)
f) Sodyum Karbonat	(Na ₂ CO ₃)	(Merck)
g) Alüminyum Oksit	(Al ₂ O ₃)	(Aklar Kimya)
h) Boraks	(Na ₂ B ₄ O ₇ .10H ₂ O)	(Aklar Kimya)
i) Kalsiyum Karbonat	(CaCO ₃)	(Aklar Kimya)
j) Çinko Oksit	(ZnO)	(Aklar Kimya)
k) Titanyum Dioksit	(TiO ₂)	(Aklar Kimya)
l) Demir Oksit	(Fe ₂ O ₃)	(Aklar Kimya)
m) Bakır Oksit	(CuO)	(Aklar Kimya)
n) Pirit	(FeS ₂)	

Bu hammaddelerden önceden hesaplanan reçetelere göre 100'er gram olarak hazırlanan ham sırnın kompozisyonlarına yüzde 3–18 oranlarında pirit minerali eklenmiş ve kompozisyon yağ olarak öğütülmüştür. Kırmızı çamur ve şamotlu çamurdan yatay, dikey yüzeye sahip deney plakaları üretilmiş, plakaların 1000 °C ısı altında bisküvi pişirimleri yapılmıştır. Formül yapıları 950/1050 °C ısıya uyumlu şekilde hazırlanan ham sırnın kompozisyonları şamotlu çamur, döküm çamuru ve kırmızı çamurdan oluşturulmuş, bisküvi plakalar üzerine akıtma yöntemi kullanılarak uygulanmıştır. Uygulanan A, B, C, D serisi sırnın reçetelerinin formülleri ve yukarıda belirtilen ısı derecelerinde pişirilmesi sonucunda elde edilen renk, doku gibi özellikleri aşağıda belirtilmiştir.

A serisi sırnın denemeleri ve elde edilen sonuçlar

Ana sırnın reçetesi: Yüzde 8,27 Sodyum Karbonat, yüzde 39,44 Sülyen, yüzde 1,85 Alüminyum Oksit, yüzde 7,62 Boraks, yüzde 42,82 Silisyum Dioksit.

are added gain a tendency towards cracking. For example oxides like CaO, ZnO, MgO, SnO₂, B₂O₃ and SiO₂ cause a decrease in the expansion coefficient of the glaze, increasing the desquamation of glaze. They help preventing cracking of the glaze. It is possible to produce a ceramic glaze in line with the desired purpose, considering very diverse factors like the expansion coefficients and expansion coefficient calculation of such oxides, first firing temperature and intervals of firing temperatures, etc.

When a glaze composition prepared considering all these factors is fired with the substrate clay, no effects like cracking, crawling or desquamation is observed in the body of the glaze. In this study, various oxides like ZnO, Al₂O₃ and TiO₂ were added to the raw glaze recipes and pyrite (FeS₂) mineral was added to raw glazes with high surface tension so prepared and the effects of this material on the glaze were observed. Experiments were performed adding 5-15 percent pyrite, 7-10 percent ZnO, and 10-20 percent TiO₂ to the prepared recipes of glaze with surface tension. Tension was increased on various surfaces in the carried out experiments, one or more coloring oxides were used together, causing the melting point of the glaze to rise, tensile forces were created on the bodies and it was observed in what direction the pyrite mineral interacted with these oxides introduced into the main body.

1) Experiments

Various glaze compositions were prepared using the below listed raw materials.

a) Potassium Feldspar	(ESF 504)	(Eczacıbaşı Esan)
b) Sodium Feldspar	(ESF 501)	(Eczacıbaşı Esan)
c) Primer	(Pb ₃ O ₄)	(Huzur Kimya)
d) Kaolin	(K 401)	(Eczacıbaşı Esan)
e) Silicon Dioxide	(SiO ₂)	(Eczacıbaşı Esan)
f) Sodium Carbonate	(Na ₂ CO ₃)	(Merck)
g) Aluminum Oxide	(Al ₂ O ₃)	(Aklar Kimya)
h) Borax	(Na ₂ B ₄ O ₇ .10H ₂ O)	(Aklar Kimya)
i) Calcium Carbonate	(CaCO ₃)	(Aklar Kimya)
j) Zinc Oxide	(ZnO)	(Aklar Kimya)
k) Titanium Dioxide	(TiO ₂)	(Aklar Kimya)
l) Iron Oxide	(Fe ₂ O ₃)	(Aklar Kimya)
m) Copper Oxide	(CuO)	(Aklar Kimya)
n) Pyrite	(FeS ₂)	

3-18 percent pyrite mineral was added to the raw glaze compositions prepared as 100 gram each according to the previously calculated recipes out of these raw materials and the composition was wet pulverized. Test plates with horizontal and vertical surfaces were produced from red clay and chamot clay; these plates were biscuit fired at a temperature of 1000 °C. The raw glaze compositions prepared with formulas compatible with 950/1050 °C temperature were formed out of chamot clay, casting clay and red clay and were applied on biscuit plates by the slip trailing technique. The formulae of the applied A, B, C and D series glaze recipes and properties like color and texture derived as a result of their firing at the above listed temperatures are listed below.

A series glaze experiments and derived results

Main glaze recipe: 8.27 percent Sodium Carbonate, 39.44 percent Primer, 1.85 percent Aluminum Oxide, 7.62 percent Borax, 42.82 percent Silicon Dioxide.

Tablo 1-A serisi ham sır ilave edilen oksitler ve gözlemler

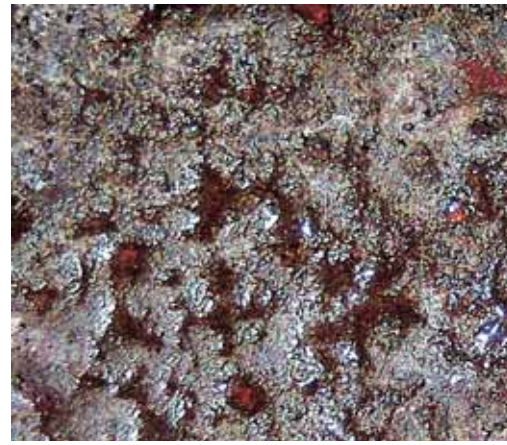
Deneme Kodu	Pirit	Diğer metal oksitler	Renk ve görünüm
A 1	% 5	% 5 Fe ₂ O ₃ + % 6 TiO ₂	Mat, kahverengi, az dokulu, az köpürme
A 2	% 8	% 5 Fe ₂ O ₃ + % 10 TiO ₂	Mat, açık-koyu kahve, çatlaklar belirgin
A 3	%12	% 5 Fe ₂ O ₃ + % 5 ZnO	Yarı mat açık kahve az dokulu yüzey, zemin koyu sarı
A 4	% 5	% 5 CuO + % 5 ZnO	Yeşil, yarı mat, küçük benekli, metalik

Table 1- Oxides added to A series raw glaze and observations

Experiment Code	Pyrite	Other metal oxides	Color and images
A 1	% 5	% 5 Fe ₂ O ₃ + % 6 TiO ₂	Matt, brown, little texture, little foaming
A 2	% 8	% 5 Fe ₂ O ₃ + % 10 TiO ₂	Matt, light-dark brown, distinct cracks
A 3	%12	% 5 Fe ₂ O ₃ + % 5 ZnO	Semi-matt, light brown, little textured surface, background dark yellow
A 4	% 5	% 5 CuO + % 5 ZnO	Green, semi-matt, small spots, metallic



A1



A2



A3



A4

(A Serisi sır denemeleri ve elde edilen sonuçlar)

(A Series glaze experiments and derived results)

B Serisi sır denemeleri ve elde edilen sonuçlar

Ana sır reçetesi: Yüzde 4,84 Sodyum Feldspat, yüzde 15,65 Boraks, yüzde 6,91 Sodyum Karbonat, yüzde 35,42 Sülyen, yüzde 37,18 Silisyum Dioksit.

B Series glaze experiments and obtained results

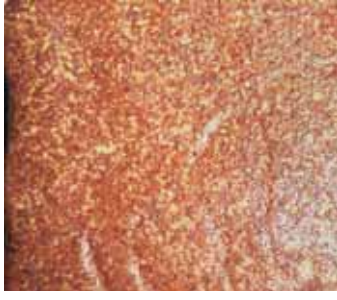
Main glaze recipe: 4.84 percent Sodium Feldspar, 15.65 percent Borax, 6.91 percent Sodium Carbonate, 35.42 percent Primer, 37.18 percent Silicon Dioxide.

Tablo 2-B serisi ham sır ilave edilen oksitler ve gözlemler

Deneme Kodu	Pirit	Diğer metal oksitler	Renk ve görünüm
B 1	% 5	% 3 Fe ₂ O ₃ + % 15 TiO ₂	Mat, açık kahverengi, zemin üzerinde açık sarı kum görüntüleri mevcut
B 2	% 5	% 15 TiO ₂	Mat, açık zeytin yeşili kabartılı, gerilimli çatlak yüzey
B 3	% 5	% 8 Fe ₂ O ₃ + % 5 TiO ₂	Mat koyu kahverengi, kabartılı çatlak yüzey, iğne delikleri mevcut.

Table 2- Oxides added to B series raw glaze and observations

Experiment Code	Pyrite	Other metal oxides	Color and images
B 1	% 5	% 3 Fe ₂ O ₃ + % 15 TiO ₂	Matt, light brown, there are light yellow sand images on background
B 2	% 5	% 15 TiO ₂	Matt, light olive green swellings, cracked surface with tension
B 3	% 5	% 8 Fe ₂ O ₃ + % 5 TiO ₂	Matt dark brown, cracked surface with swellings, pinholes present.



B1



B2



B3

B serisi ham sır için örnek çalışma

Sample study for B series raw glaze

C Serisi sır denemeleri ve elde edilen sonuçlar

Ana sır reçetesi: Yüzde 57,3 Sülyen, yüzde 23,2 Potasyum Feldspat, yüzde 16 Silisyum Dioksit, yüzde 3,5 Kalsiyum Karbonat.

C Series glaze experiments and derived results

Main glaze recipe: 57.3 percent Primer, 23.2 percent Potassium Feldspar, 16 percent Silicon Dioxide, 3.5 percent Calcium Carbonate.

Tablo 3-C serisi ham sır ilave edilen oksitler ve gözlemler

Deneme Kodu	Pirit	Diğer metal oksitler	Renk ve görünümler
C 1	% 5	% 3 Fe ₂ O ₃	Krem rengi, bazı yerler mat, hafif köpürme mevcut
C 2	% 5	% 5 CuO	Koyu yeşil, metalik etki mevcut
C 3	% 8	% 5 Fe ₂ O ₃ + % 7 ZnO	Koyu sarı zemin üzerinde metalik kahverengi Benekler mevcut
C 4	% 12	% 7 ZnO	Beyazımsı yüzey üzerinde, kum rengi, hafif gerilimler, kavlamalar mevcut

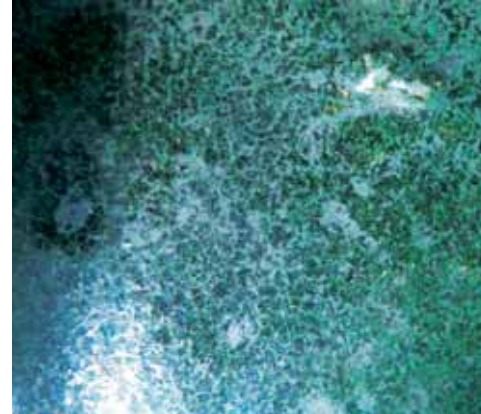
Table 3- Oxides added to C series raw glaze and observations

Experiment Code	Pyrite	Other metal oxides	Colors and images
C 1	% 5	% 3 Fe ₂ O ₃	Cream color, matt as some places, there is little foaming
C 2	% 5	% 5 CuO	Dark gray, metallic effect present
C 3	% 8	% 5 Fe ₂ O ₃ + % 7 ZnO	There are metallic brown spots on dark brown background
C 4	% 12	% 7 ZnO	There is sand color, light tension, desquamation present on whitish surface

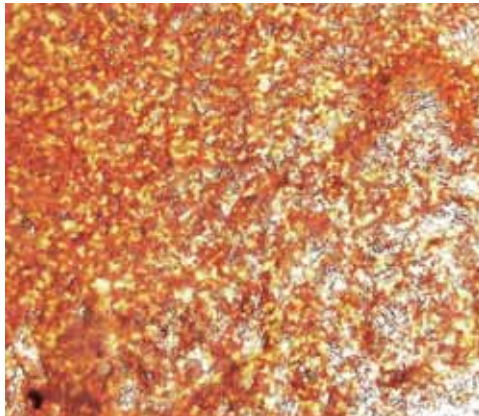
C1



C2



C3



C4



C serisi ham sır için örnek çalışma

Sample study for C series raw glaze

D Serisi sır denemeleri ve elde edilen sonuçlar.

Ana sır reçetesi: Yüzde 30 Sülyen, yüzde 13,5 Sodyum Karbonat, yüzde 8,5 Boraks, yüzde 1,7 Alüminyum Oksit, yüzde 38,3 Silisyum Dioksit, yüzde 8,0 Demir Oksit (Fe₂O₃).

D Series glaze experiments and derived results.

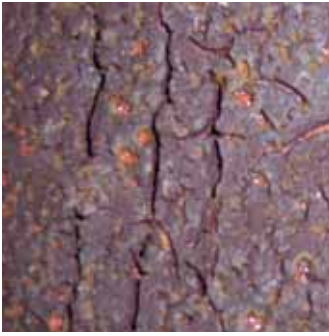
Main glaze recipe: 30 percent Primer, 13.5 percent Sodium Carbonate, 8.5 percent Borax, 1.7 percent Aluminum Oxide, 38.3 percent Silicon Dioxide, 8.0 percent Iron Oxide (Fe₂O₃).

Tablo 4 – D serisi ham sır ilave edilen oksitler ve gözlemler

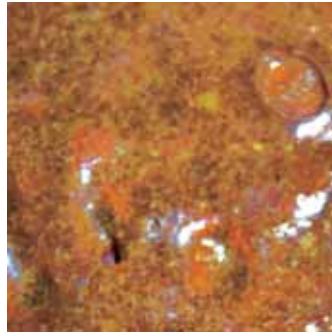
Deneme Kodu	Pirit	Diğer metal oksitler	Renk ve görünüm
D 1	% 5	% 8 Fe ₂ O ₃	Koyu mat, kahverengi, iğne delikleri, çatlaklar mevcut
D 2	% 5	% 8 Fe ₂ O ₃ + 6 TiO ₂	Sarı zemin üzerinde koyu kahverengi, köpürme, çatlak yüzey ve dokular mevcut
D 3	% 8	% 8 Fe ₂ O ₃ + % 5 ZnO	Sarı zemin üzerinde, koyu kahverengi çatlak, iğne delikli dokulu yüzeyler mevcut
D 4	% 5	% 5 CuO + % 5 ZnO	Mat yeşil, çatlamlar ve gerilimler mevcut

Table 4 – Oxides added to D series raw glaze and observations

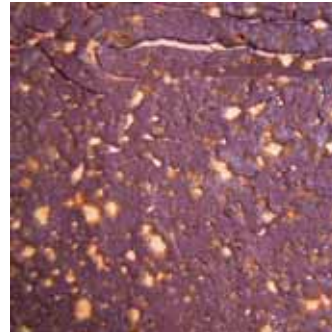
Experiment Code	Pyrite	Other metal oxides	Color and images
D 1	% 5	% 8 Fe ₂ O ₃	Dark matt, brown, pinholes, cracks present
D 2	% 5	% 8 Fe ₂ O ₃ + 6 TiO ₂	Dark brown on yellow background, there is foaming, cracked surfaces and textures
D 3	% 8	% 8 Fe ₂ O ₃ + % 5 ZnO	On yellow background, there are dark brown cracks, pinhole textured surfaces,
D 4	% 5	% 5 CuO + % 5 ZnO	Matt green cracks and tension present



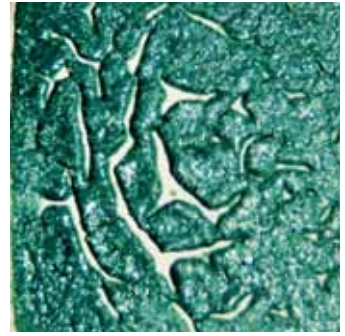
D1



D2



D3



D4

D serisi ham sır için örnek çalışmalar

Sample studies for D series raw glaze

Genel Sonuçlar

1) Pirit mineralinin sırlarda, yüzeyde, mat, yumurta kabuğu gibi pütürlü, gerilimli görünümler oluşturduğu gözlemlenmiştir.

2) A 2 / B 3 / C 4 / D 2 / D 4 / D 5 kodlu denemelerde yüzey geriliminin diğer denemelere oranla daha fazla olduğu gözlemlenmiştir. A 2, B 3 ve D 2 kodlu denemelerde ham sır belirtilen oranlarda katılan FeS₂, Fe₂O₃ ve TiO₂ kombinasyonunun sırlarda gerilimli yüzeylerin oluşmasını desteklediği gözlemlenmiştir.

3) C 4 kodlu denemede diğer denemelere oranla yüksek oranda kullanılan FeS₂ mineralinin ZnO ile etkileşime geçtiği, sırn gerilimli bir sır dönüşüğü gözlemlenmiş, fakat sırdaki gerilim etkisinin, FeS₂, Fe₂O₃ ve TiO₂ katkılarıyla hazırlanmış olan A 2, B 3 ve D 2 kodlu denemelerde ki kadar etkili olmadığı gözlemlenmiştir.

4) FeS₂ mineralinin yüksek oranda ZnO katkılı sırlarda örneğin C 3 kodlu denemelerde sarımsı harel renkler verdiği gözlemlenmiştir.

5) FeS₂ minerali yüksek oranda TiO₂ katkılı sırlarda örneğin B 2 kodlu denemelerde kavrama ile birlikte sırda çekme gözlemlenmiştir.

6) Fe₂O₃ katkılarıyla hazırlanmış sırlarda ise FeS₂ mineralinin Fe₂O₃ ile etkileşime geçerek sırn rengini siyaha yakın koyu kahve tonlarına dönüştürdüğü ve sırn ergimesini durdurduğu gözlemlenmiştir.

7) Denemelerde sanatsal çalışmalarda kullanılacak çeşitli renk tonlarına ve gerilimlere sahip sırlar elde edilmiş, sırlar yatay ve dikey yüzeylerde dayanıklılık gösteren ve görünümleri ile kolayca tekrar edilemeyecek nitelikte sırlardır. Bu özellikler, sanatsal çalışmalarda kullanılabilme ayrıcalığı vermektedir, araştırmada elde edilen sonuçlar; sanatsal biçimlemelerde renk olarak kullanılabilir yeni ve görsel zenginliğe sahip sırların oluşturulduğu sonuçlarını vermektedir.

Kaynakça:
KINGERY, B.David, VANDIVER, Pamela B. "Ceramic Masterpieces Art, Structure and Technology", 1986, London
CHESTERE, J.H "Refractories İroduction and Steel İnstitute" 1973, London
ARCASOY, Ateş "Seramik Teknolojisi" İstanbul Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Seramik Ana Sanat Dalı Yayınları No:1, 1980
SCHMIDT Ch.-Reinholz "The Fring of Clays With Organic Components" Interbrick, Volum1. No:6. 1985.

Bibliography:
KINGERY, B.David, VANDIVER, Pamela B. "Ceramic Masterpieces Art, Structure and Technology", 1986, London
CHESTER, J.H "Refractories: Production and Properties", published by the Iron and Steel İnstitute 1973, London
ARCASOY, Ateş "Seramik Teknolojisi" İstanbul Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Seramik Ana Sanat Dalı Yayınları No:1, 1980
SCHMIDT Ch.-Reinholz "The Firing of Clays With Organic Components" Interbrick, Volume 1. No:6. 1985.

Conclusions

1) It was observed that mineral pyrite caused matt, eggshell-like rough images with tension on the surface of glazes.

2) It is observed that surface tension was higher than other experiments in experiments coded A 2 / B 3 / C 4 / D 2 / D 4 / D 5. It is observed that FeS₂, Fe₂O₃ and TiO₂ combination added to raw glaze at specified percentages in experiments coded A 2, B 3 and D 2 supported formation of surfaces with tension on glazes.

3) It is observed that FeS₂ mineral used at a higher percentage compared to other experiments in the experiment coded C 4 interacted with ZnO with the glaze transforming into a glaze with tension; however, it was observed that the tension effect on the glaze was not as effective as in the experiments coded A 2, B 3 and D 2 prepared with addition of FeS₂, Fe₂O₃ and TiO₂.

4) It is observed that FeS₂ mineral lead to colors with yellowish moi-ré in high ZNO added glazes, for example in experiments coded C 3.

5) In glazes with high percentage of TiO₂ containing FeS₂ mineral, for example in experiments coded B 2, tension was observed in the glaze together with desquamation.

6) In glazes prepared with addition of Fe₂O₃, it is observed that FeS₂ interacted with Fe₂O₃, transforming the color of the glaze to blackish, dark brow shades, ceasing the melting of glaze.

7) In experiments, glazes with various color shades and tensions which may be used in artistic works were derived; these glazes being glazes displaying resistance on horizontal and vertical surfaces which cannot be easily repeated in terms of their looks. These properties afford the distinction of usage in artistic works; results obtained in the study lead to the conclusion that new and visually rich glazes which can be used as color in artistic shapings have been obtained.



TURKISH CERAMIC SOCIETY
TÜRK SERAMİK DERNEĞİ



MİMAR SİNAN GÜZEL SANATLAR ÜNİVERSİTESİ

“Miras: Turkuaz,

Uluslararası Seramik Sergisi

“Heritage: Turquoise,

International Ceramic Exhibition

Düzenleme Kurulu Başkanı /
Chairman of Organizing Board
Tolun Vural

Düzenleme Kurulu / Organizing Board

Germiyan Saatçioğlu
Hasan Sazcı
Prof. Zehra Çobanlı
Prof. Süleyman Aydan Belen
Prof. Gül Özturanlı
Lect. / Öğr. Gör. Mutlu Başkaya
Fatma Batukan Belge
Res.Ass./Arş.Gör. İlhan Marasalı

Yürütme Kurulu / Executive Board

Res.Ass./Arş.Gör. Ayşe Balyemez
Lect./Öğr.Gör. Hasan Başkırkan
Gülen Bayer
Res.Ass./Arş.Gör. Melda Genç
Ass.Prof./Yrd. Doç. Candan Güngör
Lect./Öğr.Gör. Leman Kalay
Res.Ass./Arş.Gör. Duygu Kahraman
Ass.Prof./Yrd.Doç. Atila Cengiz Kılıç
Res.Ass./ Arş.Gör. Şirin Koçak
Res.Ass./Arş.Gör. Zehra Sözbir Köylü
Belgin Özdoğan
Res.Ass./Arş.Gör. Gökçe Özer
Lect./Öğr.Gör. U. Tolga Savaş

Jüri / Jury

Ass.Prof./Yrd.Doç. Nurdan Arslan
Ass.Prof./Yrd.Doç. İrfan Aydın
Fatma Batukan Belge
Lect./Öğr.Gör. Mutlu Başkaya
Prof. Süleyman Aydan Belen
Prof. Sevim Çizer
Prof. Zehra Çobanlı
Merran Esson
Prof.Dr. Kıymet Giray
Prof. Güngör Güner
Satoru Hoshino
Prof. Meltem Kaya Ertl
M.Tüzüm Kızılcın
Magdalena Odundo
Suku Park
Fumio Shimada
Guangzhen Zhou

Detaylı bilgiyi ve şartnameyi
www.turkser.org.tr adresinden alabilirsiniz.
Detailed information and list of conditions can
be obtained from www.turkser.org.tr

İletişim e-posta / Communication email:
turquoisecer@gmail.com

Doç. Canan Atalay Aktuğ - Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Seramik Bölümü
Çanakkale Onsekiz Mart University Faculty of Fine Arts, Ceramics Department

“Batı seramik sanatında manzara betimlemeleri”

Landscape depictions in Western ceramic art

Özet

Tarihsel süreç içerisinde üretilen seramik eserlerde manzara teması, doğa tahribinden, kent görünümüne, egzotik imgelerden sanatçının içsel dışavurumuna kadar geniş bir yelpaze içinde gelişim göstermektedir. Ağaç, su, gökyüzü, dağ gibi doğa elamanları, seramik eserlerin süslenmesi amacıyla kullanıldığı gibi günümüzde bu anlamından sıyrılarak farklı sembollerle betimlenmektedir. Kendi doğa manzarasını yaratan sanatçılarla, manzara, seramik sanatında sürekliliği olan bir konu olarak göze çarpmaktadır.

Abstract

The theme of landscape on ceramic works produced during the historical process exhibits a broad range of development from destruction of nature to urban views, from exotic images to inner expressions of the artist. Elements of nature like tree, water, sky and mountain have been used for decorating of ceramic works and today, they are depicted by different symbols stripped from this context. With fine artists creating their own natural scenery, landscape strikes the eye as a topic with continuity in the art of ceramics.

Anahtar Kelimeler

Manzara, Seramik, Bernard Palissy, Ian Godfrey Wayne Higby, Kurt Weiser,

Keywords

Landscape, Ceramic, Bernard Palissy, Ian Godfrey Wayne Higby, Kurt Weiser

Giriş

Konusu ağaç, dağ, su, gibi doğa elemanlarının yanında kent parçası olan manzara, seramik eserlerin yüzeylerinde kullanılan resimsel imgeler arasındadır. Ana maddesi kil olan su ile hamur haline getirilen biçimlendirilip kurutulduğunda dirençli, belli ısılarda pişirilerek sertlik kazanabilen doğal bir madde olan seramik¹ aynı zamanda resimlemeye elverişli malzemelerden biridir. Kil bünyeden, sır seçimine, fırın atmosferinden, süslemeye, işlevden, tarza, farklı bileşenlerle eserini ortaya çıkaran seramik sanatçısı, malzemenin olağanüstü gizemi, bilmececi altında kendi doğa manzarasını yaratmıştır. İsviçreli yazar Amiel, Gizli Bir Hatıra Manzara Defterinden Parçalar (31 Ekim 1852) adlı eserinde her manzaranın bir ruh hali olduğunu, bir sanatçının manzarayı betimlemekle kendi kendisini tasvir ettiğini, yani, tabiatın aynasında ruhunu yansıttığını belirtir. Yazara göre her manzara kendince bir anlam taşımaktadır. Bu da belli bir ruh halinin sembolüdür.² Tarihsel süreç içerisinde her sanatçı, belleğine kazınmış bir manzara imgesini seramikle bütünleştirmiştir. Dönemin sanat anlayışına paralel olsun geleneksel form ve yüzeyleri yeni bir yorumla ele alan sanatçılar olsun manzara, seramik sanatçıların vazgeçemediği bir konudur. Makale, farklı kültür çevrelerinden seçilen seramik örnekler üzerinden manzaranın sürekliliği olan bir konu olarak gelişimini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Doğal görünümün temel eleman olarak ele alındığı eserler yazılı ve görsel kaynaklardan özellikle manzara başlığı taşıyan çalışmalardan seçilerek öznel bir bakış açısıyla değerlendirilmektedir.

Seramik manzaralardan örnekler

Çömlekçi çarkında üretilmiş Yunan seramiklerinde ressamlar, kapların bezemesinde farklı konular ve öğeler geliştirmişlerdir. “...Girit'te Knossos, Phaistas ve Kamares'te koyu renk, parlak zemin üstüne soyut çizgisel öğelerle bitkisel ve deniz yaşamına ilişkin öğeler betimlenmiştir”³. Hayvan betimleri ile aslanlar, keçiler, yaban domuzları ve sfenkslerle süslenen Atina'da siyah figür tekniğini ilk kul-

Introduction

Landscape, the theme of which is parts of cities beside elements of nature like tree, mountain and water, is among the pictorial symbols used on the surfaces of ceramic works. Ceramic¹, which has clay as its basic component, which is a strong natural substance gaining hardness fired at certain temperatures when mixed with water to produce a slip and is dried and shaped, is also one of the materials fit for drawing pictures on. The ceramic artist who creates his works using different components from the clay body to selection of glaze, from kiln atmosphere to decoration, function and style, has created his own natural landscape under the exceptional mystery and intrigue of the material. Swiss author Amiel, in his work titled Pieces from a Secret Landscape Diary (October 31, 1852), notes that each scenery is a mood that the artist depicts himself when depicting the scenery, that is, he reflects his soul on the mirror of nature. According to the author, each piece of scenery bears a meaning by itself. This is the symbol of a specific mood². Through history, each artist has integrated a landscape symbol engraved in his memory with ceramic. For artists, who have a contemporary concept of art and also those who address traditional forms and surfaces by a new interpretation, ceramic is a theme ceramic fine artists cannot let go of. The article seeks to reveal the development of landscape as a continuous theme through ceramic specimens selected from different cultural environments. The works where natural scenery are addressed as the basic element have been selected out of written and visual sources, especially from amongst those bearing the title of landscape and are assessed from a subjective perspective.

Specimens of ceramic landscapes

On Greek ceramic ware produced on potter's wheel, artists have developed different themes and elements for decoration of the pots. “... In Knossos, Phaistas and Kamares in Crete, abstract, linear elements on dark colored glossy background and elements relating to



Resim 1: Nessos Ressamı'nın öğrencisi Gorgo Ressamı tarafından boyanmış bir "Atina amphorasi"ndan detay. M.Ö. 6. yüzyılın başı.

Picture 1: Early 6th Century B.C. Detail of Athens amphora painted by Gorgo Painter, a student of Nessos Painter.

lanan sanatçılardan Nessos Ressamı cenaze vazoları üzerinde oranları kusursuzca çizilmiş büyük boyutlu yaratıkları ve hayvan figürlerini resmetmiştir.⁴ Bezeme etkisinde ustaca yapılmış vazolar hikâyci sahnelerin içinde doğa öğelerini resimsel bir üslup içinde ortaya koymaktadır.

Doğal görünümün ana konu olduğu seramik uygulamalar özellikle 11 ve 12. yüzyıllarda İtalya'da örtücü kalaylı ham sır üzerine yapılan resimleme tekniği olan mayolika⁵ seramiklerinde göze çarpmaktadır. Çömlekçilik yaptığı da sanılan Cipriano Piccolpasso, 1558 dolaylarında sır-boya reçetelerinden, fırın tasarımına ve fırınlama tekniklerinden, motif tasarımlarına çömlek üretiminin tüm detaylarını görsel örnekler eşliğinde anlattığı "Çömlekçi Sanatının Üç Kitabı" adlı eserinde⁶ mayolika dekorlarına ait çok önemli bilgiler vermektedir. Bu seramik dekorlama tekniği resimsel anlatıma en elverişli yöntemdir. Üretim açısından önemli bir merkez olan Faenza'da, "özellikle istoriato (öyküsel) üslubunda yapılan ve Rönesans tablolarında betimlenen konulara yakın dinsel, tarihsel ve mitolojik konuların betimlendiği Faenza mayolika'ları önem kazanmıştır."⁷ 15. yüzyılın sonlarıyla 16. yüzyılın başlarında önemli bir seramik üretim merkezi olan Faenza'da bu üslupta yapılmış seramiklerde kompozisyon, renk, konu gibi öğelerin kullanımı dönemin resim anlayışına paralellik göstermektedir. Dinin başat öğe olarak kullanılması mitoloji ve tinsellikle iç içe konuların işlenişinde doğa ve manzara yorumunun ustaca yapılması dikkat çekici başarıların ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Guidotti, Faenza seramiği konusunda, hümanizmanın yarattığı çok yönlü kültür ortamında seramikçiler ile ressamlar arasında olu-



Resim 2: Mayolika Tabak, Raphael Sonrası, Paris'in Yargısı, "Fontana Atölyesi", Urbino, 1565.

Picture 2: Majolica Plate, Post-Raphael, Judgment of Paris, "Fontana Studio, Urbino, 1565.

plant and marine life were depicted"⁸. Nessos Painter, who was one of the first artists using the black figure technique in Athens, decorated with depictions of animals, lions, goats, bores and sphinxes, have drawn large sized creatures and animal figures drawn in perfect proportion on funeral vases.⁴ These masterfully produced decorated vases demonstrate natural elements in a pictorial style among story telling scenery.

Ceramic applications on which natural landscape is the basic theme strike the eye especially on ceramic ware on which majolica⁵ which is a decorating technique applied on unfired glaze covered with tin in Italy in the 11th and 12th centuries. Cipriano Piccolpasso, believed to have been also a potter, provides very important details on majolica decorations in his book titled "The Three Books of the Potter's Art"⁶ where he explains all details of pottery production accompanied by visual examples from glaze dye recipes to kiln design and firing techniques and motif designs circa 1558. This ceramic decorating technique is the one most convenient for pictorial expression. The Faenza majolicas produced "especially in the istoriato (story telling) style"s depicting religious historical and mythological topics close to those depicted in Renaissance paintings have gained significance in Faenza which was an important center for production⁷. Use of elements like composition, color and theme is in parallel with the painting concept of the period on ceramics produced in this style in Faenza which was an important ceramic production center in early 16th Century. Use of religion as the prime element and masterful handling of nature and landscape interpretation in the study of topics intertwined with mythology and spirituality have allowed masterpieces worthy of attention to be produced.

Guidotti, on Faenza ceramics, stresses that the strong communication built between ceramicists and painters in the multi-aspect cultural environment created by humanism, has created a new style which emphasizes the line at formative level, that there was great sensitivity for shades of color, that the existence of a rational balance between form and decoration cannot be disregarded.⁸ The majolica plate titled "Judgment of Paris" demonstrating the traces of opening to



Resim 3: Olasılıkla Bernard Palissy (yaklaşık 1509/10-90) ya da oğulları (1565-85) tarafından yapılmış olan tabak, tahmini 17. yüzyıl.

Picture 3: Plate probably made by Bernard Palissy (circa 1509/10-90) or his sons (1565-85), circa 17th Century

şan sıkı iletişimin yeni bir tarz yarattığını bu tarzın biçimsel düzeyde çizgiye çok önem verdiğini, renk tonlarında çok duyarlı davranıldığı, biçim ve süsleme arasında akılcı bir dengenin varlığının gözden kaçmadığını vurgulamaktadır.⁸ Binlerce yıl boyunca sanat tarihinin ana konusu olan doğa ve insanın bu dönemde sanatçıya açılışın izlerini gösteren "Paris'in Yargısı" adlı mayolika tabak, Truva Prensi Paris'in hakemliğini, dönemin figür-manzara anlatımının genel özellikleri içinde öyküsel bir anlatımla yansıtmaktadır. Örtücü kalaylı sır üzerinde ışık-gölge tekniğiyle hacim verilen figürler, arka planda derinlikli manzara ile resmedilmiştir.

Daha çok tabak, ibrik formlarıyla tanınan, yılan, kurbağa ve böcek örneklerini kalıba aldıktan sonra kabartma yöntemiyle bu biçimleri tabaklar üzerinde kullanan Bernard Palissy doğa görünümünü canlı renklerde kullanmıştır. Çağdaş kuyumculukta orjinal nesnelere kalıp kullanılması bilinen bir yöntem olmasına rağmen seramikte bu yöntem Palissy tarafından ilk kez kullanılmıştır. 16. yüzyıl ve 17. yüzyılda Palissy'nin çalışmalarının etkisinde kalmış, 19. yüzyılda çalışmalarının kopyaları yapılmıştır.⁹ Seramik sanatına gerçek bir doğa bilimci atmosferinden yaklaşmış olan Palissy, yüksek kabartma tekniğiyle gerçekçi, canlı bir manzara anlatımı yakalamıştır.

Endüstri devrimiyle, gerilemeye başlayan el sanatları, Arts and Crafts Hareketi'yle canlılık kazanmış Uzak Doğu seramiklerinin önemi Bernard Leach ile batıya taşınmıştır. Bernard Leach'in yapıtlarıyla seramik sanatının işlevselliği, yalınlığı, estetik güzelliği ön plana çıkmıştır. Leach, Uzak Doğu sanatının etkilerini taşıyan çalışmalarında manzara görünümünü, formla uyum içinde göstermiştir. 1920 tarihli eserinde Uzakdoğu manzara resminin özelliklerini yansıtan imgeyi tabak içerisinde kullanmıştır. Doğa içinde tapınak görünümünün hakim olduğu çalışma, kontrollü fırça hareketlerinin suluboya etkisinde kullanılmasıyla ortaya çıkartılmıştır. Yalın porselen seramik heykelleri ve düzenlemelerinin dışında Ruth Duckworth, 1960'larda Chicago Üniversitesi'nin Geofizik Bilimleri Bölümü için almış olduğu duvar panosu siparişinde "Dünya", "Su" ve "Gökyüzü" teması üzerinde manzara görünümünü anıtsallaştırmıştır. Sanat çalışmaları için önemli bir dönüm noktası olan bu duvar panosunda sır seçimini dünyanın topografisine, çevresine uygun tonlar seçerek kullanmıştır. Fujiyama Dağı'nı eğimli halkalarla eş merkezli



Resim 4: Bernard Leach, St Ives Çömlekçilik, Tabak, 1920.

Picture 4: Bernard Leach, St Ives Pottery, Plate, 1920.

the artist in this period, of nature and the human being which has been the main topic of history of art through millennia depicts Trojan Prince Paris as a judge in a storytelling narration under the general characteristics of the figure-landscape expression of the period. The figures shaped by light-shadow technique on covering tin glaze are depicted in front of a scenery with volume on the background.

Bernard Palissy, mostly known for his bowl and pitcher forms using the forms of snake, frogs and bugs on plates by relief technique after taking their moulds, has used natural scenery within vivid colors. Although taking moulds of original objects was a known technique in contemporary jewelry technique; for ceramics, this method was used by Palissy for the first time. Works produced in 16th and 17th Centuries were affected by the works of Palissy with replicas of his works made in the 19th Century.⁹ Approaching the art of ceramics through the atmosphere of a real nature scientist, Palissy has captured a realistic vivid landscape narration by the high relief technique.

Handicrafts, starting to decline due to the industrial revolution, has regained momentum with the Arts and Crafts Movement and the significance of Far Eastern ceramics were carried to the West by Bernard Leach. The functionality, simplicity and aesthetic beauty of the



Resim 5: Ruth Duckworth, Dünya, Su, Gökyüzü, Chicago Üniversitesi, 1968.

Picture 5: Ruth Duckworth, Earth, Water and Sky, Chicago University, 1968.



Resim 6: Ruth Duckworth, Michigan Gölü'nün Üzerinde Bulutlar, Duvar Panosu, 1976.
Picture 6: Ruth Duckworth, Clouds over Lake Michigan, Mural, 1976

daireysel hareketler içinde yorumlamıştır. 'Michigan Gölü'nün Üzerinde Bulutlar' adlı çalışmasında doğayı resimlemeden uzak yalın soyut bir anlatımla işlemiştir. Soyutlamanın hakim olduğu çalışması bulutların şematize edilmiş biçimleriyle doğanın gizemini ve anıtsallığını yansıtmaktadır. Duckworth, yaşamdaki düalizmi somutlaştırdığı bu panoda düzen ile kaosu, benzerlik ile farklılığı, organik ile yapay olanın karşıtlığını görselleştirmiştir.¹⁰

"Manzaralı Çanaklar" serisiyle tanınan Wayne Higby, 1970'li yıllarının başında çanaklarında manzarayı ana tema olarak belirleyen sanatçılardandır. Çanağın bir metafor olduğuna inanan sanatçı¹¹, yaşamının önemli bir kısmını geçirdiği Colorado'nun manzaralarından esinlenmiştir. Higby'nin "Manzaralı Saklama Kapı", adlı tornada biçimlendirilmiş olan eserinde manzara, geniş ve yaygın olarak resimlenmiştir. Bulutlarla kaplı gökyüzü resmiyle başlayan çanak, yeşilin tonlarıyla kaplı dağ sırası ve kabın alt kısmına doğru deniz görünümüyle tamamlanmıştır. Seramik çanak üzerinde manzara temasının uygulanış yöntemiyle en başarılı örnekleri arasında yer alan çalışma tema-form birlikteliğini uyum içinde göstermektedir. Ayrıca Higby, çanaklarında manzara resminin sürekliliğini içten-dışa doğru illüzyon yaratacak şekilde kullanmaktadır. Panoramik bir görüntüyü serbest bir formun etrafında kullanan sanatçı 'Tapınağın Geçiş Kapılarında vadinin görünümünü raku sırımının rastlantısal özelliğini kontrollü uygulayarak kanyonun kıvrımlarıyla üç boyutlu bir manzara resim anlayışı ortaya koymuştur.

Amerikalı sanatçı Michael Lucero "Hayalperest" isimli serilerinde manzara temasını ele almaktadır. Yana yatık üç boyutlu seramik portrelerde parlak renklerle düş kuran insana gönderme yapmaktadır. Avrupa ve Amerikan kültürüne ait elemanları çalışmalarında birleştiren sanatçı, seramik üzerinde parçalı ve gerçekçi bir resimleme tekniğiyle manzarayı yorumlamıştır. Amerikalı seramik sanatçısı, John Woodward, "Verandanın Önü" adlı çalışmasında pürüzsüz, saçsız büst üzerinde manzara resmini konu edinir. Duygudan arındırılmış donuk bir ifadeyi anlamlı kılan verandanın çevresini saran ağaçlar, sokak görünümüyle bütünleştirilmiştir. Başın etrafını saran ağaç dalları ışık ve gölgenin ustaca kullanıldığı çalışma, natürel tonlarda resmedilmiştir. Büstün, burun, dudak ve kulakları kişisel özelliklerden arındırılarak yalın bir şekilde biçimlendirilmiştir. Tüm detayıyla sadece gözlerin boyandığı büstün ifadesi veranda-sokak, ağaçlar ve dallarıyla içsel bir görünümü duyumsatmaktadır.

Antik kültürlerle, arkeoloji ve müziğe olan ilgisinin etkilerini çalışmalarında derinden hissettiren İngiliz seramik sanatçısı, Ian

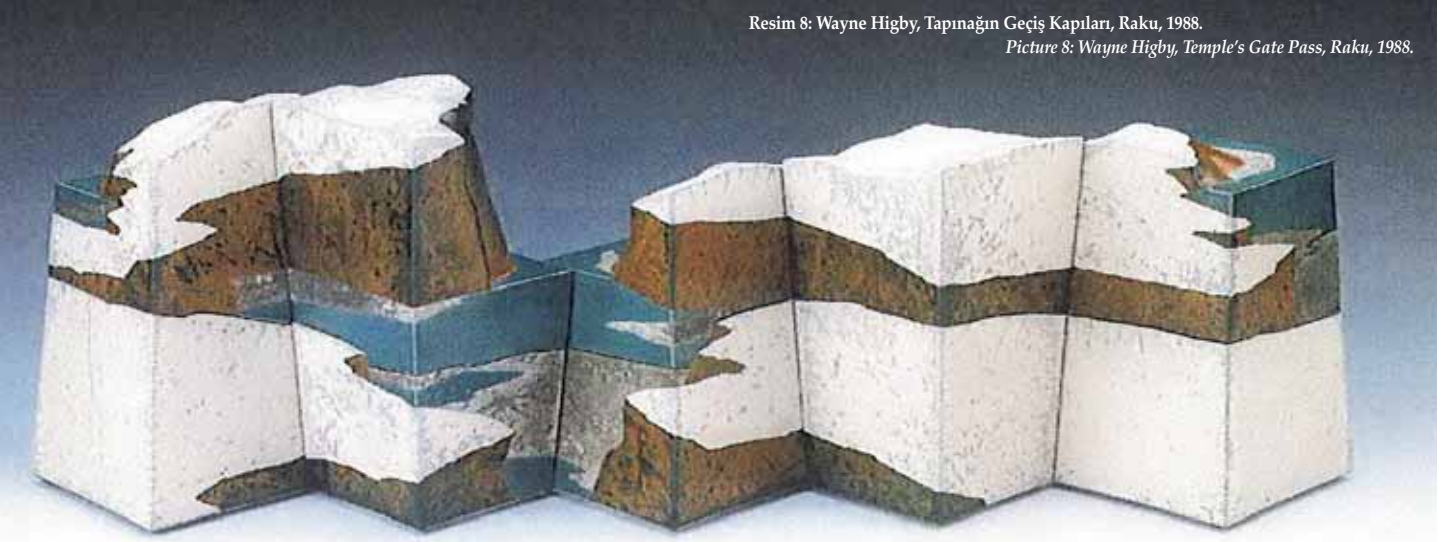


Resim 7: Wayne Higby, Manzaralı Saklama Kabı, Raku, 1973.
Picture 7: Wayne Higby, Landscape Storage Jar, Raku, 1973.

art of ceramics has come to the forefront by the works of Bernard Leach. Leach has exhibited landscape in harmony with form in his works bearing the traces of Eastern art. In his work dated 1920, he has used a symbol reflecting the properties of Far Eastern landscape pictures in a plate. The work dominated by a view of temple in nature was created by using brush strokes in the impression of watercolor. Besides plain porcelain ceramic statuettes and installations, Ruth Duckworth has monumentalized the landscape view on the theme "Earth", "Water" and "Sky" in the mural order she received for the Geophysical Sciences Department of Chicago University in 1960s. She has used her glaze selection on this mural which was an important turning point for her art works, choosing shades fit for the world's topography and the environment. She has interpreted the mountain of Fujiyama within concentric circular movements and tapered circles. She has addressed nature in a plain abstract expression removed from depiction in her work titled 'Clouds over Lake of Michigan'. Her work dominated by abstraction reflects the mystery and monumentality of nature by the schematic forms of clouds. In this mural, where she depicts the dualism in life, Duckworth has visualized the contrast of the orderly and chaos, similarity and difference, and the contrast of the organic and the artificial.¹⁰

Known for his series "Landscape Bowls", Wayne Higby is one of the fine artists setting landscape as his main theme in his bowls in early 1970s. Believing the bowl to be a metaphor, the artist¹¹ was inspired by the landscapes of Colorado where he spent a significant portion of his life. On Higby's wheel thrown work titled "Landscape Storage Container", scenery was depicted broadly and prolifically. The bowl starting with the picture of the sky covered with clouds is completed by a mountain range covered by shades of green and the view of the sea towards the bottom of the bowl. The work cited among the most successful specimens of the theme of landscape by its application technique on a ceramic bowl, manifests the union of theme-form in harmony. Also Higby uses the continuity of the landscape picture on his bowls in an illusive manner from inside to outside. The artist, using a panoramic view around a free form; has revealed a three-dimensional landscape picture concept in 'Temple's Gate Pass', with the curves of the canyon applying the view of the valley on the bowl with the random property of the raku glaze under control.

American artist Michael Lucero addresses the theme of the landscape in his series titled "Dreamers". He makes reference to the human being dreaming with bright colors on slanted three-dimensional



Resim 8: Wayne Higby, Tapınağın Geçiş Kapıları, Raku, 1988.

Picture 8: Wayne Higby, Temple's Gate Pass, Raku, 1988.

Godfrey, "Köy Manzarası"nda köyü, yalınlaştırılmış, ev, taş, hayvan figürleriyle bezemeden uzak, form dilinin güçlü anlatımıyla biçimlendirmiştir. Köyün duygusal çağrışımının hissedildiği çalışma market görünümünün yanında bütün sahneyi kaplayan mat sırla bütünleştirilmiştir. Minyatür manzaralı seramiklerinde birbirinden bağımsız olarak yerleştirdiği tapınaklı köy, çiftlik ve bunları bütünleyen faunayla kille yeni anlatımcı bir dil ortaya koymuştur.¹²

Lidya Buzio, çalışmalarında kent manzarasını ana tema olarak belirlemiştir. 2006 yapımı, "Çaydanlık" çalışması, kent görünümüyle resmedilmiştir. Çaydanlık formunun etrafını çevreleyen kent manzarasıyla işlevi tekdüzelikten kurtaran sanatçı, mimari unsurları ve dış mekân görünümünü ön planda tutmaktadır. Kentsel bir alanın genel görünümü üzerine odaklanan sanatçı 14 ve 15yy'da hâkim olan çizgi ve hava perspektifini seramik yüzeyde kullanarak derinlik yanılsaması yaratmaktadır. Renkli astarları fresko görünümü verecek şekilde kullanan sanatçı, nesnelere bakış açısını formun biçimine göre büyütüp ya da yakınlaştırmaktadır. Formun ön düzleminden yana ve arkaya doğru mekânı özgün bir anlayışla kullanırken seramiğin tanımını işlevden uzaklaştırıp düşünsel çerçevesine kent manzarasını yerleştirmiştir.

Macaristanlı sanatçı Maria Geszler-Garzuly¹³, çalıştığı fabrikalardan esinle endüstrileşmenin doğal çevreyi tahrip eden görünü-



Resim 9: Michael Lucero, Gri Ev Hayalperesti, 1984.

Picture 9: Michael Lucero, Gray House Dreamer, 1984.

ceramic portraits. The artist, combining the elements from European and American cultures in his works, has interpreted the landscape by a fragmented and realistic picturing technique on ceramic. American ceramic fine artist John Woodward, in his work titled "The Front of the Porch", addresses a landscape on a smooth hairless bust. Trees surrounding the porch making a dull sentiment-free expression meaningful, are integrated with the view of the road. The work, where the tree branches embracing the head, light and shade are used masterfully, is depicted in natural shades. The nose, the lips and ears of the bust are formed in a plain manner free from any personal characteristics. The expression of the bust where only the eyes are painted in full detail reminds the viewer of an inner look with the porch, road, trees and branches.

British ceramic artist Ian Godfrey, who makes one feel the effects of his interest in antique cultures, archaeology and music profoundly in his works, has shaped the village in his "Village Landscape" a simplified form without decorating it with home, stone and animal figures with the powerful expression of the form language. The work, where the sentimental association of the village is felt, is integrated with the matt glaze covering the whole scene beside its mock-up look. The artist has set forth a new expressive language with clay in his miniature landscaped ceramic ware with the templed village and farm he placed independent of each other and the fauna complementing these figures.¹²

In her works, Lidya Buzio has set the urban scenery as her main theme. The work "Teapot" made in 2006 depicts a town. The artist, saving the function from monotony with the town scene surrounding the teapot form, holds architectural elements and the exterior look in the forefront. She creates the illusion of depth using the line and air perspective prominent in the 14th and 15th Centuries on the ceramic surface. The artist, who uses colored undercoats in such a way to give a fresco look, enlarges or brings closer her perspective on objects according to the shape of the form. When using the space in an original concept towards the side and the back from the front plane of the form, she has distanced the definition of ceramics from function, placing the view of the town in her framework of thought.

Hungarian artist Maria Geszler-Garzuly¹³ documents the look of industrialization destroying the natural environment by photographs inspired by the factories she worked in. Geszler-Garzuly, who uses these photography symbols on the surface of the human figured ce-



Resim 10: John Woodward, Verandanın Önü, 1996.

Picture 10: John Woodward, Front of the Porch, 1996.

münü fotoğrafla belgelemektedir. Transfer baskı ve tuz sırrı uyguladığı insan figürlü seramiklerinin yüzeyinde bu fotoğraf imgelerini kullanan Geszler-Garzuly, ekolojik sisteme zarar veren endüstriyel atıklardan, kimyasal maddelere, asit yağmurlarından orman alanlarının azalmasına, doğal yaşamı tehdit eden manzara görünümünü işlemektedir. Bu manzaralar karşısında insanın sessiz tanıklığını dramatik bir etkiyle ortaya koyan sanatçı, endüstriyel manzara görünümünü şiirsel bir dille ve duyarlılıkla yansıtmaktadır.

Kurt Weiser, 19 ve 20. yüzyıllarda batıda saray porselenlerinde çok yoğun olarak kullanılan porselen resmine yeni bir boyut ve çağdaş, estetik anlayış getirmiştir. Del Vecchio, Weiser'in Meissen saray ressamlarının kullandığı ustalık ve titizlikte imgelerini ürettiğini belirtirken ünlü seramik sanatçısı Ron Nagle'den ayrı tutmaktadır.¹⁴ Nagle'in üst üste katmanlar şeklinde uyguladığı yöntemin tersine Weiser'in seramik sanatına getirdiği özgün resimleme tekniği Hiperrealist bir anlayışa dayanmakta ve Meissen saray ressamlarının yöntemiyle benzerlik taşımaktadır. Çalışmaların önünde ve arkasında kompozisyonun bozulmadan devam etmesiyle manzara görünümünün sürekliliğini sağlayan sanatçı yemyeşil sık ağaçlı, egzotik imgeleri titiz bir el işçiliğiyle kullanmaktadır. Geleneğe bağlı bir sanatçı olan Weiser, bu formun üzerinde geliştirdiği resimleme tekniğiyle, bitki-



Resim 11: Ian Godfrey, Köy Manzarası, 1990.

Picture 11: Ian Godfrey, Village Landscape, 1990.



Resim 12: Lidya Buzio, Çaydanlık, XI, 2006.

Picture 12: Lidya Buzio, Teapot, XI, 2006.

ramic ware on which she uses transfer prints and salt glaze, addresses industrial waste harming the ecologic system, chemicals, acid rain and decreasing forest areas and scenery threatening natural life. The artist, manifesting the silent witnessing of the human being against this scenery dramatically, reflects industrial scenery depictions in a poetic language and sensitivity.

Kurt Weiser has introduced a new dimension and a contemporary aesthetic understanding to porcelain picture used very intensively on court porcelains in the West in the 19th and 20th centuries. Del Vecchio, when noting that Weiser has produced his symbols with mastery and diligence employed by Meissen court painters, distinguishing him from the famed ceramic fine artist Ron Nagle.¹⁴ In contrast to the technique applied by Nagle as layers on top of each other, the original depiction technique introduced by Weiser into the art of ceramic is based on a Hyperrealistic concept and is similar to the techniques of Meissen court painters. The artist, achieving the continuity of the landscape scenery as the composition goes on without interruption at the front and back of his works, uses green, dense treed exotic symbols with diligent handicraft. A traditional artist, Weiser, has manifested a storytelling picture concept, painting plants, the wild forest with animals and high grass in full detail with the picture



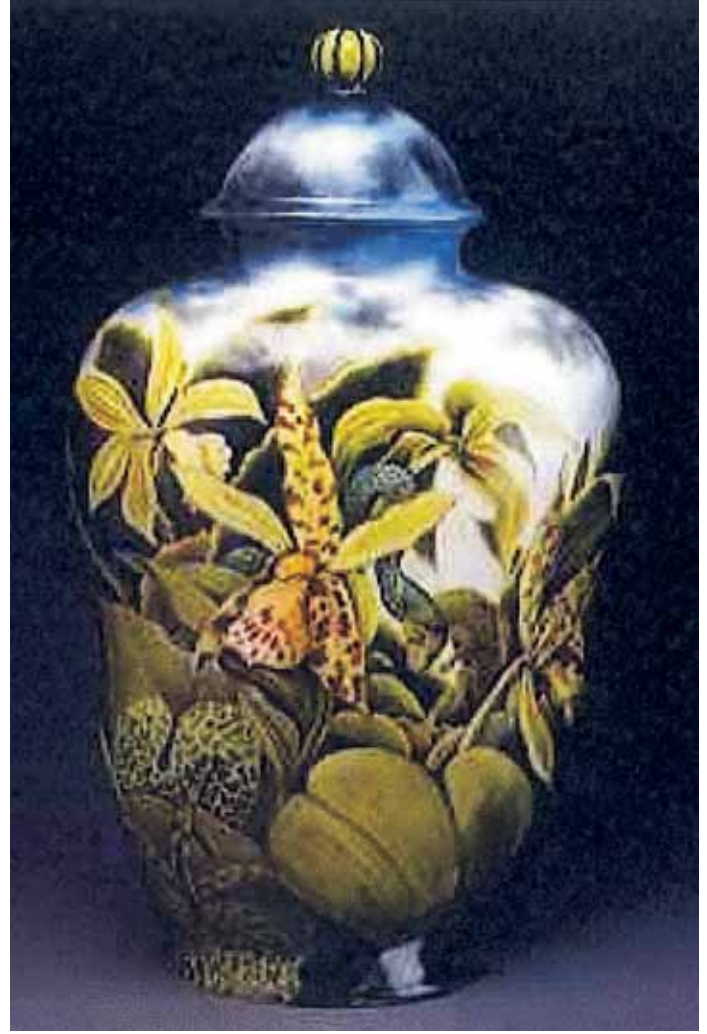
Resim 13: Maria Geszler, Endüstriyel Manzara'nın Şiiri, 1990.
Picture 13: Maria Geszler, Poetry of the Industrial Landscape, 1990.

leri, hayvanlarıyla yüksek otlu vahşi ormanı tüm detaylarıyla resimleyerek öyküsel resim anlayışı ortaya koymuştur.

İngiliz seramik sanatçısı, Paul Scott, "Cumbria Mavileri" serilerinde bu bölgenin kültürel kodlarını mavi ve beyazın birlikteliğinde seramik baskı tekniklerini kullanarak yansıtmıştır. İskoçya sınırına yakın bir yer olan bu kırsal bölge, sanatçının 'Sanal Manzara' adlı çalışmasına yansımıştır. Bu bölgenin simgelerini birbirinden bağımsız figür grupları içinde tasarlayan sanatçı, uzaklık-yakınlık, büyüklük-küçüklük, mavinin açıktan koyuya değişen varyasyonunu perspektif unsurları dikkate alacak şekilde düzenlemiştir. Seramik sanatında çok yoğun olarak kullanılmış olan mavi ve beyaz geleneğini belleğimizde çağrıştıran çalışma, pastoral bir kır manzarası görünümündedir.

Sonuç

Seramik bir esere dekor oluşturan manzara resmi mayolika seramiklerinde olduğu gibi mitolojik, dinsel betimlemelere fon verme çabasıyla dönemin sanat anlayışına paralel bir çizgide gelişim göstermiştir. Bernard Leach, geleneksel çanak formunda Uzak Doğu manzara resminin etkisini duyumsatırken Ruth Duckworth, dünyanın topografisini denge ve uyum içinde soyutlayarak anıtsallaştırmıştır. Çanağı bir metafor olarak gören Wayne Higby, manzarayı illüzyonlaştırırken iç-dış kavramının anlamını zenginleştirmiştir. Ian Godfrey'le köy, yalınlaştırılmış bir manzaraya, Lidya Buzio'da işlevsellik kent manzaralarıyla anlam bulmuştur. Doğa tahribinden, egzotik imgelere, seramik formlarda, portrelerde dış gerçeklik be-



Resim 14: Kurt Weiser, Iguana, 1992.

Picture 14: Kurt Weiser, Iguana, 1992.

technique he developed on this form.

British ceramic fine artist Paul Scott, in his "Cumbria Blues" series, has reflected the cultural codes of this region, employing ceramic print techniques in the union of blue and white. This rural area close to the Scottish border is reflected onto the work titled 'Virtual Scenery' of the artist. The artist, designing the symbols of this region in groups of figures independent of each other, has arranged distant-near, large-small and the variation of blue from light to dark considering perspective elements. The work associating in our memory with the blue and white tradition which has been used intensively in the art of ceramics, presents a pastoral rural landscape.

Conclusion

The landscape picture, which forms a decor for a ceramic work, has developed in a line parallel with the art concept of the period in an effort to provide a background for mythological, religious depictions as in majolica ceramic ware. While Bernard Leach made one feel the effect of the Far Eastern landscape pictures in the traditional bowl form, Ruth Duckworth has monumentalized the topography of the world through abstraction in balance and harmony. Seeing the bowl as a metaphor; Wayne Higby has enriched the meaning of the concept of interior-exterior when making the landscape illusive. The village has found a meaning in a simplified landscape with Ian Godfrey and functionality has gained a meaning in Lidya Buzio with town scenes. Exterior reality was depicted in ceramic forms and portraits from destruction of nature to exotic symbols. Virtual scenery was integrated



Resim 15: Paul Scott, Sanal Manzara, 2003

timlenmiştir. Digital dünyanın araç ve gereçleriyle sanal manzara- lar seramikle bütünleşmiştir. Amiel'in 'bir manzarayı betimlemekle sanatçının kendi kendisini tasvir ettiği' saptaması çağımızda halen geçerliliğini koruyan bir bakış açıdır. Her sanatçı kendi doğa manz- arasını ölümsüz kılmıştır. Farklı zaman ve yerlerde birbirinden ba- ğımsız üretilmiş eserlerde manzara, süsleme öğesinin ötesinde ken- di doğa manzarasını yaratan sanatçıların imge gücüyle yeni sem- bollerle, ikonlarla gelişim gösteren bir konu olmaya devam edecektir.

Picture 15: Paul Scott, Virtual Landscape, 2003

with ceramics through the tools and instruments of the digital world. Amiel's notion that 'the artist describes himself when depicting a lands- cape' is a perspective which still preserves its effectiveness today. Each artist has immortalized his own scenery of nature. Landscape will continue to be a developing theme through new symbols and icons in the power of imagination of artists creating their own landscape of nature beyond decorative elements in works created independent of each other at different times and places.

RESİMLERİN KAYNAKÇASI

- Resim 1 Nessos Ressamı'nın öğrencisi Gorgo Ressamı tarafından boyanmış bir Atina amphora'sından detay. M.Ö. 6. yy. başı, Boardman, John, 2005, Yunan Sanatı, Çev. Yasemin İlseven, Homer Kitabevi, s.101
- Resim 2 Mayolika Tabak, Raphael Sonrası, 'Paris'in Yargısı', "Fontana Atölyesi, Urbino, 1565, <http://alaintruong.canalblog.com/archives/2009/09/20/15139265.html>, 19.01.2011
- Resim 3 Olasılıkla Bernard Palissy (yaklaşık 1509/10-90) ya da oğulları (1565-85) tarafından yapılmış olan tabak, tahmini 17. yüzyıl Liefkes Reino, Young, Hilary, 2008, Masterpieces of World Ceramics, V&A Publishing, s. 73.
- Resim 4 Bernard Leach, St Ives Çömlekçilik, Tabak, 1920 www.ceramicexperience.com/PeriodDetail.asp?fd...14 Mayıs 2010
- Resim 5 Ruth Duckworth, Dünya, Su, Gökyüzü, Chigaco Üniversitesi, 1968, www.artsmia.org/ruth-duckworth/preview4.cfm 14 Mayıs 2010
- Resim 6 Ruth Duckworth, 'Michigan Gölü'nün Üzerinde Bulutlar', Duvar Panosu, 1976, Fotoğraf, Jim Hedrich www.artsmia.org/ruth-duckworth/preview4.cfm 14 Mayıs 2010
- Resim 7 Wayne Highby, Manzara: Saklama Kavanozu, Raku, 1973, <http://libx.bsu.edu/cdm4/browse.php?CISOROOT=%2FMuseumBSU&CISOSORT=title%7Cr> 17 Mayıs 2010
- Resim 8 Wayne Higby, Tapınağın Geçiş Kapıları, Raku, 1988, <http://americanart.si.edu/collections/search/artwork/?id=33783>, 28 Nisan 2010
- Resim 9 Michael Lucero, Gri Ev Hayalperesti, 1984, Vecchio, Mark Del; 2001, Postmodern Ceramics, Thames&Hudson, s. 127
- Resim 10: John Woodward, Veranda'nın Önü, 1996, Paul Scott, Painted Clay: Graphic Arts and Ceramic Surface, A&C Black, 2000, s. 137, Fotoğraf, Tim Thayer
- Resim 11 Ian Godfrey, Köy Manzarası, 1990, <http://www.galeriebesson.co.uk/sofa2007godfrey.html> 13 Nisan 2009
- Resim 12 Lidya Buzio, Çaydanlık, XI (ön ve arkadan görünüşü), 2006, <http://www.ceciliadetorres.com/lb/lb.html>, 28 Nisan 2010
- Resim 13 Maria Geszler-Garzulı, Endüstriyel Manzara'nın Şiiri, 1990, Paul Scott, Painted Clay: Graphic Arts and Ceramic Surface, A&C Black, 2000, s. 140
- Resim 14 Kurt Weiser, Parfüm, 2000, flickriver.com/photos/tags/weiser/interesting/ 2 Eylül 2010
- Resim 15 Paul Scott, Sanal Manzara, 2003, <http://homepage.mac.com/cumbrianblues/PhotoAlbum13.html>, 25 Mayıs 2010

BIBLIOGRAPHY OF PICTURES

- Picture 1 Early 6th Century B.C. Detail of Athens amphora painted by Gorgo Painter, a student of Nessos Painter. Early 6th Century B.C, Boardman, John, 2005, Yunan Sanatı, Translated by Yasemin İlseven, Homer Printing House, p. 101
- Picture 2 Majolica Plate, Post-Raphael, 'Judgment of Paris', "Fontana Studio, Urbino, 1565. <http://alaintruong.canalblog.com/archives/2009/09/20/15139265.html>, 19.01.2011
- Picture 3 Plate probably made by Bernard Palissy (circa 1509/10-90) or his sons (1565-85), circa 17th Century, Liefkes Reino, Young, Hilary, 2008, Masterpieces of World Ceramics, V&A Publishing, p. 73.
- Picture 4 Bernard Leach, St Ives Pottery, Plate, 1920. www.ceramicexperience.com/PeriodDetail.asp?fd... May 14, 2010
- Picture 5 Ruth Duckworth, Earth, Water and Sky, Chicago University, 1968. www.artsmia.org/ruth-duckworth/preview4.cfm May 14, 2010
- Picture 6 Ruth Duckworth, 'Clouds over Lake Michigan', Mural, 1976 Photograph, Jim Hedrich www.artsmia.org/ruth-duckworth/preview4.cfm May 14, 2010
- Picture 7 Wayne Highby, Landscape Storage Container, Raku, 1973. <http://libx.bsu.edu/cdm4/browse.php?CISOROOT=%2FMuseumBSU&CISOSORT=title%7Cr> May 17, 2010
- Picture 8 Wayne Higby, Temple's Gate Pass, Raku, 1988. <http://americanart.si.edu/collections/search/artwork/?id=33783>, April 28, 2010
- Picture 9 Michael Lucero, Gray House Dreamer, 1984. Vecchio, Mark Del; 2001, Postmodern Ceramics, Thames&Hudson, p. 127
- Picture 10 John Woodward, Front of the Porch, 1996. Paul Scott, Painted Clay: Graphic Arts and Ceramic Surface, A&C Black, 2000, p. 137, Photograph, Tim Thayer
- Picture 11 Ian Godfrey, Village Landscape, 1990, <http://www.galeriebesson.co.uk/sofa2007godfrey.html> April 13, 2009
- Picture 12 Lidya Buzio, Teapot, XI, 2006 (front and rear view), 2006, <http://www.ceciliadetorres.com/lb/lb.html>, April 28, 2010
- Picture 13 Maria Geszler, Poem of Industrial Scenery, 1990, Paul Scott, Painted Clay: Graphic Arts and Ceramic Surface, A&C Black, 2000, p. 140
- Picture 14 Kurt Weiser, Perfume, 2000, flickriver.com/photos/tags/weiser/interesting/ September 2, 2010
- Picture 15: Paul Scott, Virtual Scenery, 2003 <http://homepage.mac.com/cumbrianblues/PhotoAlbum13.html>, May 25, 2010

KAYNAKÇA / BIBLIOGRAPHY

- Anılanmert, B., Rona, Z., 2008, "Seramik", Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi, Cilt 3, Yapı Endüstri Merkezi Yayınları
- Boardman, John, 2005, Yunan Sanatı, Çev. Yasemin İlseven, Homer Kitabevi
- Carnegy, Daphne, 1993, "Tin-Glazed Earthenware: From Maiolica, Faience and Delftware to the Contemporary", A & C Black
- Dormer, Peter, 1994, The New Ceramics: Trends+Traditions, Thames and Hudson
- Guidotti, Carmen Ravanelli, XIV-XIX Yüzyıl Faenza Seramiği, Ankara Atatürk Kültür Merkezi, 5 Aralık 1989-3 Ocak 1990, Sergi Tanıtım Yazısı
- Liefkes Reino, Young, Hilary, 2008, Masterpieces of World Ceramics, V&A Publishing
- Vecchio, Mark Del, 2001, Postmodern Ceramics, Thames&Hudson

- 1 Anılanmert, B., Rona, Z., 2008, "Seramik", Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi, Volume 3, Yapı Endüstri Merkezi Publications, p. 1386
- 2 Meydan Larousse. 1972, Meydan Yayınevi, Volume 8, İstanbul, p. 356
- 3 Anılanmert, B., Rona, Z., 2008, "Seramik", ibid. 1387
- 4 Boardman, John, 2005, Yunan Sanatı, Translated by Yasemin İlseven, Homer Printing House, p.100
- 5 Majolika called mayolika in Turkish is one of the decor techniques most convenient for pictures applied by brush on raw glaze once the body derived by tin overglaze before firing of the glaze used for the first time in Italy in 11th and 12th centuries. Faenza, Toscana is one of the most important production centers of majolica. It is known by different names as faience in France and Delftware in England.
- 6 Cipriano Piccolpasso, The Three Books of the Potter's Art, facsimile edition with translation and commentary by R. Lightbown and Alan Caiger-Smith, London, (Scolar Press) from Carnegy, Daphne, 1993, "Tin-Glazed Earthenware: From Maiolica, Faience and Delftware to the Contemporary", A & C Black, London, 33-34
- 7 Anılanmert, B., Rona, Z., 2008, "Seramik", Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi, Volume 3, Yapı Kredi Publications, p. 1390
- 8 Guidotti, Carmen Ravanelli, XIV-XIX Yüzyıl Faenza Seramiği, Ankara Atatürk Kültür Merkezi, December 5, 1989-January 3, 1990, Exhibition Write-Up.
- 9 Liefkes Reino, Young, Hilary, 2008, Masterpieces of World Ceramics, V&A Publishing, p. 72
- 10 <http://www.artsmia.org/ruth-duckworth/preview4.cfm>
- 11 Dormer, Peter, 1994, The New Ceramics: Trends+Traditions, Thames and Hudson, London, s. 220
- 12 <http://www.galeriebesson.co.uk/sofa2007godfrey.html>
- 13 <http://www.ceramics-aberystwyth.com/maria-geszler.html> 18.01.2011
- 14 Vecchio, Mark Del, 2001 Postmodern Ceramics, Thames&Hudson, London, p. 127

Orhan TURAN (*) - İMSAD-İnşaat Malzemesi Sanayicileri Derneği Yönetim Kurulu Eski Başkanı
Former Chairman of the Board of IMSAD-Construction Material Industrialists Association

Bir fırsat penceresi: İnşaat sektöründe nanoteknoloji

Bir şirketin inovasyon kapasitesi ne kadar yüksekse, ürünlerdeki katma değeri artırabilme, verimliliğini artırma, rekabetçiliğini yükseltme, sermaye birikimini sağlama ve bunları yeni yatırımlara dönüştürebilme şansı da o ölçüde yüksek oluyor... Nanoteknolojinin inşaat sektörünün birçok alanında farklı uygulamaları mevcut. Özellikle yapı malzemeleri alanında, mevcut malzemelerin özelliklerinin iyileştirilmesi ve yeni malzemelerin geliştirilmesi gibi birçok fırsat penceresi bulunuyor.

Öyle bir gelecek hayal edelim ki; Türkiye dünyanın en büyük ilk 10 ekonomisi içinde yerini almış. Kişi başına düşen millî gelirimiz 20 bin dolar seviyesinde. "Made in Turkey" damgalı ürünler kendi markalarıyla, özgün tasarımlarıyla ve üst düzey teknolojileriyle tüm uluslararası pazarlarda kendine yer edinmiş. Yeni ve özgün ürünler ve üretim alanları sayesinde yapılan iş yatırımları artmış, istihdam verileri günden güne yükseliyor ve işsizlik, Türkiye'nin öncelikli sorunu olmaktan artık çıkmış. Türk ürünleri artık düşük maliyetleriyle ya da sadece kaliteleriyle değil, kendi markalarıyla, yenilikçilikleriyle, tasarımlarıyla konuşuluyor ve tercih ediliyor. Türkiye hem kendisinin hem de dünyanın öncelikli sorunları olan çevre, sağlık, güvenlik, gıda, enerji gibi alanlarda yenilikçi çözümler üretebilen bir ülke olmuş. Artık deprem bile öncelikli problemimiz olmaktan çıkmış, çünkü tüm yapılarımız yüksek nitelikli yapı malzemeleriyle üretiliyor, eski binalarımızın tümü için de kalıcı, düşük maliyetli ve yüksek teknolojiye dayalı çözümler üretebilmişiz.

Bir de öyle bir gelecek senaryosu düşünelim ki; bugün rakibimiz olan ülkelere karşı rekabet gücümüzü önemli ölçüde yitirmişiz. Çin, Hindistan, Rusya, Polonya, Macaristan, Slovakya gibi ülkeler üretim maliyetini düşürme hedefindeki "verimlilik" odaklı ekonomiler olmaktan çıkıp, "inovasyon odaklı ekonomiler" haline gelmişler. Kendi markalarını ve tasarımlarını üretmekte. Çok uluslu şirketlerin artık sadece üretim faaliyetleri değil, araştırma-geliştirme (ARGE) faaliyetleri de bu ülkelerde yürütülmekte. Bugün Avrupa'da ve tüm dünyada çok önemli bir rekabet gücüne sahip olduğumuz inşaat sektöründe de artık yepyeni, yüksek teknoloji ve yüksek nitelikli yapı malzemeleri kullanılmakta. Oysa biz tüm bu gelişmelerin gerisinde kalmışız ve rekabet gücümüzü günden güne kaybetmişiz. Rekabet stratejimizi halen "düşük iş gücü maliyetine" ve "yüksek kalitede üretime" dayandırmaya çalışıyor, ancak rekabetçilik sıralamasında hızla geriliyoruz.

Bu iki senaryodan ilki bizi ne kadar umutlandırıyor, ikincisi de aynı ölçüde endişelendiriyor. Hepimiz, ülkemizin dünyanın en büyük ekonomileri arasına girebilmesini istiyor ve hedefliyoruz.

On beş yıllık büyük kalite dönüşümü

Şu an on beş yıl önce gümrük birliğine girme sürecindeki sanayi yapısından çok daha güçlü, çok daha kalite-odaklı bir sanayi gücümüz var. Artık birçok sektörde yüksek kaliteli üretim yapıyor ve tüm dünyaya bu ürünlerimizi pazarlayabiliyoruz. Öte yandan, küresel rekabetçi ekonomik yapıda artık rekabet gücünü korumak, sadece kaliteli ve düşük maliyetli üretim yapmakla gerçekleşmiyor. Artık sanayimizin tüm kollarında ve tüm firma ölçeklerinde yeni bir "zihinsel dönüşüm", yeni bir rekabetçilik anlayışına ihtiyacımız var. Bu zihin-

A window of opportunity: Nanotechnology in the construction industry

The higher the innovation capacity of a company, the higher is its chance to increase the value added in its products to enhance its productivity, to raise its competitiveness, to secure capital accumulation and to convert these into new investments... Nanotechnology has different applications in many fields of the construction industry. There are numerous windows of opportunity especially in the field of building materials like improving the properties of existing materials and developing new ones.

Let us dream of a future where Turkey has taken its place among the top ten economies of the world!.. Our per capita national income is at the level of 20,000 Dollars. Products stamped "Made in Turkey" have found a place for themselves in all international markets with their own brands, original designs and state-of-the-art technologies... Business investments have increased thanks to new and original products and fields of production with employment data rising day to day; and unemployment is not the first problem of Turkey any more. Turkish products are now mentioned and preferred not for their low cost or just quality but their brands, innovations and designs. Turkey has become a country capable of producing innovative solutions on fields like the environment, health, security, food and energy which are priority problems of itself and also of the world. Even earthquakes are not our priority problem anymore because all our buildings are constructed using high quality building materials and we have been able to generate permanent and low-cost solutions based on high technology for all of our older buildings. Then let us imagine another future scenario; we have lost our competitiveness against the countries which are our rivals today, significantly. Countries like China, India, Russia, Poland, Hungary and Slovakia have become "innovation-oriented" economies, getting out of being "productivity oriented economies" targeting to bring down production cost. They are producing their own brands and designs. Not only the production operations but also R&D operations of multinational companies are carried out in these countries. In the construction industry where we have significant competitive power in Europe and globally, brand new high technology and high quality building materi-



sel değişimin merkezinde ise, “yeni ürünler, teknolojiler, özgün tasarımlar ve katma değeri yüksek çözümler üretebilme” stratejisi, başka bir deyişle “inovasyon” yatıyor.

“Inovasyon” en genel tanımıyla, ekonomik ve sosyal katma değer yaratan ürün, süreç, organizasyonel yapılanma ve pazarlama yöntemleri anlamına geliyor. Başka bir deyişle yeni bir fikrin inovasyon olarak tanımlanabilmesi için ticari ya da sosyal bir değer yaratabilmesi gerekiyor. Inovasyonlar yepyeni bir ürünün ya da üretim / pazarlama yönteminin ortaya çıkarılması veya mevcut olan ürün veya yöntemlerde önemli ticari kazançlar sağlayacak iyileştirmelerin yapılmasıyla ortaya çıkıyor. Bir şirketin inovasyon kapasitesi ne kadar yüksekse, ürünlerdeki katma değeri artırabilme, verimliliğini artırma, rekabetçiliğini yükseltme, sermaye birikimini sağlama ve bunları yeni yatırımlara dönüştürebilme şansı da o ölçüde yüksek oluyor. Bir ülkenin firmalarının inovasyon kapasitesinin yüksekliği de, o ülkenin rekabetçiliğini, istihdam oranlarını, ekonomik performansını ve sosyal refah seviyesini doğrudan etkiliyor.

Son yirmi yılda küresel ekonomide yaşanan tüm gelişmeler ve artan rekabet koşulları bizlere bir gerçeği çok açık şekilde gösterdi. Artık ürünler ve hizmetler için müşterilerin ödedikleri ücretlerin büyük bir kısmını, o ürünü oluşturan parçaların toplam maliyetleri ya da üretim maliyeti değil, o ürün içerisindeki “katma değer” oluşturuyor. Katma değeri oluşturan en önemli unsurlar ise, o ürünün tasarımı, özgünlüğü, bilgi yoğunluğu, teknoloji içeriği ve marka değeri. Küresel ekonomide rekabetçilik seviyesi en yüksek olan şirketler, katma değeri en yüksek ürünleri üretebilen, rakiplerinden farklılaşan, özgün ve ye-

als are in use. Alas, we are left behind these developments, losing our competitiveness day by day. We are still trying to base our competitive strategy on “low labor cost” and “high quality production”, losing rank rapidly in terms of competitiveness.

As much as the first one of these scenarios gives us hope, the second one makes us anxious at the same level. We all wish and target that our country can be among the largest economies of the world.

Major quality transformation in fifteen years

Presently, we have a much stronger, much more quality-oriented industrial power than our industrial structure during the process of joining customs union just fifteen years ago. Now, in many industries, we are able to produce high quality wares and are able to market these products to the whole world. On the other hand, preservation of competitiveness cannot happen just by high quality and low cost production in the global competitive economic structure. We need a “mental transformation”, a new competitiveness concept in all disciplines of our industry at all company scales. And at the center of this mental transformation lies the strategy of “producing new products, technologies, original designs and high added value solutions”, in other words; “innovation”.

In its broadest definition, “innovation” means products, processes, organizational structures and marketing methods which create economic and social added value. In other words, for a new idea to be defined as innovation, it has to be able to create a commercial or social value. Innovations emerge when a brand new product or production/marke-

nilikçi çözümleri tasarlayabilen ve uygulayabilen şirketler olup; en rekabetçi ülkeler de, “inovasyon-odaklı” ekonomik yapıya geçiş yapabilmiş ve sanayi üretimlerini “bilgi-yoğun” hale dönüştürebilmiş ülkelerdir. Henüz birkaç sene önce tüm sanayi stratejisini düşük iş gücü maliyetlerine dayandırmış olan Çin ve Doğu Avrupa ülkelerinin bile, birkaç sene içerisinde ARGE ve inovasyon kapasitelerini önemli ölçüde artırmayı başardıkları gözlemleniyor.

Ülkemizin birinci senaryoda belirtilen rekabetçilik seviyesine ulaşması, ancak “inovasyon odaklı” sanayi stratejisini ve anlayışını benimsemesi ile mümkün. Aksi halde orta ve uzun vadede mevcut stratejiler ve yönetim anlayışları ile mevcut rekabetçilik düzeyimizi bile koruyamayacağımız açıkça görünmekte. Artık yeni çözümleri, yeni yöntemleri, yeni ürünleri ve yeni teknolojileri geliştirebilen bir ülke olmak zorundayız. Bu konuda günümüzde belki de en geniş uygulama alanlı fırsatlarını sunan teknolojilerinin başında “Nanoteknoloji”nin geldiğini söyleyebiliriz.

Nanoteknoloji nedir?

“Nano”, Yunanca kökenli ve “cüce” anlamına gelen bir kelime olup 1 nanometre “1 metrenin milyarda birini” ifade etmektedir. Nanoteknoloji maddeyi oluşturan atomları kontrol ederek, maddenin fiziksel ve kimyasal özelliklerini değiştirebilmesine ve böylelikle yeni ürünlerin geliştirilebilmesine ve mevcut ürünlerin özelliklerinin önemli ölçülerde değiştirilebilmesine olanak sağlayan bir teknolojidir. Bu kapsamda nanoteknoloji; malzeme bilimi, fizik, kimya, biyoloji, mekanik, elektrik, elektronik gibi farklı disiplinlerden faydalanan disiplinler arası (multidisipliner) bir alan olup, inşaat, otomotiv, gıda, tekstil, sağlık, kozmetik gibi birçok farklı sektörde uygulama alanları doğurabilmekte. Dolayısıyla nanoteknolojiden bahsederken, aslında birçok farklı disiplinden etkilenen ve hemen hemen tüm sektörleri etkileyen jenerik bir teknolojiden bahsediyoruz.

Nanoteknoloji özellikle 1990’ların sonlarından itibaren farkına varılan ve son on yılda birçok farklı sektörde kullanılmaya başlanan bir teknoloji. Nanoteknolojinin endüstriyel ürün pazarında bu hızlı büyüme ve yüksek katma değer yaratma potansiyeli, son on yıllık dönemde ABD, Çin, Japonya, Güney Kore, Almanya, İngiltere gibi birçok ülkenin bu alana özel planlamalar ve yatırımlar yapmasına sebep oldu. İhtiyaç duyulan insan gücünün yetiştirilmesi, üniversitelerdeki nanoteknoloji araştırmalarının sanayi tarafından desteklenmesi ve ticarileşti-



ting technique is set forth or improvements are made to allow significant business earnings on existing products and techniques. The higher the innovation capacity of a company, the higher is its chance to increase the value added in its products to enhance its productivity, to raise its competitiveness, to secure capital accumulation and to convert these into new investments. High innovation capacity of the firms of a country directly affects the competitiveness, employment rates, economic performance and social welfare level of that country.

All developments experienced in the global economy and increasing terms of competitiveness in the last twenty years clearly reveal us a reality. Now, a major portion of the prices paid by customers for products and services is accounted for by not the total cost or production cost of the parts forming that product, but the “value added” in that product. The most important elements comprising value added, on the other hand, is design, originality, knowledge concentration, technological content and brand value of that product. The companies with highest competitiveness in the global economy are companies which can produce the products with the highest value added, which are differentiated from their competitors, which can design and implement original and innovative solutions; the most competitive countries, on the other hand, are those which are able to move to the “innovation-oriented” economic structure, able to transform their industrial production to “knowledge-intensive” state. It is observed that even China and Eastern European countries, which just a few years ago have based their own industrial strategies on low labor costs, have been able to increase their R&D and innovation capacities significantly just in a few years.

Our country’s reaching the competitiveness noted in the first scenario will be possible only if it adopts an “innovation-oriented” industrial strategy and concept. Otherwise, it is clear that we will not be able to preserve even our existing level of competitiveness with the existing strategies and governance concepts for the medium and long-term. Now, we have to become a country which can develop new solutions, new techniques, new products and new technologies. We can easily say that “Nanotechnology” leads those which offer perhaps the broadest fields of application today.

What is nanotechnology?

“Nano” is a word of Greek origin which means “midget” and 1 nanometer denotes “One billionth of one meter”. Nanotechnology is a technology controlling the atoms comprising matter, allowing changing the physical and chemical properties of matter and hence, development of new products and transformation of the properties of existing products significantly. In this context, nanotechnology is a multi-disciplinary field taking advantage of various disciplines like materials science, physics, chemistry, biology, mechanics, electrical and electronic engineering and is able to create fields of application in many different industries like construction, automotive, food, textile, health and cosmetics. Therefore, when we talk about nanotechnology, we talk about a generic technology actually affected by many different disciplines and affecting almost all industries. Nanotechnology is one which was noticed starting from late 1990s, starting to be used in many different industries in the last decade. The potential of nanotechnology for this rapid growth and creation of high value added in the industrial products market caused many countries like the US, China, Japan, South Korea, Germany and UK to make special planning and investments in this field in the last ten-year period. National nanotechnology policies and

rilmesi, araştırmaların finanse edilmesi ve yatırım yapılacak alanların belirlenmesi için, bahsedilen ülkelerin tümünde ulusal nanoteknoloji politikaları ve stratejileri belirlendi.

Ülkemizde ise nanoteknoloji TÜBİTAK tarafından hazırlanan ve 2006 yılında tamamlanan Vizyon 2023 Projesi'nde kapsamlı olarak ele alınmış ve öncelikli alan olarak belirlenmiştir. Son yıllarda da Devlet Planlama Teşkilatı aracılığıyla özellikle Bilkent Üniversitesi, Sabancı Üniversitesi, Koç Üniversitesi, ODTÜ, İTÜ gibi üniversitelere yapılan araştırma merkezi altyapı desteklerinin hızlı bir şekilde arttığı gözlemlenmektedir. Gerekli insan kaynağının yetiştirilmesi amacıyla farklı üniversitelerde nanoteknoloji eğitim içerikleri oluşturulmaktadır. Nanoteknoloji alanında üniversitelerde yapılan çalışmaların ve bilimsel yayınların sayısı da son yıllarda hızlı bir şekilde artmaktadır.

Öte yandan, kamuda ve akademide yapılan bu önemli çalışmalara karşın, sanayide nanoteknoloji alanında yapılan yatırımların ve özgün çalışmaların son derece sınırlı kaldığı ve az sayıda firmanın nanoteknoloji ürünlerini geliştirme, kullanma ve pazarlama yönünde uygulamalar yaptıkları görülmekte. O halde nanoteknoloji devriminin fırsatlarından faydalanabilmek için, sanayimizin ve sanayicilerimizin nanoteknolojiyi en hızlı şekilde anlamasına, öğrenmesine ve nanoteknolojiyi kullanarak yeni çözümler üretmesine ihtiyaç var.

Nanoteknoloji yapı malzemeleri için bir fırsat

Nanoteknolojinin inşaat sektörünün birçok alanında farklı uygulamaları mevcut. Özellikle yapı malzemeleri alanında, mevcut malzemelerin özelliklerinin iyileştirilmesi ve yeni malzemelerin geliştirilmesi gibi birçok fırsat penceresi bulunmakta. Taşıyıcı sisteme ilişkin, nano-işlenmiş beton, daha mukavim ve plastik özellikleri daha yüksek nanokompozit çelik, daha hafif, dayanıklı ve suya mukavim nanokompozit alçı duvar gibi uygulamalar yapılmakta. Koruma amaçlı yüzey uygulamalarında kendi kendini temizleyen, kirlenmeyen, su ve kir tutmayan yüzeylerin geliştirilmesi, yanma geciktiricili nano katkı malzemelerinin kullanımı, antimikrobiyel kaplamalar önemli gelişmeler. Isı, ses ve ışık yalıtımında da, aerojel translusent termal-akustik yalıtım, nanoporoz ses yalıtım malzemeleri, ışık kontrol filmleri ve kaplamalar gibi uygulama alanları bulunmakta.

Nanoteknoloji hem büyük ölçekli işletmeler, hem de KOBİ'lerimiz için tüm yeni teknolojiler gibi birtakım belirsizlikler içermekte. Ancak bu belirsizliklerin ortadan kaldırılması, bu teknolojiyi daha iyi öğrenme ve yapılacak araştırma işbirlikleri ile mümkün olacaktır. Özellikle üniversitelerde ve araştırma merkezlerinde sürdürülmekte olan nanoteknoloji araştırma projelerinden, sanayimizin ticari olanaklar sağlaması gerekmektedir. Benzer şekilde, üniversitelerde yürütülen nanoteknoloji araştırmalarının da, sanayinin hangi alanlarında kullanılabileceği ve ticari değer yaratabileceği konularında sanayiye aktarılmasına ve anlatılmasına ihtiyaç vardır.

Unutulmaması gerekir ki, inşaat sektörünün ve genel anlamda sanayimizin rekabet gücünü artırabilmesi, ancak yeni teknolojiler ve yenilikçi çözümler geliştirebilmesi ve yeni teknolojilerin yaratabileceği olanaklardan faydalanabilmesi ile mümkün olacaktır. Rekabetçi ve katma değeri yüksek bir sektörün temsilcisi olan yapı malzemesi sanayicileri nanoteknolojinin sunduğu fırsatları değerlendirmek için adımlarını atmaya başlıyorlar.

strategies were set in all these countries for development of the needed manpower, support and commercialization by the industry of nanotechnology research in universities, financing of research and determination of areas of investment.

In our country, on the other hand, nanotechnology was dealt with comprehensively in the Vision 2023 project prepared by TÜBİTAK, completed in 2006 and was designated to be a priority field. In recent years, it is observed that research center infrastructure support given to universities like Bilkent University, Sabancı University, Koç University, METU and İTÜ, with the aid of State Planning Organization, is growing rapidly. Nanotechnology education content is formed in different universities to develop the necessary human resources. The number of studies and scientific publications in universities on nanotechnology have been increasing swiftly in recent years as well.

On the other hand, despite these important work carried out in the public and academics segments, it is observed that the investments and original work in the field of nanotechnology in the industry are extremely limited and very few firms are working on developing, using and marketing nanotechnology products. This means that to take advantage of the opportunities afforded by the nanotechnology revolution, our industry and industrialists must understand and learn nanotechnology as fast as possible and produce new solutions using nanotechnology.

Nanotechnology, an opportunity for building materials

Nanotechnology has different applications in many fields of the construction industry. There are numerous windows of opportunity especially in the field of building materials like improving the properties of existing materials and developing new ones. There are applications like nano-processed concrete, nanocomposite steel with higher strength and plastic properties and lighter, stronger and water-resistant nanocomposite plaster walls. On protective surface applications, development of self-cleaning, dirt-free, water and dirt-resistant surfaces, use of nano-additives with combustion delay and anti-microbial coatings are important developments. In the field of heat, sound and light insulation, there are fields of application like aerogel translucent thermal-acoustic insulation, nanoporous sound insulation materials, light control films and coatings. Nanotechnology involves certain ambiguities both for large scale enterprises and also for our SMSEs. However, elimination of such ambiguities will only be possible by learning this technology better and through collaboration in research. Our industry must produce commercial opportunities out of the nanotechnology research projects conducted in universities and research centers. Similarly, there is need for transferring to and explaining to the industrialist in which fields of the industry the nanotechnology research carried out in universities may be used and may create business value.

It should not be forgotten that it will only be possible for the construction industry and our overall industry to increase its competitiveness by use of new technologies and innovation solutions and by taking advantage of the opportunities afforded by new technologies. The building material industrialists which are the representatives of a competitive and high value added industry are starting to take steps to take advantage of the opportunities afforded by nanotechnology.

* Ulusal Nanoteknoloji Girişimi'nin (UNG) çalışmalarının önemli bir aşaması, ulusal öncelikli ihtiyaçlar ve ulusal ekonomideki payları dikkate alınarak belirlenen dokuz farklı sektörde çalışma gruplarının (SÇG) oluşturulması ve bu sektörler için "sektörel nanoteknoloji stratejilerinin" ve "eylem planlarının" hazırlanmasıdır. Bu gruplardan "inşaat ve altyapı" grubu İMSAD'ın koordinasyonunda kuruldu. Başkanlığı İMSAD Yönetim Kurulu Eski Başkanı Orhan Turan ve Eczacıbaşı Yapı Grubu Ar&Ge Direktörü Hidayet Özdemir tarafından yapılan İnşaat Sektörü Çalışma Grubu İMSAD üyelerinden oluşmaktadır.

* An important stage of the National Nanotechnology Initiative (UNG) activities is the formation of task groups (SÇG) in nine different industries designated considering the national priority needs and shares of the national economy and preparation of the "sectoral nanotechnology strategies" and "action plans" for such industries. One of these, the "construction and infrastructure" group was set up under the coordination of İMSAD. The Construction Industry Task Group chaired by İMSAD Former Chairman of the Board Orhan Turan and Eczacıbaşı Building Group R&D Director Hidayet Özdemir comprises of İMSAD members.



Susuz pisuvar ödül getirdi

Water-free urinal brings award

VitrA, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı tarafından düzenlenen 11. Sanayide Enerji Verimliliği Proje Yarışması'nda, su harcamadan hijyen sağlayan "susuz pisuvar" projesiyle ikincilik ödülüne layık görüldü. Eczacıbaşı Yapı Ürünleri Grubu Pazarlama Direktörü Berna Erbilek, "Enerji Verimli Ürün" kategorisinde verilen ödülü, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Taner Yıldız'dan aldı. Berna Erbilek, "Üretirken, tasarlarken ve yönetirken enerji kaynaklarını koruma sorumluluğunun bilincinde bir kuruluş olarak, amacımız, gelecek kuşaklara yaşanabilir mavi bir gezegen bırakmak. Su tasarrufu, VitrA'nın sunduğu komple banyo çözümlerinin çok önemli bir unsuru. Çözümlerin sürdürülebilir olması için, toplu kullanım alanları ve konutlardaki su tüketimini azaltmaya yönelik araştırmalar yapıyor, sertifikalı ürünler sunuyoruz. Bu çalışma ve araştırmaların sonucunda geliştirilen susuz pisuvar projesiyle ödül almaktan mutluluk duyuyoruz" dedi.



VitrA was found worthy of the second prize with the "water-free urinal" project affording hygiene without consuming water in the 11th Project Contest for Energy Efficiency in Industry held by Ministry of Energy and Natural Resources. Eczacıbaşı Building Products Group Marketing Director Berna Erbilek picked up the award given in the energy efficient product category from Minister of Energy and Natural Resources Taner Yıldız. Berna Erbilek said; "As an organization with the awareness of the responsibility of conserving energy resources when producing, designing and managing; our aim is to leave behind a livable blue planet to future generations. Water savings is a very important element of the complete bathroom solutions offered by VitrA. For solutions to be sustainable, we are doing research for reducing water consumption in mass usage areas and homes and we are offering products with certificates. We are delighted to receive this award with the water-free urinal project developed as a result of such studies and research".

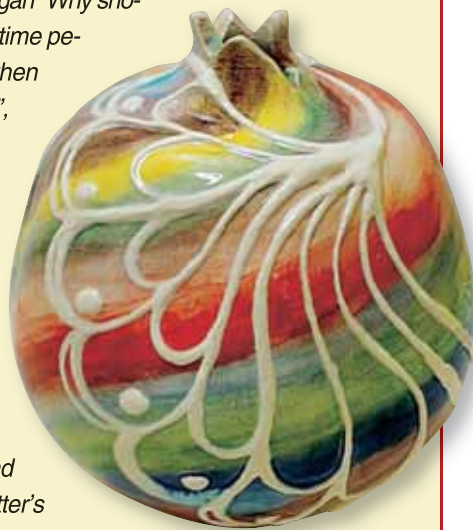
Seramik sanatına ilgi duyanlar için

“Dinlenirken üretebileceğiniz yeni zamanlarınızın konusu neden seramik olmasın” sloganıyla seramik sanatında paylaşımı artırmayı hedefleyen Yıldız Seramik Atölyesi haftanın her günü ve günün her saatinde seramik obje ve dekorlama alanında tasarım ve üretimini tamamen katılımcılarının gerçekleştireceği yaratıcı çalışmalara kapılarını açtı. Yıldız Seramik Atölyesi'nde aynı zamanda alanında uzman/akademisyen eğitmenler eşliğinde güzel sanatlar fakülte-leri hazırlık, torna tezgahında obje tasarım ve yapımı, seramikle elde form geliştirme, heykel ve obje yapımı kursları da başlatıldı. Az sayıda öğrenci sınıflarına bağlı olan eğitimler için kayıtlar kısa bir süre devam edecek.



For those interested in the art of ceramics

Yıldız Ceramic Workshop, which aims to enhance sharing in the art of ceramics under the slogan “Why shouldn't the topic of your new time periods you can generate when resting not be ceramic?”, opened its doors to creative work where design and production is done totally by participants in the field of ceramic objects and decoration, every day of the week and every hour of the day. Also courses were started on preparation for fine arts faculties, design and production of objects on potter's wheel, development of form by hand in ceramic and building sculptures and objects at Yıldız Ceramic Workshop by instructors who are experts/academicians in their fields. Registration for courses affiliated with student classes will be open for a short time.



Kalebodur'a “iF Product Design Award” ödülü

Genç tasarımcı Tamer Nakışçı'nın dokunuşuyla hayat bulan Cube&Dot Serisi, “iF Product Design Award 2011” ödülünü kazandı. Duvar karosu ürün grubu ile yarışan Cube&Dot Serisi, banyo ve sağlık kategorisinde farklılık yaratan en iyi tasarım olarak değerlendirildi. 1 Mart 2011 tarihinde Almanya'nın Hannover kentinde gerçekleştirilen ödül törenine, Kale Grubu Tasarım Yönetimi Danışmanı Sertaç Ersayın ve tasarımcı Tamer Nakışçı katıldı. 1953 yılından bu yana tasarımda üstün kaliteyi simgeleyen ve ürün tasarımının tüm alanlarını kapsayan “iF Product Design Awards” a bu yıl 43 farklı ülkeden katılan bin 121 yarışmacı, 2 bin 756 ürün ile yarıştı. Cube&Dot Serisi, yarışmada ödül alan tüm tasarımların sergilendiği Hannover fuar alanında Mart-Haziran 2011 döneminde yapılacak “iF Product Design Awards Sergisi”nde de yer alacak. Ayrıca, her yıl yarışma kazananlarının yer aldığı ve dünya çapında satılan “iF Product Design Award” kitabında yayımlanacak.

“iF Product Design Award” to Kalebodur

Cube&Dot Series which came to life with the touch of young designer Tamer Nakışçı won the “iF Product Design Award 2011”. Cube&Dot Series, which competed in the wall tile products group, was chosen as the best design making a difference in the bathroom and sanitary ware category. Kale Group Design Management Sertaç Ersayın and designer Tamer Nakışçı attended the awards ceremony held in the city of Hannover of Germany on March 1, 2011. One thousand twenty-one competitors participating in the “iF Product Design Awards” symbolizing superior quality in design since 1953 covering all fields of product design from 43 different countries this year, competed with 2,756 products. Cube&Dot Series will also be at the “iF Product Design Awards Exhibition” to be held in March-June, 2011 at Hannover exhibition grounds where all design winning awards at the competition will be on display. Furthermore, the winners will be featured in the “iF Product Design Award” book published every year.



Seramik sektöründe ilk Enerji Yönetim Belgesi Vitra'nın

Vitra'nın Bilecik Bozüyük'teki tesisi, Türk Standartları Enstitüsü'nün denetimlerinden sıfır hatayla geçerek, Türk seramik sektörünün ilk TS EN 16001 Enerji Yönetim Sistemi belgesine sahip oldu.

Eczacıbaşı Topluluğu'nun kuruluşlarından Vitra, elli yılı aşkın süredir sektörde gerçekleştirdiği öncü çalışmalara bir yenisini ekledi. Vitra'nın Bilecik Bozüyük'teki tesisi, Türk Standartları Enstitüsü'nün denetimlerinden sıfır hatayla geçerek, Türk seramik sektörünün ilk TS EN 16001 Enerji Yönetim Sistemi belgesine sahip oldu. Tesis, seramik sağlık gereçleri alanında dünyanın aynı çatı altında faaliyet gösteren en büyük üretim komplekslerinden biri niteliğini taşıyor. Seramik üretiminin neredeyse tüm aşamalarında enerjinin yoğun olarak kullanıldığını belirten Eczacıbaşı Yapı Ürünleri Grubu Başkanı Hüsamettin Ona, sürdürülebilir bir üretimin ancak enerji kaynaklarının verimli kullanılmasıyla mümkün olabileceğini söyledi. Ona, "2010 yılında üretimde kullanılan enerji miktarını yüzde 5,5 azalttık. Son 15 yılda yapılan tüm yatırım ve iyileştirmeler sonucunda ise toplam yüzde 50 enerji tasarrufu sağladık" dedi.

Seksenli yıllardan bu yana üretim, tasarım ve yönetim süreçlerinde, doğal kaynakları koruma sorumluluğuyla hareket ettiklerini belirten Ona, bu bilinci Blue Life adını verdikleri yaklaşım aracılığıyla tüketicilere ve paydaşlarına anlattıklarını söyledi. Vitra çalışanlarının ürettiği sayısız proje sayesinde, enerji yönetimindeki en yeni ve en gelişmiş uluslararası standart olan TS EN 16001'i almaktan büyük mutluluk duyduklarını ifade eden Ona, "Atık suyu artırarak üç yılda yüzde 35 su tasarrufu, fırınların pişirme sıcaklıklarını düşürerek yüzde 15 enerji tasarrufu sağladık. Bacaların atık ısısından elde ettiğimiz enerjiyi ise üretim için gerekli suyu ısıtmada kullanmaya başladık" dedi.

The first Energy Governance Certificate in the ceramic industry is Vitra's

Vitra's Bilecik Bozüyük plant became the owner of the first TS EN 16001 Energy Governance System certificate of the Turkish ceramic industry, passing Turkish Standards Institute's inspections with zero error.

An Eczacıbaşı Group company, Vitra, added yet another one to the pioneer work it has performed in its industry for more than fifty years. Vitra's Bilecik Bozüyük plant became the owner of the first TS EN 16001 Energy Governance System certificate of the Turkish ceramic industry, passing Turkish Standards Institute's inspections with zero error. The plant is one of the largest manufacturing complexes operating under the same roof in the world in the



field of ceramic sanitary ware. Noting that energy is used intensively in almost all stages of ceramic production, Eczacıbaşı Building Products Group Head Hüsametdin Onaç said that a sustainable production can be achieved only by efficient use of energy resources. Onaç said; "We reduced the amount of energy consumed in production by 5.5 percent in 2010. As a result of the investments and improvements in the last fifteen years, we achieved energy savings of 50 percent in total. Pointing out that since the eighties, they have acted with the responsibility of conserving natural resources in the production, design and management processes; Onaç remarked that they explained this awareness to the consumers and stakeholders through the approach they called Blue Life. Noting that thanks to countless projects generated by Vitra employees, they are extremely delighted to receive TS EN 16001 which is the newest and most advanced international standard in energy governance, Onaç said; "Increasing waste water, we achieved 35 percent water savings and 15 percent energy savings by reducing firing temperatures of kilns in the last three years. We started to use the energy we derive from the waste heat of stacks in heating the water necessary for production".



VitrA'ya iki ödül

VitrA, endüstriye yön gösterecek yaratıcı fikirleri teşvik etmek amacıyla gerçekleştirilen "Design Turkey Endüstriyel Tasarım Yarışması 2010" kapsamında iki kategoride birden ödüle layık görüldü. Ross Lovegrove imzalı Freedom Koleksiyonu, "Üstün Tasarım Ödülü" kategorisinde birincilik ödülüne; VitrA T70 Duş Teknesi ise "İyi Tasarım Ödülü" kategorisinde ikincilik ödülüne layık görüldü. 7 Aralık 2011 tarihinde düzenlenen törende; ödülleri duş teknesinin tasarımcısı Zeynep Balanlı ve VitrA'nın tasarımcılarından Ömer Faruk Yakupoğlu aldı.



Two awards to VitrA

VitrA won awards in both categories on the occasion of "Design Turkey Industrial Design Contest 2010" held to encourage creative ideas to give direction to the industry. Freedom Collection bearing Ross Lovegrove signature won the first prize in the "Superior Design Award" category with VitrA T70 Shower Tank winning the second prize in the "Good Design Award" category. The awards were received by the designer of the shower tank Zeynep Balanlı and VitrA designer Ömer Faruk Yakupoğlu at the ceremony held on December 7, 2011.



Enerji tasarruflu karolar

VitrA, üretim ve kullanım sürecinde enerji tasarrufu yapılmasını sağlayan Photoactive ve Slimetric karoları kullanıma sundu. Fotokatalitik özelliği kazandırılan VitrA Photoactive karolar, kendi kendini temizleyebiliyor. Üretiminden ambalajına, nakliyesinden uygulamasına kadar daha az kaynak kullanılan ve kalınlığı 4,5 mm'ye düşürülen VitrA Slimetric karolar ise karbon emisyonunda azalma sağlıyor. Titanyum dioksitle kaplanarak fotokatalitik özelliği kazandırılan VitrA Photoactive, kendi kendini ve havayı temizliyor, kötü kokuları ve mikroorganizmaları yok ediyor. Gün ışığını daha çok gören dış cephelerin yanı sıra, tüneller, havuz, hastane gibi alanlarda da ideal bir çözüm alternatifini sunan karolar, temizlik için gereken su, deterjan ve enerji tüketimini en aza indiriyor. Anti-mikrobiyel özelliği sayesinde, uygulandıkları yüzeyde mikroorganizmaların yaşamasına izin vermemeyerek bakteri, mantar, küf ve yosun oluşumunu engelliyor. 4,5 mm'lik inceltilmiş yapısı sayesinde uygulama ve taşıma kolaylığı sağlayan VitrA Slimetric karolar, 30x60, 60x60 ve 60x120 cm ebatlarında üretiliyor. Normal karolardan yüzde 50 daha hafif olan karolar, taşırken ve uygularken enerjiden tasarruf etme imkânı sunuyor.



Energy saving tiles

VitrA launched its Photoactive and Slimetric tiles allowing water savings to be achieved in production and usage processes. The VitrA Photoactive tiles equipped with photocatalytic feature may clean themselves. The VitrA Slimetric tiles, for which less resources are consumed from their manufacture to their packing, from their transport to application with a reduced thickness of 4.5 millimeter allow reduction in carbon emission. VitrA Photoactive, which has gained a photocatalytic feature coated with titanium dioxide, cleans itself and the air, eliminating bad odors and microorganisms. Tiles offering an ideal solution choice for exteriors exposed to more daylight and also in areas like tunnels, pools and hospitals minimize the consumption of water, detergent and energy required for cleaning. Thanks to their anti-microbial feature, they prevent buildup of bacteria, fungi, molds or mosses, not allowing microorganisms to live on the surface they are applied to. The VitrA Slimetric tiles affording application and transport ease, thanks to their reduced 4.5 mm builds, are produced in sizes 30x60, 60x60 and 60x120. Tiles, which are lighter than regular ones, offer the chance to save energy during transport and application.



Betsan Mosaix'ten yeni havuz serisi

New pool series from Betsan Mosaix



Betsan Mosaix, havuz tutamakları, kaymaz karolar ve iç kaplamaları ile yeni havuz mozaiklerini kullanıcıların beğenisine sundu. Havuz uygulamalarının vazgeçilmez parçaları olan; yüzde 100 porselen özellikli, 120x245 cm, 245x245 cm ebatlı tutamak, 120x245 cm kaymaz, 120x245 cm merdiven kaymazı, yağmur kanalları ve 15 cm, 20 cm, 25 cm, tek ve çift geçme abs kanal ızgaraları getirdiği fonksiyonlarla da öne çıkıyor. Havuz iç kaplamalarında kullanılan zengin renk ve doku çeşitlerine sahip 25x25 mm, 50x50 mm ebatlarda mat, kaymaz ve parlak yüzeyli cam mozaikler ile havuz çevresi için kaymaz özellikli, farklı yüzey renk ve doku alternatifli 33x33 cm porselen karolar havuz seramiklerine yepyeni bir soluk getiriyor.

Betsan Mosaix offers pool handles, non-slip tiles and interior coatings, and new pool mosaics to the consumers. Hundred percent porcelain, 120x245 cm and 245x245 cm handles, 120x245 cm non-slip, 120x245 cm stair non-slip, rain ducts and 15 cm, 20 cm and 25 cm single and double abs duct drains which are indispensable components of pool applications come to the forefront with the functions they provide. The 25x25 mm and 50x50 mm matt, non-slip and glossy surfaced glass mosaics and 33x33 cm porcelain tiles for pool perimeters with non-slip feature in various surface colors and textures bring a brand new breath to pool ceramics.

Banyo ve mutfaklara üçüncü boyut

Bien Seramik, ana renklerin kombinasyonu ile geniş bir renk skalası elde etmeyi mümkün kılan InkJet teknolojisini kullandığı "Digiline" serisiyle, ıslak zeminlerde kesintisiz ve üç boyutlu bir görünüm sağlıyor. Yeni Digiline serisinde her türlü doğal taş çarpıcı desenlerle bambaşka bir hale büründürülüyor. Karoların kenarlarında ve köşelerinde herhangi bir boşluk bırakmadan tüm yüzeye kesintisiz olarak desen verilebiliyor. Özellikle geçmeli kalıp uygulamalarında özenli bir işçilikle, estetik ve çarpıcı, yekpare mekânlara oluşturulabiliyor. Digital teknoloji, olası ton farklılıklarını da engelliyor. Rölyef yüzeylerin bile kusursuz bir şekilde desenlenmesini mümkün kılan bu teknoloji ile hareketli ve gerçekçi doğal taş görünümü oluşturmada mükemmelliğe ulaşıyor. Mermer desenleri daha farklı, doğal ve çok daha canlı bir görünüme bürünüyor. Klasikten moderne farklı tasarımların yer aldığı Portofino, Kapri, Pelit, Patara, Cordoba, Granada, Ida, Sevilla, Duero, Marbella, Barca ve Tessera serileri bu yeni teknolojinin çarpıcı güzelliğini gözler önüne seriyor. Yeni Digiline serisi; 30x80, 30x60, 30x57.5 30x42.5, 25x50 ve 40x60 santimetre gibi farklı boyutlarla sunuluyor.



Third dimension for bathrooms and kitchens

With the "Digiline" series where the InkJet technology making it possible to obtain a broad color range with the combination of principal colors, Bien Seramik affords an uninterrupted and three-dimensional appearance in wet floors. Any kind of natural stone is turned into a totally different state, thanks to the new Digiline range. Patterns may be applied without interruption to the whole surface without leaving any gaps at the edges and corners of tiles. Specifically in joining mold applications, aesthetic and striking single piece spaces may be created with careful workmanship. Digital technology also prevents any potential tone differences. With this technology making it possible perfect patterning of even relief surfaces, perfection is achieved in creating a moving and realistic natural stone look. Marble patterns take on a different natural and much more lively appearance. The Portofino, Kapri, Pelit, Patara, Cordoba, Granada, Ida, Sevilla, Duero, Marbella, Barca and Tessera series, which feature designs ranging from the classical to the modern, reveal the striking beauty of this new technology. The new Digiline series comes in different formats of 30x80, 30x60, 30x57.5 30x42.5, 25x50 and 40x60 cm.



Seramik karoya yeni yorum...

Dünyaca ünlü carrera mermerinin seramiğe başarılı aktarımı ile oluşturulan Matisse serisini tüketicilerin beğenisine sunan Çanakkale Seramik, mekânlarda büyüleyici bir atmosfer yaratıyor. Mermer görünümlü seramikleri, çarpıcı bordürler ile kombine ederek oluşturulan serinin yüzeyine uygulanan özel parlak sır ile doğal mermer görünümü, kusursuzca yansıtma imkânı sunuyor. Beyaz, fildişi, somon, siyah renklerinde tasarlanan seri, parlak, desenli 30x60 santimetrelik duvar karoları, mat, desenli 33x33 santimetrelik sırlı porselen karoları, 30x60 santimetrelik klasik full dekor, 12,5x60, 6.5x60, 3x60 santimetrelik bordürler, 5x30 santimetrelik doğal taş bordürler, 2x60, 2x59 santimetrelik mat ve parlak metal bordürlerden oluşuyor.



New interpretation for ceramic tile...

Çanakkale Seramik, offering the Matisse series formed through successful transfer of world renowned carrera marble to ceramics to the consumers, creates an enchanting atmosphere in spaces. With the special bright glaze applied to the surface of the series created by combining marble look ceramics with striking border tiles, it becomes possible to reflect the natural marble look perfectly. The series, designed in white, ivory, salmon and black, consists of glossy patterned 30x60 cm wall tiles, matt patterned 33x33 cm glazed porcelain tiles, 30x60 cm classical full decorative tiles, 12,5x60, 6.5x60, 3x60 cm border tiles, 5x30 cm natural stone border tiles and 2x60, 2x59 cm matt and glossy metal border tiles.



Her ihtiyaca uygun banyo dolapları

ECE Banyo her zevke ve ihtiyaca uygun banyo dolapları ile yaşam alanlarına alternatifler sunuyor. Ece'nin Sekura kare lavabosu ile kullanılabilen Bora banyo dolabı, 80 ve 100 santimlik seçenekleri, 4 milimetrelik buhar tutmayan flotal aynasının yanındaki üst dolapla banyodaki kişisel bakım eşyalarının güvenle saklanmasına olanak veriyor. Alt dolapta bulunan çekmeceler yavaş kapanma özelliği ve özel tasarımıyla banyodaki eşyaların güvenle saklamasını sağlıyor. Daha geniş banyolar için üretilen 40 santimlik boy dolabı çekmecelerle aynı forma sahip. Bora, venge doğal kaplama, abanoz doğal kaplama ve beyaz lake olmak üzere üç farklı renkte kullanıcısıyla buluşuyor. Slim banyo dolabı 45, 47 ve 56 santimlik seçenekleriyle küçük banyolara samimi bir görünüm katıyor. Tüm 47 ve 56 santimlik seçeneklerde üstte bulunan buhar tutmayan flotal ayna ile kapatılmış üst dolabı; beyaz meşe, elma ve venge olmak üzere 3 farklı renk alternatifi, daha geniş banyolara özel 35 santimlik boy dolabıyla kullanıcılarına farklı seçenekler sunuyor.

Bathroom cabinets fit for every need

ECE Banyo offers choices to living spaces with bathroom cabinets fit for every taste and need. The Bora bathroom cabinet, which may be used with Ece's Sekura square basin, allows personal care items in the bathroom to be kept safely with its 80 and 100 cm options and the top cabinet beside the 4-millimeter flotal mirror which is steam proof. The drawers in the lower cabinet allow items in the bathroom to be kept safely with their soft closing feature and special design. The 40-cm tall cabinet produced for wider bathrooms has the same form as the drawers. Bora comes to the consumer in three colors as venge natural veneer, ebony natural veneer and white lacquer. The Slim bathroom cabinet adds a profound look to compact bathrooms with its 45, 47 and 56-cm options. The top cabinet, covered with steam resistant flotal mirror which is at the top in all 47 and 67-cm options, offer the consumer different choices with three different color choices as white oak, apple and venge and its special 35-cm high cabinet for more spacious bathrooms.

Üç boyutlu seramikler

Kütahya Seramik, 3 boyutlu seramik koleksiyonu Versatile ile Türkiye’de ve dünyada yenilikler sunmaya devam ediyor. Fonksiyonelliği, değişken ve yaratıcılıkla buluşturan Versatile, çok yönlü kullanımı ile seramik sektöründe yeni bir çağı başlatıyor. Koleksiyon, kullanıcıya aynı karoyla onlarca farklı döşeme seçenekleri de sunan ürün böylece her uygulamayla mekânlara farklı kimlikler kazanıyor. Arc ve Axis olmak üzere iki farklı modelden oluşan koleksiyonun dikkat çeken en önemli özelliklerden biri, her iki serinin birbirinden farklı tasarımlara sahip olmasına rağmen seriler arasındaki geçişin mükemmel bir uyum içinde yapılabilmesi. Koleksiyonun 3 boyutlu olma özelliği, fonksiyonelliği, farklı tasarım seçenekleri ve uygulama kolaylığı ile mimari projelere özgün ve yenilikçi çözümler sunuyor. Koleksiyonun ARC serisi 12,5x29 santimetre, Axis ise 12.5x22 santimetre ölçülerinde kahve, mavi, beyaz, bordo, siyah, krem renklerinde, mat ve parlak doku seçeneklerine sahip.

3-D ceramics

Kütahya Seramik continues to present innovations in Turkey and the world with its three-dimensional ceramic collection Versatile. Bringing functionality together with variability and creativity, Versatile is starting a new age in the ceramic sector with its multi-aspect use. The product, which also offers the collection user tens of different layout choices with the same tile, hence introduces different identities to spaces with each application. One of the most important features of the collection comprising two different models as Arc and Axis is that although each series has different designs, the transition between them can be done in perfect harmony. The three-dimensionality of the collection brings original and innovative solutions to architectural designs with its functionality, different design options and ease of application. The ARC series of the collection comes in 12.5x29 cm with Axis coming in 12.5x22 cm format. The collection offers brown, blue, white, burgundy, black, cream, matt and glossy texture choices.

Mekânları özel kılan SPA keyfi

VitrA, dekoratif ve şık tasarımlı ürünleriyle bulunduğu mekânları özel kılmaya devam ediyor. Evin içinde veya bahçe ya da teras gibi açık alanlarda kullanılabilen VitrA SPA Sistemleri, ergonomik tasarımıyla, SPA deneyimini vazgeçilmez ve kişiye özel hale getiriyor. Şelale akışı, aromaterapi ve renk oyunları gibi konfor sağlayan donanımlarıyla dikkat çeken ürün, gelişmiş filtre sistemiyle, hijyenik ve güvenli bir ortam yaratıyor. Profesyonel işletmelerde kullanılmaya uygun çözümler sunan VitrA SPA Sistemleri, sirkülasyon pompası, ısıtıcı sistemi, ayarlanabilen ses seviye modülü ve kolay kullanımlı kontrol panelleriyle, teknolojinin sınırlarını zorluyor.

SPA enjoyment making spaces special

VitrA continues to make the spaces special with its decorative and elegantly designed products. The VitrA SPA Systems which may be used in homes or outdoor spaces like gardens or terraces make the SPA experience indispensable and personal with their ergonomic designs. The product coming to attention with comforting hardware like water fall, aromatherapy or plays of color creates a hygienic and safe setting with its advanced filtering system. The VitrA SPA Systems offering solutions fit to be used in professional operations push the limits of technology with their circulation pump, heating system, adjustable sound level module and easy-to-use control panels.





Minimal desenli modern seri

Dokusundaki minimal kareler sayesinde yüzeyinde ışıltılı bir strüktür yapı oluşan Kalebodur Soho serisi, farklı açılardan bakıldığında geometrik çizgilerin yarattığı ışık oyunları ile hem iç, hem de dış mekânları sürekli bir devrimin içine çekiyor. Farklı tasarımının yanı sıra kolay temizlenebilme özelliğiyle de ön plana çıkan Soho, porselenin sağlamlığı ile estetiği mükemmel bir şekilde harmanlıyor. Beyaz, fildişi, kahve ve siyah renk alternatifleriyle sunulan seri, 60x60 santimetrelik karolardan oluşuyor. Deseni sayesinde modası hiç geçmeyecek bir tasarım olarak dikkat çeken Soho, ev, otel, kafe, konut, alışveriş merkezi, restoran gibi mekânlarda kullanılabilme özelliği taşıyor.

Modern series with minimal patterns

The Kalebodur Soho series, on the surface of which a glittering structure is built due to the minimal squares in its texture, draws both interiors and outdoor spaces into a continuous movement with the plays of light created by geometrical lines when looked from different perspectives. The Soho, coming to the fore not only with its different design but also its easy-to-clean feature, batches the robustness of porcelain with aesthetics perfectly. The series offered in white, ivory, brown and black color choices comprises 60x60 cm tiles. The Soho coming to attention as a design which will never go out of date, thanks to its pattern, may be used in spaces like homes, hotels, cafes, residences, shopping centers or restaurants.

Selçuklu sanatı evlerde hayat buluyor

The Seljuki art comes to life in homes

Yalnızca Seramiksan tarafından rotodigit teknolojisi kullanılarak üretilen Digiart karoların yeni serileri Selçuklu ve Pandora, farklı renk seçenekleri ile mekânlara estetik değer katıyor. Rastgele efektler ile üç boyutlu yüzeyler üzerine baskı yapılan Digiart karolar, renk ve desen alternatifleriyle tasarımda sınırları zorluyor. Selçuklu ve Pandora serileri de tarihin güzelliklerini ve doğanın zarafetini evlere getiriyor. 30x60 santimetrelik ebatlarıyla Selçuklu serisinde ceviz, akçağaç ve maun renk seçenekleri bulunuyor. Seri, Selçuklu ahşap oyma sanatı olan künde-kârîyi tüm asaletiyle tarihten çıkarıp evlerde yaşıyor. Bej, kemik, gri ve ceviz renk alternatifleri olan Pandora serisi de 30x60 santimetrelik karolardan oluşuyor.

The new series of Digiart tiles Selçuklu and Pandora produced using the rotodigit technology by only Seramiksan brings additional aesthetic values to spaces with its different color options. The Digiart tiles printed on three dimensional surfaces by random effects pushes the boundaries of design with their color and pattern choices. The Seljuki and Pandora series carries the elegance of nature and beauties of history to homes. There are walnut, maple and maun color choices in the Seljuki series with its 30x60 cm format. The series takes künde-kârî, which is the Seljuki wood carving craft, from history, making it reign in homes with all its nobility. The Pandora series, which sports beige, bone, gray and walnut color options, is made up of 30x60 cm tiles.



Dušta yaşanan keyif

Birbirinden farklı ve zengin tasarımlarla yenilenen Artema duş sistemleri, dušta yaşanan deneyimi keyifli, temiz ve güvenli hale getiriyor. Farklı boyut ve formlardaki sistemler, her ihtiyaca uygun seçenekler sunuyor. Maksimum altı farklı akış seçeneği sunan Artema el duşu takımları ve duş başlıkları, ferahlatıcı ve dinlendirici bir duş deneyimine davetiye çıkarıyor. Kolay temizleme özelliği, su kanallarında biriken kireç ve kirlerin kolayca temizlenmesini sağlarken, ürünün ömrünü uzatıyor. Çekmeye karşı dayanıklı olan duş spiralleri, su sızıntısını önlerken, dolanmazlık özelliğiyle güvenle kullanılabilir.

Enjoying showers

The Artema shower systems renewed with rich designs, all different from each other, makes the shower experience pleasurable, clean and safe. The systems in different dimensions and forms offer options fit for every need. The Artema hand shower sets and shower heads offering maximum six different flow options send an invitation to a relaxing and comforting shower experience. The easy-to-clean feature extends the lifespan of the product, while allowing lime and dirt accumulating in water canals to be cleaned easily. Shower spirals resistant to tension prevent water leakage and may be used safely due to their no-tangle feature.

Camın şıklığı banyolarda

ECE, Karin banyo dolabı ile camın ışıltısını beyazın sadeliğiyle buluşturuyor. Kübik ama sade hatlı geometrik yapısı ile estetiği, entegre halindeki cam lavabo ve tezgahla bütünleştiren Karin banyo dolabı, yavaş kapanmalı özelliğe sahip menteşeleri sayesinde sessiz ve ergonomik bir kullanım fırsatı sunuyor. Beyaz rengi ve led aydınlatması ile banyolara hem şıklık hem de ferahlık katan ürün, 80 ya da 100 santimetrelük üç kapaklı alt dolabı ile küçük alanlarda fonksiyonel banyolar yaratılmasına olanak sağlıyor. Karin'in üst banyo dolabında ise buhar tutmayan 4 milimetrelük flotol ayna ve kişisel bakım ürünlerinin koyulabileceği kapaklı bir dolap bulunuyor. Karin'in aynı zamanda büyük banyolar için 40,5 santimetrelük boy dolabı seçeneği de bulunuyor.



Elegance of glass in bathrooms

ECE brings the glitter of glass together with the plainness of white, with its Karin bathroom cabinet. The Karin bathroom cabinet, which integrates aesthetics with glass basins and counter tops with its cubic but plain lined geometrical configuration, offers a quiet and ergonomical usage, thanks to its slow closing hinges. The product, adding both elegance and also spaciousness to bathrooms with its white color and led lighting, allows creation of functional bathrooms in compact spaces with its 80 or 100-cm, three-lid lower cabinet. Karin's upper bathroom cabinet has a steam-free, 4-millimeter flotol mirror and a cabinet with lid in which personal care items may be placed. Karin also offers a 40.5-cm-tall cabinet for large bathrooms.



Doğal taşın kalbi atıyor!

Kale Doğal Taş markası ile seramik sektöründeki deneyim ve uzmanlığını, doğal taş sektörüne de taşıma kararı aldıktan sonra yeni serisi LaVerne ile doğal taşın rafine şıklığını; uzun ömürlü kullanım ve özgün tasarımlarla buluşturuyor. Zengin fosilli yapısının yanı sıra son derece çekici ve dingin renk tonu ile LaVerne serisi, bordürleri ve mozaikleri şık ve uyumlu bir birlikle sergiliyor. Yeni ürün cilalı ve mat yüzey seçeneklerinin yanı sıra 30.5x30.5, 30.5x61, 20x30.5, 10x30.5 santimetrelilik ebatlarıyla farklı döşeme alternatifleri de sunuyor. Türk mermeri, traverten, oniks ve dünyanın dört bir yanından getirilen yüksek kaliteli taşlardan üretilen Kale Doğal Taş, mozaik, bordür, madalyon, lavabo, eskitilmiş, cilalı ve honlu karolardan oluşan geniş ürün gamına sahip. Kale Doğal Taş'ın bir başka yeni serisi Crème de zengin karo ve mozaiklerin yanı sıra, 30.5x61, 30.5x30.5, 20x30.5, 15x30.5, 10x30.5 santimetrelilik ebatlarında farklı döşeme alternatifleri sunuyor.



Heart of natural stone beats!

Kale, after taking the decision to bring its experience and expertise in the ceramic industry to the natural stone sector with the Doğal Taş brand, brings together the refined elegance of natural stone with long life use and original designs with its new series LaVerne. The LaVerne series, in addition to its rich fossil construction also with its extremely attractive and serene color tone, display border tiles and mosaics in an elegant and matching union. The new product, in addition to polished and matt surface options, also offers different laying alternatives with formats of 30.5x30.5, 30.5x61, 20x30.5 and 10x30.5 cm. Kale Doğal Taş, produced from Turkish marble, travertine, onyx and high quality stones brought from all over the world, has a broad product range comprising mosaics, border tiles, medallions, basins, antique, polished and honed tiled. Crème, another series of Kale Doğal Taş, in addition to rich tiles and mosaics, also offers different laying choices with formats 30.5x61, 30.5x30.5, 20x30.5, 15x30.5 and 10x30.5.



Banyolara zarafet geliyor

İdeal Standard'ın Plain Serisi lavabolarıyla kombine edilmiş Pureness banyolara zarafeti getiriyor. İdeal Standard'ın tüm Exclusive ürünleri gibi kişiye özel üretilen Exclusive Decorative Pureness lavabo, üzerindeki farklı desenlerle dikkat çekiyor. 120x45, 100x45, 90x45, 80x45, 70x42 ve 60x42 santimlik seçenekleriyle her banyoya uyum sağlayan Pureness banyolara benzersiz bir güzellik katıyor. İdeal Standard tarafından 120x45, 100x45, 90x45, 80x45, 70x45, 90x42, 70x42, 60x42, 50x42 santimetre ve daha pek çok farklı boyutta üretilen Plain lavabo, banyolara ideal çözümler sunuyor. Tek hazneli, çift hazneli, ortadan hazneli olarak üretilen Plain lavabolar, tezgâh altı ve tezgâh üstü kullanım seçenekleri, özel dekor uygulamalarıyla kişiye özel olarak da çok kısa bir sürede üretilebiliyor.

Elegance comes to bathrooms

Pureness combined with İdeal Standard's Plain Series basins brings elegance to bathrooms. The exclusive decorative Pureness basin custom-made for all exclusive products of İdeal Standard draws attention with its different patterns. Pureness, which matches each bathroom with 120x45, 100x45, 90x45, 80x45, 70x42 and 60x42 cm format choices, adds a unique beauty to bathrooms. The Plain basin produced by İdeal Standard in sizes 120x45, 100x45, 90x45, 80x45, 70x45, 90x42, 70x42, 60x42, 50x42 cm and in many more dimensions offers ideal solutions for bathrooms. The Plain basins produced with single tank, double tank and middle tank choices may be produced in a very short time custom-made with under-counter and counter top usage choices and special decoration applications.

Su tasarrufunda komple çözümler

Kale Banyo, 2,7 litrelik su ile yıkama yaparak yüzde 55 oranında su tasarrufu yapma imkânını sağlayan klozetleri, su tasarrufu ve hijyen sağlayan fotoselli lavabo bataryalarını ve fazla su tüketimini azaltmak hedefiyle tasarlanan sığ küvetleri raflara taşıyarak doğa dostu banyo ürünlerine yeni bir bakış açısı getiriyor. Piyasaya sunduğu banyo ürünlerinde Slim Design olarak adlandırılan, daha az su ve ham madde kullanılmasını destekleyen serileriyle Kale Banyo, klozetin ıslak iç hacmine serpilerek talaş kırıntılarını 0,50 santimetre kareden fazla kuru alan bırakmayacak şekilde temizleyerek Talaş Testi'nden; klozetin içine atılan 12 kullanımlık tuvalet kâğıdının tümünü bertaraf ederek Kâğıt Testi'nden; uluslararası standartlara göre özgül ağırlığı, hacmi belirlenmiş olan 50 adet topu tek bir seferde maksimum 5 adet kalacak şekilde klozetten tahliye ederek Top Testi'nden başarıyla geçiyor. Bu özellikle Kale Banyo'nun Bond, Idea Thin ve Zero serilerinde bulunuyor. İsteğe göre 3 ya da 6 litre su akışı seçeneği sunan, yine isteğe göre durdurulabilen ve ne kadar su gerektiğine tüketicinin karar verebildiği rezervuarlarıyla Kale Banyo klozetlerinde kişi başı yıllık 4 bin 320 litre su tasarrufu sağlanıyor. Kale Banyo küvetleri de alçak formu ve sıradan küvetlere göre sığ uzanma alanı ile otel gibi toplu kullanım alanlarındaki su tüketimini azaltmaya yardımcı oluyor.



Complete solutions for water savings

Kale Banyo, carrying to shelves toilet bowls allowing to save water at the rate of 55 percent by washing with only 2.7 liters of water, its photocell basin taps affording water savings and hygiene and the shallow taps designed for reducing over-consumption of water, introduces a new perspective for nature-friendly bathroom wares. With its series named Slim Design supporting consumption of less water and raw materials in the bathroom products it launches to the market, Kale Banyo passes with flying colors the Saw Dust Test by flushing the fragments of saw dust scattered on the wet insides of the bowl in such a way not to leave a dry area more than 0.5 square cm; The Paper Test by disposing of the 12-use toilet paper chucked inside the bowl entirely; and the Bowl Test by discharging from the bowl at one time leaving maximum 5 behind, 50 bowls, the specific gravities and volumes of which are set to international standards. This feature specifically is found in Kale Banyo's Bond, Idea Thin and Zero series. With its reservoirs offering either 3 or 6 liter water flow options, which may be stopped as desired, where the consumer may decide how much water is needed, Kale Banyo toilet bowls afford water savings of 4,320 liters a year per person. The Kale bathroom tubs, on the other hand, help reducing water consumption in mass usage areas like hotels, with their low forms and shallow reaching areas compared to ordinary tubs.

Doğasever karolar

VitrA Karo'nun, 2010'un popüler çizgilerini yansıtan yeni koleksiyonunda yer alan "Doğasever" teması, doğanın pastel renklerini, teknolojinin metalik yansımalarıyla buluşturuyor. VitrA Karo'nun doğasever temasında yer alan Habitat serisi, doğaya dönüşü simgeliyor. 30x60 santimetre boyutunda karolardan oluşan seri, iri yaprak desenli metalik fonlar ve duvar kağıdı etkisiyle nostaljik bir atmosfer oluştururken, çizgili ve kesme dekorlarla kombinlenerek sayısız döşeme alternatifi sunuyor. Temanın diğer serisi Refresh, metalik yansımaları, doğadan taşıdığı renk ve dokularla mekânlara taşıyor. 20x50 santimetre boyutunda karolar, metalik baskıların dinamizmiyle durağanlığı kırıyor.



Nature lover tiles

The "Doğasever" nature lover theme, which is found in VitrA Karo's new collection reflecting 2010's popular lines, brings together the pastel colors of nature with technology's metallic reverberations. The Habitat series in VitrA Karo's nature lover theme symbolizes a going back to nature. The series comprising tiles of 30x60 cm format, while creating a nostalgic atmosphere with large leaf designed metallic backgrounds and wallpaper effect, offers endless laying alternatives in combination with stripe and cut decor items. The other series of the theme, Refresh, carries metallic reflections to spaces with colors and textures it carries from nature. Tiles of 20x50 cm format break monotony with the dynamism of metallic prints.



Yılda 49 bin litre su tasarrufu

ECE Banyo, tasarım, ergonomi ve tasarrufu yeni Karizma klozet ve bidelerde buluşturarak, yılda 49 bin litreye varan su tasarrufu sağlıyor. Karizma klozetler, ergonomik yapısı ve banyolara ferahlık katan tasarımıyla dikkat çekerken, normal bir klozetin 6 veya 9 litre su tüketimiyle yaptığı temizliği, 3,5 litre ile katı ve 2 litre sıvı ile yapıyor. Duvara sıfır klozet, bu özelliğiyle dört kişilik bir aileye yıllık 49 bin litreye varan su tasarrufu sağlarken, asma ve alttan çıkışlı olarak da üç ayrı tasarımla tüketicisine sunuluyor. Karizma klozet ve bidelere, tüm ECE ürünlerine eklenebilen ABS (Anti Bakteriye Sistem) ve ECS (Easy Cleaning System) de isteğe bağlı olarak takılabiliyor.

Water savings of 49,000 liters a year

ECE Banyo affords water savings reaching 49,000 liters a year, bringing together design, ergonomics and savings in its new Karizma toilet bowls and bidets. While Karizma bowls draw attention with their ergonomic structure and designs adding space to bathrooms, they perform the cleaning achieved by a regular bowl consuming 6 or 9 liters of water, using just 3.5 liters of solid and 2 liters of fluid. The zero to wall bowl, while providing up to 49,000 liters of water savings a year to a family of four with this feature, is offered to the consumer in three different designs as suspended and bottom outflow features. ABS (Anti-Bacterial System) and ECS (Easy Cleaning System) may optionally be installed on the Karizma bowls and bidets like all ECE products.





Günlük yaşamın stresinden duşla kurtulun

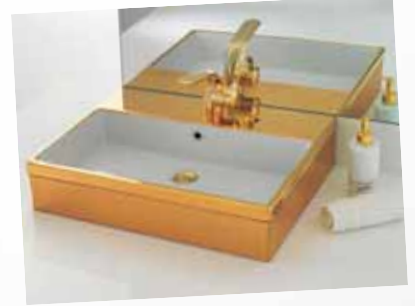
Kale Banyo, farklı boyut ve formlardaki duş sistemleri ile banyoları, gündelik yaşamın stresinden arınma ve yenilenme mekânlarına dönüştürüyor. Kale Banyo Duş Sistemleri; sürgülü üst takımlar, el duşu takımları, duş başlıkları, duş barları, su jeti ve yönlendiricileri, ankastre banyo bataryaları, ankastre duş bataryalarından oluşuyor. SPA keyfini banyolara taşıyan, kare ve yuvarlak olmak üzere iki farklı formda tüketicilerin beğenisine sunulan duş sistemleri hem armatürlerle kusursuz bir uyum sağlıyor, hem de tüketicilerin ihtiyaçlarını eksiksiz bir şekilde karşılıyor. Duş başlığı çekildiğinde değişen akış çeşitleri, easy clean sistemi sayesinde kolay temizlik özelliğiyle mekânlara estetik bir hava da katıyor.

Save yourself from the stress of day-to-day life

Kale Banyo transforms bathrooms into spaces where one can get rid of the stress of day-to-day life and refresh with its shower systems of different sizes and forms. The Kale Bathroom Shower Systems consists of bolted top mechanisms, hand shower sets, shower heads, shower bars, water jets and guiders, built-in bathroom taps and built-in shower tap systems. The shower systems which carry the pleasure of spa to bathrooms offered to the consumers in two different forms as square and round not only display a perfect match with tap systems but also meet the needs of the consumers fully. Types of flow changing when the shower cap is pulled also add an aesthetic atmosphere to spaces with the easy-to-clean system.

Altının klasik çizgisine modern yorum

İdeal Standard altın şıklığını kare formlu Plain lavabonun modern formu ile birleştiriyor. Altının klasik çizgisinin modern yorumu Gold Diamond ile banyonuza taşıyor. Gold Diamond serisi lavabolar 60x40 santimlik boyutuyla kullanıcıya sunuluyor. Lavabonun iç kısmındaki beyaz renk ile Gold Diamond banyolarda seçkin bir görüntü oluşturuyor. İdeal Standard'ın bir başka ürünü olan Oriental Black serisi lavabolar da siyahın ağırlığı dikkat çekiyor. Black Gold ve Black Platinum olarak iki farklı dekor alternatifini sunulan Oriental Black, diğer Exclusive ürünleri gibi Plain serisi lavabolar üzerine uygulanıyor. 95x48, 85x48, 75x48 ve 65x48 santimlik boyutlarla kullanıcıya sunulan Oriental Black serisi, platin ve altın ile siyahın asaletini birleştiriyor.



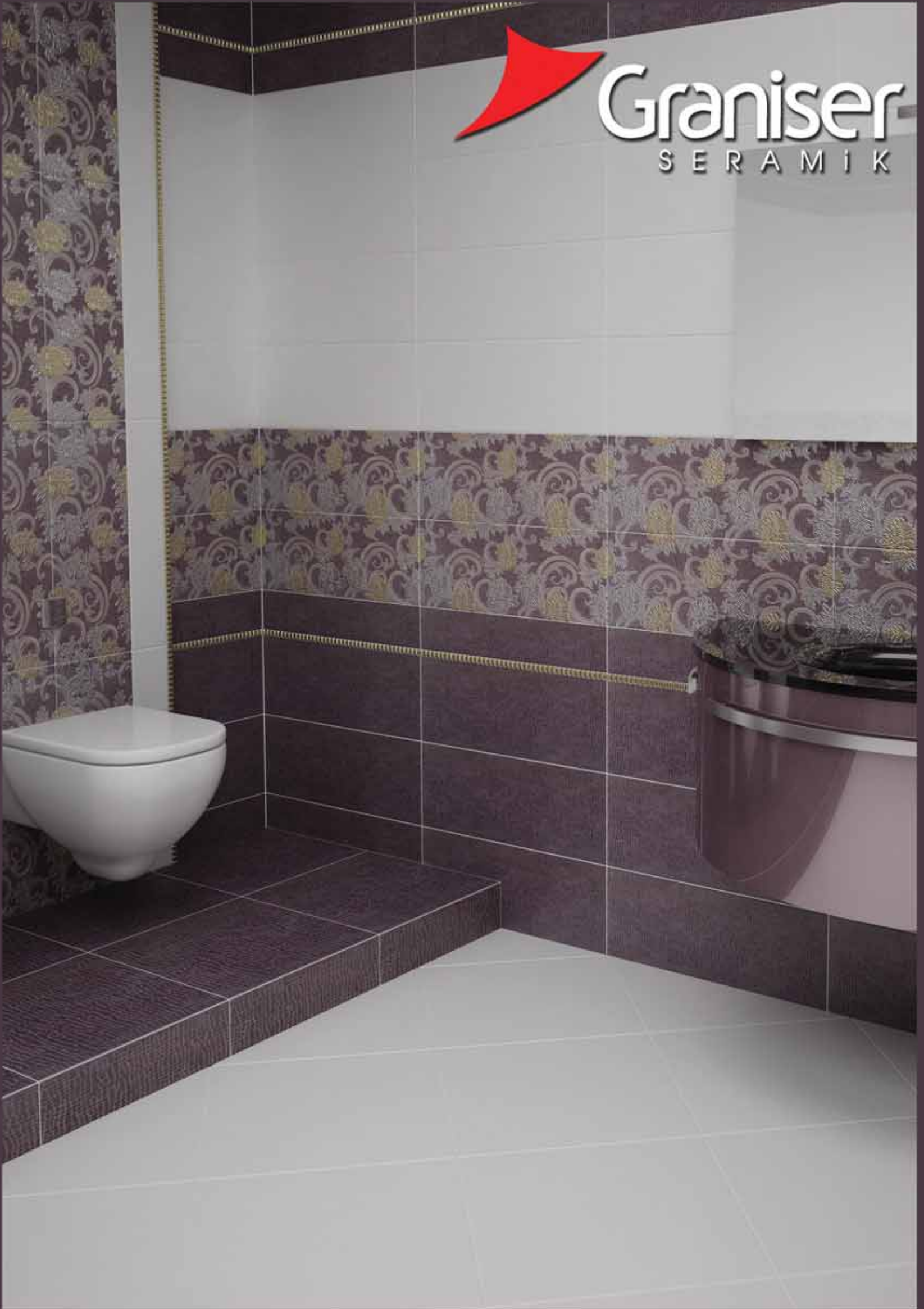
Modern interpretation for gold's classical line

İdeal Standard combines the elegance of gold with the modern form of the square formed plain basin. The modern interpretation of the classical line of gold is carried to your bathrooms with Gold Diamond. The Gold Diamond series basins are offered to the consumer in 60x40 cm format. The white color in the interior of the basin helps Gold Diamond to create an elegant look in the bathrooms. The Oriental Black series basins, which is yet another product by İdeal Standard, come to attention with the predominance of black. Oriental Black, which comes in two different decoration choices as black, gold and black platinum, is applied on plain series basins like other exclusive products. The Oriental Black series, offered to the consumer in formats of 95x48, 85x48, 75x48 and 65x48 cm, merges the nobility of platinum, gold and black.





Graniser
SERAMİK





DIGITAL TILE 2011 KOLEKSİYONU

Doğadaki taş ve mermer dokularından ilham alıyor...

www.egeseramik.com

 **DIGITAL TILE**
by  **EGESERAMİK**