



T.C.

**ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

SERAMİK ANASANAT DALI

**SERAMİK SEKTÖRÜNE YÖN VEREN FUARLAR VE TREND
ÜRÜN İLİŞKİSİNİN KALESERAMİK FABRİKALARI ÖZELİNDE
İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Engin ÇETİN

Tez Danışmanı

Doç. Yeşim ZÜMRÜT

ÇANAKKALE – 2023



T.C.

ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

SERAMİK ANASANAT DALI

**SERAMİK SEKTÖRÜNE YÖN VEREN FUARLAR VE TREND ÜRÜN
İLİŞKİSİNİN KALESERAMİK FABRİKALARI ÖZELİNDE İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Engin ÇETİN

Tez Danışmanı

Doç. Yeşim ZÜMRÜT

ÇANAKKALE – 2023



T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



Engin ÇETİN tarafından Doç. Yeşim ZÜMRÜT yönetiminde hazırlanan ve 30/01/2023 tarihinde aşağıdaki jüri karşısında sunulan “Seramik Sektörüne Yön Veren Fuarlar ve Trend Ürün İlişkisinin Kaleseramik Fabrikaları Özelinde İncelenmesi” başlıklı çalışma, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü **Seramik Anasanat Dalı**’nda **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak oy birliği/oy çokluğu ile kabul edilmiştir.

(Dikkat! “Oybirliği/oy çokluğu” ibarelerinden biri silinmelidir. Bu uyarıyı siliniz.)

Jüri Üyeleri

İmza

Doç. Yeşim ZÜMRÜT
(Danışman)

Doç. Dr. İsim SOYİSMİ

Dr. Öğr. Üyesi İsim SOYİSMİ

.....

.....

.....

Tez No :

Tez Savunma Tarihi : .././20..

.....
İSİM SOYİSMİ

Enstitü Müdürü

.././20..

ETİK BEYAN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kuralları'na uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi taahhüt ve beyan ederim.

.....
Engin ÇETİN
30/01/2023

TEŞEKKÜR

Bu tezin gerçekleŐtirilmesinde, çalıŐmam boyunca benden bir an olsun yardımlarını esirgemeyen saygı değer danışman hocam Doç. Yeşim ZÜMRÜT'e, çalışma süresince tezin çatısını oluŐturan veri desteğini sağlayan Kale Ürün Yönetiminin ve ÜRGE departmanının değerli yöneticilerine, 18 yıl önce katılmış olduğum KALE ailesinin bir ferdi olarak yüksek lisans eğitimim boyunca gereklilikler dahilinde bana saęlamıŐ olduğu destek ve imkanlar için Őirketim KALESERAMİK'e, tüm zorlukları benimle göğüsleyen hayatımın her evresinde bana destek olan eŐim Filiz CAN ÇETİN'e kızım Doğa Güneş ÇETİN'e ve değerli aileme sonsuz teŐekkürlerimi sunarım."

Engin ÇETİN
anakkale, Ocak 2023

ÖZET

SERAMİK SEKTÖRÜNE YÖN VEREN FUARLAR VE TREND ÜRÜN İLİŞKİSİNİN KALESERAMİK FABRİKALARI ÖZELİNDE İNCELENMESİ

Engin ÇETİN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Seramik Anasanat Dalı Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Doç. Yeşim ZÜMRÜT

30/01/2023, 82

1957 yılında Çanakkale'nin Çan ilçesinde kurulan Çanakkale Seramik Fabrikaları'nın kurulduğu topraklarla olan bağı ve kuruluş süreci önemlidir. Ülkeye ve konumlandığı coğrafyaya katkısı büyük olan firma; kalite anlayışı ve hedefleri, yaptığı yatırımlar, sürdürülebilir bir dünya için yaptıkları, kız çocuklarının eğitimine, sanata olan katkısı, geleneksel fabrika bayramları, sosyal ve vb. faaliyetleri ile bir bütündür.

Bu tez çalışmasında, seramik karo üretim sektöründe teknolojik gelişmelerin çok olduğu 2008 yılından günümüze kadar süre gelen dönemde (2008, 2009, 2010, 2015, 2021, 2022 yılları) Kaleseramik Ürün Müdürlüğü bünyesinde hazırlanan fuar raporları rehberliğinde Cersai Fuarı üzerinden trend ürün ilişkisi incelemiştir. Çok sayıda alana hizmet eden fuarlar seramik sektörü açısından da önemlidir. Yurtiçinden dünyanın en büyük 2. Seramik Banyo ve Mutfak Fuarı olan Unicera Fuarı, yurtdışından Cersai, Heimtextil, Coverings, Cevisema Salone del Mobile, Milano Maison &Objet fuarlarıyla ilgi bilgiler verilen çalışmada, Cesai fuarı raporlarıyla yıllara göre (2008-2022 arasında) seramik kaplama malzemeleri konusunda trendlerle şekillenen ürün profilleri incelenmiştir. Öncelikle genel trendler açısından, ardında ebat ve üretim teknolojileri bakımından incelenerek görseller ile yorumlanan konunun bazı bölümlerde Kaleseramik ürünleri de yer almıştır. Metnin içerisinde seramik kaplama malzemeleri; Duvar karosu, yer karosu, slab karolar, porselen olarak ana ürün grupları altında toplanmış, Renk, Tipoloji, Desen, Yüzey, Ebat, Konsept, Dekor, Artizan vb. başlıklar altında trend analizleri yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Trend, Yer karosu, Duvar karosu, Kaleseramik, Seramik sektörü, Kaplama malzemesi, Ürün

ABSTRACT

INVESTIGATION OF THE RELATION BETWEEN FAIRS THAT INFLUENCE THE CERAMIC SECTOR AND THE TRENDING PRODUCTS PARTICULARLY KALESERAMİK FACTORIES

Engin ÇETİN

Çanakkale Onsekiz Mart University

School of Graduate Studies

Master of Thesis in Ceramic

Supervisor: Doç. Yeşim ZÜMRÜT

30/01/2023, 82

The connection between the land and the establishment process of the Çanakkale Ceramic Factories, founded in 1957 in the Çan district of Çanakkale, holds great importance. The company, which has made a significant contribution to the country and the region it is located in, is a whole with its quality understanding and goals, its investments for a sustainable world, its contribution to the education of girls and art, traditional factory festivals, social and cultural events, etc.

This thesis study examines the trend of product relations in the ceramic tile production industry through the Cersai Fair during the period from 2008 to the present, when there have been many technological developments, using the fair reports prepared within the Kaleseramik Product Management during this period (2008, 2009, 2010, 2015, 2021, 2022). Fairs, which serve a large number of areas, are also important for the ceramic sector. The study presents an analysis of product profiles in the ceramic cladding materials market, using reports from the Cersai fair, to examine the trends shaping the industry between 2008 and 2022. The research also provides information on domestic fairs such as the Unicera Fair, the second largest ceramic bathroom and kitchen fair in the world, and international fairs including Cersai, Heimtextil, Coverings, Cevisema Salone del Mobile, and Milano Maison & Objet. Firstly, the general trends are examined and then some sections of the subject are interpreted with images in terms of size and production technologies, including Kaleseramik products. In the text, ceramic cladding materials are grouped under main product groups such as wall tiles, floor tiles, slab tiles, porcelain, and trend analyses are made under titles such as Color, Typology, Design, Surface, Size, Concept, Decor, Artisan, etc.

Keywords: Trend, Floor tile, Wall tile, Kaleseramik, Ceramic sector, Cladding material, Product

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

JÜRİ ONAY SAYFASI	i
ETİK BEYAN	ii
TEŞEKKÜR	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar DİZİNİ	ix
GÖRSELLER DİZİNİ	x

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

1.1. Kaleseramik Fabrikaları	2
------------------------------------	---

İKİNCİ BÖLÜM

SERAMİK SEKTÖRÜNE YÖN VEREN TRENDLER VE FUARLAR	8
---	---

2.1. Trendler ve Kaleseramik	8
2.2. Seramik Sektörüne Yön Veren Fuarlar	14
2.2.1. Heimtextil Fuarı	16
2.2.2. Unicera Seramik, Banyo ve Mutfak Fuarı	16
2.2.3. Salone del Mobile Milano (Uluslararası Milano Mobilya Fuarı)	17
2.2.4. Maison & Objet Fuarı	17
2.2.5. Cersai Fuarı	19
2.2.6. Cevisama Fuarı	20
2.2.7. Coverings Fuarı	21

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

CERSAİ FUARININ 2008-2022 YILLARI ARASI TREND ÜRÜN ANALİZLERİ	23
---	----

3.1. 2008 Cersai Fuarı Trend Ürün Analizi	24
---	----

3.1.1.	Mermer Tipolojisi	26
3.1.2.	Suluboya Trendi	27
3.1.3.	Metalik ve Pırıltılı Yüzey Trendi	28
3.1.4.	Geometrik, Optik Trend	29
3.1.5.	Tekstil Tipolojisi	29
3.1.6.	Ahşap Tipolojisi	30
3.1.7.	Doğal Taş Tipolojisi	31
3.1.8.	Mozaik Trendi	32
3.1.9.	Renk Trendleri	32
3.1.10	Dekor Trendleri	33
3.1.11.	Ebat Trendleri	34
3.2.	2009 Cersai Fuarı Trend Ürün Analizi	35
3.2.1.	Slim Karolar	35
3.2.2.	Dijital Uygulamalar	37
3.2.3.	Klasik Tarz ve El Yapımı Görünümlü Karo Trendleri	37
3.2.4.	Renk Trendleri	38
3.2.5.	Tipolojiler ve Dekorlar	40
3.3.	2010 Cersai Fuarı Trend Ürün Analizi	41
3.4.	2015 Cersai Fuarı Trend Ürün Analizi	43
3.4.1.	Banyo Trendleri	46
3.4.2.	Tuğla Tipolojisi, Rustik ve Balıksırtı Trendleri	47
3.4.3.	Terrazzo ve Grafik Trendleri	49
3.4.4.	Yüzey Trendleri	50
3.4.5.	Üründe Döşeme Trendleri	51
3.4.6.	Ebat Trendleri	52
3.5.	2018 Cersai Fuarı Trend Ürün Analizi	53
3.5.1.	Ebat Trendleri	53
3.5.2.	Renk Trendleri	55
3.5.3.	Tipolojiler ve Dekorlar	57
3.5.4.	Yüzey Trendleri	59
3.5.5.	Üç Boyutlu (3D) Görsellik ve Mozaik Trendleri	60
3.5.6.	Doğa ve Botanik Trendleri	61
3.6.	2021 Cersai Fuarı Trend Ürün Analizi	62
3.6.1.	Duvar Karosu Trendleri	65

3.6.2.	Porselen Trendi	66
3.6.3.	Slab KaroTrendleri	68
3.7.	2022 Cersai Fuarı Trend Ürün Analizi	69
3.7.1.	Duvar Karosu Trendleri	72
3.7.2.	Porselen Trendleri	74
3.7.3.	Slab Karo Trendleri	75

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	
SONUÇ	80

KAYNAKÇA	I
ÖZGEÇMİŞ	III

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo No	Tablo Adı	Sayfa No
	En Tanınmış ve Popüler Trend Firmaları	
Tablo 1	Turan, G. Tasarım Süreçlerinde Trend Çalışmalarının Rolü: Türkiye Örneği, Aysun Ateş Akdeniz, İstanbul Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü	9



GÖRSELLER DİZİNİ

Şekil No	Görsel Adı	Sayfa No
Görsel 1	İbrahim Bodur Temel Atma ve Hat Devreye Alınması Açılışı https://canakkalegundem.net/2021/05/22/anilarda-degil-degerleriyle-yasiyor-172229	2
Görsel 2	65. Yıl Yüzme Yarışması Ödülleri (https://turkiyedeisdunyasi.com/koklerden-goklere-uzanan-uretim-yolculuguna-hiz-kesmeden-devam-ediyor/)	4
Görsel 3	Kaleseramik Kıdem Ödülleri, https://www.gazetecan.com/kaleseramik-60-yil-kutlama-etkinlikleri-sona-erdi/5943/	4
Görsel 4	Atatürk Kültür Merkezi (AKM) “Kırmızı Küre” https://www.kale.com.tr/tr/etkinlikler/kaleseramik-ten-akm-nin-kalbine-gorkemli-imza-kirmizi-kure-rengi-ve-tasarimi-ile-buyuledi	5
Görsel 5	KTSM Açılış Töreni, https://bi-ozet.com/2019/07/29/kale-grubu-istanbuldaki-ilk-genel-merkezini-tasarim-ve-sanata-vakfetti	5
Görsel 6	Görsel Beklenti, Erdal Demirci Kişisel Arşiv	7
Görsel 7	Teknik Beklenti, Erdal Demirci Kişisel Arşiv	7
Görsel 8	2019 Yılı Türkiye Beğeni Haritası, Kişisel Arşiv	12
Görsel 9	2019 Yılı Yurtdışı Trend Analizi, Kişisel Arşiv	12
Görsel 10	Trendler ve Kaleseramik ürünleri, Kişisel Arşiv	13
Görsel 11	Pazar-Müşteri Beklentisi, Marka Vaadi, Sipariş ve Üretim Kriterleri Analizi, Kaleseramik Arşivi	13
Görsel 12	Kale Innovation Tarafından Hazırlanan 2011-12 ve 13-14 Yılları Trendleri, Kaleseramik Arşivi	14
Görsel 13	Maison & Objet, Ocak 2018, Fuar Raporu, Kaleseramik Arşivi	18
Görsel 14	2008 Cersai Örnek Uygulamalar, Kaleseramik Arşivi	24
Görsel 15	Mermer Tipolojisi, Sant’Agustino, 2008, Kaleseramik Arşivi	26

Görsel 16	Suluboya Trendi, Fluid, 2008, Kaleseramik Arşivi	27
Görsel 17	Metalik ve Pırıltılı Görünümler, Kaleseramik Arşivi	28
Görsel 18	Geometrik, Optik Trend, 2008, Kaleseramik Arşivi	29
Görsel 19	Tekstil Trendi Örnekleri, Kaleseramik Arşivi	30
Görsel 20	Ahşap Tipolojisi, Kaleseramik Arşivi	31
Görsel 21	Doğal Taş Tipolojisi, Kaleseramik Arşivi	31
Görsel 22	Mozaik Trendi, 2008, Kaleseramik Arşivi	32
Görsel 23	Renk Trendleri, 2008, Kaleseramik Arşivi	33
Görsel 24	Dekor Trendleri, Kaleseramik Arşivi	33
Görsel 25	Duvar, Yer, Dekor Karolar, 2008, Kaleseramik Arşivi	34
Görsel 26	2009 Cersai Green Marketing, Kaleseramik Arşivi	35
Görsel 27	Slim Karolar, Kaleseramik Arşivi	36
Görsel 28	Dijital Uygulamalar, Kaleseramik Arşivi	37
Görsel 29	Klasik Tarz ve El Yapımı Görünümlü Karolar, 2009, Kaleseramik Arşivi	38
Görsel 30	Duvar Karolarında Renkler, Kaleseramik Arşivi	39
Görsel 31	Yer Karolarında Renkler, Kaleseramik Arşivi	39
Görsel 32	Dijital Desenli Fon Karolar, 2009, Kaleseramik Arşivi	40
Görsel 33	3. Pişirim Dekorlar, Kaleseramik Arşivi	41
Görsel 34	Mermer, Vintage, Ahşap Tipolojisi ve Dijital Teknoloji, Sant'Agostino, 2010, Kaleseramik Arşivi	42
Görsel 35	Renk Trendleri, 2010, Kaleseramik Arşiv	43
Görsel 36	Renk, Altın Kullanımı, Kalıp Etkisi Veren Örnekler, 2010, Kaleseramik Arşivi	43
Görsel 37	Italgraniti Firması Ürünleri, Kaleseramik Arşivi	45
Görsel 38	Revigres Firması Ürünleri, Kaleseramik Arşivi	45
Görsel 39	Ambalaj Tasarımı Örneği, The Bathco, 2015, Kaleseramik Arşivi	46

Görsel 40	70'li Yılların Etkisinde Banyo Tasarımları, Cersai 2015, Kaleseramik Arşivi	46
Görsel 41	Tek Yüzey Trendi, Cersai 2015, Kaleseramik Arşivi	47
Görsel 42	Banyolarda İslı Renkler Trendi, Cersai 2015, Kaleseramik Arşivi	47
Görsel 43	Tuğla Tipolojisi, Cersai 2015, Kaleseramik Arşivi	48
Görsel 44	Balıksırtı Trendi, Cersai 2015, Kaleseramik Arşivi	48
Görsel 45	Rustik Trendi, Cersai 2015, Kaleseramik Arşivi	48
Görsel 46	Terrazzo Etkisi, Cersai 2015, Kaleseramik Arşivi	49
Görsel 47	Grafik Etki, Cersai 2015, Kaleseramik Arşivi	49
Görsel 48	Çizgisel Etki, Cersai 2015, Kaleseramik Arşivi	50
Görsel 49	Yüzey Etkisine Örnekler, Cersai 2015, Kaleseramik Arşivi	50
Görsel 50	Artizan Etki, Cersai 2015, Kaleseramik Arşivi	50
Görsel 51	Döşeme Trendleri, Cersai 2015, Kaleseramik Arşivi	51
Görsel 52	Şerit Döşeme, Cersai 2015, Kaleseramik Arşivi	51
Görsel 53	Ahşap Lambri, Cersai 2015, Kaleseramik Arşivi	52
Görsel 54	Diagonal Döşeme, Cersai 2015, Kaleseramik Arşivi	52
Görsel 55	2015 Cersai Ahşap Ürün Ebatları, Cersai 2015, Kaleseramik Arşivi	52
Görsel 56	2015 Cersai Ebat Trendleri, Kaleseramik Arşivi	53
Görsel 57	2018 Cersai Ebat Trendleri, Kaleseramik Arşivi	54
Görsel 58	2018 Cersai, Büyük Ebat Trendi Örnekleri, Kaleseramik Arşivi	54
Görsel 59	Mekarlarda Bütünsellik Trendi Örnekleri, Kaleseramik Arşivi	54
Görsel 60	Renk Trendleri, 2018, Kaleseramik Arşivi	56
Görsel 61	Siyah Beyaz Slablar, 2018, Kaleseramik Arşivi	57
Görsel 62	Tonal Etki, 2018, Kaleseramik Arşivi	57
Görsel 63	Beton ve Taş Tipolojileri, 2018, Kaleseramik Arşivi	58
Görsel 64	Ahşap Tipolojisi, 2018, Kaleseramik Arşivi	58

Görsel 65	Terrazzo Tipolojisi, Kaleseramik Arşivi	59
Görsel 66	Yüzey Trendleri, Kaleseramik Arşivi	59
Görsel 67	Üç Boyutlu Etki, Kaleseramik Arşivi	60
Görsel 68	Patchwork Trend, Kaleseramik Arşivi	61
Görsel 69	Mozaik Küçük Formatlı ve Retro Stilde Grafiksel Uygulamalar, Kaleseramik Arşivi	61
Görsel 70	Doğa ve Botanik Trend, Kaleseramik Arşivi	62
Görsel 71	2021 Cersai Genel Trendler, Kaleseramik Arşivi	64
Görsel 72	Duvar Karosu Trendleri, Kaleseramik Arşivi	65
Görsel 73	Porselen Trendi, Kaleseramik Arşivi	66
Görsel 74	Porselen Trendine Paralel Kaleseramik Ürünleri, Kaleseramik Arşivi	67
Görsel 75	Slab Karo Trendleri, Kaleseramik Arşivi	68
Görsel 76	Slab Karo Trendlerine Paralel Kaleseramik Ürünleri, Kaleseramik Arşivi	69
Görsel 77	Moodboardlar, Kaleseramik Arşivi	30
Görsel 78	Mix and Match Ambiyanslar, Kaleseramik Arşivi	71
Görsel 79	Renk Trendleri, Kaleseramik Arşivi	71
Görsel 80	Hexagon Formlar, Kaleseramik Arşivi	71
Görsel 81	Çizgisel ve Geometrik Dekorlar, Kaleseramik Arşivi	71
Görsel 82	Derz Uygulamalarının Tasarımın Bir Parçası Olduğu Örnekler, Kaleseramik Arşivi	72
Görsel 83	Yüzeylerde Beyaz Masse Doğallığı ve Homojen Taş Tipolojisi, Kaleseramik Arşivi	72
Görsel 84	Mikro Granilya (a) ve Kuru Aplikasyon (b) Teknolojisi Kullanımı ile Zenginleştirilmiş Yüzeyler, Kaleseramik Arşivi	72
Görsel 85	Farklı Formlarda (a) ve Geometrik Kalıplarda (b) Kuru Aplikasyon Teknolojisi ile Zenginleştirilmiş Yüzeyler, Kaleseramik Arşivi	73

Görsel 86	Metalik/Lüster Sır Kullanımı (a) ve Parlak/Efekt Mürekkep (b) Kullanımı ile Zenginleştirilmiş Yüzeyler, Kaleseramik Arşivi	73
Görsel 87	Farklı Ebatlarda Renk Paletleri, Rölyef, Kaleseramik Arşivi	73
Görsel 88	Porselen Trendleri, Kaleseramik Arşivi	75
Görsel 89	Slab Karolarda Zenginleşen Kullanım Alanları (a-b) ve Parlatma ile DDG Teknolojisi (c-d), Kaleseramik Arşivi	76
Görsel 90	Tuz Biber Masse (a), Genesis Masse Şekillendirme (b) ve Düz – Cement Tipolojiler (c), Kaleseramik Arşivi	77
Görsel 91	Mermer Tipolojisinde Trendler, Kaleseramik Arşivi	78
Görsel 92	Rustik (a), Tropikal (b), Altın (c) Trendlerde ve Desen Takipli (d) Ürünler, Kaleseramik Arşivi	79

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Seramik, insanlık tarihi açısından son derece önem taşıyan bir malzemedir. Tamamen doğal hammaddeler kullanılarak üretilen bir masse ile şekillendirildikten sonra pişirilerek geleneksel yöntemlerle nihai halini almaktadır. Sahip olduğu özellikler açısından su geçirmezliği, dayanıklılığı, aşınmazlığı, hijyenik olması ve dekoratif olması diğer kaplama malzemelerine göre, seramik kaplama malzemesini ayrı bir yere sahip olmasını sağlar.

Çanakkale'nin Çan ilçesinde temelleri atılan Kaleseramik 1957'den bugüne, Türkiye'nin en büyük seramik firmaları arasında yer alır. Alanında tasarım, teknoloji ve vizyon konusunda öncü olan firmanın amacı toplumun her kesimine hitap edecek çeşitlilikte, kaliteli, şık, kullanışlı ürünler geliştirmek ve müşterilerini memnun etmektir.

Kaleseramik hakkında bilgi verilerek başlanılan tez çalışmasının üçüncü bölümünde trend, fuar ve seramik sektörü arasındaki ilişki ele alınmış, ana trendlerin, yenilikçi uygulamaların, teknoloji ve tasarımdaki son sözlerin paylaşıldığı seramik sektörüne yön veren, çok sayıda firmanın, alıcı ve satıcının bulunduğu başlıca fuarlar incelenmiştir. Türkiye'de ve dünyada çok sayıda fuar arasından Kaleseramik tarafından ürün grubu olarak katılım sağlanan ve/veya ürün yönetimi ve ÜRGE departmanlarınca takip edilen, yeni trendlerin ve sektörün analizi noktasında fuar analizleri çıkarılan ve Kaleseramik üretimlerine yön veren fuarlar seçilmiştir.

1983'den beri İtalya'nın Bologna şehrinde gerçekleştirilen ve kendi alanına hakim mimarları, tasarımcıları, şirketleri ağırlayan Cersaie Fuarı seramik sektörüne yön veren en önemli fuarlardan biridir. Kaleseramik Fabrikaları, Yer Karosu, Duvar Karosu, Granit Sinterflex, Dekor, Trim ve Atölye Kale ürünleriyle Cersai Fuarında yer almaktadır. Kendi tarzını oluşturarak bu yarış içerisinde son derece başarılı olan Kaleseramik 'in dönemselsel olarak çalıştığı bazı tasarımcılar, özgün tasarımlarıyla, inovatif ürünleriyle, (sinterflex, atölye kale vb.) farklılık yaratarak sektöre yön verir. Seramik karo üretiminde; teknolojik gelişmelerin, değişen tasarım anlayışının ve görsel etkilerin izlendiği, potansiyel hedef kitlenin belirlendiği fuar analizleri önemlidir. Bu noktada 2008-2022 yılları arasında Cersai fuarlarında, trendlerin teknolojiye, teknolojinin trendlere ve her ikisinin de ürün gruplarına

olan etkisinin örnek ürün grupları üzerinden incelendiği üçüncü bölümde Kale seramiğin Cersai fuar raporları önemli bir veri kaynağı olmuştur.

1.1. Kaleseramik Fabrikaları

Çanakkale'nin Nevruz köyünde doğan İbrahim Bodur'un 1957 yılında 21 yaşındayken Çanakkale'nin Çan ilçesinde kurduğu Çanakkale Seramik Fabrikaları A.Ş. ile temelleri atılan Kaleseramik Fabrikaları, kurucusunun doğduğu toprakların insanı ile birlikte büyüyüp gelişmiştir. Çan ilçesinde çok büyük iş istihdamı sağlayan ve 65 yıldır hizmet veren Türkiye'de seramik sektörünün kuruluşuna ve gelişimine öncülük etmiş bir firmadır. "Kalebodur... Seramik Budur" sloganı ile Türkiye'nin her tarafına yayılan bir başarı öyküsüdür.



Görsel 1. İbrahim Bodur temel atma ve hat devreye alınması açılışı

Kale Grubu Başkanı ve CEO'su Zeynep Bodur Okyay, 65. kuruluş yıl dönümü ve geleneksel Seramik Bayramında yaptığı konuşmada;

Rahmetli İbrahim Bodur'un, Çan'ın kuş uçmaz kervan geçmez günlerinde kurduğu hayaller, büyük emekler, büyük çabalar neticesinde; bugün kolları dünyayı saran, binlerce insanın evine ekmek götürmesine vesile olan bir şirketler grubuna dönüştü. Kendisi nereye varmak istediğini ve şirketimizi gelecekte nerede görmek istediğini çok net ortaya koymuştu. Bize düşen de onun çizdiği vizyonu izlemek ve günümüz şartlarına uyumlandırmak oldu. Üretim, altyapı, ürün, pazarlama, dağıtım ve insan sermayesi konusunda

sürdürülebilir olmak için akıllı yatırımlar yaparak bugünlere geldik. Başarılı bir iş için en tartışmasız unsur, birlikte yol aldığınız insanlardır. Ne mutlu bize ki, aynı yolu yürümekten büyük gurur duyduğumuz, üç kuşaktan çalışanlarımız, iş ortaklarımız, bayilerimiz ve paydaşlarımız oldu. Hepsine şükran borçluyuz. Küresel ve yerel pazardaki tüm zorluklara rağmen yatırım yapma şevkimizi asla kaybetmiyoruz. 2022-2026 döneminde 230 milyon doların üzerinde yatırım yapmayı planlıyoruz. Yatırım odağımızda yurt dışında büyüme, yeni iş alanları, dijital dönüşüm, inovasyon ve sürdürülebilirlik var. Önümüzdeki yıllarda ana faaliyet alanlarımızı destekleyen ve geliştiren katma değeri yüksek iş alanlarına odaklanacağız. Grubumuzun yapı sektöründe malzeme, izolasyon, proje ve uygulama alanlarındaki tecrübesinden güç alarak, çatı ve arazi tipi anahtar teslim güneş enerji sistem tasarımı ve kurulumu faaliyetlerini yürütmek üzere yeni yatırım fırsatlarını araştırıyoruz. Bunun yanı sıra enerji depolama sistemleri, yakıt pilleri ve hidrojen enerjisi gibi önümüzdeki yıllarda yaygınlaşması beklenen ileri enerji çözümlerine yönelik incelemelerimiz de devam ediyor. Köklerden göklere uzanan üretim yolculuğumuzu, güncel gelişmeler ve trendler doğrultusunda faaliyet alanlarımızı çeşitlendirerek sürdüreceğiz (“Yapı”, t.y.), (“Kale Grubu 65. Yaşını Kutluyor”, 2022).

Çan’da seramik karo üretimi dışında, Vitrifiye ve Nakliyat alanında da yatırımları vardır. Günümüzde direk olarak 5000 kişi civarında çalışanı bulunmakla birlikte, birçok alanda bölgesel tedarikçileri de yaşatmaya devam etmektedir. Makine imalatından, malzeme tedarikçilerinden, palet tedarikçilerine kadar öncelikli olarak bölgesel tedarikçileri geliştirerek çalışmalarını sağlamaktadır. Çan ilçesinde nerdeyse her evde, fabrikada çalışan, hatta karı koca geçimini fabrikada çalışarak sağlayan, fabrikada daha önce çalışıp emekli olan insan sayısı çok fazladır. Kaleseramik Fabrikaları Çan’da iş imkânı sağlayarak, memleketlerinde çalışmalarına ve yaşamalarına imkân vermekte, çalışmak üzere bölgeye gelen yeni nüfusla birlikte kurumsal kimliğinin zenginliği içinde bir aile olmayı başaran bir şirkettir. Değerleri, güven yaratma, adil davranma, samimi yaklaşma, tutku ile çalışma, merak etme ve sorumluluk alma olan kurum kendi bünyesinde, il ve ilçede çok sayıda sosyal faaliyete de olanak sağlar. Özellikle 27 Temmuz tarihinde fabrikanın kuruluş yıldönümünde, her yıl seramik bayramı düzenleyerek, çalışanlarına ve bayilerine kıdem ödülleri, konserler, mevlit programları yapmaktadır. Bu etkinlik Türkiye’de yapılan ilk ve tek seramik bayramı etkinliğidir. Bu sayede hem çalışanlarını, bayilerini ve tedarikçilerini hem de bölgede yaşayan halkı memnun ve motive etmektedir. Herkesi bir ağacın dalları gibi birbirine bağlayarak Kale Ailesinin oluşmasını, devamlılığını ve sürekliliğini sağlamaktadır. Teknoloji alanında yeniliklere açık olan Kaleseramik Fabrikası yeni yatırımlarını ve fabrika açılışlarını da bu dönemlerde yapmaktadır.



Görsel 2. 65. yıl yüzme yarışması ödülleri



Görsel 3. Kaleseramik kıdem ödülleri

Kurucusu rahmetli Dr. İbrahim Bodur'un ilke ve görüşleri doğrultusunda, başta eğitim ve sağlık olmak üzere kültür, sanat, bilim ve spor konularında topluma her zaman katkıda bulunan şirketin bu misyonu Kale Grubu Başkanı ve CEO'su Zeynep Bodur Okyay tarafından da devam ettirilmektedir. Bu katkılarını düzenli hale getirmek üzere Dr. İbrahim Bodur Kaleseramik Eğitim Sağlık ve Sosyal Yardım Vakfı'nı kurmuştur. Sanayi yatırımları alanında yapmış olduğu yeniliklerin dışında sanat alanında da yenilikler yapmış bazı dönemlerde güncel konularla bağlantılı olarak yaptığı sempozyumlarla, ulusal ve uluslararası çalıştaylar ve sergiler düzenlemiştir. Bu sergileri yurtiçi ve yurtdışındaki platformlara taşıyarak sanatseverlerin beğenisine sunmaktadır. Genç sanatçılara, okullara Güzel Sanatlar Fakültelerinde seramik eğitimi alan öğrencilere malzeme, staj imkanı ve iş imkanları konusunda yardımcı olmaktadır.

Sanat ve tasarım alanında ortak bir üretim ve öğrenme alanı oluşturmak, sanat, tasarım ve insanı buluşturmak amacıyla, İstanbul Kalkınma Ajansı'nın (İSTKA) desteğiyle Karaköy'deki ilk merkez binasında Kale Tasarım ve Sanat Merkezi (KTSM) hayata geçirilmiştir. Ulusal ve uluslararası sanatçılara ev sahipliği yapan merkezde tasarım ve sanat alanında konuşmalar ve sergiler de düzenlenmektedir.

Şirket bünyesinde kurulan ve bünyesinde duayen sanatçı ve tasarımcılarla birlikte çok sayıda projeye imza atan ayrıca şirketin butik seramik üretimlerinin yapıldığı Sanat Atölyesi ise son yıllarda zenginleşen misyonu ile Atölye Kale markası adı altında yeniden yapılanmıştır. Günümüz tasarım ve trendlerini benzersiz seramik eserlerle yorumlayan Atölye Kale özgün yaşam alanlarında ilham veren ürünlere imza atmaktadır. Sanatı ve zanaatı buluşturan el yapımı seramiklerle kişiye ve mekâna özel tasarımlar sunarken

“İyi Bak Dünyana” hareketiyle sürdürülebilir dünya için sosyal etki yaratan dönüşümlere de öncülük etmektedir.



Görsel 4. Atatürk Kültür Merkezi (AKM) “Kırmızı Küre”

Türkiye'nin kültür sanat hayatının önemli simgelerinden biri olan Atatürk Kültür Merkezi (AKM) içerisindeki ‘Kırmızı Küre’ olarak adlandırılan 2 bin 38 kişilik opera salonunu kaplayan seramik karolar, Atölye Kale bünyesinde üretilmiştir. 15.000 adet 40,2 x 40,2 cm ebatlarda özel üretim piramit şeklindeki 3 farklı modelden oluşan ve tamamen el emeğiyle üretilen karoların üretim sürecinde kadın istihdamına önem verilmiştir. Kaleseramik, Türkiye’deki kadın girişimcileri ve kadın istihdamını desteklerken kız çocuklarının eğitim olanaklarının gelişmesine katkı sağlamaktadır. Hem rengiyle hem de tasarımıyla AKM’ye eşsiz bir katkı sunan kırmızı küre Atölye Kalenin yeni misyonunun da önemli bir örneğidir.



Görsel. 5. KTSM açılış töreni

Kale grubu seramik sektöründe her zaman ilklere imza atmıştır. Yer, Duvar Karosu ve Granit üretimleri dışında Sinterflex üretimiyle 100x300 cm. ebadında 3mm-5mm kalınlığında esnek porselen levhaların üretimine başlamış ve günümüzde 120x360 cm ebatlarına kadar üretim yapmaktadır. Sinterflex üretimi son derece inovatif bir malzeme olup seramiğin kullanıldığı tüm alanda (banyo mutfak) kullanılabilmeyle birlikte, akıllı ev yapımında, binalarda tüm iç ve dış mekanlarda mutfak tezgâhı, mobilya, beyaz eşyaların bazı bölümlerinde de kullanılabilir. Kale grubu makine ve parça imalatı, savunma, kimya, elektrik malzemeleri, enerji, bilişim, nakliye, turizm ve gıda sektörlerinde yatırımlar yaparak, her biri kendi alanlarında lider 17 şirkete sahiptir. Kale Grubu bugün Avrupa'nın 3'üncü, dünyanın 12'nci en büyük seramik karo üreticisi, yapı kimyasalları alanında da Türkiye'nin 1. Avrupa'nın ise 5. büyük şirkettir. Ayrıca havacılık ve savunma sanayinde yatırımları mevcuttur. Bünyesinde, trendleri belirleyen önemli markaları bulduran Kaleseramik, aynı zamanda Avrupa'nın seramik üssü İtalya'ya marka yatırımı yapan ilk Türk, hatta ilk yabancı şirket olmuştur.

1957 yılından itibaren bir başarı öyküsünü sürdürebilmenin gereklilikleri konusunda da çağı, teknolojiyi ve trendleri yakalayan kimi zamanda trendi belirleyen şirketin üretimleri pazar analizleri, sektör analizleri ve kullanıcı talep analizleri ile sürdürülür.

Markaya özel hedeflerin belirlenmesi ve ürünlerin sınıflandırılmasında;

- Yaşayan Sektör Trendlerinin Gözlemlenmesi
- Ulusal - Uluslararası Fuar Organizasyonları
- Bölgesel Pazar Analizleri
- Yazılı - Görsel Yayın Takipleri
- Rakip Ürün Görsel ve Teknik Değerlendirmeleri önemlidir.

Pazar payını büyütürken süreklilik sağlamak için pazar ve ürün ihtiyaçları çok iyi belirlenmelidir. Bu noktada bölgesel pazar analizleri ve ürün ihtiyaçlarının belirlenmesi, takip eden değil takip edilen olmak adına çok kritik bir eşittir.

Kaliteli yaşam unsurlarının belirlenmesi; doku-renk araştırmaları, nihai kullanıcıda fayda getirecek teknik özelliklerin belirlenmesi, mekanlarda yaratılacak farkındalık

çözümleri, rekabetçi ürün tespitlerinin, satış pazarlama tabanlı taleplerin ÜR-GE ye aktarılması gibi talep oluşumundan tasarımın doğuşuna olan süreçler yönetilir.

Ürün ihtiyaçlarının belirlenmesinde görsel ve teknik beklenti değerleri önemlidir.



Görsel 6. Görsel beklenti



Görsel 7. Teknik beklenti

Malzeme ve teknolojinin tasarımla harmanlandığı üretimde yaşayan sektör trendlerinin gözlemlenmesi için ulusal ve uluslararası fuar organizasyonlarının takibi önemlidir. Seramik sektörüne yön veren fuarların ve trend ürün ilişkisinin Kaleseramik özelinde incelenebilmesi için öncelikle trend kavramının ele alınması ve sektördeki son trendlerin göz önüne serildiği fuarların incelenmesi gerekir.

İKİNCİ BÖLÜM

SERAMİK SEKTÖRÜNE YÖN VEREN TRENDLER VE FUARLAR

Bu bölümde sosyal medyada, günlük hayatımızda hemen hemen her alanda maruz kaldığımız, etkilendiğimiz, belki de şekillendirdiğimiz trend kelimesinin anlamı nedir? trendlerin yönettiği sektörler nelerdir? trendlerin belirlenmesinde ve seramik tasarımlara aktarılmasında izlenen yol nasıl ele alınmalıdır? Sektöre yön veren fuarlar nelerdir? Bu fuarların seramik sektörüyle bağlantıları nasıl kurulabilir? sorularına cevap aranmıştır.

Kaleseramik ürünleri fuar analizleri ve o yılın trendleri doğrultusunda farklı bir bakış açısıyla yeniden sınıflandırabilmek adına seramik sektöründe ürün çeşitliliği ve tasarımda özellikle son on yıldır etkisini gösteren trendlerin sunulduğu Cersai, Unicera, Isaloni, Maison Objet gibi fuarlar incelenmiştir.

2.1. Trendler ve Kaleseramik

Günümüzde bir ürünün sadece işlevini yerine getirmesi ve kaliteli olmasının ötesinde pazardaki aynı kategoride yer aldığı diğer ürünler arasından tercih edilebilir olması, dikkat çekmesi, alıcıya hitap etmesi gerekir. Tasarımcılar sadece ürün değil konsept tasarlamakta ve ürünü alan kullanan kişiye kendini özel hissettirmektedir. Bunu yapabilmenin en doğru yolu tasarım sürecine trendlere uygun şekilde imza atılmasıdır.

Daha çok tasarım, sanat, moda, mimari, bilim ve teknoloji gibi alanlarda karşımıza çıkan trend kelimesinin anlamı farklı alanlara göre de değişiklik göstermektedir. Türk Dil Kurumu'nun eğilim olarak belirttiği: “Bir şeyi sevmeye, istemeye veya yapmaya içten yönelme, meyil, temayül” olarak tanımladığı trend, ekonomi ve istatistik alanlarında bir eğrinin yönü olarak tanımlanmaktadır.

İngilizce kökenli bir kelime olan Trend genel olarak bir yön, hareket, eğilim olarak tanımlanabilir. Trend sadece belli alanlara hapsedilmiş bir tanım değil konuşma, yürüme, yemek yeme, giyinme ve yaşam biçimlerinin vb. birkaçını kapsayabilir.

Paul Nystrom'a göre, "Trend belirli bir zamanda hüküm süren ya da geçerli olan bir şeydir; daha az ya da daha fazla bir şey değildir" (Nystrom, 2008:44).

"Trend dinamik bir kavramdır, sürekli değişir ve kesinliği kabul etmeyen bir olgudur" (Descamps, 1980:21).

Kelimenin bir diğer manası da "akım" dır. Belirli bir zamanı kapsayan, belirli alanlardaki değişimleri, oluşumları, etkileşimleri tanımlamak için kullanılır. Trend kavramı, gelecek tahminleri, geleceğe ait uz görüşler ve bu tahmin ve uz görüşlerin çeşitli disiplinler arası çalışmalarla geçmiş ile sentez edilmesi, bu sentez sonucunda kısa-orta ve uzun vadeli tahminler üzerine belirlenmiş dönemlerin ifade edilmesidir (Devrim, 2012:38).

Dünyada trendler üzerine araştırma yapan çok sayıda şirket bulunmaktadır. Bu şirketlerin yaptığı araştırmalar Türkiye'de endüstriyel ürün tasarım sektöründe önde gelen firmaların bu alandan danışmanlarla işbirliği içerisinde hareket ettiği, trend araştırmalarının önem kazandığı yönündedir. Tablo 1 de gösterildiği gibi ticari alanda trendler üzerine yazılı kaynaklar üreten çok sayıda şirket bulunmaktadır. Dünya genelinde, ticari alanda birçok trend araştırması yapan bu şirketler trendler üzerine yazılı kaynaklar üretmektedir. Trend kavramı ile birlikte "Trendsetter" Trend Öncüleri, "Trendhunter" Trend Avcıları", "Trendlab" Trend Laboratuvarları, "Trendwatching" Trend İzleyicileri, "Trendguide" Trend Rehberleri, "Trendscout" Trend Kaşifleri, Kalabalıkla Gelen Yaratıcılık "Crowdsourcing", "Trendy" Geçici Akımlar gibi yeni kavramlar da türemiştir.

Tablo 1	
En tanınmış ve popüler trend firmaları	
Trend Firmaları (Trend Araştırmacıları)	Konum
BrainReserve (Faith Popcorn)	ABD- Newyork
Coolhunting (Josh Rubin)	ABD- Newyork
Iconaculture	ABD - Mn
LPK (Valerie Jacobs)	ABD - Ohio
Lidewij Edelkoort (Lidewij Edelkoort)	Paris
Peclers	Paris
Nelly Rodi	Paris

Tablo 1'in devamı

The Future Lab / LS:N (Martin Raymond)	Londra
WGSN	Londra
Dezeen	Londra
Trend Stop (Jaana Jättyri)	Londra
Trendspotting	Londra
Mintel	Londra
Trendwatching	Londra
Future Concept Lab (Francesco Morace)	Milano
360 (Zuzanna Skalska)	Hollanda
David Report	İsveç
Trend Hunter (Jeremy Gutsche)	Kanada
The Coolhunter (Bill Tikos)	Avustralya

Tasarım süreçlerinde trend çalışmalarının rolü üzerine yapılan bir çalışmada;

Tasarım danışmanlığı veren firma sahibi serbest tasarımcılar daha soyut bir araştırma yaklaşımı benimserken, kurumsal firmalarda çalışan tasarımcılar daha somut bir yaklaşım kullanarak piyasada var olan başarılı ürünleri araştırmaktadır. Bunun temel nedeni kurumsal firmalarda tasarım iş tanımlarının tasarımcılara satış ya da pazarlama departmanlarından gelmesi ve bu iş tanımlarının piyasada satışları yüksek olan ürünlere yönelik olmasıdır.

Bir diğer ek bulgu da Türkiye'deki trend araştırmalarının ne durumda olduğu ile ilgilidir. Türkiye'nin öncü beyaz eşya ve vitrifiye firmalarının son yıllarda yabancı trend araştırmacıları ile çalışmalar yaptıkları görülmektedir. Hatta bazılarının tasarım ekibinde çalıştırmak üzere trend araştırmacısı aradıkları gözlemlenmiştir. Ayrıca büyük bir mobilya fuarı olan ZOW İstanbul 2015 yılında TrendWorks konsepti ile gerçekleştirilmiştir. Bu fuar kapsamında dünyaca ünlü bir trend belirleyicisi olan Lidewij Edelkoort da Türkiye'ye gelmiş ve çeşitli çalıştaylar düzenlemiştir. Bu durum Türkiye'nin trend çalışmaları bakımından farkındalığının kurumsal firmalar düzeyinde artmakta olduğunu göstermektedir (Ateş Akdeniz, 2015).

Bulgular ve onların yorumlarından da anlaşıldığı üzere trend çalışmaları hem içerik olarak hem yapısal olarak tasarım sürecine dahil olabilecek bir yaklaşım taşımaktadır.

Toplumun dilini çözmek isteyen doğru zamanda doğru şekilde farklılık yaratarak başarı elde etmek isteyen firmalar trend araştırmacılarından destek almakta, trendler üzerine yayınları takip etmektedir. Trendler üzerine yapılan yayınlar da ticaret dünyasında giderek popülerleşmektedir. Trendlerin ürünlerde ve sitemlerde doğru kullanılması, geleceğe yönelik trend tahminlerinin iyi yorumlanması sektörün başarısını arttıracak önemli bir dinamiktir.

Analist Vejleegard'a göre trendlerin ortaya çıkmasında, trend olabilecek ürünlerin piyasaya sürülebilmesi için tüketici beklentileri etkilidir. Trend olan biri ürünün yüksek oranda talep göreceği öngörüldüğü için şirketler, trendleri oluşturmak ve yönlendirmek için büyük bütçeler ayırmaktadırlar. Trend analistleri; istatistiksel bilgileri toplamakta ve müşteri hakkında araştırma yapmaktadır. Tasarımcılar, perakendeciler, tekstil, giyim, aksesuar, ev dekorasyon üreticileri ürünlerini sonraki trendi tahmin etme düşüncesiyle geliştirirse rakiplerine karşı avantajlı olmakta ve satış rakamlarını arttırmaktadır (Vejleegard, 2008:6).

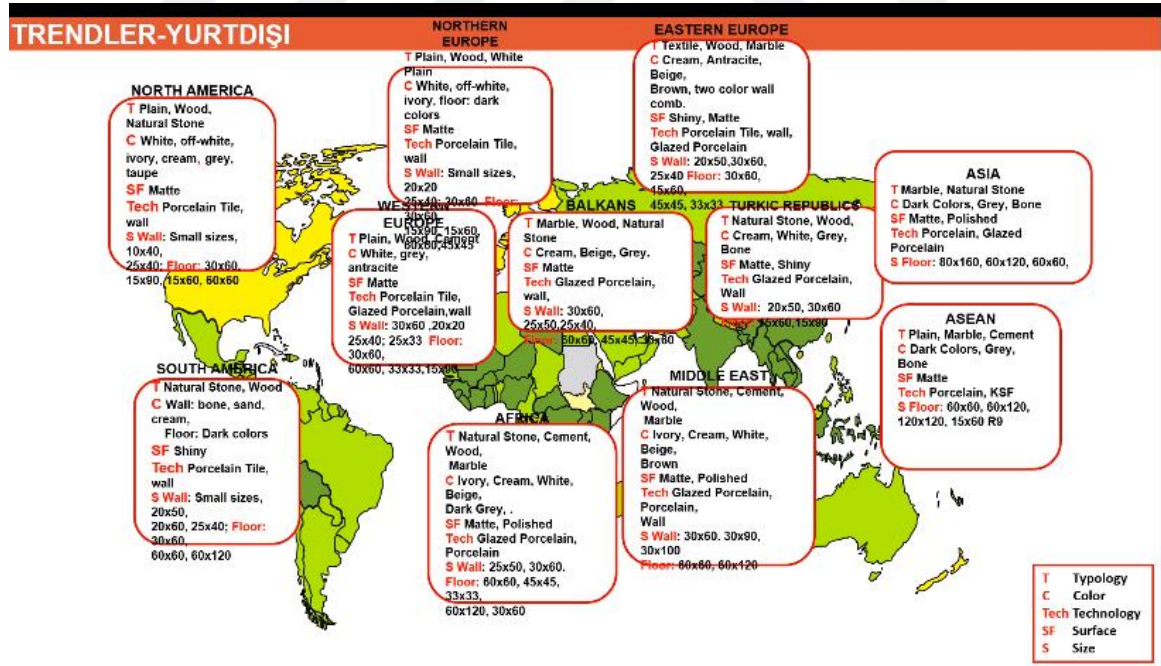
Şirket çalışanları, mevcut trendleri tespit etmek ve ileriye yönelik öngörüler geliştirmek üzere toplumun kültürel, sosyal ve tüketim eğilimleri hakkında ürün geliştirme ve tasarım departmanlarına bilgi veren sunumlar hazırlamakta, tüketicilerin alacağı ürünlerin satış rakamlarını yükseltecek trendleri bulmak için istatistiksel bilgi analizlerini takip etmektedir.

Mevcut ürünlerin geliştirilmesi veya yeni ürünlerin eklenmesi bu raporlarla yön kazanmaktadır. Trendlerin takibi üretici açısından piyasaya sürülen ürünün kar getirmesi anlamına gelir. Karlılığı arttırmak için tüketicilerin bir ürünü almaya yönlendirilebilmesi gerekir. Bu da ancak tüketicinin düşünme ve satın alma alışkanlıklarını etkileme yoluyla mümkündür. Görsel 8'de Türkiye'deki şehirlere göre değişen trendler verilirken, Görsel 9'da yurt dışındaki trend analizleri yer almıştır

TÜRKİYE BEĞENİ HARİTASI 2019



Görsel 8. 2019 yılı Türkiye beğeni haritası



Görsel 9. 2019 yılı yurtdışı trend analizi

TRENDLER-YURTIÇİ YENİ



BANYODAN BEKLENTİLER

Zahmetsizce temizlenebilen ve temizliği görünür bir biçimde yansıtan açık renk ürünler ön plana çıkmaktadır. Gösterişli ve ferah olmasıyla mekanları daha geniş yansıtan pırıllı parlayan yüzeyler tercih edilir.



MAT YÜZEYLER BÜYÜK EBATLAR

Mekani büyük, güvenli ve konforlu gösterecek büyük ebatlara ve mat yüzeylere yönelim vardır.

Banyodan temel beklenti huzur olduğu için doğal görünümlü ürünler ve romantik, dingin renkler ve formlar ön plandadır.



Doğallık (Agresif mermer görünümü)



Doğallık (Doğal taş/görünümlü)



Ahşap görünümlü



Mix and Match



Kombinler

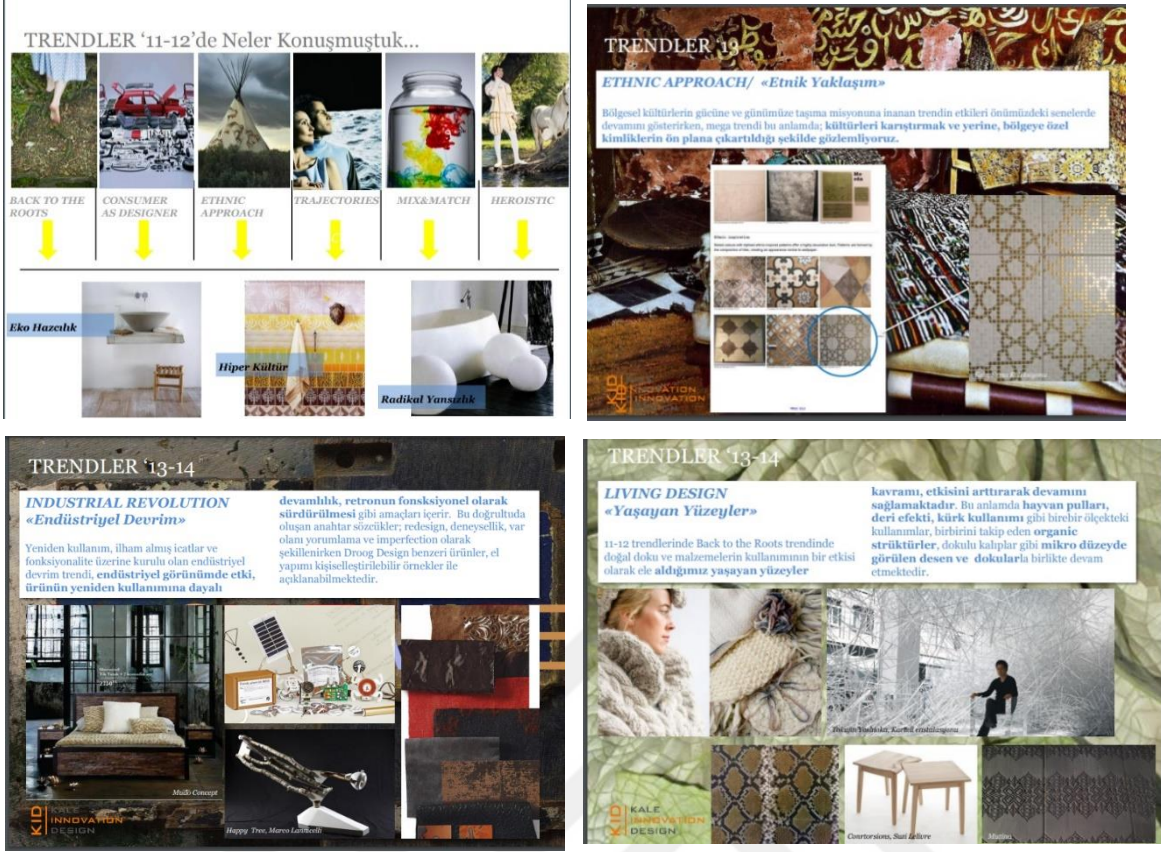


Granitlerin yer ve duvarda birlikte kullanımı

Görsel 10. Trendler ve Kaleseramik ürünleri

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
2	Pazar, müşteri beklentisi, marka vaati, sipariş ve üretim kriterleri analizi		14/10/21	03/02/22	16	0																			
2.1	İç ve dış pazar beğeni ve ihtiyaç haritalarının güncellenmesi		10/14/2021	16/12/21	9	3																			
2.2	Hedef hizmet seviyesinin ortaya konulması (müşteri sınıflandırması, sipariş miktarı, termin süreleri vb)		10/14/2021	16/12/21	9	3																			
2.3	UD sürecinin gözden geçirilmesi (mevcut süreç+teşhir kriterleri)		10/14/2021	16/12/21	9	3																			
2.4	Üretim kapasitesi üzerinde olumlu etki edecek uygulama ve yeniliklerin incelenmesi (ambalaj teknikleri, aplikasyon ortaklaştırma, Hammadde kalite artışı, hazırlama tesisleri, homojen hammadde vb)		16/12/21	03/02/22	7	3																			
3	Üretim Koşullarının Analizi-üretim hat sku kotalarının belirlenmesi		01/02/22	08/03/22	5	0																			
3.1	Üretim kapasitesi ve hedef hizmet seviyesine göre hat/aug bazında optimum sku miktarlarının belirlenmesi (1.mevcut durum 2. planlı yatırımlarla)		01/02/22	08/03/22	5	3																			
4	Ürün Portföyünün Analizi		01/03/22	24/05/22	12	0																			
4.1	Ürün gamının ebat, masse, sır, aplikasyon değişkenlerine göre incelenmesi		01/03/22	29/03/22	4	3																			
4.2	2021 satışlarının aug, ebat, müşteri, marka kriterlerine göre çok yönlü incelenmesi, Vazgeçilecek ebat / müşteri / ürün grubu / segment belirlenmesi		29/03/22	10/05/22	6	3																			

Görsel 11. Pazar-müşteri beklentisi, marka vaadi, sipariş ve üretim kriterleri analizi



Görsel 12. Kale Innovation tarafından hazırlanan 2011-12 ve 13-14 yılları trendleri

Kaleseramik fabrikaları ürün geliştirme ve üretim süreçlerinde de ilgili fuarlar takip edilmekte, ilgili analizler ve trend raporları oluşturulmakta, yurt içi ve dışı üretimlerde ebat, dekor, renk tercihlerindeki farklılıklar gözetilmektedir. Yukarıda sunulan tablolarda farklı tarihlerde hazırlanan yurt içinde ve yurt dışında ülke, bölge, şehirlere göre tercih edilen tipolojiler, renk, teknoloji, yüzey ve ebat analizlerine, trendlere uygun şekilde kale grubunca üretilen ürün analizlerine, pazar- müşteri beklentisi, marka vaadi, sipariş ve üretim kriterleri analizlerine örnek verilmiştir.

2.2. Seramik Sektörüne Yön Veren Fuarlar

Fuar kelimesi TDK da “Belli zamanlarda, belli yerlerde ticari mal sergilemek amacıyla açılan büyük sergi” olarak tanımlanır.

Fuarlar, birçok satıcı tarafından onlarca sektördeki ticari faaliyetlerin bir çatı altında birleştirilip binlerce müşteriye ulaştırıldığı ve belirli tarihlerde düzenlenen büyük pazarlardır. Bu büyük pazarlarda alıcı ve satıcı bilgi

aktarımı sağlamakla beraber alışveriş imkânı da elde etmektedir. Ayrıca bu fuarlar diğer iş insanları ve genel olarak sektörel popülerite düşünüldüğünde büyük bir marka tanıtım fırsatı da sunmaktadır (“odsdanismanlık”, t.y.), (“Fuar Nedir? Yurt Dışı Fuarları Nasıldır?”, 2022).

Özellikle bu kapsamda uluslararası fuarların satıcılara olan katkısı büyüktür. Yurt dışı fuarlarında faaliyet gösteren firmalar farklı bölgelerden binlerce müşteri ve satıcıyla tanışma imkânı ve pazarı analiz etme fırsatı bulmaktadır. Bu sebeple özellikle gelişip büyümek isteyen firmaların bu fuarları takip etmesi, kendilerini dünyaya tanıtımları bakımından atılacak en önemli adımlardan biridir.

Her sektörde, o sektörün nabzını tutan ve yön veren önemli günler, fuarlar düzenlenmektedir. Müşterilerin ve firmaların buluşma noktası olan fuarlar, bu noktada büyük önem taşımaktadır. Firmaların; ekipmanlarıyla, ürünleriyle, çalışanlarıyla misyonu ve vizyonu ile kendini tanıtmaya imkânı bulduğu bu platformlar kimliklerine artı değer kazandırmaktadır. Fuarlar yalnızca müşterilerle iletişimin kurulduğu bir organizasyon olarak görülmemelidir. Müşterilerin yanında rakip analizi yapma ve sektördeki gelişmeleri takip etmede etkili bir görev üstlenmektedir. Seramik sektörünün de takip ettiği ve/veya içinde bulunduğu belli başlı fuarlar vardır. Seramik sektörü olarak; hem diğer sektörler ile ürün paralelliğinin görülebilmesi, hem de kendi ürün gamında da yenilikleri zamanında yakalayıp, yansıtmak adına, trendlere dair veriler elde etmek üzere tekstil, züccaciye, seramik, mobilya vb. fuarlar takip edilmektedir. Fuarlarda görülen renk, doku, desen ve form tarzları ile alınan tasarımcı görüşleri trendlere dair yeni ve doğru kuvvetli veriler sağlamaktadır. Sektör için iç ve dış pazarda rekabet gücünü artırabilmek ve konumunu koruyabilmek için, trendleri zamanında yakalayıp piyasa talebiyle ilişkilendirerek portföy oluşturabilmek oldukça kritiktir. Takip ettiği belli başlı fuarlar; Heimtextil, Cersai, Unicera, Salone del Mobile, Maison & Objet olarak sıralanabilir. Seramik sektörünün ürün yaklaşımlarında trendi yakalamak adına birbirinden farklı sektörleri takip etme şansı veren bu fuarlar, oldukça faydalıdır.

2.2.1. Heimtextil Fuarı

Almanya'nın Frankfurt kentinde Messe Frankfurt tarafından organize edilen ev tekstili, otel ve restoran tekstilleri alanlarında dünyanın en büyük uluslararası ticaret fuarıdır. Ana ürün grupları, perdelik ve döşemelik kumaşlar, duvar kağıtları ve duvar kaplama aksesuarları, güneş koruma sistemleri, mobilya kumaşları ve derileri, yatak ekipmanları, yatak örtüsü, battaniye, yastık, havlu, banyo, halı, paspas ve aksesuarları, mutfak tekstili, masa aksesuar ve dekorasyon malzemeleri üzerinedir.

Görülen renk, doku, desen ve form tarzları ile alınan tasarımcı görüşleri trendlere dair doğru ve yeni kuvvetli veriler sağlamaktadır. Seramik sektörü olarak; hem diğer sektörler ile ürün paralelliğinin görülebilmesi, hem de firmanın kendi ürün gamında da yenilikleri zamanında yakalayıp, yansıtması adına, trendlere dair veriler elde etmek üzere Kaleseramik tarafından da takip edilen önemli bir fuardır.

2.2.2. Unicera Seramik, Banyo ve Mutfak Fuarı

Türkiye'nin en büyük, dünyanın ikinci büyük ihtisas fuarı UNICERA İstanbul-Seramik Banyo Mutfak Fuarı sektörün en yenilikçi ürün, tasarım, malzeme ve teknolojilerine ev sahipliği yapar.

Banyo ürünleri, zemin-duvar kaplamaları, mutfak ürünleri, seramik işleme teknolojileri, dekorasyon ürünleri, ambalajlama, depolama gibi pek çok ürünün sergilendiği fuarda, dünyanın en önemli tasarımcıları o yılın trendlerini belirler. Yurt içi ve yurt dışından gelen özgün boyutlu seramik koleksiyonlar, modern trend tasarımları ve geleneksel seramiklerin modern bakış açısıyla yeniden tasarlandığı ürünler pazarla buluşur.

Kaleseramik tarafından ürün grubu olarak katılım sağlanan, ürün yönetimi ve ÜRGE departmanlarınca takip edilen, yeni trendlerin ve sektörün analizi noktasında fuar analizleri çıkarılan ve Kaleseramik üretimlerine yön veren bir fuardır.

2.2.3. Salone del Mobile Milano (Uluslararası Milano Mobilya Fuarı)

İtalya'nın mobilya ve aksesuar ihracatını teşvik etmek için 1961 yılında Milano'da başlatılan Salone del Mobile Milano (Uluslararası Milano Mobilya Fuarı) yılda bir kez Nisan ayında düzenlenir. Mobilya ve tasarım sektörü için referans niteliğinde olan fuarda küresel pazardaki en dinamik ve yaratıcı şirketlerin 2.300'den fazlası yer alır. Her yıl 370.000'den fazla profesyonel ziyaretçinin katıldığı fuarda duygu, iş, kalite, tasarım, sistem, gençler, iletişim, kültür, Milano ve yaratıcılık temaları öncelikli olup sürdürülebilirlik, biçim ve içerik mükemmelliği, sistemli çalışabilme, gençleri eğitime ve tasarımda kalite önemli dinamiklerdir. Mobilya, ofis mobilyaları, mobilya aksesuarları, aydınlatma, tasarım gibi ana ürün gruplarının sunulduğu fuar özellikle 2019-2020 yıllarında yaşanan pandeminin etkileri sonrasında sürdürülebilirlik odağı ile

Fuar katılımcılarının ve stant tasarımcılarının temel sürdürülebilirlik kriterlerine uymaları amacıyla bir kılavuz serisi hazırladı. Kılavuzda ahşap gibi yeniden kullanılabilir veya geri dönüştürülmüş, düşük çevresel etkili malzemelerin kullanılması; malzemelerin tedarik kaynaklarının sürdürülebilirliği, çevre açısından güvenli ürün ve ekipman kullanılması; malzemeleri, elektriği veya suyu israf etmemek; “uyarlanabilirlik” ve “yeniden kullanım için demontaj” gibi temel ilkeler yer alıyor. Fuar, salonda ortak alanlar oluştururken bu ilkelerin takip edilmesini sağlama sorumluluğunu üstlenecek (“bi-ozet”, t.y.), (“Uluslararası Milano Mobilya Fuarı “Salone del Mobile.Milano” 7-12 Haziran Tarihleri Arasında Düzenlenecek! 2022).

Salone, Kaleseramik tarafından ürün grubu olarak katılım sağlanmayan ancak ürün yönetimi ve ÜRGE departmanlarınca takip edilen, yeni trendlerin takibi noktasında fuar analizleri çıkarılan ve Kaleseramik üretimlerine yön veren bir fuardır.

2.2.4. Maison & Objet Fuarı

1995 yılından itibaren Fransa'nın başkenti Paris de yılda iki kez düzenlenmektedir. Gelecek sezonun trendlerini yansıtan ve içeriğinde ev dekorasyonlarının, en yeni koleksiyonların ve tasarımların sunulduğu uluslararası dekorasyon ve hediyelik eşya fuarıdır.

İçindekiler

- **Fuar ile İlgili Bulgular** (Fuar katılımı sayısı, fuar içeriği, fuar sektörü genel bilgi)
- **Fuar Ana Trend Bilgisi & Görseller** (Malzeme, stil, renk, tasarım, doku)
- **Fuardaki Yenilikler & Görseller** (Yenilikler)
- **Fuar Katılımı Özet Sonucu** (Fuar katılımı ile yeni uygulama, ürün, tarz, tasarım, teşhir gibi konularda öğrenip uygulamayı planladığımız noktalar)

*Kale

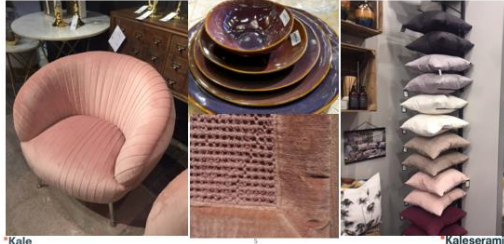
2

*Kaleseramik

Trendler - Renkler

Pastel

Pastel tonların şarap rengi ile mor arasında geniş bir renk skalasında, kadife dokularda, parlak yüzeylerde, seramik, ve ev aksesuarlarında kullanımı oldukça yaygındır.



*Kale

*Kaleseramik

Trendler - Desen

Tropikal ve Botanik

Yeşilli mekanlara taşıyan tropikal, botanik akımı yaklaşımı ve doğaya dönüş felsefesi fuarda sergilenen tasarımların ortak noktalarından biriydi. Duvar kağıtlarında tropikal desenlerin kullanımı güçlü trendler arasındaydı.



*Kale

9

*Kaleseramik

Alternatif Ürün

Tile Sticker

Sticker karoların çeşitli geometrik, pudra renklerde, modern, otantik tasarımlarıyla birlikte sunulması dikkat çekmiştir.



*Kale

28

*Kaleseramik

Trendler - Malzeme

Doğaltaş

Damarlı ve çeşitli renklerde doğaltaşın farklı uygulamalarda (sandalye arkası) ve obje tasarımlarında kullanımı dikkat çekiyordu.



*Kale

56

*Kaleseramik

Trendler - Yüzey

Metallik & Oksit

Özellikle aydınlatma aksesuarlarında olmak üzere metallik, oksitlenmiş yüzey tasarımı yoğundu.



*Kale

20

*Kaleseramik

Görsel 13. Maison & Objet, Ocak 2018, Fuar Raporu

Mobilya, kumaş ve diğer ev tekstil ürünleri, dekorasyon ve hediyelik eşya ürünleri, sofra ürünleri (porselen, cam, tekstil, vs.), ünlü tasarımcılara ait tasarımların detaylarını hedef kitle ile buluşturur. Lüks yaşam tarzına hitap eden markaların ürün ve hizmetlerinin yanı sıra, yeni trendler üzerine keşiflerin paylaştığı atölyeler, fuarın öne çıkan yanlarındandır.

Tasarımcılar, dekoratörler, mimarlar, mağaza yöneticileri ve dünyanın dört bir yanından gelen seçkin katılımcılara onların ürünleri ile buluşma fırsatı sunar. Sergilenen ürünler, özel trend alanları ve seminerleri sayesinde geleceğin ev dekorasyonu konseptinin yakalanabileceği dünyanın önde gelen dekorasyon fuarındır.

Kaleseramik tarafından ürün grubu olarak katılım sağlanmayan ancak ürün yönetimi ve ÜRGE departmanlarınca takip edilen, yeni trendlerin takibi noktasında renk, desen, doku, yüzey, malzeme gibi başlıklarda fuar analizleri çıkarılan ve Kaleseramik üretimlerine yön veren bir fuardır. Görsel 13 de Kaleseramik departmanlarınca hazırlanan Maison & Objet Ocak 2018 fuar raporu örnek olarak sunulmuştur.

Kaleseramik bünyesinde özgün yaşam alanlarına ilham veren ürünler tasarlamak, sanatı ve zanaatı buluşturan kişiye ve mekana özel el yapımı seramikler üretmek gibi hedefleri olan Atölye Kale için Maison & Objet fuarı takibi öncelikli olan ve bizzat katılım sağlanabilecek fuarlardan biri olmuştur.

2.2.5. Cersai Fuarı

İtalya'nın Bologna şehrinde gerçekleştirilen Cersaie, uluslararası bir seramik fuarıdır. Düzenlenen seramik fuarları arasında en büyük banyo mobilya ve seramik karo fuarı denebilir.

“EDI.CER, başlangıçta neredeyse yalnızca yayıncılığa odaklanmış olmasına rağmen, 1983'ten beri her yıl Bologna sergi merkezinde düzenlenen CERSAÏE – Uluslararası Seramik Karo ve Banyo Mobilyaları Fuarı sergisini de düzenledi” (“Cersaie”, t.y.), (“The organiser”, 2022).

Kendi alanına hakim mimarları, tasarımcıları, şirketleri ağırlayan fuarda markalar ürünlerini sergilemekte, gelen insanlar ile iletişim kurulmakta, müşteriler ile buluşmaktadır. Şirketlerin böyle bir fuarda bir araya gelmesi, ayrıca rekabeti güçlendirmektedir. Bu fuar sayesinde seramik sektöründeki son trendler takip edilebilmektedir. Şirketler yapmış oldukları ürünleri sergilemekte, müşteri bulabilmektedir.

“Fuarda, Seramik Fayans, Sıhhi tesisat, Banyo mobilyaları, Şömineler, seramik sobalar, kiremitli mutfaklar, Ham maddeler, seramik, malzeme ve montaj sergi salonu araçları için donatım seramik ürünler, servis faaliyetleri için ekranlar sergilenmektedir” (“Fuarsepeti”, t.y.), (“Cersaie Bologna”, 2023).

Her yıl başarılı şekilde düzenlenen Cersaie fuarı, pandeminin sebep olduğu zorlu koşullar nedeniyle 2020 senesinde yapılmamıştır. Pandemi sebebiyle dünya çapında ekonomik kriz ve zorluk yaşayan işletmeler, fabrikaların bazıları kapanmak zorunda kalmış daha sonra açılışlar da toparlanmaları zaman alacağı ön görülmüş ve bazı firmalar da fuara katılamayacağı için düzenlenecek olan Cersaie 2021 yılına ertelenmiştir.

2022'ye gelindiğinde 26-30 Eylül tarihleri arasında Bologna fuar merkezinde düzenlenen Cersaie'ye 90.000'den fazla kişi katılım göstermiştir. 624 firmanın katıldığı fuara seramik karo sektöründen 354 firma katılmıştır. Bu firmalardan 30'u Türk firmasıdır.

Kaleseramik tarafından ürün grubu olarak katılım sağlanan, ürün yönetimi ve ÜRGE departmanlarınca takip edilen, yeni trendlerin ve sektörün analizi noktasında fuar analizleri çıkarılan ve Kaleseramik üretimlerine yön veren bir fuardır.

2.2.6. Cevisama Fuarı

Uluslararası seramik karo fuarı olan Cevisama her yıl, Feria Valencia Fuarı'nda düzenlenmektedir. Fuar ilk kez 1983'te kurulmuştur. Kurulduğu tarihten itibaren sektörde ismini başarılı biçimde duyurmuş ve hızlıca büyümüştür. Fuarda seramik karo dışında alt sektörünü ilgilendiren frit, tuğla, hammadde, kiremit, sır gibi ürünler de sergilenmektedir. Ürün sergilemenin dışında son trendlerin takip edilebildiği fuarda etkinlikler, yarışmalar ve sergiler de düzenlenir. Başarılı şirketlerin ve insanların yer aldığı bu ticari fuarın alanı da oldukça geniştir. Kurulduğu zamandan bugüne kadar 2021-2022 seneleri dışında her yıl düzenlenmeye devam etmiştir. Organizatörler, pandeminin olumsuz etkilerinin devam etmesinin sonucu olarak ticari ziyaretçilerin zarar görebileceğini ön görüp 2021'de sergilenecek olan fuarı iptal etme kararı almıştır. Ticaret odaları, küresel çapta yaygın olan salgının devam etmesinden dolayı 2021'in başarısını gölgede bırakabileceği ve birçok uluslararası katılımcının zarar görebileceğini söylemiştir. Cevisama başkanı Manuel Rubert da benzer cümleler kullanmıştır. Fuarın korona sürecinden dolayı 2022'de kurulmasına karar vermiştir.

2022 yılında Ukrayna savaşından dolayı yaşanan şiddetli enerji krizi Cevisama'nın iptal edilmesine sebep olmuştur. Mevcut belirsizliğin devam etmesiyle beraber Ukrayna'nın

kil tedariginde problemler oluşmuş ve gaz fiyatları da yükselmiştir. Bu sorunların oluşması İspanyol seramik şirketlerinin üretimi durdurmasıyla ve iş gücünün azalmasıyla sonuçlanmıştır.

Sıradaki fuarın 27 Şubat - 3 Mart 2023 tarihleri arasında yapılması planlanmaktadır. İki yılın ardından 2023'te yapılacak ve 120.000 m2'den fazla alan kaplayacak olan Cevisama, karo endüstrisini kapsamayı, son trendlerin takip edilebilecek bir yer olmasını ve atölyeler, yarışmalar, canlı gösteriler ile benzersiz bir program sunmayı planlamaktadır. Cevisama ayrıca banyo tasarım, seramik tasarım ve iç tasarım yarışmaları yapacağını duyurmuştur.

Kaleseramik tarafından ürün grubu olarak, ürün yönetimi ve ÜRGE departmanlarınca takip edilen, Kaleseramik üretimlerine yön veren bir fuardır.

2.2.7. Coverings Fuarı

Coverings Kuzey Amerika'nın en önemli ve büyük seramik karo ve doğal taş fuarı olarak bilinmektedir. İlk olarak 1990 yılında kurulan fuar 32 yıldır faaliyet göstermektedir. ABD'nin Florida eyaletinde gerçekleşen fuar, farklılık yapıp 2022 yılında Las Vegas'da yapılmıştır fakat 2023'de tekrar Florida'da yapılması planlanmaktadır.

COVID-19'dan dolayı yaşanan seyahat sorunları, yaşanabilecek sağlık problemleri, ekonomik sorunlar nedeniyle Coverings'in yönetim şirketi Taffy Event Strategies'in başkanı Jennifer Hoff, ziyaretçilerin ve katılımcıların sağlığı ve güvenliğinin öncelikli olduğuna dair bir açıklama yaparak fuarın 2020 yılında iptal edildiğini duyurmuştur.

Fuar'ın Kuzey Amerika'daki en önemli fuarlardan birisi olmasının sebebi sergilenen ürünlerin yelpazesinin çok geniş olmasıdır. Şirketler seramik, cam, granit, mozaik, taş, mermer, porselen, karo vb. üretmiş olduğu birçok ürünü burada tanıtmaktadır. Bu sektörün parçası olan alanında uzman şirketler, endüstrinin yeniliklerini keşfetmek, rekabet ettiği diğer firmalara kendini göstermek, müşteri bulabilmek ve oraya gelen katılımcılar ile iletişim kurmak için Coverings'e katılmaktadır.

“Coverings, Amerika Birleşik Devletleri ve Kuzey Amerika'daki en büyük ve en önemli seramik karo ve doğal taş konferansı ve sergisidir. 30'dan fazla ülkeden 800 katılımcıya sahiptir ve dünyadaki en yenilikçi karo ve taş ürünlerinden bazılarının tanıtıldığı sahnedir” (“Coverings”, t.y.), (“Coverings is The Global Tile & Stone Experience”, 2022).

Fuarda düzenlenen konferansta sektörün dinamikleriyle ilgili birçok bilgi edinilebiliyor. Bundan dolayı fuarda çok sayıda işinde profesyonel olan insanlar ve şirketler yer almaktadır. Kendini tanıtmak isteyen ya da alıcı olarak giden insanlar ve şirketler için Coverings, iyi bir deneyim sağlar. Sektördeki yeni ve gelişen ürünleri, son trendleri takip etmek için kaçınılmaz bir fırsat sunan fuar her yıl başarılı bir şekilde düzenlenmektedir.

“Gösteri, yaklaşık 20.000 + distribütör, perakendeci, imalatçı, müteahhit, belirleyici, mimari ve tasarım uzmanı, inşaatçı, gayrimenkul geliştiricisinin yanı sıra hayati önem taşıyan karo ve taş endüstrisini kapsayan, gazeteciler, muhabirler ve blog yazarkarını kendine çekiyor” (“Eventsinamerica”, t.y.), (“Why Exhibit – 2023”, 2022).

Coverings Fuarı Kaleseramik tarafından ürün grubu olarak, ürün yönetimi ve ÜRGE departmanlarınca takip edilen, Kaleseramik üretimlerine yön veren bir fuardır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

CERSAI FUARININ 2008-2022 YILLARI ARASI TREND ÜRÜN ANALİZLERİ

Cersai Fuarı; pek çok firma gibi Kaleseramik firmasının da ürün yönetimi ve ÜRGE departmanlarınca düzenli olarak takip edilen, marka adına bir sonraki dönem için odaklanılması gereken konuların belirlenmesi aşamasında faydalanmak üzere sektör, ürün, trend analizlerinin yapıldığı, firmanın üretimlerine yön veren bir fuardır. Sektörün nabzını tutan yeni trendlerin, yenilikçi ürünlerin, teknolojilerin sahneye çıktığı gövde gösterisi niteliğindeki bu fuar ticari olarak önemli paydaşların bir araya geldiği açılımları da içinde barındırır. Firmanın ürün grubu olarak da katılım sağladığı bu fuarda yeni ürünler tüm sektörle ve alıcı potansiyeli ile paylaşılır. Dünyadaki önemli rakipleri arasında mimari kurgusu, konsepti ve imaj yönetimi ile ön plana çıkmasını sağlayacak zaman zaman Isao Hosoe, Harri Koskinen, Can Yalman ve Tamer Nakışçı gibi Türkiye'nin ve dünyanın önemli tasarımcıları ile iş birliği içerisinde yürütülen Kaleseramik özel serilerinin de sunulduğu bir platformdur. Bir önceki bölümde adı geçen firma üretimlerine katkısı belirtilen fuarlardan bu bölümde Cersai'nin seçilmesinin nedeni, ürün grubuna etki derecesi, sürdürülebilirliği, düzenli takip ediliyor olması ve Kale grubunca düzenli olarak yapılan fuar analizlerine kısmen daha ulaşılır olmasıdır.

Fuar analizleri ve ürün ilişkilerinin belirlendiği alt başlıklarda 2008 yılından 2022 yılına kadar olan süreç ele alınmıştır. Ebat, renk, tipoloji, tasarım trendleri ve teknolojik yenilikler gibi başlıklar üzerinden incelenen fuarların çıktılarında çok büyük farklılıklar veya değişimler yok ise bu tarih aralığında bazı yıllar birleştirilerek Kaleseramik ürün grubundaki karşılıkları ile örneklendirilmiştir. Ayrıca tüm dünyayı etkisi altına alan pandemi sürecinde yapılamayan 2020 Cersai fuar analizi de bulunmamaktadır. Geriye dönük başlangıç noktası olarak 2008 yılının tercih edilme sebebi ise bu tarihte ülkenin içinde bulunduğu ekonomik krizle birlikte sektörün daha çok yatırıma yönelmesi, dijital teknolojilerin ön plana çıkması, değerlendirme yapılabilecek düzeyde veriye bu tarih itibari ile daha kolay ulaşılabilmesidir. Bilgilerin toplanması ve derlenmesinde Kale grubu bünyesindeki Klinker, Duvar Karosu, Yer Karosu, Trim, Dekor Fabrikalarında ve Atölye Kale de 18 yıllık kişisel çalışma deneyimi ve ilgili departmanlarla birebir yapılan görüşmeler etkili olmuştur.

3.1. 2008 Cersai Fuarı Trend Ürün Analizi

ABD’de başlayan ve tüm dünyayı ve dolayısıyla tüm sektörleri etkileyen ekonomik krizin gölgesinde başlayan 2008 fuarında katılımcı firmaların stantlarının yenilediği, yeni ürünlere ve teknolojilere yatırım yapıldığı ancak önceki yıllara göre gerek ürün anlamında yeniliklerin gerekse ziyaretçi sayısının azaldığı görülmüştür.

Büyük firmalar sunum etkisini arttırmak adına her sene olduğu gibi görsel malzeme ve efektlere ağırlık vermiş ayrıca belli tarzdaki ürünlere odaklanmış, onları da kendi içlerinde gruplayarak sergilemişlerdir. Bu oluşum tüketicinin kafasında firmanın marka konumlandırmasına da çok yardımcı olmaktadır.



ELIANE LAMINAM



GARDENIA-ORCHIDE LAMINAM



LEA LAMINAM

Görsel 14. 2008 Cersai örnek uygulamalar

Sırsız porselen yani granit seramik üreten duayen firmalardan olduğu kabul edilen Mirage, Floor Gres ve Fiandre gibi firmaların da porselen karoda çok aplikasyonlu ürünlere yöneldikleri, full body ürünlerin üzerine baskılar yaptıkları görülmektedir. Bu da Kaleseramik firmasının son 1,5 senedir granit seramik fabrikasında yaptığı yatırımların ne kadar isabetli olduğunun örneğidir.

Üründen ziyade imajını ortaya çıkaran, keline güvenen yaklaşımları ile Refin ve İris gibi firmaların stant tasarımları dikkat çekici olmuştur. Seramik karo üretiminde teknolojik bir devrim olarak nitelendirilebilecek ve çok yakın bir zamanda penetrasyonunun (pazarda yer alması) çok hızlı bir şekilde artacağına inanılan dijital teknoloji uygulamalarının son jenerasyon örneklerine rastlanılmıştır. Pazarda tüm baskı makine üreticileri, bir şekilde bu teknolojiye yatırım yapmaktadır. Kerajet, Durst ve Rotodigit en yaygın olanları iken Sacmi, Tecnoitalia gibi firmalar da yeni sistemler geliştirmiştir. Tecnargilla fuarında elde edinilen bilgiye göre Kerajet dünyada 170 adet dijital baskı makinesi satmıştır. Bunlardan Zirconio 14, Coem 2, Gardenia 5, Lea 1, Revigress 2 makine almıştır. Herhangi bir yere bağlı olmayan Kerajet, farklı firmaların boyaları ile çalışabilmiştir. Fuarda bu anlamda Torrecid boyalarının kullanıldığı Sant' Agostino'nun mermer ürünleri öne çıkmıştır.

3 mm inceliğinde üretilen Laminam marka ürünlerini satın alan firmalar arasına Lea, Eliane ve Gardenia-Orchide'nin de katıldığı, bu ürünü kullanan ve ürün portföyünde bulunduran firmaların serileri teknik kullanımdan çok seramik karo muadili olarak mekanlarda kullanımını ön plana çıkardıkları görülmüştür.

Residential uygulamalarda firmaların, özellikle 3. pişirim dekor ürünleri serilerine ait zeminlere dekor yapmadığı, dekoru dış tedarikle çözdüğü ve sadece bir seride değil, birkaç seride beraber kullandığı olmuştur.

Yüksek kalite ve yüksek fiyat ilişkisi her sene olduğu gibi firmaların önem verdiği bir unsurdur. Yine ürünlerde farklılık yaratmak adına yeni malzemeler, farklı teknikler ve uygulamalar kullanılmıştır.

Çanakkale Seramik & Kalebodur standı, 2008 senesinde yeni bir salonda yeni yerinde, dünyadaki önemli rakipleri arasında mimari kurgusu ve konsepti ile genel anlamda

başarılı bulunmuştur. Yeni ürünlerin sergilenme biçimi sade, rahat, anlaşılır ve birbirleriyle uyumlu olan ürünlerin birlikte kullanılması ile (Unicera'daki gibi) dikkat çekici olmuştur.

Can Yalman'ın 2007 yılında Cersai Fuarında sergilenen Reptile koleksiyonuyla birlikte yurt dışında 2008'de ilk kez sergilenen Orientale Koleksiyonu da gerek sunum gerekse ürün tasarımı itibariyle büyük ilgi görmüştür.

3.1.1. Mermer Tipolojisi

2007'deki fuarda sinyallerini vermeye başlayan mermer tasarımı bu fuarda birçok firmada kendini göstermiştir. Aslında mermer endüstriyel manada seramik karo üretilmeye başlandığı tarihten itibaren tercih edilen ve son yıllarda pazar payının bir kısmını başka tipolojilere de bıraksa da hiç popülaritesini kaybetmeyen bir tasarım olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun bilincinde olan üreticiler gelişen üretim teknolojilerini de arkalarına alarak bu zamana kadar yapılabilecek en iyi mermerleri yapmaya çalışmışlardır. Sant'Agustino bunun iyi bir örneğidir. Görsel 15'te örneği verilmiştir.



Görsel 15. Mermer tipolojisi, Sant'Agustino, 2008

2008 Cersaie’de dijital teknolojinin gelişmesine bağlı olarak ink-jet makinelerinin kullanımı ile birlikte birçok firma mermer görünümlü ürünler üretmiştir. Bu teknolojik yatırımın getirdiği rastlantısal (random) görünüş, yüksek çözünürlük ve doğala birebir yakınlık avantajları özellikle mermer tipolojisinin ön plana çıkmasına yol açmıştır. Bu teknoloji, farklılığını ve üstünlüğünü doğal mermer tipolojisinde göstermektedir. Normalde eskiden herhangi bir mermer tasarımından değişik renklerde bir seri yapılırken bu teknoloji sayesinde birebir gerçeğini doğal renginde kopya etmek mümkün olmuştur. Duvar karolarındaki mermer ürünler, genellikle 30x90 cm gibi büyük ebatlarda kullanılmış, her mermer ürün, orijinal mermer renkleri bazında tek tek farklı tasarım ve renklerde şekillendirilmiştir. Hangi yöreye ait mermerse, o mermerin dokusu ve rengi tek tek karolara yansıtılmış, her özgün tasarım için kendi özel mermer rengi kullanılmıştır. Tasarım ve üretim adına her farklı üründen rotocolor seti hazırlamak yerine sadece bilgisayar ekranında bunu yapmak daha avantajlı olmaktadır. Tüm bu ürünlerde rastlantısal etki ve yüksek çözünürlüklü görüntüler öne çıkan en önemli özellik olarak görülmektedir. Mermer tasarımlarda beyaz üzeri gri hafif damarlı Carrara veya gözü fazla rahatsız etmeyen traverten tercih edilmiştir. Seçilen diğer mermerlerin de orijinallerinden daha homojen bir damar yapısına ve görünümüne sahip oldukları dikkat çekmiştir. Tercihen büyük ebatlarda kullanılmış, mat ve parlak iki yüzey de tercih edilmiştir. Mat yüzeylerin oldukça soft ve yumuşak bir dokuya sahip oldukları dikkat çekicidir. Parlaklar ya tam parlak sır ile ya da homojen görünümlü lappatura (parlatma) ile oluşturulmuştur. En iyi mermer örnekleri Sant’Agostino’da olup Saime, Fiorenese, Impronta Italgraniti bu tipolojide dikkat çeken diğer firmalardandır.

3.1.2. Suluboya Trendi



Görsel 16. Suluboya trendi, Fluid, 2008

Mermer tipolojisinin bir uzantısı olarak değerlendirebileceğimiz bu tipolojide renkli, varlığını varla yok arası ifade eden yumuşak geçişli, ‘FLUID’ tasarımlar görülmektedir. Kaleseramik’in de Passion Serisi de buna örnektir.

3.1.3. Metalik ve Pırlıtlı Yüzey Trendi

Son 3-4 senedir seramik karoda artan bir eğilim olarak karşımıza çıkmaktadır. Rustik doğal taş tasarımı metalik efektli ürünler yerini yavaş yavaş daha modern görünümlü düz sathlara ve tekstil-deri ve geometrik efektlere bırakmaktadır. Özellikle bu tarz tasarımlar kalıp ve lappatura (Bazı sırlı ve sırsız yer karoları ile bordürleri özel aşındırıcı taşlar ile parlatma yöntemidir. Nihai ürüne uygulama sonucunda yarı parlak bir görünüm elde edilir.) ile desteklenerek zengin görünümler ortaya çıkarılmıştır. Görsel 17’de 2008 yılı Cersai fuarından örnekler gösterilmiştir.



Görsel 17. Metalik ve pırlıtlı görünümler

Üretimde kullanılan metalik malzemenin pahalı olması, teknik özelliklerinin çok yüksek olmayışı, esas efektin parlatma sonrası ile ortaya çıkması (yüksek zayıat ile) reticileri benzer görünümlü alternatif malzemeleri kullanmaya yneltmıştir. Özellikle pastel renklerde parlak metalik görünümlü lsterler veya lüsterli sırlar dikkat çekicidir. Bunlar genelde hem yer hem de duvar karosunda kullanılabilen çok parlak özel sırlar şeklinindedir. Maliyet avantajı ile birlikte pazar fiyatını da yükseltme imkanı tanımaktadır. Flaviker, Ceramica Richetti, Marazzi, Cinca firmalarındaki ürünler buna en iyi örneklerdir.

Bu tarz malzemeler modern geometrik veya tekstil efektli kalıplarla da desteklenmektedir. Dekorlarda da özellikle süsleme de çiçekli tarzlarda metalik malzemelere çok yer verilmiştir. Örneğin, Novaceram, Ragno, Impronta, Novabell, vb.

3.1.4. Geometrik, Optik Trend

İki senedir ön planda olan bu trend baskı tekniği ile verildiği gibi özellikle bu 2008 Cersai fuarında özel rölyefler ile geometrik efektler olarak karşımıza çıkmıştır. Genellikle istenen efekt yoğun derinlik hissi ve üç boyut algısıdır. Görünüm özellikle metalik ve lüsterli malzemeler ve aplikasyon sonrası lappatura ile desteklenir. Rölyefin işleme tekniği, yüksek çözünürlük, netlik ve detayların karoların zenginliğini arttırdığı ve kalıplı çözümlerde baskı tekniğinin pek kullanılmadığı görülür. Sadece üste atılan malzeme ve body (bünye) rengi ile sonuç alınmaya çalışılmıştır. 2008 yılı Cersai fuarı örnekleri görsel 18’de gösterilmiştir.



Görsel 18. Geometrik, optik trend, 2008

3.1.5. Tekstil Tipolojisi

Tekstil trendi duvar-yer karosunda, her ebat ve segmentte kendini göstermektedir. Duvar karosunda daha çok mat kısmen parlak ve boyuna çizgili tekstil efektlerinin ön planda olduğu gözlenir. Bu trendin Kaleseramik ürünlerinde Epica ve Fancy serilerin de desen olarak karşılığı görülmektedir. Bunlar genelde düz yüzeyli ve soft görünümlüdür. Çizgili olmasından dolayı da genelde 1’e 3 veya 1’e 4 oranındaki ebatlara uygulanmış durumdadır. Daha lüks segmentte kalıplı porselen karolar devreye girer ve bu serilerin rölyefleri daha

dokulu ve rölyefi gösteren kaba kumaş niteliğindedir. Metalik ve lüster uygulamalar ile desteklenir. Bunun dışında tekstil trendi ile örtüşen tasarımlarda bu yıl karşımıza çıkan eski tarz döşeme kaplamalarıdır. Kalıpla uygulanan bu tasarımlar hem yer hem de duvar karolarında uygulanmıştır. Kaleseramik Kapitone serisinde de tekstil dokusunun yer yer geometrik veya kumaş kıvrımları şeklinde kırılımlarla kesildiği görülür. Marazzi, Ceramica Richetti firmalarının üretimleri bu başlığa güzel örnekler olarak karşımıza çıkar. Altın ve platin gibi malzemeler de özellikle tekstil dokulu ürünlerin dekorlarında çokça kullanılmıştır. 2008 yılı Cersai fuarında Marazzi ve Ceramica Richetti firmalarının tekstil desen örnekleri görsel 19'da gösterilmiştir.



Görsel 19. Tekstil trendi örnekleri

3.1.6. Ahşap Tipolojisi

Her türlü ebatla, fiyat grubunda ve ürün grubunda ahşap desenli ürünler kendini göstermektedir. Doğal ile neredeyse birebir aynı olarak nitelendirilebilecek ürünlerin yanında biraz daha fantezi, değişik renkler (kırmızı, mavi, yeşil tonları) ve metalik uygulamalar ahşap görünümlü seramik karolara yansımaktadır. Özellikle, duvarda ince uzun formlardaki ebatlara yer verilmiş, porselen ürünlerde de 1'e 3, 1'e 4 ebadında da ürünler sıkça duvarda kullanılmıştır.

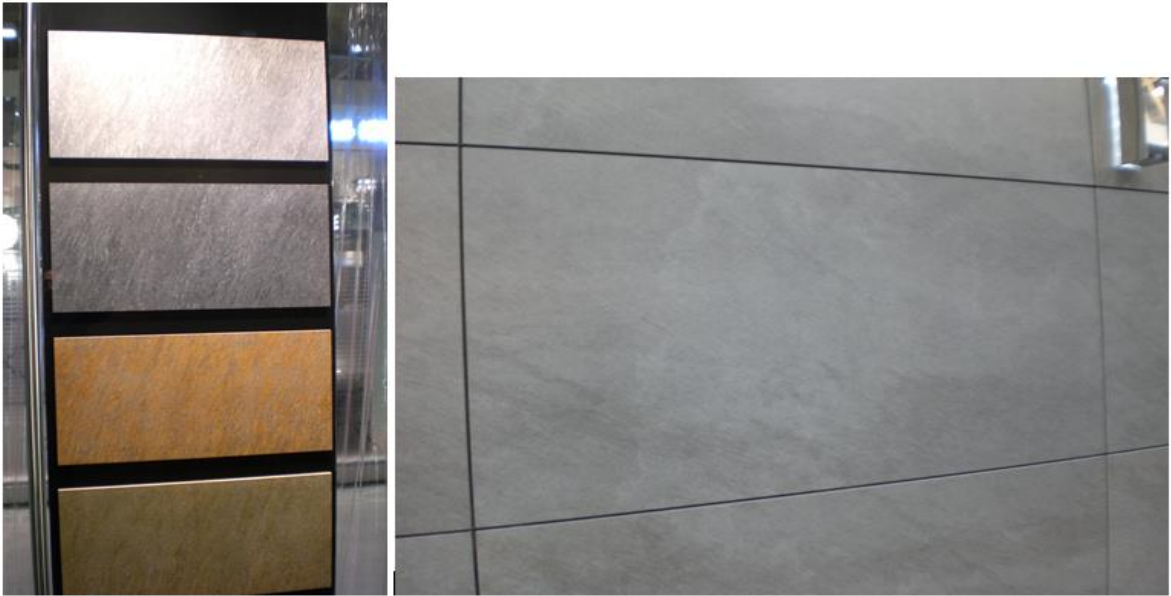
Firmaların stantlarında, hala ahşap görünümlü ürünlere büyük oranda yer vermesi bu tipolojinin pazarda rağbet gördüğünü göstermektedir.



Görsel 20. Ahşap tipolojisi

3.1.7. Doğal Taş Tipolojisi

Mermer gibi zamansız olarak nitelendirebileceğimiz bu tipolojide çok rustik olmayan, dokunuşu nispeten yumuşak daha çok residential kullanıma (ev içi kullanım) yönelik efektler göze çarpmaktadır. Aynı mermerde olduğu gibi gerçeğe yakınlık ve karodan karoya değişen tasarım, aranan özellikler arasındadır. Çok rahatsız etmeyen fakat çok aplikasyonlu (ugulama), derinlik hissi güçlü, yüksek çözünürlüklü görüntüye sahip ve daha çok belli yönde hareket gösteren tasarımlar oldukça fazladır. Bu hareketler genelde karo kenarına 45 derece hareketle yüzeye aksettirilmiş durumdadır. 2008 Cersai fuarından bir örnek görsel 21’de verilmiştir.



Görsel 21. Doğal taş tipolojisi

3.1.8. Mozaik Trendi

Katma değeri yüksek mozaik tarzı ürünlere her sene olduğu gibi 2008 yılında da oldukça fazla rastlanmıştır. Kalıptan üretilen mozaik ürünlerin yanında kesme mozaikler de vardır. 2,5x2,5-2,5x5 cm çok rastlanan ebatlar arasındadır. Önceki yıllardan farklı olarak duvar karosu kesme ve fileli ürünlerden fazlaca görülmüştür. Bazıları 3. pişirim dekor malzemeleri ile de takviye edilmiştir.



Görsel 22. Mozaik Trendi, 2008

3.1.9. Renk Trendleri

Metalik efektte kullanılan lüsterimsi parlak malzemenin de getirdiği imkanlardan ötürü pastel, yumuşak tonların yanında koyu, şekerli renklerin kullanıldığı gözlenmiştir. Klasik bej, krem ve beyaz tonlarının yanında çok uçuk pembe, kahve, sarı (altına kaçan tonda), eflatun, su yeşili ve mavi renkler dikkati çeker. Trend olan mermer tasarımında hedeflenen orijinal taşların doğal renkleri yansıtılmış ağırlıklı olarak beyaz, bej ve siyah tonlar kullanılmıştır.

İnce uzun ebatlarda mat-parlak olarak standart beyaz ve bej tonlarının yanında soft pastel renkler, bunun yanında bordo, koyu mavi ve turkuaz gibi renkler mevcuttur.

Renkli body porselen olarak çalışılan mimari ürünlerde beyaz, bej, kahve, koyu gri, mavi-gri, antrasit, olive green (yeşil kahve) ve açık gri tonları popülerdir.

Aynı şekilde yıllardır mimari olarak bazı firmalar tarafından üretilen kırmızı, mor, sarı, yeşil, mavi gibi canlı renlerdeki sırsız porselen karoların daha da yaygınlaştığı görülür. Bunun sebebi olarak da normalde üretim maliyeti pahalıya mal olan bu renk sırsız porselenlerin, double charge üretim teknolojisinin gelişmesiyle arttığı gösterilebilir.



Görsel 23. Renk trendleri, 2008

3.1.10. Dekor Trendleri



Görsel 24. Dekor trendleri

Dekorlarda genellikle canlı renkler kullanılmıştır. Dikkati çeken bir nokta, serilerle kombin olarak önerilen dekorların, seriye ait zeminlere yapılmadığı, farklı malzemelerle çözümlenen ama serinin renklerine bir şekilde uygulanmış dekorlar olduğudur. Bu da serilerde, dış tedarik dekorların kullanıldığını göstermektedir. Buradaki kritik nokta, birçok firmada görülen uygulamanın tam olarak kombini sağlamadığıdır. Ancak çok sık yenilenmesi gereken ve modası çabuk geçebilen dekor ürün grubu için, bu tarz dış tedarik yöntemi kolaylık sağlar. Ancak bu eşleştirmelerde seçim çok dikkatli yapılmalıdır.

3.1.11. Ebat Trendleri

Duvar karosunda, Küçük veya büyük tüm ebatlarda ince uzun ebatlar söz konusu. 1'e 3, 1'e 4 oranında ölçüler ağırlıklı olarak kullanılmış. 20x50 cm, 20x60 cm, 15x60 cm, 33x75 cm, 30x100 cm bunlardan bazıları. 30x75 cm, 33x75 cm yeni ebatlar olarak dikkati çekmiştir. Özellikle Türk pazarında, bu ebat ile yeni bir ivme yakalanmıştır. Bunlar dışında standart ebat olarak kabul edilen ölçülerin 25x40 cm, 25x50 cm olduğu görülmektedir. Mozaik haricinde daha küçük ebat duvar karosu görmek pek mümkün değil.

Yer karosunda, Residential yer-duvar kombinasyonlu ürünlerde yer karoları genelde 30x30-33x33 cm ve 45x45-50x50 cm üzerine kurgulanmış.

Renkli body porselen karolarda 60x60 cm, 30x60 cm, 15x60 cm, 30x120 cm, 15x120 cm, 60x120 cm ile sadece proje bazlı olarak değerlendirilebilecek 90x90 cm ebat görülmüştür. Bir önceki sene fuarda çok sık görülen 45x90 cm ebada bu sene fazla rastlanmamıştır.



Görsel 25. Duvar, yer, dekor karolar, 2008

Dekor ürünlerde, Son yıllarda görüldüğü gibi, büyük ebat dekor ürünlerine sık sık rastlanmıştır. Bunların bir kısmı fon bazında bir kısmı ise 3. pişirim olarak yapılmıştır. Özellikle büyük ebat karolarla kullanılan büyük ebat full dekorlar dikkati çekmiştir. Bu yıl serilerle kombin orijinal dekor ürünleri çok fazla görülmemiş olup, çoğu sıradan ürünlerdir. Firmaların asıl yoğunlaştıkları, fonda ortaya çıkan teknolojik gelişmeleri vurgulamak olmuştur.

3.2. 2009 Cersai Fuarı Trend Ürün Analizi



Görsel 26. 2009 Cersai Green Marketing

Green Marketing başlığı ile son yıllarda çevre bilincinin giderek yaygınlaşmasının ve önem kazanmasının pazarlama faaliyetlerine olan yansımasıyla, ambalajların geri dönüşüme tabi tutulması, ürünlerin çevreye zarar vermeyecek şekilde üretimi, ürünlerde doğal maddelerin kullanımı gibi gelişmelerin fuara etkileri gözlenir.

- * Eco label/eko etiket
- * LEED Certification (LEED sertifikalı binalar / yapılar için ürünler yapmak)
- * Anti bakteriyel ve self-clean yüzeyler (örn: Iris Active Tile firması)
- * Hydrotect yüzey kaplama (örn: Agrob Buchtal firması)
- * Atıklardan ürün yapmak (örn: Marco Corona, Ecomarmo firmaları)

3.2.1. Slim Karolar

Slim karolar porselen ve duvar karoları olarak iki grup altında değerlendirilebilir. Porselen karolar: KSFX tarzı 3 mm kalınlığında üretilen büyük ve ince karoların (Levantina, Laminam, Panaria) yanında geleneksel yöntemle üretilen 4, 4,8 veya 5 mm olarak üretilen sırlı veya sırsız karolardır. Duvar karoları: 60x120 cm, 60x60 cm, 30x60 cm, 15x60 cm,

20x120 cm, 15x120 cm,13x80 cm gibi ebatlar, 30x30 cm mozaikler (2,5x2,5 cm, 5x5 cm, 2,5x7,5 cm) 45x45 cm, 22,5x4 cm, 20x50 cm, 40x80 cm, 45x90 cm, 40x40 cm,30x120 cm, 30x90 cm, 90x90 cm ebatlar bulunur.



Görsel 27. Slim Karolar, 2009

Dijital uygulama ince karolarda özellikle mermer ve ahşap tipolojileri sıkça uygulanmıştır. İnce karoların hafiflik, kolay uygulama, kolay yenileme avantajları vardır. Daha çok rezidans kullanım veya mevcut zemin üzerine kullanımlar önerilir. Ağır trafik olan noktalar için önerilmemektedir. Geleneksel kalınlığı olan yer karoları ile aynı tasarımda üretilebildiği için kolay kombinasyon yapılabilir. Cam kesici ile kolayca kesilir ve daha ince olduğu için az enerji, az hammadde, az paketlenme ve az nakliye ile çevreye duyarlı bir ürün grubu olduğu fuarda vurgulanmaktadır. Birçoğu Eco- Label sertifikasına sahip olan firmalara belli başlı örnekler; Lea: Slimtech, Cotto D'este: Kerlite, Refin: Skın, System Ceramics: Laminam, Provenza: Strato, Cesar: Essential, Gres Catalan: Slim Tile, Florim: Slim\4, Florim: Wallight (4,5 Mm), Skın Lee (4,5 Mm), Stonetech (4 Mm), Viva, La Faenza: Five 5mm, Skıntech (4mm), Monocibec: Fire (5 Mm), Mirage: Think, Coem: Folio, Marazzi: Zero,4, Portobello: Extrafino 4 olarak verilebilir.

3.2.2. Dijital Uygulamalar

Cersaie 2009’da pek çok firma dijital baskılı ürünlerini sunmuştur. Tamamen dijital yöntemle üretilen ürünler (Kerajet ve Durst ile yapılanlar) olduğu gibi karma sistemlerle yapılan (Roto baskı -- dijital baskı) ürünler de bulunmaktadır. Dijital tekniğin getirdiği üstünlükle ürünlerde 3 tip model karşımıza çıkmaktadır.

1. Ağırılığı mermer olmak üzere doğal taş ve bazı firmalarda ahşap desenleri.
2. Kalıplı yüzeylere duvar kâğıdı çalışmaları
3. Yoğun ve derin strüktürlü yüzeyler üzerine yapılan baskılı çalışmalar görülmüştür.

Tasarım firmaları ve tedarikçi firmalar da bu teknolojinin getirdiği avantajları ortaya koyacak proje ve malzeme geliştirmişlerdir. Özellikle İspanyol üreticilerin krizden daha ağır etkilenmesi İtalyan üreticileri İspanyolların hâkim olduğu parlak yer ve duvar karolarına yönelttiği ve dijital uygulamalarla bunu destekledikleri görülmektedir. 2008 yılında 3-5 firmayla başlayan dijital teknoloji 2009 da kendini ciddi şekilde göstermiştir.



Görsel 28. Dijital uygulamalar

3.2.3. Klasik Tarz ve El Yapımı Görünümlü Karo Trendleri

2008 Cersaie ile başlayan klasiğe geri dönüş dijital uygulamaların getirdiği avantajlar ile birlikte artmıştır. Klasik ürünler genelde 3 boyutlu trim parçaları ile desteklenen parlak mermer, soft duvar kağıdı efektleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Ambiyanslarda bu ürünler klasik tarza uygun vitrifiye, armatür ve mobilya ile beraber sunulmaktadır.

Parlak kobalt, kırmızı renklerde büyük veya küçük ebatta degrade geçişli ve krakle malzeme ile yapılmış artistik karolardan oluşan serilerle karşılaşılır.



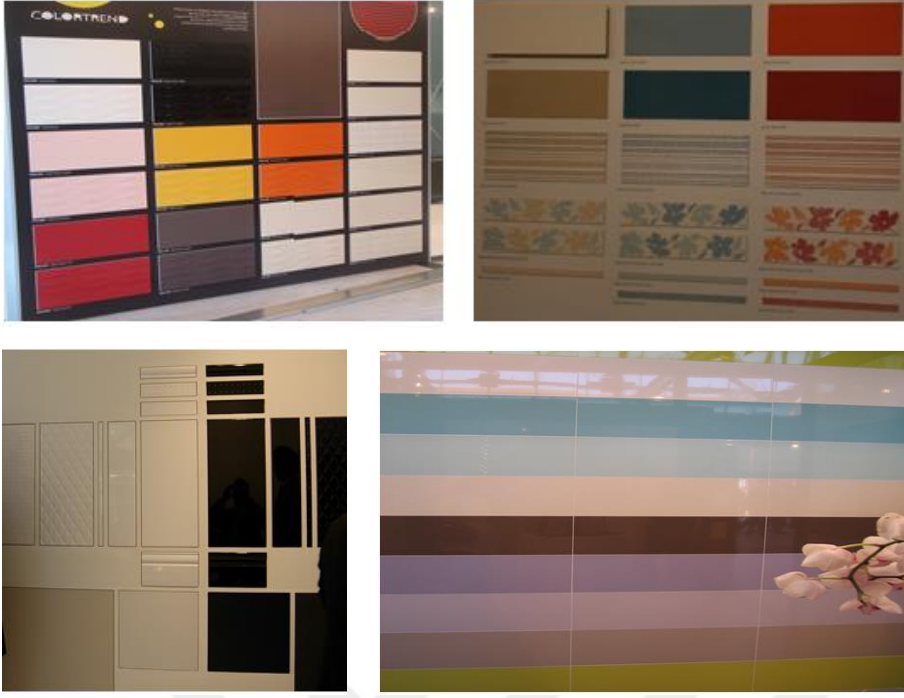
Görsel 29. Klasik tarz ve el yapımı görünümlü karolar, 2009

Duvar karolarında: 32,5x75 cm, 30x75 cm, 32x 65 cm, 20x50 cm, 20x60 cm, 30x90 cm, 30x45 cm mermer görünümünde, 20x20 cm canlı renkli, suluboya etkili örnekler görülür.

Yer karolarında ise 60x60 cm, 90x90 cm, 45x90 cm, 120x120 cm, 20x120 cm, 15x120 cm, 40x80 cm, 80x80 cm, 13x80 cm parke ebatlar karşımıza çıkar.

3.2.4. Renk Trendleri

Duvar karolarında; minimalist olarak tasarlanan modern serilerde, petrol mavi, açık petrol mavi, patlıcan, lila, şeftali, pudra, vizon renkleri çok soft ve elegan tonlarda kullanılmıştır. Bu renklerde fuarın en güzel örnekleri Casa Dolce Casa ve Fab stantlarında karşımıza çıkar. Bu renkler 2009 yılının trend renkleri olarak değerlendirilebilir. Görsel 30'da örnekleri verilmiştir.



Görsel 30. Duvar karolarında renkler

Canlı renkler: Koyu turuncu, sarı, kırmızı, koyu fıstık yeşili pek çok firma standında sergilenmiştir. Pamesa, Agatha Ruiz De La Prada koleksiyonu bunların arasında en çarpıcı olanlardır. Bazı firmalar ürün gamlarında bulunan tüm renkleri, uyum sırasına göre gruplamış ve firma renk ailesi olarak sergilemiştir. Siyah & Beyaz kombinasyonuna sıklıkla rastlanır. Ayrıca mürdüm, antrasit, gri renkleri de önceki yıllarda gibi 2009'da da göze çarpar. Dijital uygulamalarla orijinal İtalyan mermerleri, doğal taşlar, ahşap ürünler birebir renklerde çalışılmıştır.



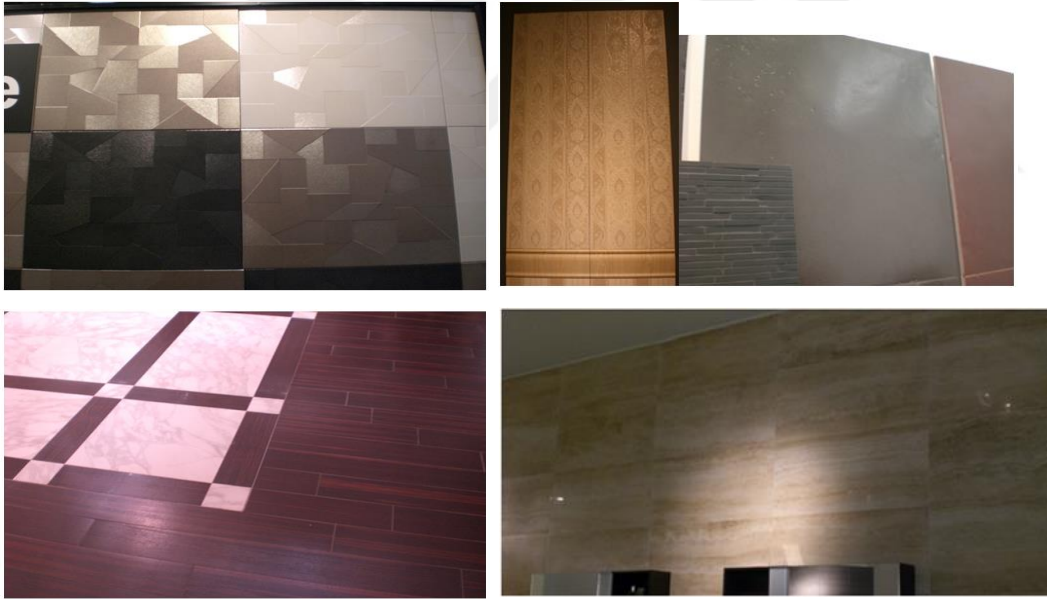
Görsel 31. Yer karolarında renkler

Büyük ebat ince ve kalın olarak üretilen porselen ağırlıklı yer karolarında 2 renk ailesi görülmektedir. İlki fildişi-krem den başlayarak koyu kahveye kadar uzanan bej-kahve

kombinasyonları, ikincisi beyazdan siyaha kadar uzanan beyaz-gri-siyah kombinasyonlarıdır.

3.2.5. Tipolojiler ve Dekorlar

Bu başlık fonlar ve dekorlar olarak iki grupta incelenebilir. Fonların daha çok parke ebatlarında ahşap (özellikle tropikal ahşaplar), mermer (orijinal mermer renklerinde ve isminde), çok parlak sırlı ve pürüzsüz yüzeyli olduğu görülür. Bunların yer karoları genelde lappaturalı parlak veya sadece yumuşak dokunuşlu mattır. Dijital uygulamaların getirdiği zenginlikle strüktürlü doğal taş uygulamaları. Kalıptan dolap kapağı şeklinde duvar karosu, bombe ve duvar kağıdı veya düz duvar karosu 3lü kombinasyonları çalışılmıştır. Micro Mozaik görüntülü, görüntü netliği yüksek parlak baskılı duvar karoları (Porcelanosa, Aparici) görsel 32’de gösterilmiştir.



Görsel 32. Dijital desenli fon karolar, 2009

Kirli beyaz terracotta veya alçı görünümünde duvar ve yer karoları, mat lüster ve mat parlak kombinasyonları vardır. Salt tekstil efektli duvar ve yer karoları yerini özellikle duvarda çizgili, parlak ve canlı renklere bırakmış durumdadır. Klasik tarzda duvar kağıtlarından alınan ve dijital uygulamalar dışında tekstil efektli ürünlere pek rastlanmamaktadır. Porselen karolarda micro kalıp fon ürünler mevcut olup çok ince geometrik motifler kullanılmış ve üzerleri parlak lüster benzeri bir sırla kaplanmıştır.

Dekorlar da ise büyük ebat duvar karoları ile kullanılabilen Özellikle 30x100 cm, 30x90 cm ebatlar için büyük ebat 3. pişirim dekorlar çalışılmıştır. Dekorda pano şeklinde iri çiçekler veya yapraklar. Kalıptan geometrik bordürler (mat yaldız, mat platin, mat bronz ve mat metal renklerde) çizgisel çiçek ve yaprak dekorlar görülür.



Görsel 33. 3. Pişirim dekorlar

Modern, kontur çiçek motiflerinin çalışılması tercih edilmiştir. Çiçek kontörlerinde yine rölyef etki veren sert malzeme kullanımı görülmektedir. (Bianconero serisi siyah-beyaz). Altın, platin efektli dekor çalışmaları üzerinde kristal şeklinde parçalı, ince cam efektler uygulanmıştır. Mat zemin üzeri parlak metal veya camlar, birebir ayna insert dekorlar (Fab örneği) 20x50 cm ebatında sunni derz ve araya sim fuga uygulamaları yapılmıştır. Duvar karolarından yapılan kesme mozaikler oldukça fazladır. Kesme kalitelerinin çok yüksek (Fab örneği) olduğu görülür.

3.3. 2010 Cersai Fuarı Trend Ürün Analizi

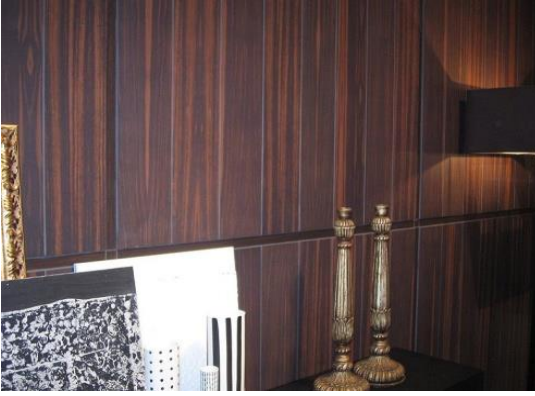
Dijital Teknoloji ile üretilmiş üretilmiş ürünlerde, ahşap ve mermer tipolojilerinin ön planda olduğu, duvar kağıdı etkisinde çiçekli desenler ve kalıplı ürünlerin yaygın şekilde kullanıldığı görülmektedir. En belirgin tipolojiler mermer, vintage (kalıplı ürünler) ve ahşaptır. Hemen hemen her firmanın ahşap ve mermer ürüne sahip olduğu fuarda Sant'Agostino'nun ahşap ürünleri ve Formika görünümlü parlak ahşap (Rex) fuarın öne

çıkan tipolojileridir. Yine birçok başarılı mermer örneklerinin yanında Florim Group ve Coem markaları öne çıkmaktadır.

TİPOLOJİ; MERMER



TİPOLOJİ; VINTAGE



Görsel 34. Mermer, vintage, ahşap tipolojisi ve dijital teknoloji, Sant'Agostino, 2010

Vintage akımına uygun tarzda mermer özel kalıplı modüllerle zenginleştirilerek geri gelmiş, bu tarza uygun seramikler, mobilya modülleri şeklinde dizayn edilmiş seramikler, süpürgelikler, bombeler ve bitiş parçaları yer almıştır. Dekorlu ürünlerden uzaklaşmış teknolojik ürünler ve malzeme zenginliği ile ürünler üretilmiştir.

Toz pembe, pudra, gülkurusu, donuk turkuaz, donuk mavi, patlıcan rengi, sütlü kahve, bej, gri gibi soft romantik renklerin yanı sıra petrol mavi, turuncu, kırmızı, kehribar gibi canlı renklerin kullanıldığı, malzeme olarak altın ürünlerin çok yoğun kullanıldığı, kalıp etkisi veren rölyefik malzemeler, cam granül ve inci granül gibi ürünlerin çok başarılı kullanımları gözlemlenmektedir.



Görsel 35. Renk trendleri, 2010



Görsel 36. Renk, altın kullanımı, kalıp etkisi veren örnekler, 2010

3.4. 2015 Cersai Fuarı Trend Ürün Analizi

Makro tasarım trendlerinin Cersai'e ve sektöre yansımaları arasında başlıca olarak; 70'lerin pop etkisi ile beslenen cesur desenler, pastorel ve dokusal (mixtextured) yaklaşımlar, endüstriyel detaylar (industrial luxury), renklendirilmiş doğal malzemeler (painted wood vb.) olduğu söylenebilir. Ayrıca fuar alanında yer alan firma ve ürün grupları

arasında kaplama malzemeleri mantığının salt seramikten alternatif malzemelere de kaydığı görülür.

Genel anlamda hem doğal taş tipolojisinde hem de desen renk ve dokularında kontrast ve baskınlıktan çokça bahsedilebilirken, banyo alanında soft tonlar haricinde cesur renklerin de hâkim olduğu, özellikle göze çarpan bir diğer nokta, ortaya çıkan çok yeni bir tipoloji olmamasına rağmen ürün kalitelerinin ve özellikle de yüzey kalitesi firmalar bazında çok artmıştır. Örneğin, yüzey parlaklıkları, leather yüzey uygulamaları, openbook mermer uygulamalarında (İris, Fap vb.) önceki yıllara göre kıyasla sıçrama olduğu göze çarpmaktadır. Mirage, Italgraniti/Impronta ve Emilceramica grupları öne çıkanlar arasındadır.

Baskın olan ürün tipolojileri olarak beton görünüm, metalik efekt, mermer ve doğal taş tipolojilerin teknik ürün grubunun yanı sıra duvar karosu versiyonları ve orta-standart segmentte de görülen örnekleri ile birlikte iç mekanda yaygınlaştırılmasına yönelik bir eğilim izlenir.

Yükselen trendler arasında ürün ebatlarında büyümenin olduğu gibi, çok küçük ebatta ürün eğilimleri de görülür. Duvar karosunda 50x110 cm'e kadar bir büyüme mevcuttur. Bunun yanı sıra full body ürün grubunda 80x80 cm, 90x90 cm, 100x100 cm gibi ürün çeşitlenmeleri olmuştur. Kalesinterflex ve muadili ürünlerde 160x320 cm ve 120x240 cm gibi ikili katlarda ebatlamalar göze çarpar.

Fuarda, ahşabın her türlü yüzey ve farklı tipolojileri, mermer tipoloji (özellikle beyaz) ve mono renk ve doğal taş görünümlü tuğla formlu ürün formatları olmak üzere 3 ana trend üzerinde durulmuştur.

Genel anlamda hem doğal taş tipolojisinde hem de desen renk ve dokularında kontrast ve baskınlıktan çokça bahsedilirken, banyo alanında cesur renklerin hakim olduğu görülmektedir. Italgraniti/Impronta Ceramicha firması ürün özellikleri ile fuarın en öne çıkan firmaları arasında yer almıştır. Revigres firmasının arge alanında yaptığı çalışmalarla sunduğu yenilikler dikkat çekicidir. Bunlar arasında; başarılı sunumuyla ahşap sıcaklığındaki «Revifeel Warmup», mevcut yüzeylere döşeme kolaylığı getiren «Revi

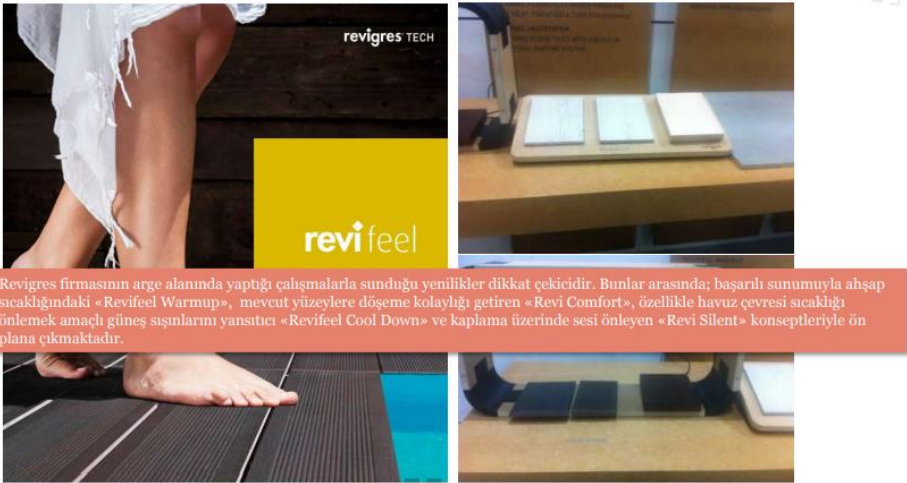
Comfort», özellikle havuz çevresi sıcaklığı önlemek amaçlı güneş ışınlarını yansıtıcı «Revifeel Cool Down» ve kaplama üzerinde sesi önleyen «Revi Silent» konseptleriyle ön plana çıkmaktadır.

The Bathco firmasına ait çanak lavabolar için Retro taşıma çantası şeklinde ürünün katma değerini oldukça yükselten bir görselde ambalaj tasarımı görülür.



Italgraniti/Impresato Ceramica firması ürün özellikleri ile fuzur en öne çıkan firmaları arasında yer almıştır.

Görsel 37. Italgraniti firması ürünleri



Revigres firmasının arge alanında yaptığı çalışmalarla sunduğu yenilikler dikkat çekicidir. Bunlar arasında; başarılı sunumuyla ahşap sıcaklığındaki «Revifeel Warmup», mevcut yüzeylere döşeme kolaylığı getiren «Revi Comfort», özellikle havuz çevresi sıcaklığı önlemek amaçlı güneş ışınlarını yansıtıcı «Revifeel Cool Down» ve kaplama üzerinde sesi önleyen «Revi Silent» konseptleriyle ön plana çıkmaktadır.

Görsel 38. Revigres firması ürünleri



Görsel 39. Ambalaj tasarımı örneği, The Bathco, 2015

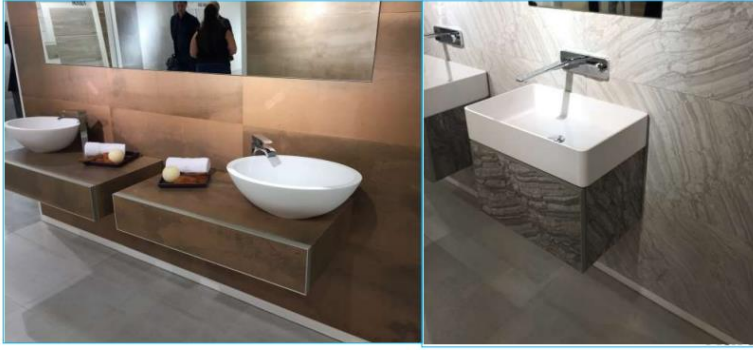
Fuarın en öne çıkan trendlerinden biri ahşap ve bu tipolojide çeşitlenen farklı eğilimlerdir. Renklendirilmiş doğal malzeme trendi etkisini sürdürürken, bu yıl ağırlıklı olarak mermer yerine ahşap tipolojide örnekler ürünleşmiştir.

3.4.1. Banyo Trendleri

Son yıllarda banyolarda görmeye alışık olmadığımız kadar baskın desen ve renk trendi devamlılığını sürdürmektedir. Bu dönemde, daha retro desenlerin de yer aldığı 70'li yıllar etkisinin de bu kapsamda banyolara taşındığını görülür.



Görsel 40. 70'li yılların etkisinde banyo tasarımları, Cersai 2015



Görsel 41. Tek yüzey trendi, Cersai 2015



Görsel 42. Banyolarda isli renkler trendi, Cersai 2015

Bir diğer eğilim ise duvar-zemin kaplamasının mobilya ve çevresel birimlerdeki devamlılığı tek yüzey trendidir. Banyoların önceki sezonlara göre daha koyu ve derin renklerde olduğu siyah, koyu yeşil ve kahve tonları zengin ve sofistike bir hava yaratırken, mat ve parlak bitirişler, kullanım alanlarına göre derinlik ve rölyef etkisi sağladığı görülür.

3.4.2. Tuğla Tipolojisi, Rustik ve Balıksırtı Trendleri

Gerek tuğla tipolojisi gerekse dikdörtgen ebatlama, duvarda yer alan en baskın ürün tipolojileri arasındadır. Jenerik tuğla görünümünden, modern yorumlamalara kadar birçok farklı versiyon ile karşımıza çıkmaktadır.

Son yıllarda hem sektörde hem de makro trendleri arasında yer alan balıksırtı/verev form akımı, tonsürton (bir rengin farklı tonlarının kullanılması) uygulamalarının yanı sıra, özellikle baskın ve kontrast örnekleri ile çeşitlenmektedir. Dekorasyon trendlerinin de bir uzantısı olarak, seramik kaplama alanında tekrar etkisini gösteren akım ile rustik taş

dokularını, country stilini, antik desenleri ve yıpranmış efektleri baskın olarak görmemiz mümkündür.



Görsel 43. Tuğla tipolojisi, Cersai 2015



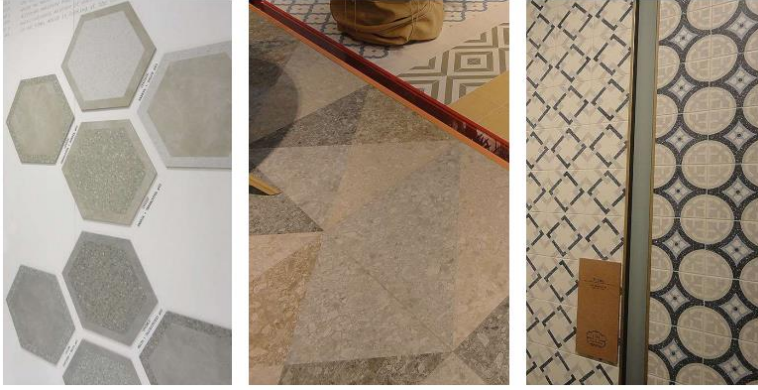
Görsel 44. Balıksırtı trendi, Cersai 2015



Görsel 45. Rustik trendi, Cersai 2015

3.4.3. Terrazzo ve Grafik Trendleri

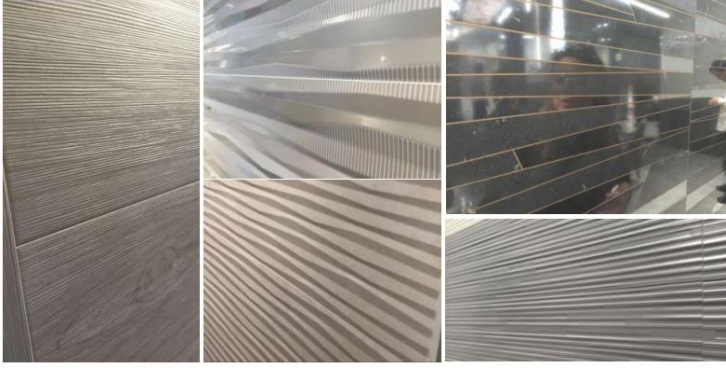
Mermer ve granit gibi parçaların karıştırılması ile elde edilen terrazzo malzeme görünümü, fuarda doğal renkli ve geometrik desenli kombinleri ile karşımıza çıkan ürünlerdendir. Kaplama malzemelerindeki tekstil etkisi yıllardır süren temel tipolojilerden biriyken, dokuların daha da büyümesi ile moda etkisinin altı çizilmektedir. Skeç, çizim ve grafiksel etkideki ürünler daha da yoğunlaşmıştır. Fuarın en baskın form trendlerinden biri de çizgisel ve yatay geometri yaklaşımlarıdır. Hem iki boyutlu desen hem de derin kalıplı örnekleri ile neredeyse tüm firmaların ürün gamına yansıttığı trendler arasındadır.



Görsel 46. Terrazzo etkisi, Cersai 2015



Görsel 47. Grafik etki, Cersai 2015



Görsel 48. Çizgisel etki, Cersai 2015

3.4.4. Yüzey Trendleri

Yüzey özellikleri, çeşitleri ve sır kalitesinin artması, fuarın en öne çıkan gelişim alanlarından. Özellikle metalik ve leather yüzey olarak tanımladığımız mat ve yumuşak yüzeyler ön plana çıkmaktadır.



Görsel 49. Yüzey etkisine örnekler, Cersai 2015



Görsel 50. Artizan etki, Cersai 2015

Önceki yıllardan itibaren öne çıkan artizan etki devam ederken, özellikle malzeme ve renk etkileri ile dekor anlamında güçlü bir dil yaratmaktadır. Gerek tekstil, gerekse taş veya beton tipoloji ile kombinlene bilmektedir.

3.4.5. Üründe Döşeme Trendleri

Son yıllarda Kaleseramiğin de uyguladığı bir yöntem olarak; az SKU ile tüketiciye maksimum seçenek ve çeşitlilik sağlamak üzere birbiri ile kombinlenebilen parçalardan oluşan koleksiyon sistemleri gelişmiştir. Buna ulaşmaktaki bir diğer yöntem, aynı birimlerin ahşap lambri, şerit, diagonal döşeme çeşitleri gibi birçok farklı döşeme ile çeşitlenmesinin konsept olduğu koleksiyonlardı.

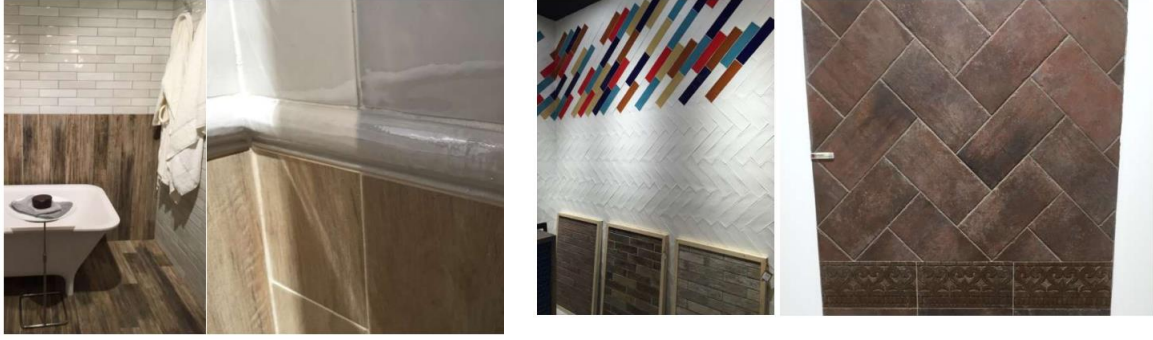
Klasik parke döşemesi içinde, dik olarak kullanımı ile ‘boserie-lambri’ olarak farklı kullanımlar yaygınlaşmaktadır. Kare formunda takoz kullanımının yanısıra, tekrar yorumlanarak yeni bir döşeme biçimi olarak yaygınlaşan ve öne çıkan şerit döşeme biçimi, özellikle ahşap veya mermer arasına kombinlenen farklı tipolojilerde sıkça karşımıza çıkıyor. Tuğla ve dikdörtgen tipolojili ürünlerin duvarda diagonal olarak kullanımı oldukça yaygın stiller arasına girmiştir. Mevcut seri ve ürünlerin farklılaştırılması açısından dikkat çekicidir.



Görsel 51. Döşeme trendleri, Cersai 2015



Görsel 52. Şerit döşeme, Cersai 2015

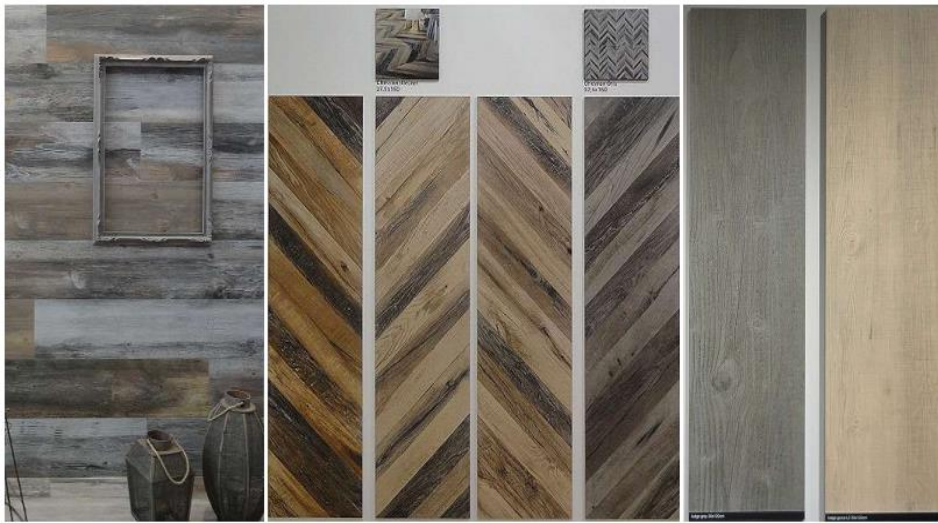


Görsel 53. Ahşap lambri, Cersai 2015 Görsel 54. Diagonal döşeme, Cersai 2015

3.4.6. Ebat Trendleri

İnce – uzun ebadları ile karşımıza çıkan ahşap tipolojili ürünler, fuarda ağırlıklı olarak yine ince – uzun görünümünü yansıtırken, ürün enlerinde “30cm ve üzeri” ebadlandırma ile genişleme olduğu görülmüştür. Duvar karosunda 50x110 cm’ye kadar bir büyüme, Fullbody ürünlerde, 80x80 cm, 90x90 cm, 100x100 cm, 120x120 cm ebatlar ve bölümlendirmeleri görülür. Kalesinterflex ve muadili ürünlerde 160x320 cm ve 120x240 cm gibi ikili katlarda ebatlar dikkat çekmiştir.

İnce kesit ürünlerde kalınlık genelde 6mm’ye konumlanmış iken 3mm’leri de görülmüştür. Fuarda 20 mm kalınlık ise Neolit firmasında göze çarpan yeniliklerdendir.



Görsel 55. 2015 Cersai ahşap ürün ebatları, Cersai 2015



Görsel 56. 2015 Cersai ebat trendleri

3.5. 2018 Cersai Fuarı Trend Ürün Analizi

Cersaie 2018, seramik malzemelerinin ve üretim proseslerindeki gelişmelerin, dijital baskı tekniklerinin daha da güçlendiği, yeni teknolojilerin önemsendiği bir fuar olmuştur. Cersaie 2018 fuarı öne çıkan ebat, renk, yüzey, üç boyut etkisi, rafine endüstriyel, beton-taş-tipolojiler, patchwork ve mozaik kullanımlar, doğa-botanik stil gibi yenilikleri ise alttaki gibi özetlenebilir.

Kaleseramik'in Kalesinterflex ve 80x160/60x120 cm mevcut porselen karolar ile ortak kullanılacak, daha dekoratif, duvar kağıdı etkisinde, “hafif dokulu kalıp” kullanımına, duvar karolarında doygun renklerde saten ve parlak 3D ürünler geliştirilmesine ve bunun gibi trendlerle bağlantılı ürün gruplarının geliştirilmesine yönelik yapacağı çalışmaların açılımı olmuştur.

3.5.1. Ebat Trendleri

Ebatlarda yenilik olarak öne çıkanlar 100x100 cm, 120x120 cm, 80x80 cm, 20x20 cm kare formatlar olup slab ürünler: 120x360 cm, 162x324 cm, 160x320 cm, 240x300 cm, 120x240 cm, 100x300 cm Porselen karolar: 160x160 cm, 120x120 cm, 60x120 cm, 40x120 cm, 100x100 cm, 90x90 cm, 80x80 cm, 75x75 cm, 60x60 cm, 20x20 cm fuarda ağırlıklı görülen ebatlardır. 100x100 cm, 120x120 cm, 160x160 cm, 80x80 cm, 20x20 cm kare formatlar daha çok önemsenmiştir.

Ebat büyümesi ve geniş formatlı döşemeye eğilimle beraber, aynı seramik ürünün veya uyumlu alternatifinin mekana ait tezgah, lavabo, küvet veya mobilyada kullanılması ile daha bütünsel mekanlara yönelim izlenmiştir. Büyük ebat ve geniş formatlı döşemeye doğru

olan eğilim kuvvetlenerek devam etmektedir. Neredeyse tüm markalar ürünlerinde farklı ebat, yüzey ve tipolojide çeşitlilik olmasını oldukça önemsemiştir. Fap, Cesar, Aparici, Keope, Fap, Azuvi firmalarının örnekleri görsel 57’de gösterilmiştir.



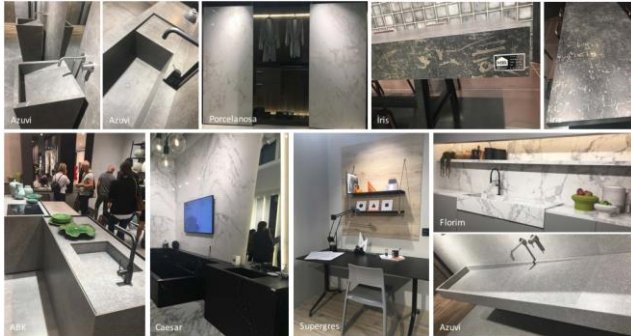
Görsel 57. 2018 Cersai ebat trendleri

Kale, Fap, Laminam, Lafaenza, Azuvi, Apavisa, Florim, Abk firmalarının büyük ebatlı trend örnekleri görsel 58’de verilmiştir.



Görsel 58. 2018 Cersai, büyük ebat trendi örnekleri

Azuvi, Porcelanosa, Iris, ABK, Caesar, Supergres firmalarının mekanda bütünsellik trend örnekleri görsel 59’da verilmiştir.

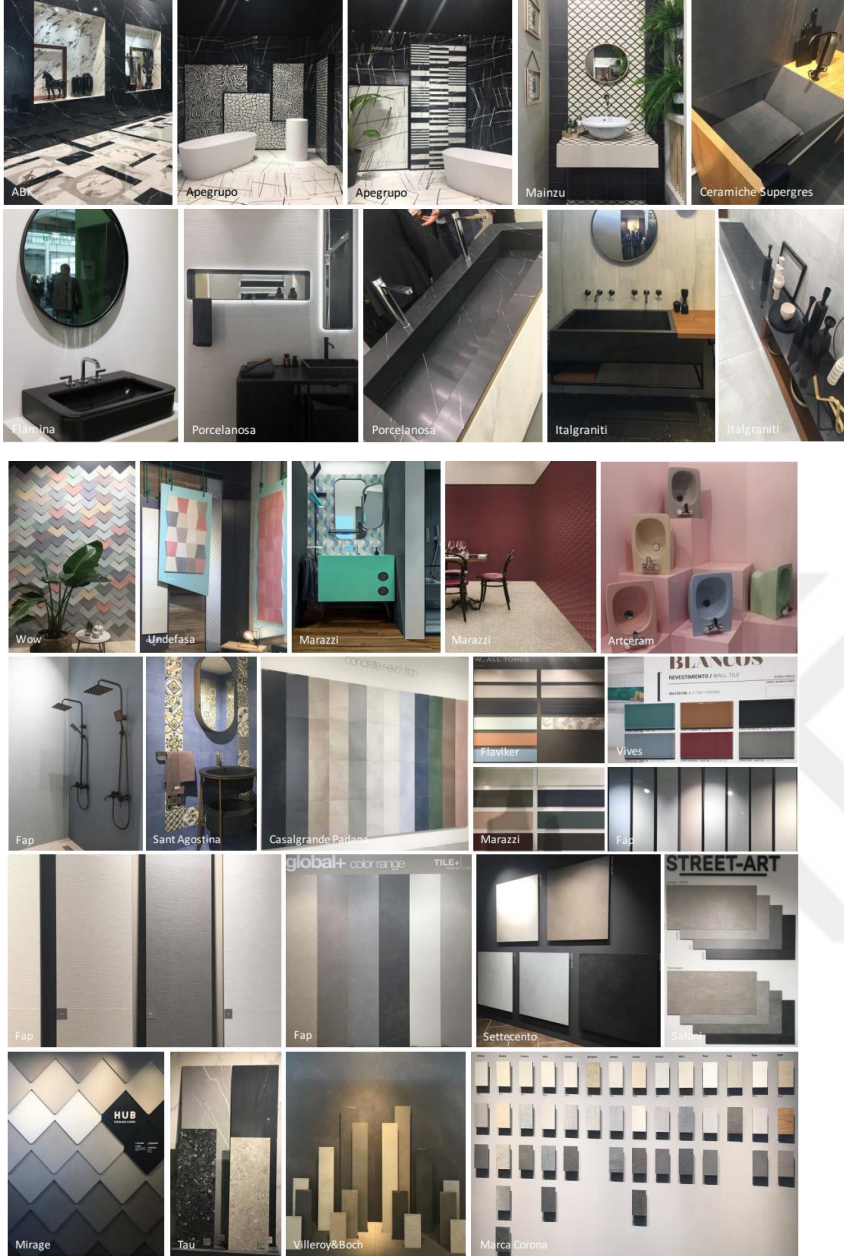


Görsel 59. Mekarlarda bütünsellik trendi örnekleri

3.5.2. Renk Trendleri

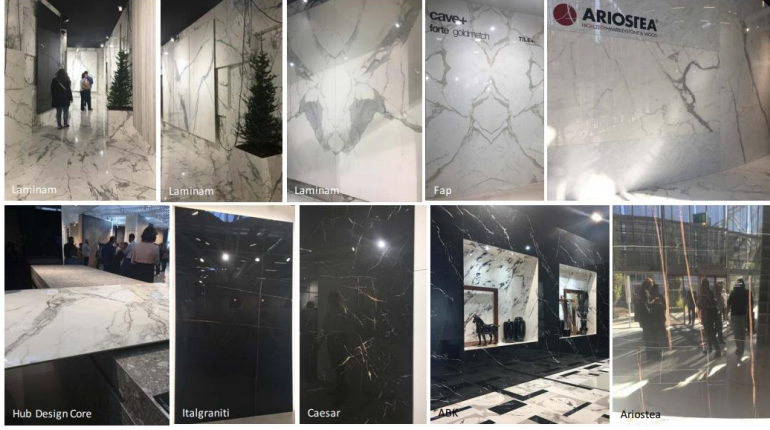
Renklerde, firmaların kendi özel renk paletlerini oluşturma eğiliminde olduğu izlenmiştir. Sıcak, natural renkler doğal tipolojili ürünlerin yine vazgeçilmezi olmuştur. Tozlu ve doymuş renkler ön plandadır. Duvar karolarında pudramsı pembeler, tozlu mavi, sarı ve yeşil, doymuş maviler, yeşiller ve pudra ile uyumlu bordolar en yeni renkler olarak görülmüştür. Seramiklerde siyah renk kullanımı yoğun görülürken, mat siyah musluklar, siyah mermer küvetler, siyah aksesuar uyumları ile mekanlarda bütünsellik, “siyah-siyah” kullanımlar dikkat çekmiştir. Siyah ve beyaz renkleri ile parlak slablar fuarda öne çıkan ürünlerden olmuştur. Tonal renk kullanımları ile elde edilen desenler, Cersaie 2017’den beri karşımıza çıkmaktadır. Renk kombin ve blokları ile görülen grafiksel eğilim bu fuarda da izlenebilir. Doymuş siyah, kırmızı, mavi ve yeşil gibi renklerin dijital boyalar ile sağlanabilmesi yönünde gelişmeler izlenmiştir.

Wow, Undefasa, Marazzi, Artceram, Fap, Sant Agostina, Casalgrande Padana, Flaviker, Vives, ABK, Apegrupo, Mainzu, Ceramiche Supergres, Flamina, Porcelanosa, Italgraniti, Settecento, Saloni, Mirage, Tau, Villeroy&Boch, Marca Corona firmalarının renk trendleri örnekleri görsel 60’da verilmiştir.



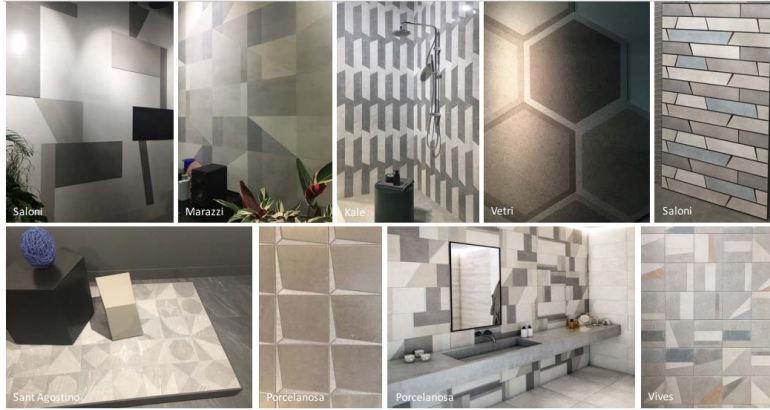
Görsel 60. Renk trendleri, 2018

Laminam, Fap, Hub Design Core, Italgraniti, Caesar, ABK, Arioestea firmalarının parlak siyah-beyaz slabler trendleri görsel 61’de verilmiştir.



Görsel 61. Siyah beyaz slablar, 2018

Kale, Saloni, Marazzi, Vetri, Sant Agostino, Porcelanosa, Vives firmalarının tonal etki trendleri görsel 62’de verilmiştir.



Görsel 62. Tonal etki, 2018

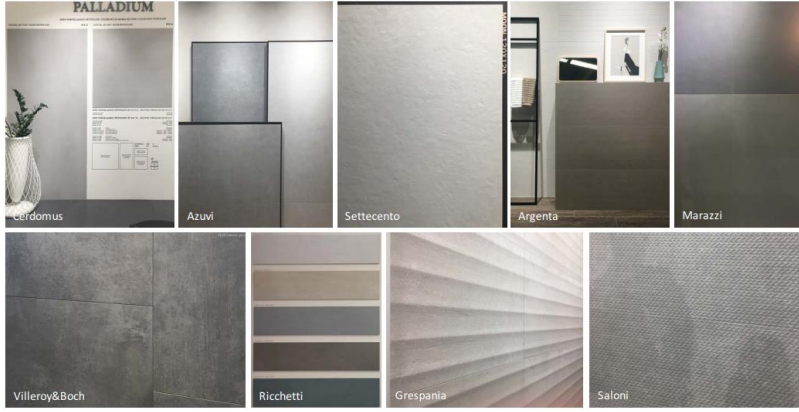
3.5.3. Tipolojiler ve Dekorlar

Daha rafine-endüstriyel bir görünümde hitap vardır. Mermer, ahşap, taş ve beton gibi doğal malzemelerin doğalından ayırt edilemeyecek derecede, doğalın saflığını ve özünü taklit eden, ürün grafik ve yüzey detaylarında sedefli ve metalik ışıltılar, Cor-Ten ve diğer oksitlenmiş etkiler barındırması ile ürünlerin daha da güçlendirildiği izlenir. Beton ve concreat görünüme kayan, sade taş tipolojileri ile birleşen, soft dokunuşlu ürünler kuvvetlenir ve yaygınlaşır.

Ahşap tipolojisinde geometrik desenleri, balıksırtı ve kare formlar yoğun görülmüştür. Parlak versiyonları da sunulmuştur. “Mix&Match” trendinin etkisi ile farklı tipolojiler ile beraber kullanımları sunulmuştur.

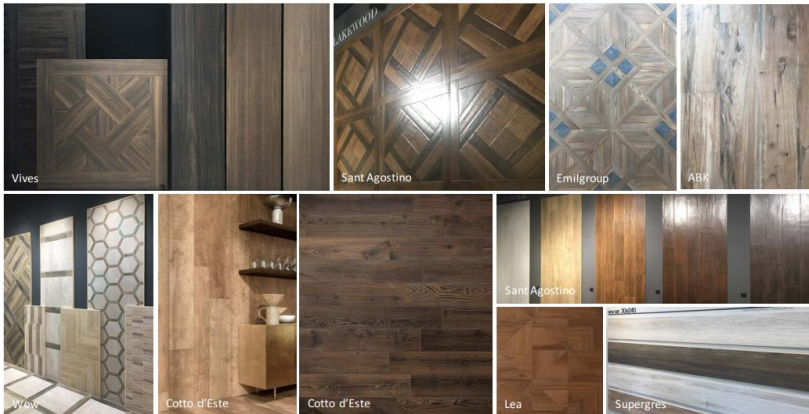
Terrazzo (Pietra di Gre) ürünler, karo ebadı ve görünen desen tanecik boyutlarında büyüme ile çeşitlenerek devam etmektedir. Cersaie 2018’de ağırlıklı olarak, birçok firma terrazzo görünümlü “Pietra di Gre” taş etkili versiyonlarını sunmuştur.

Cerdomus, Azuvi, Settecento, Argenta, Marazzi, Villeroy&Boch, Ricchetti, Grespania, Saloni firmalarının beton ve taş trendleri görsel 63’te verilmiştir.



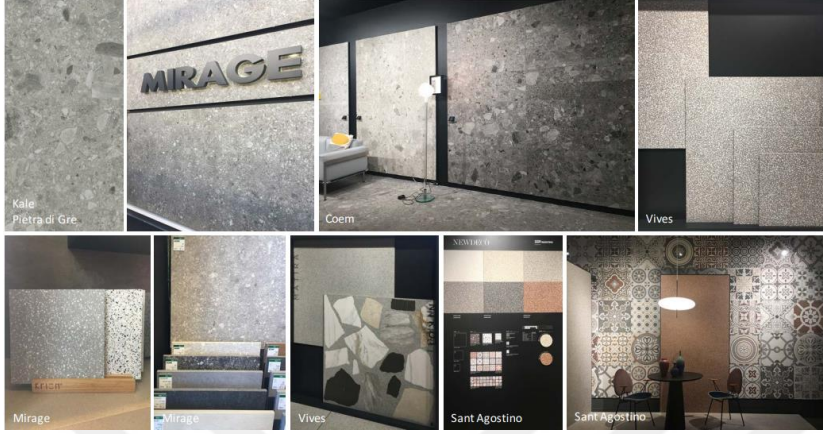
Görsel 63. Beton ve taş tipolojileri, 2018

Vives, Sant Agostino, Emilgroup, ABK, Wow, Cotto d’Este, Lea, Supergres firmalarının ahşap trendleri görsel 64’te verilmiştir.



Görsel 64. Ahşap tipolojisi, 2018

Kale, Coem, Vives, Mirage, Vives, Sant Agostino firmalarının terrazzo ve Pietra di Gre trendlerinin örnekleri görsel 65’te verilmiştir.

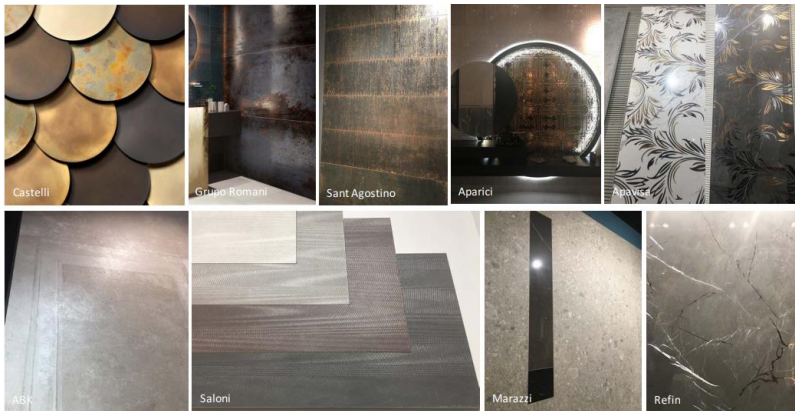


Görsel 65. Terrazzo tipolojisi

3.5.4. Yüzey Trendleri

Cevisama 2018’de görüldüğü üzere bu fuarda da soft dokunuşlu, yumuşak görünümlü, mat-saten ürünler ile yağlı, cilalı, Cor-ten, oksitli, paslı, metal görünümler ve mat-parlak karışımli yüzeyler ağırlık kazanmıştır. Sugar effect uygulamalı ürünler yine birçok firmada yer alır.

Grupo Romani, Emil, Castelli, Sant Agostino, Refin, Imola, Apavisa, Undefasa, Colorobbia, 41Zero42 firmalarının örnekleri görsel 66’da verilmiştir.



Görsel 66. Yüzey trendleri

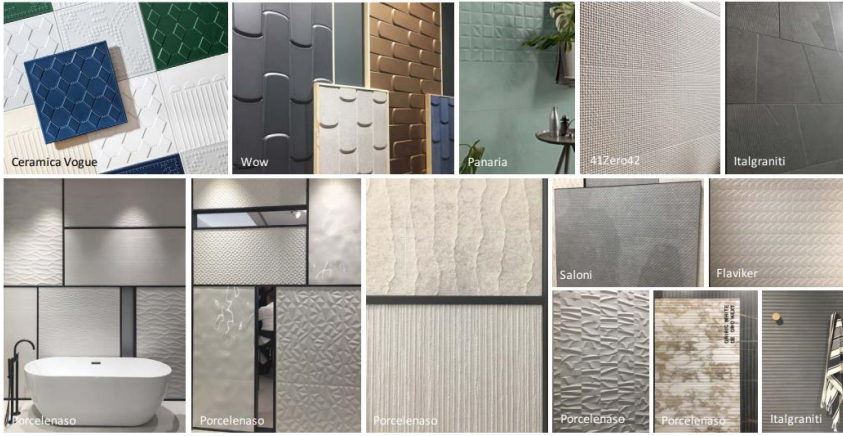
3.5.5. Üç Boyutlu (3D) Görsellik ve Mozaik Trendleri

Dimensional Solids – 3D – Üç boyutlu görselliğe sahip ürünlere olan eğilim devam etmektedir. Klasik karolarına ek olarak bu yıl spot, doygun renkli ve strüktür barındıran, düzenli desen tekrarı içeren, minimalist yaklaşımlı versiyonları yenidir.

Mix-and-match kullanımları ve çini desenleri ile görmeye alıştığımız patchwork ürünler, tek renkli-monochrome yorumlar, yumuşak, sıcak ton geçişleri ve eklektik tasarımları ile daha modern yaklaşımlarda görülür.

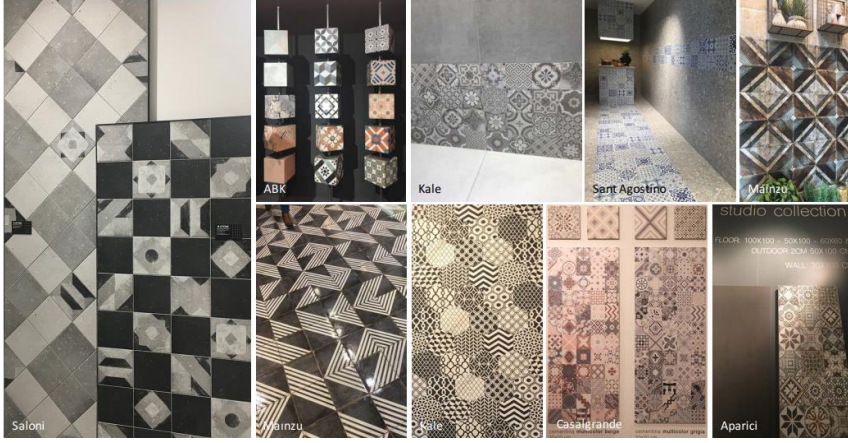
Mozaik etki, küçük formatlı klasik desenleri, Retro tarzı ve yeni olarak da daha büyük, daha çok renklendirilmiş karoları ile yoğun görülür.

Ceramica Vogue, Wow, Panaria, 41Zero42, Italgraniti, Porcelenaso firmalarının 3D görselliğe sahip örnekleri görsel 67’de verilmiştir.



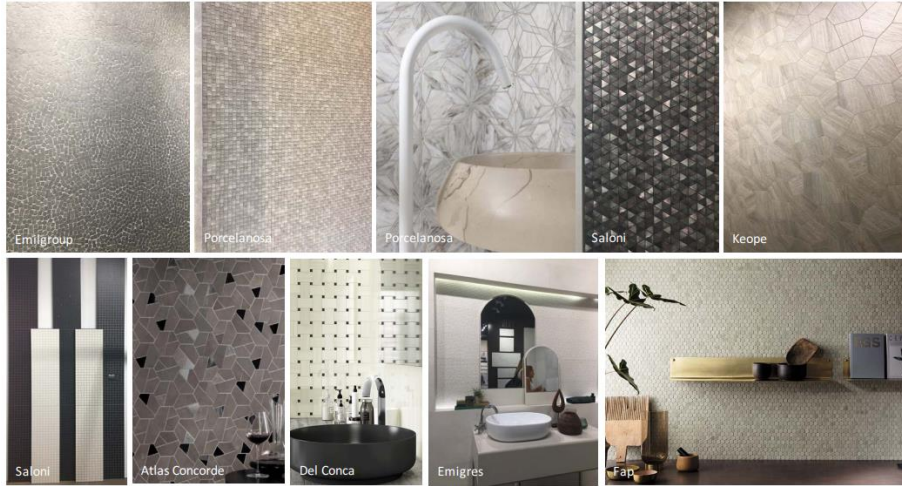
Görsel 67. Üç boyutlu etki

Kale, Saloni, ABK, Mainzu, Sant Agostino, Casalgrande, Aparici firmalarının patchwork trend görselleri 68’de verilmiştir.



Görsel 68. Patchwork trend

Emilgroup, Porcelanosa, Saloni, Keope, Atlas Concorde, Del Conca, Emigres, Fap firmalarının mozaik trendleri görsel 69’da verilmiştir.



Görsel 69. Mozaik küçük formatlı ve retro stilde grafiksel uygulamalar

3.5.6. Doğa ve Botanik Trendleri

Mekarlarda yemyeşil bitki stiliyle ayrılmış alan kullanımları dikkat çeker. Desen olarak yeşil bitkilerin, egzotik ve tropik bitkilerin, büyük ölçekli yaprak ve çiçeklerin kullanıldığı ürünler Cersaie 2018’de de firmaların ürün gamlarında yer almıştır. Doğa ve botanik trendi öne çıkmaktadır.

Maxxi, Sant Agostino, Vives, Keope, Kronos, Harmony, Villeory&Boch, Marazzi, London Art firmalarının ürünleri görsel 70’de gösterilmiştir.



Görsel 70. Doğa ve botanik trend

3.6. 2021 Cersai Fuarı Trend Ürün Analizi

2020 yılında pandemi nedeniyle yapılmayan ve 2021 de yeniden firmaların trend ve teknolojinin buluşma noktası haline gelen Cersai fuarında teknolojik ve tasarım olarak çok fazla yenilik sunulmadığı 2019 yılında gerçekleşen mevcut trendlerin gelişiminin devamı niteliğinde olduğu söylenebilir.

Yüzey teknolojileri, sır çeşitleri, üst uygulamalar ve kuru aplikasyonlarla ön plana çıkmıştır.

Farklı ürün grupları ortak konsept ile bir araya getirilerek koleksiyonlar oluşturulmuştur.

Renk tasarımın en önemli ögesi olarak vurgulanmıştır. Mavi, yeşil ve pembe gibi trend renkler gelişmiş dijital boya teknolojileri ile uygulanmıştır.

Tüm ürün gruplarında dekor önemli bir unsur haline gelmiştir.

Artizan görünümlü ürünlere geniş yer verilmiştir.

Metalik sırlar ve metalik malzeme uygulamaları geçen yıllara göre artış göstermiştir.

Duvar ebatlarında büyüme görülmüştür. 30x90 cm - 40x120 cm ebatları en rastlanan ürün ebatı olmuştur.

Porselen ebatları 120x120 cm - 100x100 cm - 60x120 cm - 90x90 cm - 80x80 cm - 75x75 cm - 60x60 cm - 20x20 cm olarak kullanılmıştır.

Slab ürünlerde 120x360 cm - 240x300 cm - 300x150 cm - 270x100 cm - 150x150 cm - 150x100 cm - 100x75 cm ebatları kullanılmıştır.

Mavi ve yeşil mermerler standlarda ön plandadır. Klasik sade calacatta mermerinin damarları mavi, yeşil ve somon renklerinde gözlemlenmiştir.

Derin cement dokulu ürünler yeşil, mavi ve cotta renklerinde birçok firmada yerini almıştır. Renkli derzler ile kesme ürünler bir arada kullanılmıştır

Botanik ve tropikal trendi; küçük ebattan slab ürünlere kadar tüm ürün gruplarında yoğun olarak gözlemlenmiştir.

Küçük ebatlı karolar; hand-made, yarı endüstriyel görüntülü, zengin renk aileleriyle sunulmuştur.

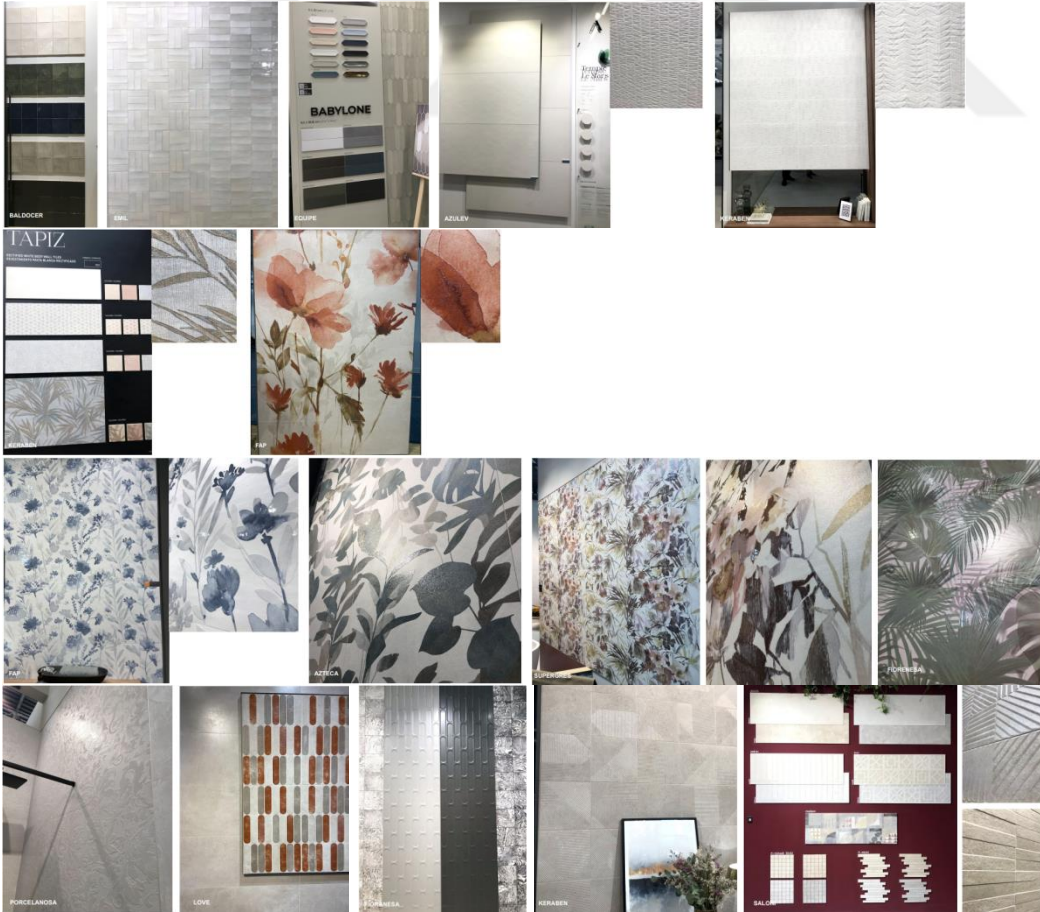
Terrazzo tipoloji trendi etkisini sürdürmektedir. Renkli terrazzo olarak da farklı firmalarda görülmüştür.

Ahşap tipolojisi bu sene geri planda kalarak, doğal tonlarda, gerçek renk ve doku görüntüleri elde edilerek ürünler sunulmuştur.

20 ve 30 mm ürün grubunda büyüme görülmüştür.

3.6.1. Duvar Karosu Trendleri

Duvar karosu ebatlarında büyüme görülmüştür. 40x120 cm ebatı yaygınlaşmaktadır. Porcelanosa 60x150 cm ebatında hibrit bir masse preslenmiş ürünler sunulmuştur. Lüks ürün gamında beyaz masseli duvar karolarına geniş yer verilmiştir. Masse ayrımı iletişim panolarında vurgulanmıştır. Üst sır ve mikro granilya uygulamaları ile yapılmış zengin yüzeyli ürünlerde artış meydana gelmiştir. El yapımı görünümlü endüstriyel ve yarı endüstriyel ürünler yaygınlaşmıştır. Büyük, orta ve küçük ölçekli pek çok markada bu tür ürünler sergilenmiştir. Küçük ebatlı ürünlerde öne çıkan ebatlar, 10x30 cm , 7,5x30 cm ve 6,5x40 cm dir. Çizgi ve chevron şeklinde tasarlanmış ürünler rölyefli olarak sunulmuştur. Son üç yılda güncelliğini koruyan botanik ve tropikal dekor trendi bu yıl da artarak devam etmiştir. Dekorlar kuru aplikasyon ve efekt mürekkepler ile zenginleştirilmiştir. Soft renk paleti ile yapılmış renkli sırlı ürünler artış göstermiştir. Minimalist taş dokulu mat yüzeyli ürünler fon ve rölyefli dekorlar ile birlikte sunulmuştur.

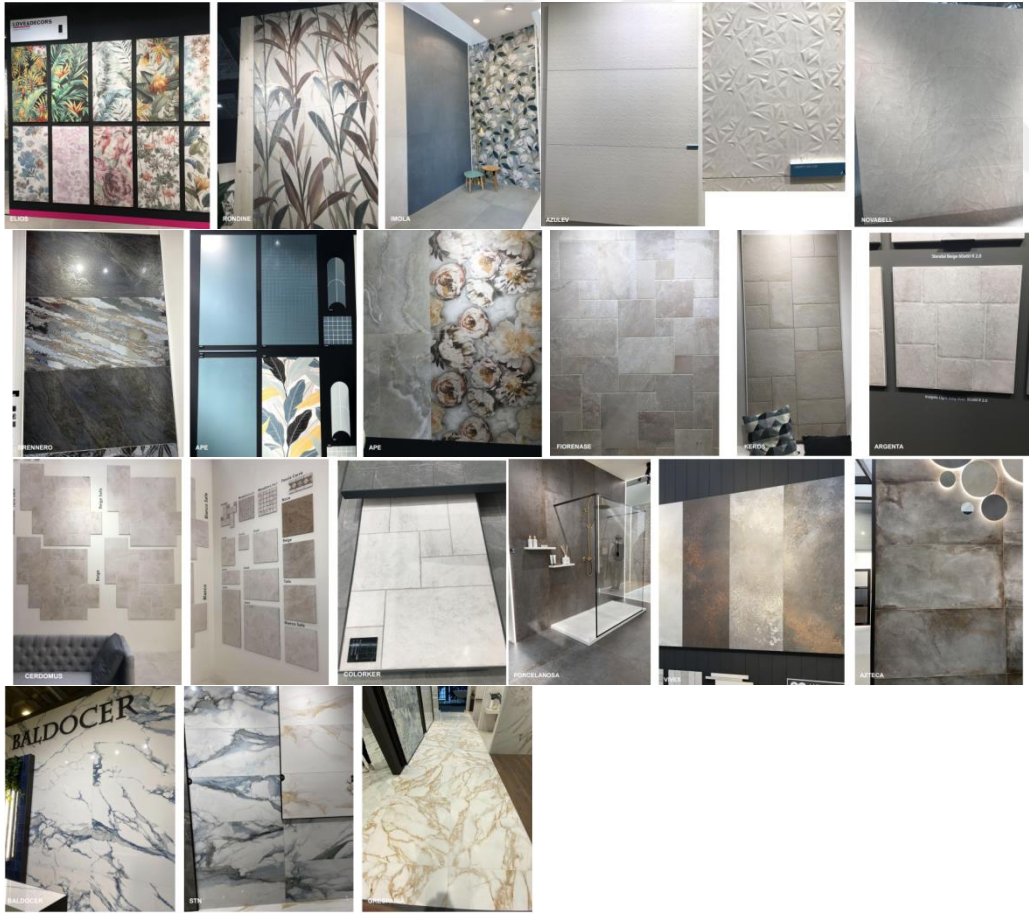


Görsel 72. Duvar karosu trendleri

3.6.2. Porselen Trendi

60x120 cm ebatlı porselen ürünlerde sıklıkla kuru aplikasyon uygulamalı ve kalıplı dekor ürünler sunulmuştur. Modüler birimlerden oluşan doğal taş görünümlü ürünlere geniş yer verilmiştir. Calacatta mermeri klasik renginden uzaklaşarak özellikle mavi ve bej damarlı olarak öne çıkmıştır. Rustik metalik görünümlü ve parlak ve lapaturalı ürünler sunulmuş, homojen taş dokulu ve renkli derin serilere yer verilmiştir.

Ahşap tipolojisi doğal renkleriyle yer alırken tuz - biber masse üzerine dijital uygulamalı ürünlere sıklıkla rastlanmıştır. Havuz ve çevresi kullanımı için dijital desenli tamamlayıcı porselen parçalar çeşitlenerek, 20 ve 30 mm kalınlığındaki ürünlere ebat ve tipoloji çeşitliliği artış göstermiştir. Ayrıca antimikrobiyal/antibakteriyel ürünler sunulmuştur.



Görsel 73. Porselen trendi

Kale

NOCE SELLA



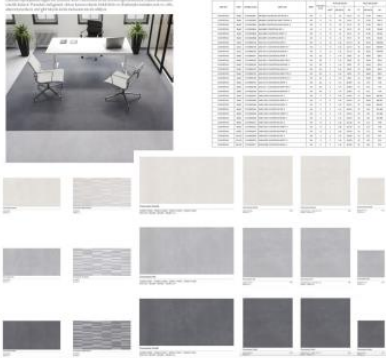
NOCE ITALIANO



Kale

Kale

CONCRETUM



60x60/60x120 COL01-MASSE MIX

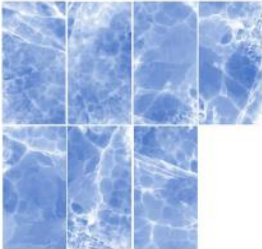


Kale

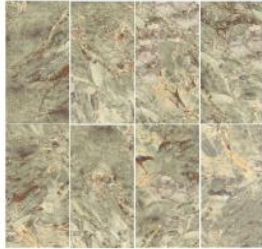


Kale

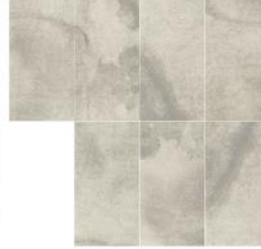
WATERFALL MAVİ KRİSTAL YÜZEY



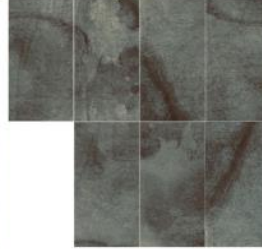
SEA NATURE KRİSTAL YÜZEY



AQUA STONE GRİ ASP-C YÜZEY



AQUA STONE YEŞİL KRİSTAL YÜZEY

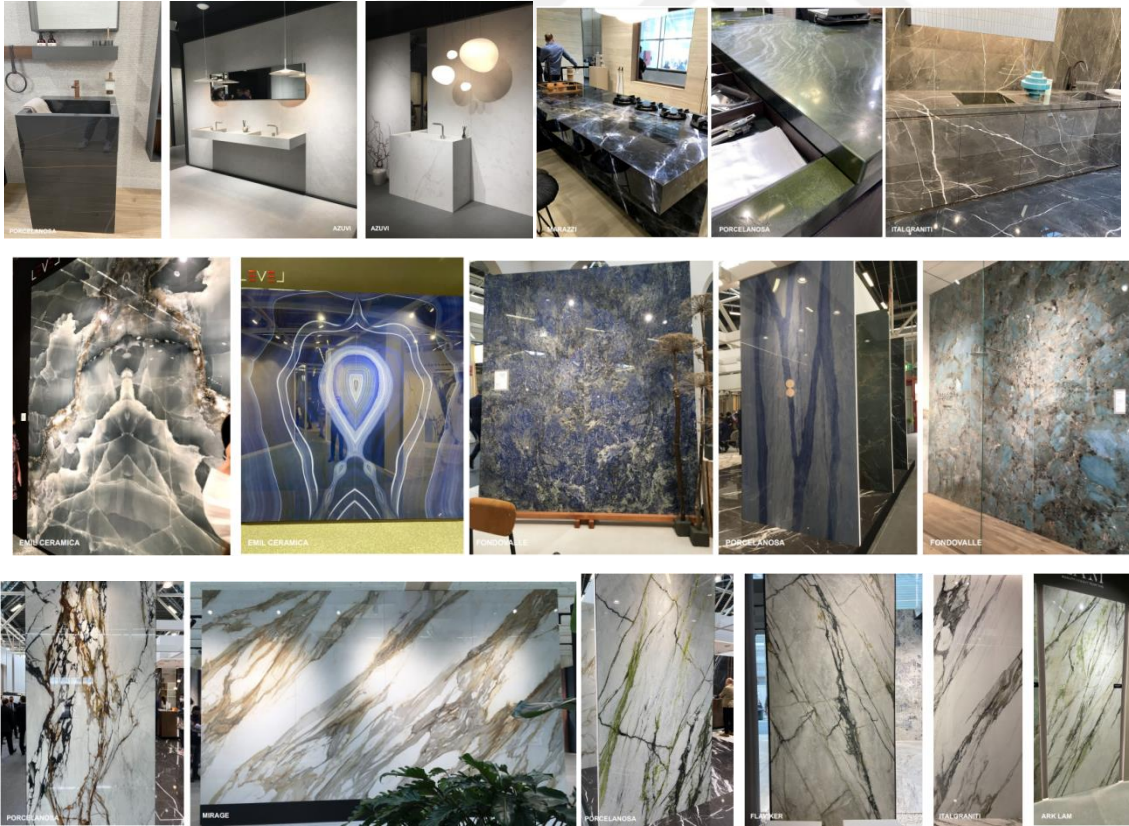


Görsel 74. Porselen trendine paralel Kaleseramik ürünleri

3.6.3. Slab Karo Trendleri

Slab (plaka) karolar ile yapılan mobilya, lavabo, yüzey kaplama gibi pek çok ürüne yer verilmiştir. Parlak mermer tipolojileri yüzey görünümünü oldukça iyi parlatma örnekleri ile sergilenmiştir. Calacatta mermeri standart renklerinin dışına çıkarak; farklı renk ve yoğunlukta karşımıza çıkmıştır. Onyx mermerine farklı renk alternatifleri ve yüzey uygulamalarıyla sıklıkla yer verilmiştir.

Mermer tipolojisinde mavi ve yeşil renk yaygın bir biçimde kullanılmıştır. Avangart mermerler gerçekçi bir şekilde ön planda olmaya devam etmiş trendin etkisi ile slablerde botanik ve floral etkili dekor ürünlerde ciddi bir artış gözlemlenmiştir. 3. Pişirim uygulamalarına da yer verildiği özellikle mavi ve yeşil tonlarda metalik oksit tipolojili ürünlerin birçok firma tarafından kullanıldığı görülür. Openbook ve faceler arası desen takibinin başarıyla sergilendiği pek çok ürün çalışılmıştır.



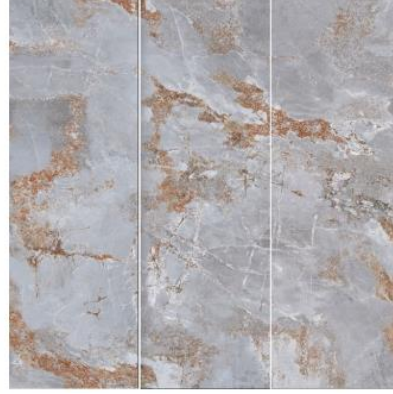
Görsel 75. Slab karo trendleri

■ Kale

Colorado Oro
Openbook



Marmo Metallo



■ Kale



T-One



T-One

■ Kale

MARBLES
ONYX AGATE BLUE



■ Kale

CALACATTA MACCHIA
VECCHIA



Görsel 76. Slab karo trendlerine paralel Kaleseramik ürünleri

3.7. 2022 Cersai Fuarı Trend Ürün Analizi

2021 fuarı ile kıyaslandığında tasarım açısından çok köklü farklılıkların olmadığı konseptlerin gelişerek devam ettiği görülür. 2022 Cersaie fuarında teknolojik olarak en dikkat çeken gelişme yüzey konusunda olmuştur. Tüm ürün gruplarında sır çeşitliliği, kuru aplikasyonlar ve granilya (belli bir sıcaklıkta eriyen camsı malzeme) uygulamaları yaygınlaşmıştır. Yüzey düzgünlüğü, parlatma kalitesi, konuları önem kazanmıştır. 2022

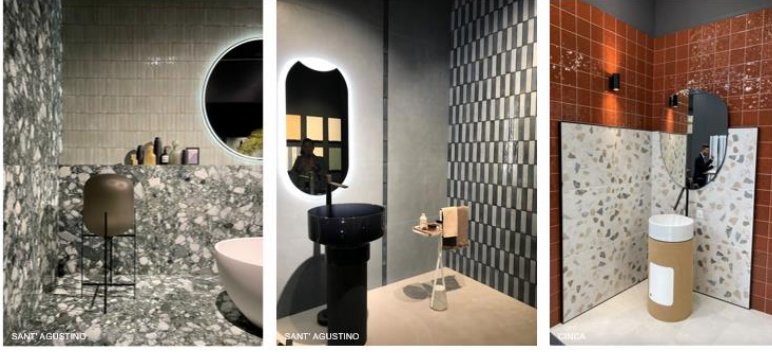
Cersaie fuarında sergilenen küçük ebatlı karolar birçok firma tarafından izleyiciye sunulmuştur. Küçük ebatlı karolar el yapımı görünümünde, zengin renk aileleriyle sergilenmiştir. Bu ürün grubu porselen ürünlerle bir arada kullanılmış ve mekanları tamamlayan dekorlara dönüşmüştür.

Fuarın bu seneki en önemli trendleri; gelişen teknolojilerle tüm tipolojilerde ürün yüzeylerindeki zenginlik, slab ürünlerin kullanım alanlarında, yüzey teknolojilerinde ve tipolojilerinde ciddi gelişim, küçük ebatlı ürünlerin ebat, yüzey, form ve renk kırılımlarında gelişerek porselenlerle mekanlarda buluşması, geri dönen traverten, floral ve botanik etkili porselen ve slab ürünler, ebat fark etmeksizin çizgisel ve geometrik rölyeflerin/aplikasyon uygulanması şeklinde özetlenebilir.

Derz uygulamalarının mekan tasarımının bir parçası haline geldiği, Hexagon (altıgen) formun farklı tipolojilerde devam ettiği gözlenir. 2022 yılının trend renkleri pembe, şeftali tonları, su yeşili, mavi ve haki yeşil renkleri tüm ürün gruplarında geniş yer tutmuştur. Renkler pastel ve dingin tonlarda kullanılmaktadır. Sürdürülebilirlik temasının ön planda olduğu fuarda, farklı ürün gruplarındaki ürünler belli bir konsept ile moodboardlarla sunulmuş, ürünlerin farklı eşleştirmeleri ile mix and match ambiyanslar yaratılmıştır.



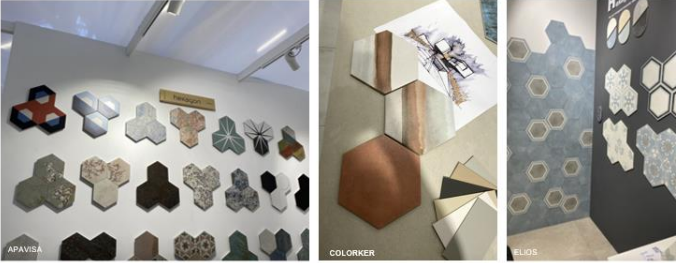
Görsel 77. Moodboardlar



Görsel 78. Mix and match ambiyanslar



Görsel 79. Renk trendleri



Görsel 80. Hexagon formlar



Görsel 81. Çizgisel ve geometrik dekorlar



Görsel 82. Derz uygulamalarının tasarımın bir parçası olduğu örnekler

3.7.1. Duvar Karosu Trendleri

Duvar karosu ebatlarında büyümenin devam ettiği fuarda lüks ürün gamında beyaz masseli duvar karolarına geniş yer verilmiştir. Ürünlerde doğallığın beyaz masse ile ön plana çıkarıldığı, mikro granilya kullanımı ile zengin yüzeyler elde edildiği gözlenir. Üst sır ve mikro granilya uygulamaları ile yapılmış zengin yüzeyli ürünler, parlak mürekkep kullanımı ile mat- parlak etkili dekor-fon ürünler sergilenmiştir.



Görsel 83. Yüzeylerde beyaz masse doğallığı ve homojen taş tipolojisi.



a)

b)

Görsel 84. Mikro granilya (a) ve kuru aplikasyon (b) teknolojisi kullanımı ile zenginleştirilmiş yüzeyler



a)

b)

Görsel 85. Farklı formlarda (a) ve geometrik kalıplarda (b) kuru aplikasyon teknolojisi ile zenginleştirilmiş yüzeyler

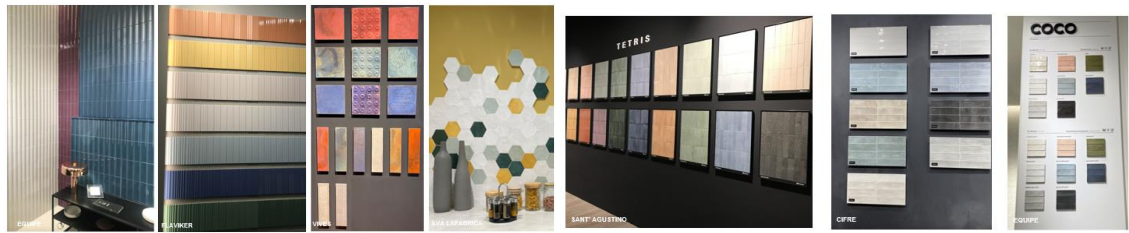


a)

f)

Görsel 86. Metalik/lüster sır kullanımı (a) ve parlak/efekt mürekkep (b) kullanımı ile zenginleştirilmiş yüzeyler

Küçük ebatlı ürünler altın çağını yaşamaktadır. Düz renkler dokular, el yapımı görünümler, artistik sırlar, derin rölyefler gibi pek çok tasarım unsuru küçük ebatlı ürünlerde kullanılmaktadır.



Görsel 87. Farklı ebatlarda renk paletleri, rölyef

Botanik ve tropikal dekor trendi bu yıl da artarak devam etmiştir. Floral etkili ürünlerde, farklı formlarda dekorlar kuru aplikasyon ve efekt mürekkepler ile zenginleştirilmiştir. Minimalist taş dokulu mat yüzeyli ürünler fon ve rölyefli dekorlar ile birlikte sunulmuştur. Ayrıca carving/deeping gibi sırda çökme etkisi yaratan efekt mürekkepleri de kullanılmaktadır. Metalize ve lüsterli sır kullanılarak oluşturulan ürünlere

yer verilmiştir. Farklı ebatlarla oluşturulan renk paletleri; mat, parlak, metalik, artizan görünümlü ve artistik uygulamalı sır çeşitleri ile sergilenmiştir. Ayrıca farklı derz uygulamaları ile mekanda farklılaşmaya gidilmiştir. Minimalist dekor ile homojen taş tipolojili ürünler sergilenmiştir.

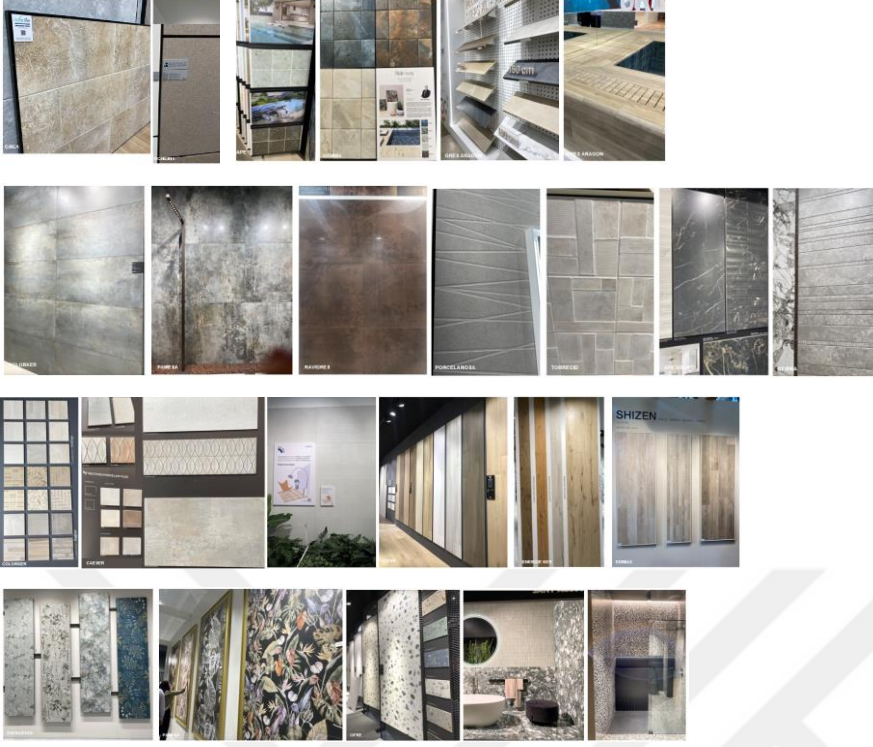
3.7.2. Porselen Trendleri

Porselen grubunda tüm ebatlarda, 60x120 cm ebatlarda, kuru aplikasyon uygulamalı ve kalıplı dekor ürünler sunulmuştur. Modüler birimlerden oluşan doğal taş görünümlü ürünlere geniş yer verilmiştir. Calacatta mermeri bej, mavi damarlı olarak öne çıkarken, rustik metalik görünümlü ve parlak aplikasyonlu ürünler, homojen taş dokulu cement görünümlü seriler, doğala en yakın renk ve dokuda, beyaz tonlarda ahşap tipolojisi sunulmuştur.

Floral etkili dekorlu ürünler ön plana çıkmış ve terrazzo etkisi sürmektedir. Duvar karolarının yanı sıra porselen teknolojisinde de çizgisel kalıplı dekorlar ön plana çıkmaktadır.

Yumuşak yüzeyli ve kaymazlık değeri yüksek olan uygulamalara/ ürünlere, tuz - biber masse üzerine dijital uygulamalı ürünlere sıklıkla rastlanmıştır. Havuz ve çevresi kullanımı için dijital desenli tamamlayıcı porselen parçalar çeşitlenmiştir. Havuz içi ve havuz kenarı ürünleri çözümleriyle sergilenmiştir.

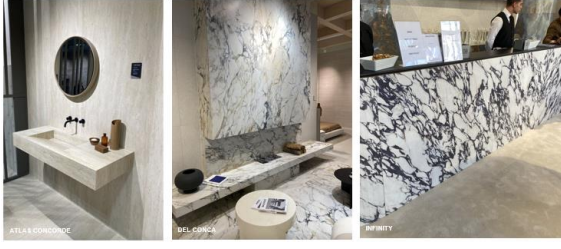
20 ve 30 mm kalınlığındaki ürünlerde ebat ve tipoloji çeşitliliği devam ederken antimikrobiyal/antibakteriyal ürünler ve farklı ebatlarda evodry uygulamalı ürünler de sunulmuştur.



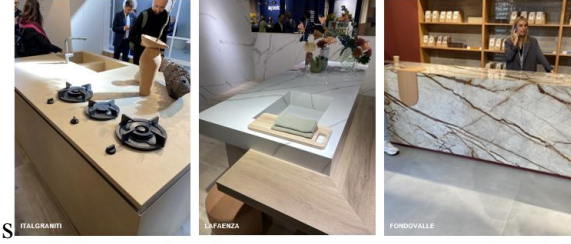
Görsel 88. Porselen trendleri

3.7.3. Slab Karo Trendleri

Slab karoların tüm markalarda tezgah uygulamaları gibi kullanımlarının zenginleştiği, iyi seviyede parlatılmış mermerler sunulmuştur. Yeni gelişen teknolojilerin ürün yüzeylerine yön verdiği fuarda, DDG (Digital Dry/Decoration Glazing) teknolojisi ile geliştirilen katmanlı ve granilyalarla zenginleşen yüzeylerde artış gözlemlenmiştir.



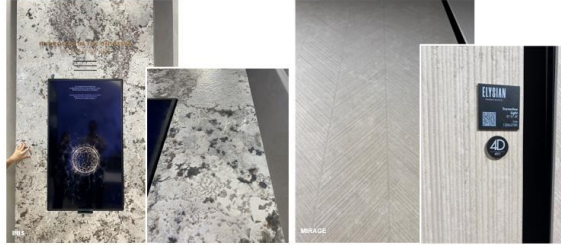
a)



b)



c)



d)

Görsel 89. Slab karolarda zenginleşen kullanım alanları (a-b) ve parlatma ile DDG teknolojisi (c-d)

Tuz-biber massenin¹ dijital desenlerle birleştirildiği pek çok ürün sergilenmiş, tezgah uygulamalarında ön plana çıkmıştır. Genesis masse şekillendirmesi (renkli ve desenli karo şekillendirmek için hazırlanan sistem) yoluyla gövdede desen takibi sunan ürünlerin ilk

¹ Tuz biber granit ürünlerinde farklı renklerde granül massenin bir arada preslenmesiyle üretilen porselen ürünlere denilmektedir.

örnekleri görülmüştür. Düz ve cement (çimento) dokulu slablerde mavi, yeşil ve somon gibi renk uygulamalarına yer verilmiştir.



a)



b)

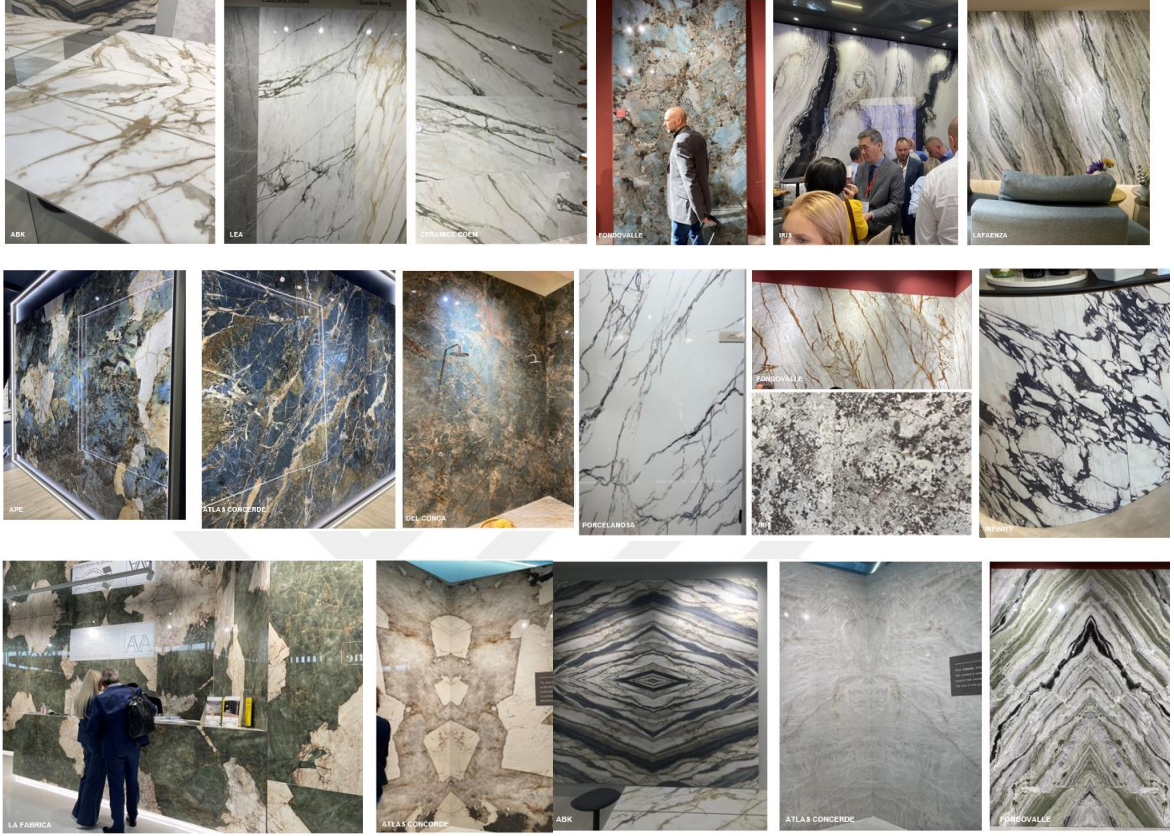


c)

Görsel 90. Tuz biber masse (a), genesis masse şekillendirme (b) ve düz –cement tipolojiler (c)

Mermer ipolojisinde; agrasif calacatta yoğun damarlı olarak yerini almıştır. Mavi ve yeşil agresif mermer trendi devam etmektedir. Agresif ve derinlikli mermerler ön planda olup Labradorit, Pallissandro vb. mermer kullanımı gözlemlenmiştir. Alışılmış mermer tipolojilerinden farklılaşan Patagonia Mermeri özellikle ön plana çıkmıştır.

Öne çıkan mermerler: Calacatta Viola, Deep/Gold River Marble, Blue Flower ve Lilac mermerleri olmuştur. Farklı mermer tipolojileri openbook olarak da kullanılmıştır.



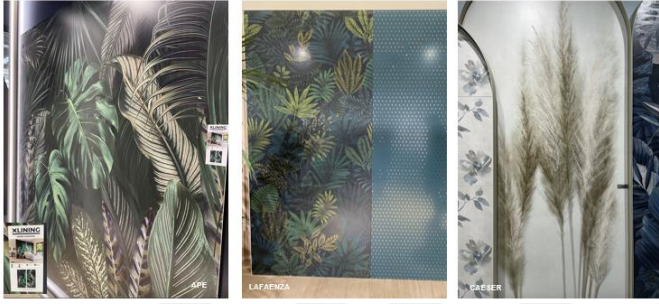
Görsel 91. Mermer tipolojisinde trendler

Rustik- metal oksitli ürünler gözlemlenmiştir. Tropik ve botanik etki üst aplikasyonlara zenginleştirilmiş örneklerle gözlemlenmiştir. 3. Pişirim altın uygulamalı slablara rastlanmıştır. Desen takipli ürünlere yaygın olarak yer verilmiştir.

Fuar analizleri sonrası çizilen yol haritasında tüm teknolojilerde yüzey ve aplikasyon çeşitliliğinde artış zenginleşme, üst segment sır gelişimi, çevreye ana trendlere, tipolojilere ve ebatlara uygun ürün tasarımları ve teknoloji yenilikleri planlanır. 2022 yılı için DDG (Digital Dry/Decoration Glazing) teknolojisinin, porselen ve slab yatırımların etkisi büyüktür.



a)



b)



c)



d)

Görsel 92. Rustik (a), tropikal (b), altın (c) trendlerde ve desen takipli (d) ürünler

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

SONUÇ

Seramik üretiminde gelişen teknolojilerle firmaların ürün portföyü her geçen gün değişmiş ve nihai kullanıcıyı cezbetmeye devam etmiştir. Teknolojik gelişmeler, yüzey aplikasyon çeşitliliğini, üst segment ürünlerin ve sırların gelişimini beraberinde getirir. Sınırlılıkların kalktığı bir üretim bantında tasarımın gücü ile firmalar marka değeri haline gelir ve buda onların uluslararası platformda sektördeki yerini belirler. Sürekli bir devinim halinde olan sektörde, firmalar sadece teknolojik açıdan değil tasarım açısından da kendilerini geliştirmek yenilemek zorundadırlar. Ülkemizde seramik sektörüne hizmet eden tasarım ofislerinin olmayışı her firmanın yurt dışından ve tasarımcılardan temin yolu dışında, kendi ürün geliştirme süreçlerini kendisinin yönetmesini de beraberinde getirmiştir. Firmaların bu süreçte tasarımlarında kendi öz kaynaklarını kullanması da tabiki son derece değerlidir.

Tasarımı yönetebilmek için trendlere hakim olmak beğeni ve eğilimleri öngörmek önemlidir. Son trendlerin takibi ve bir sonraki adımın öngörüsünü edinmek açısından seramik sektörüne etki eden en önemli ve büyük fuarlardan biri İtalya'nın Bologna şehrinde 1983'ten beri her yıl kurulmaya devam eden Uluslararası Seramik Karo ve Banyo Mobilyaları Fuarı olan Cersai dir. Cersai fuarı dünyada son seramik trendlerinin sergilendiği bir fuardır.

Günümüzde yaşanan teknolojik gelişmeler rekabetin yoğun şekilde yaşandığı ortamları oluşturmuştur. Artık sadece kaliteli mal üreterek pazara sunmak, başarı elde etmek ve satış yapabilmek mümkün değildir. Tüketiciler aynı malın değişik fiyat, kalite ve tasarımlarıyla karşılaştırmakta, ihtiyaç duyduğu ürün ya da hizmeti değişik seçenekler arasında tercih edebilmektedir. Bu açıdan bakıldığında pazarlamada fuarların rolü ve önemi de çok büyüktür.

Pandemi süreci sonrasında yaşanan küresel ekonomik krizlerin, Rusya Ukrayna Savaşının enerjideki olumsuz etkisi Avrupa'da birçok üretici firmayı olumsuz yönde etkilediği gibi, Türkiye'deki seramik üreten firmaların üretim maliyetlerinin yükselmesine de neden olmuştur. Türkiye'de seramik sektöründeki enerji maliyetleri, toplam üretim

maliyetlerinin nerdeyse %50 üzerine çıkmış durumdadır. Krizlerin olduğu bu dönemlerde üretiminde kalite ve kapasitenin çok önemli olduğu aşikardır. Bu gibi kriz dönemlerinde krizi fırsata çevirebilmek için yeni yurtdışı pazarların oluşması yeni müşteriler edinilmesi farklı avantajlar oluşturmaktadır. Avrupa'da birçok üretici hammaddede ve üretim maliyetlerinin yükselmesinden dolayı seramik üretimine ara vermek zorunda kalmıştır. Son dönemde ülkemizde dövizin değer kazanması nedeniyle, seramik üretiminde yerli hammadde kullanarak, yurtdışına ihracat yapabilen firmalar çok karlı dönemler yaşamaktadır. Buradaki en önemli nokta ürünlerin kalitesi ve maliyetinin yanı sıra görsel açıdan müşterilerce beğenilmesi, tercih edilmesidir.

Bu noktada, ülkelere, bölgelere ve hatta şehirlere göre değişkenlik gösteren beğenilerin yönetilebilmesi için uluslararası alanda trend ve tipolojilerin ne yönde olduğunun tespit edilmesinin önemi daha da fazla ortaya çıkmaktadır. Pazar analizlerinin doğru yapılarak trendlerin belirlenmesi ve ürün geliştirme süreçlerinin üretim hattına uyum sağlayabilmesi, doğru şekilde tamamlandıktan sonra müşteriye yüksek kalitede, uygun maliyette ve hedeflenen kriterlerle ulaşılması çok kritiktir.

Uzun yıllardır seramik karo sektörü özellikle tekstil desenlerinden doğal tipolojilerden etkilenmekte, bunu yanı sıra büyüyen ebatlar, çeşitlenen kullanım alanları, zenginleşen yüzeyler, artistlik sırlar, granüller, metalikler, altın yıldız, platin vb. malzemeler, kesme ürünler, değişen renk skalaları, floral ve pastoral desenler her yıl gelişerek devam etmektedir. Serigrafi baskı, rotocolor gibi eski baskı teknolojilerinden sonra dijital baskının getirdiği açılımlara ve günümüzde seramik sektöründe yeni gelişen DDG (Dijital Dry/Decoration Glazing) teknolojisine kadar gelinmiştir.

Bu tezde seramik sektörünün geriye dönük on beş yıllık süreci (2008 ile 2022 yılları arası), Cersai fuarı trend ürün analizleri üzerinden incelenmiştir. Kale grubu bünyesinde Klinker, Duvar Karosu, Yer Karosu, Trim, Dekor Fabrikalarında ve Atölye Kale de 18 yıllık kişisel çalışma deneyimi ve ilgili departmanlarla birebir yapılan görüşmeler bilgilerin yorumlanması konusunda etkili olmuştur. Analizlerde trend ürün ilişkisinin çok değişmediği benzer ürün grupları ve temaların işlendiği yıllar birleştirilmiş. Pandemi nedeniyle çok sayıda fuarın yapılamadığı 2020 yılı ele alınmamıştır.

Trendler, teknolojiler ve talepler değişmeye devam ettikçe ürün gruplarının değişeceği gerçeğinden hareketle bu tezin 2023 yılı itibariyle araştırmacılar için sektör ve dinamiklerini anlama noktasında iyi bir rehber olacağı düşünölmektedir. Kaleseramik firmasının vizyonu ve bakış açısı ile yorumlanan trend ürün ilişkisi analizleri, seramik sektöründeki dünya devlerinin de stratejilerini belirlemede fayda sağlayan yol haritalarıdır. Tez, akademisyenlere, araştırmacılara, sektöre ve öğrencilere fayda sağlayacak yeni bakış açıları, farkındalıklar ve açılımlar kazandıracaktır.



KAYNAKÇA

- Arhon,Z. Zamanın Ruhunu Yakalayın!, Trenddesk Özel Dosya,s.93
- Ateş Akdeniz, A. (2015) Tasarım Süreçlerinde Trend Çalışmalarının Rolü: Türkiye Örneği, Aysun Ateş Akdeniz, İstanbul Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü
- Brunini, N. (2011). The Role and Value of Trend Reports for Product Designers. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). University of Cambridge, Cambridge.
- Çivitçi, Ş. (2008). Moda Pazarlama. Ankara: Asil Yayın Dağıtım
- Descamps, A. M. (1980). Trend Olgusu. İstanbul:Vakko Yayınları
- Devrim, Ö. (2012). Trendlerin Ve Dönemsel Değişimlerin Ürünlerin Strüktürel Yapılarına Etkilerinin Kullanıcı Elektronikleri Sektöründe İncelenmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul
- Erol, F. (2011). Trend Öngörüsü ve Moda Dinamikleri. Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Küçükkeçiciler, B. (2019). 21. Yüzyıl'da Trend'in Takı Tasarımında Kullanımı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sanat ve Tasarım ASD, Altınbaş Üniversitesi
- Nystrom, P. (2008). The Economics Of Fashion. New York: Ronald Press
- Vejlgaard, H. (2008). Anatomy of a Trend. New York: Professional Publishing
- Varey, R. (2011). Marketing Communication, England: An Introduction to Contemporary Issues. Routledge.S.6/ 114-126.
- Yurdakuli, N. B. (2006). Bütünleşik Pazarlama İletişimi Ölçümleme Süreci. Ankara:Nobel Akademik Yayıncılık
- Bi-ozet, (t.y.). Uluslararası Milano Mobilya Fuarı “Salone del Mobile.Milano” 7-12 Haziran Tarihleri Arasında Düzenlenecek! (2022, 8 Mayıs). Erişim Adresi: <https://bi-ozet.com/2022/04/01/uluslararasi-milano-mobilya-fuari-salone-del-mobile-milano-7-12-haziran-tarihleri-arasinda-duzenlenecek/>

Cersaie, (t.y.). The organiser (2022, 25 Ekim). Erişim Adresi:

https://www.cersaie.it/en/d_organizzatore.php

Coverings, (t.y.). Coverings is The Global Tile & Stone Experience (2022, 20 Ekim). Erişim Adresi:

<https://www.coverings.com/about/>

Eventsinamerica, (t.y.). Why Exhibit – 2023 (2022, 1 Kasım). Erişim Adresi:

<https://m.eventsinamerica.com/events/coverings-2023/construction/building/it0pcefzlbmiphku>

Fuarsepeti, (t.y.). Cersaie Bologna (2023, 1 Ocak). Erişim Adresi:

<https://www.fuarsepeti.com/fuar/cersaie-bologna>

Odsdanismanlik, (t.y.). Fuar Nedir? Yurt Dışı Fuarları Nasıldır? (2022, 3 Aralık). Erişim Adresi:

<https://odsdanismanlik.com/tr/makaleler/ticaret-bakanligi-tarafindan-desteklenen-yurt-ici-ve-yurt-disi-fuarlar-2022-ve-2023/>

Yapi, (t.y.). Kale Grubu 65. Yaşını Kutluyor (2022, 15 Eylöl). Erişim Adresi:

http://www.yapi.com.tr/haberler/kale-grubu-65-yasini-kutluyor_191583.html

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

İsim SOYİSİM : Engin ÇETİN

Doğum Yeri :

Doğum Tarihi :

EĞİTİM DURUMU

BİLİMSEL FAALİYETLERİ

a) Katıldığı Projeler

İŞ DENEYİMİ

Çalıştığı Kurumlar ve Yıl:

İLETİŞİM

E-posta Adresi: