Basın Bülteni **Ocak 2018**

"Türk hazır giyimini markalı üretici yapalım, AB'de istikrarı sağlayalım"

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) 21. Olağan Genel Kurulu sonrası Yönetim Kurulu Başkanı seçilen Hadi Karasu, görevi devraldıktan hemen sonra Türk hazır giyimin hak ettiği noktaya gelmesi için gerekenleri öncelik sırasına koyarak hükümete çağrıda bulundu: TGSD Başkanı Karasu ***"AB'nin ithalat yaptığı ülkeler arasındaki yerimiz 2.likten 3.lüğe gerilemiş durumda. Türk siyasi otoritesini, Türk hazır giyim üreticisini yönlendirecek, markalaştıracak ve destekleyecek yeni projeler için birlikte çalışmaya davet ediyoruz. AB gözünde Pakistan ve Bangladeş'le denklik Türkiye için büyük tehdittir"*** dedi.

"Türk hazır giyim sektörü için AB istikrar, ABD pazarı açılım demek"

En önemli pazarın AB ülkeleri olduğunun altını çizen Karasu ***"Hazır giyim ihracatımızın yüzde 74'ünü AB üye ülkelerine yapıyoruz. AB'deki konumumuzu korumak bizim için çok önemli. Başta Almanya olmak üzere Avrupa ülkeleri ile yakın temasların artırılması 2018 hedeflerimiz içinde öncelikli olarak yer almaktadır. Bunun yanı sıra ABD pazarı bizim için önemli bir hedef olmalıdır. Bu pazara girmek rakamsal açıdan büyük bir açılım sağlar"*** dedi. Karasu şöyle devam etti: ***"AB'nin ithalat yaptığı ülkeler arasındaki yerimizi 2.likten 3.lüğe kaybetmiş durumdayız. Çin ve Bangladeş'in gerisinde yaklaşık %7-8 oranında bir tedarik sağlamaktayız. Bangladeş ve Pakistan ucuz iş gücü ülkeleri olarak konumlanmakta, AB ve ABD tarafından teşvik edilip desteklenmektedir. Biz de devletimizle üzerinde çalıştığımız projelerimizi paylaşacağız. Türk hazır giyim sektörümüzün doğru stratejilerle, yeni teknolojileri kullanarak, katma değeri daha yüksek markalı ve teknik ürün ihracatını büyütebilmesi için yol gösterici ve yol açıcı olacağız***.``

"2018 hedefimiz markalı büyüme"

2017 yılında hazır giyim sektörünün reel olarak yüzde 2 büyüme gösterdiğine vurgu yapan TGSD Başkanı Hadi Karasu ***"2017 yılında ihracatta değişim olmamıştır. Hazır giyim sektörü 2017'de yaklaşık 40 milyar dolar değerinde üretim gerçekleştirdi. Bu hacmin 17 milyar dolarlık bölümünü ihraç etti. Markalı ihracatta kilogram başına 40-50 Dolar değerine ulaşılabilirken, markasız ürünlerde kilogram başına 20 Dolar seviyesindeyiz. Markalı ihracat sayesinde gelirin iki ila üç kat artırılabilmesi mümkünken tüm gücümüzle markalı ihracatı büyütme hedefine odaklanmalıyız."*** Sektördeki büyümenin 2017 yılında sadece reel olarak yüzde 4 büyüyen iç pazardan kaynaklandığını belirten Karasu, şunları ekledi: ***"2018 yılında hazır giyim sektörü reel olarak yüzde 3-4 arasında büyüme gösterecektir. 2018 yılında ihracatın yeniden artarak büyümeye katkı göstereceği öngörülmektedir. Bundan sonra firmalarımızın hangilerinin Çin gibi ölçek hangilerinin İtalya gibi moda ve hangilerinin Almanya-Hollanda gibi teknik ürüne yöneleceğine karar vermesi gerekiyor. İç pazarda da reel olarak yüzde 5-6 arasında büyüme yaşanacaktır. Sanayi üretimi de yüzde 3-4 arasında bir büyümeye ulaşacaktır"***.

Basın Bilgi: Prekare İletişim Dairesi - Tüge Oyman
E-posta: tuge.oyman@prekare.com www. facebook.com/prekare