"Gelecek Satın Alma Stratejileri ve Beklentileri 2017" toplantısında konuşan TGSD Başkanı Şeref Fayat:

Hazır giyimde Türkiye'ye talep artıyor ihracatta hedefimiz 20 milyar dolar!..

H&M, Li Fung, New Look, Superdry, LCW, Koton ve Trendyol yöneticilerinin "Gelecek Satın Alma Stratejileri ve Beklentileri"ni açıkladıkları toplantıda konuşan Şeref Fayat, "Etrafımızın ateş çemberi olduğu bir dönemde Türkiye'ye talep artıyor. Hazır giyim ihracatında yüzde 5, iç pazarda yüzde 8-9 oranında büyümenin gerçekleşeceğini umuyorum" dedi.

Türk hazır giyim sektörü bölgesel ve global sorunlar karşısında yeni çıkış yolları ararken, dünya devi alım gruplarının üst düzey yöneticileri, zorlu rekabet ortamında ihracatı 20 milyar dolara taşıyacak yeni satın alma stratejilerini paylaştılar.

H&M, Li Fung, New Look, Superdry, LCW, Koton ve Trendyol yöneticileri Türkiye ve rakip ülkelere bakış açılarını Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği'nin (TGSD) Kimtex sponsorluğunda düzenlediği "Gelecek Satın Alma Stratejileri ve Beklentileri 2017" toplantısında açıkladılar.

Panelin açılışında konuşan TGSD Başkanı Şeref Fayat, yaşanan tüm krizlere rağmen 2016'da 17,5 milyar doların üzerinde ihracat gerçekleştirmeyi hedeflediklerini belirterek, suların durulması halinde kısa sürede 20 milyar dolar bandını aşabileceklerini bildirdi.

HAZIRGİYİM İHRACATÇISI BİZİMLE GELECEĞİ OKUYOR

40. yılını kutlayan TGSD'nin Kimtex sponsorluğunda düzenlediği bu etkinlikle üyelerine "geleceği okuma" imkanı sağladığını vurgulayan Şeref Fayat, şunları söyledi:

"Dünya kaotik bir ortamdan geçerken herkes gibi üyelerimiz de önlerini görmek istiyor. Geçmiş yıllara kıyasla suların daha kabardığı bir dönemde 'belirsizliğin baskın olduğu geleceğe dair' bilgi edineceğimiz her ortam, inanılmaz derecede büyük önem taşıyor.
Her ne kadar global güvenlik noktasında gergin bir dönemden geçiyor olsak da hazır giyim sektörü olarak iyi bir ivme yakalamış durumdayız. Çünkü Avrupa'nın Türkiye'den talebi yükseliyor. 2016'yı en iyi rakamlarla kapatabilmemiz için trendleri, satın alma stratejilerini doğru okumak zorundayız.

Geçen yıla baktığımızda toplam ihracat rakamımızda paritenin etkisiyle bir düşüş yaşadık. Yılı 17 milyar dolar ile kapattık.
Tüm zamanların en çok hazır giyim ihracatının yapıldığı 2014'deki 18.7 milyar dolarlık rakamı yakalamayı önümüzdeki en önemli hedef olarak görüyorum. Etrafımızın ateş çemberi olduğu bir dönemde ihracatta yüzde 5, iç pazarda yüzde 8-9 oranında büyümenin gerçekleşeceğini umuyorum. Türkiye'yi saran ateş çemberi sönerse birkaç yıl içinde 20 milyar dolarlık ihracat bandını rahatlıkla aşacağımıza inanıyorum."

TANZER GÖZEK: HEDEFİMİZ SİNERJİ YARATMAK
Kimtex CEO'su Tanzer Gözek de Türkiye'den hacim ve çeşitlilik anlamında aktif alım yapan Türk ve dünya markaları ile sektörün ürün & servis üreten yapıtaşı firmalarını bir araya getirerek sinerji yaratmayı amaçladıklarını söyledi.
Gözek, "Üçüncüsünü gerçekleştirdiğimiz etkinliğimizle hem firmalarımızı hem sektörümüzü global rekabet içinde daha iyi konumlandırmaya çalışıyoruz. Sektörümüzde kalite, tasarım, pazarlama ve verimlilik hepimizin önceliği. Ayrıca markalaşmak için de üretim, kalite ve tasarım gerekiyor. Bunun için biz sektörde birlikte kuvvetliyiz" dedi.
Tanzer Gözek'in konuşmasının ardından Kimtex'in kumaşlarıyla Selim Baklacı tarafından tasarlanan mini bir defile sergilendi.

TGSD Yönetim Kurulu Üyeleri Esra Ercan ve Bülent Alkanlı'nın moderatörlüğünü yaptığı "Gelecek Satın Alma Stratejileri ve Beklentileri 2017 Paneli"ne katılan LI &FUNG Türkiye Genel Müdürü Fatya Mamcu, SUPERDRY Tedarik Direktörü Shaun Packe, H&M Avrupa Bölge Müdürü Leyla Ertur, NEW LOOK Türkiye Genel Müdürü Arzu Ulu, LC WAIKIKI Tedarik Direktörü Şenol Dallı, KOTON Tedarik Direktörü Betül Dündar, TRENDYOL Satın Alma Direktörü Efsun Uğur, sektörün satın alma noktasında karşılaşabileceği risk ve avantajları anlattılar.

H&M Avrupa Bölge Müdürü Leyla Ertur: Dünya genelinde 4 bin mağazamız var. 2016'da tüm dünyada yüzde 10 civarında bir büyüme öngörüyoruz. Türkiye'de asgari ücretten kaynaklı sıkıntıları minumuma indirdik. Bu yıl türkiye'de yüzde 5-8 arasında bir büyüme hedefliyoruz. 2017 ve 2018'den çok daha umutluyuz.
LI&FUNG Türkiye Genel Müdürü Fatya Mamcu: Avrupa ve ABD'de seçim yılı olduğu için işlerin biraz yavaşlayacağını düşünüyorum. Ancak 2017 ve 2018'in bu yıla göre çok daha iyi geçeceğini öngörüyorum. Türkiye'de ise jeopolitik sorunlar bizi etkiliyor. Müşterilerimiz gelmeye çekindiği için biz elimizde valiz dolaşıyoruz. 2016'da çok fazla büyüme beklemiyoruz ama kesinlikle düşüş olmayacak.
LC WAIKIKI Tedarik Direktörü Şenol Dallı: Alımlarımızın yüzde 82'sini Türkiye'den yapıyoruz. Tedarikçilerimize ödeme sistemini değiştirdik, haftalık ödeme sistemine geçtik. Özellikle fast fashion üretim yapan tedarikçilerimize ödemelerini çok hızlı yapıyoruz. Büyümeye bu yıl da

devam edeceğiz. Bir yıl önce burada toplandığımızda 500 mağazamız vardı, sayı şimdi 600'ü geçti. Önümüzdeki seneye kadar 150 yeni mağaza açmayı öngörüyoruz.

NEW LOOK Türkiye Genel Müdürü Arzu Ulu: NEW LOOK olarak agresif bir büyüme politikası izliyoruz. Son iki yılda yüzde 300 büyüdük. Türkiye'yi sadece örme ve denim grubu olarak görmek istemiyoruz. Ayakkabı dahil mağazaya girebilecek tüm ürünleri ürettirmek istiyoruz. Bu anlamda tedarikçilerimizle yüksek kapasiteli ürün bazında çalışmak istiyoruz.

TRENDYOL Satın Alma Direktörü Efsun Uğur: Türkiye'de online alışveriş henüz yüzde 2 civarında. Avrupa ve Amerika'ya göre bu alanda çok gerilerdeyiz. Firma olarak yüzde 100'lük bir büyüme trendi yakaladık. Özellikle kadın tekstilinde büyüyeceğimizi öngörüyorum. Mevcutların yanında yeni tedarikçilere ihtiyacımız var. Bizim için hız çok önemli. Hızın yanında tedarikçilerimizde Ar-Ge'ye, hıza ve sosyal ağlardaki iletişime önem vermelerini bekliyoruz.

SUPERDRY Tedarik Direktörü Shaun Packe: Firma olarak heyecan verici ürünleri tercih ediyoruz. Her zaman yenilik peşindeyiz. Zengin ürün çeşitliliğiyle Türkiye bu anlamda çok şanslı. Türkiye'de 4 mağazamız, 9 tedarikçimiz var. İhtiyacımızın yüzde 40'ını Türkiye'den tedarik ediyoruz.

KOTON Tedarik Direktörü Betül Dündar: Türkiye olarak polyester ve sentetik kumaş üretimi konusunda daha fazla yol almalıyız. Farklı iklimlerde ve farklı coğrafyalarda mağazası olan bir firma olarak flexible üretim yapabilecek imalatçılar gerekiyor.

Toplantı sonunda, Kimtex kumaşlarının kullanıldığı Vakko Esmod Tasarım Yarışması'nda dereceye giren gençlere ödülleri verildi.