Basın Bülteni **5 Mayıs 2017**

TGSD tarafından 4.'sü düzenlenen "Gelecek Satın Alma Stratejileri ve Beklentileri 2018" toplantısında hazır giyim sektörünün satın alma stratejileri belirlendi. TGSD Başkanı Şeref Fayat yabancı hazır giyim markalarına çağrı yaptı:

"TÜRKİYE'YE YATIRIM YAPAN PİŞMAN OLMAZ"

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) "Gelecek Satın Alma Stratejileri ve Beklentileri" toplantısının 4.'sünü Four Seasons Bosphorus Otel'de 5 Mayıs tarihinde düzenledi. Toplantıda konuşan **TGSD Başkanı Şeref Fayat,** 2016 yılında güçlerini koruduklarını, 2017 yılında da 2016 yılı seviyesinde ihracat gerçekleştireceklerini, orta ve uzun vade için umutlu olduklarını, 2018'de ihracatta hızlı büyümeye odaklandıklarını belirtti.

Kimtex'in katkılarıyla, LCW, Boyner, Adil Işık, Koton, H&M, Next, Spring Near East Manufacturing, Hermes-Otto gibi hazır giyim sektörünün yerel ve küresel devlerinin konuşmacı olarak katıldıkları panelde 2018 öngörüleri ve satın alma yapacak tarafların beklentileri konuşuldu. Toplantı içeriğinde ayrıca, Türkiye'de hazır giyim sektöründe sürdürülebilirlik bakış açısının yaygınlaştırılması ve böylelikle küresel oyuncuların öncelikli iş ortağı olan Türkiye hazır giyim sektörünün bu ayrıcalığının korunması konularına yer verildi.

İhracat rakamlarına da değinilen toplantıda, 2016 için 17 milyar dolar seviyesinde gerçekleşen ihracatın 2017'de de, yaşanan jeopolitik sorunlara rağmen, aynı seviyede gerçekleşmesinin beklendiği açıklandı. Hazır giyim ihracatı 2017 yılının ilk dört ayında 5.4 milyar doları aştı.

TGSD Başkanı Şeref Fayat, Türkiye hazır giyim sektörünün odak noktasının 2018 yılı ve sonrası olduğunu açıkladı. Yabancı oyuncuların Türkiye'ye ile iş yapmak konusunda bölgesel nedenlerle çekinceleri bulunduğunu bildiklerini; ancak Türkiye'ye yatırım yapan hiç kimsenin pişman olmayacağını belirten Fayat, "Türkiye büyüdükçe, bu topraklara yatırım yapan, ülkemiz ile ticaretini sürdüren herkes kazanacak."dedi. Fayat şöyle devam etti: "2018'den itibaren sektörümüz atağa kalkarak, dünyanın küresel oyuncuları tarafından en çok tercih edilen ihracatçı ülkelerinden biri olma konumunu güçlendirecektir. Küresel oyuncuların Türkiye ile ilgili planlarını genişlettiklerini biliyoruz. Bugün burada bizimle olan yabancı dostlarımızın Türkiye'ye olan inancını görmek, planlarını duymak hepimize güç veriyor.

2018'in gündemi "sürdürülebilirlik":

Şeref Fayat 2018'in gündem konusunun "sürdürülebilirlik" olduğunu vurguladı. Fayat şunları söyledi: "Sürdürülebilirlik" "daimi olma" kabiliyetidir. Nitelikli üretkenliğin devamının sağlanmasıdır. İş ortaklarımızla karşılıklı güven içinde, ürünlerimiz, üretim koşullarımız, çevreye duyarlılığımız, knowhow'ımız ve herşeyden önemlisi işimize olan saygımızın sürekliliğidir. TGSD olarak Türkiye hazır giyim sektörünün tüm oyuncuları arasında

"sürdürülebilirlik" bakış açısının, sathının genişletilmesi için yönlendirici olacağız. Sektörümüzün, trendleri, küresel oyuncuların önceliklerini ve satın alma stratejilerini daha doğru okuyan ve dünya pazarlarını her geçen gün daha doğru anlayan bir hale gelmesi başarının anahtarıdır."

Üretimde, istihdamda, ihracatta ve ülkeye net döviz girdisi sağlamada öncü bir sektör olduklarını açıklayan Fayat, her yıl 14 – 15 milyar dolar net döviz girdisi sağladıklarına dikkat çekerek, dünyanın yedinci, AB'nin üçüncü büyük hazır giyim tedarikçisi olarak 500 bin kişiye istihdam sağladıklarını ifade etti. Fayat: "TGSD olarak bu yıl 41. yılımızı kutluyoruz. Sektörün gelişimine verdiğimiz katkı gelecek yıllarda artarak devam edecek ve bugün olduğu gibi gelecekte de ülkemize "sürdürülebilir" bir ekonomik katkı sağlamak en önemli hedefimiz" dedi.

Toplantıya konuşmacı olarak katılan yerel ve global markaların temsilcileri ise şu açıklamaları yaptılar:

Kimtex Ceo'su Tanzer Gözek: Türkiye olarak lokasyon, insan yapısı, üretim kalitesi olarak rakipsiz bir endüstri haline geldik. Bu güvenle hareket etmeliyiz. Bu sektör, büyük başarıları hak ediyor.

İTHİB Başkanı İsmail Gülle: TGSD 41. yılını kutluyor, 41 kere maşallah diyorum. Kurumların geçmişi, sektörün köklü yapısının göstergesidir. Dönemsel bazı sıkıntılar yaşıyoruz ancak tüm sıkıntıları aşma becerisine sahip büyük bir sektörüz. Bizim işimiz, üretmek. Bugün tüm tedarik zincirleri de, kumaşçıdan yan sanayiye, alım ofisinden üreticiye kadar, burada bulunuyorlar. Ürettiğimiz sürece önemli başarılara birlikte imza atacağız.

Adil Işık Tedarik Zinciri Direktörü İrfan Topçu: Daha hızlı, az adetli ve sık üretim, önceliğimiz. Bursa ve Adana Bölgesi'nde yerinde üretime odaklanıyoruz. Liderlik Gelişim Okulumuz'la hem çalışanlarımızı ve hem tedarik zincirimizi eğitiyoruz. Dokuma ile aksesuar (ayakkabı, çanta, kemer) ürün gruplarında tedarikçi eksiğimiz var. 2017'de 40 mağaza daha açıp ciromuzu 780 milyon TL'ye yükselteceğiz. Kalitede sürdürülebilirlik önemli. Hız çok önemli. Türkiye'nin hazır giyimdeki payı büyüyecek.

Boyner Grup Holding Özel Markalar Proje Direktörü Birsen Şehirli Tor: Pozitif ayrımcılıktan yana bir kurumuz. Kadın üreticilerimize öncelik veriyoruz. Birden fazla markamıza hizmet verecek multi-task üreticileri, Anadolu'da üretim kapasitesine sahip, koleksiyon geliştirme gücü olan üreticileri bekliyoruz. Boyner Grup olarak konsolide ciromuz 4 milyar TL dolayında. Tedarik zincirini tek elden yöneten bir yapı kurduk. Anadolu'ya açılma hedefimiz var. Mayo, iç giyim, ev ve plaj giyimi alanında üreticiler arıyoruz.

Hermes-Otto İnternational Avrupa Bölge Direktörü Heiko Drews: 2016 yılında %24 büyüme gerçekleştirdik. Globalde 24 markayla faaliyet gösteriyoruz. 2016 yılında %15'i Avrupa'dan

1.4 milyar dolarlık alım yaptık. Amacımız müşterilerimizi Türkiye'ye geri getirmek. Burada yaşamadan önce Avrupalı markaların duyduğu endişeleri anlıyordum, şimdi çok gereksiz buluyorum. Dolarda yaşanan artış bizi çok zorladı. Geçen sene Türkiye'deki alımlarımız düştü ancak iki haneli değil tek haneli büyüme gerçekleştirdik. Üretimde ve üründe süreklilik çok önemli. %5'i pamuk olan tüm ürünlerin sürdürülebilirliğine odaklanıyoruz. Dün Singapur'da dijital numune anlaşması yaptık. İki müşterimiz bu sisteme giriş yaptı. Gerçek ile sanal numune birebir örtüşmeli. Türkiye sanal numune konusunda pilot ülke şu anda. Tüm bu gelişmeler, hız konusunda önemli adımlar sunuyor.

H&M Avrupa Bölge Müdürü Serkan Tanka: H&M'in global büyümesinin Türkiye önemli bir parçası. Türkiye'ye güveniyoruz ve bu bölgede büyüyeceğiz. H&M dünyada %10-15 büyürken Türkiye de payına düşeni alıyor, alacak. Hızlı moda kavramına odaklandık.. Gelecekte Türkiye'yi inovasyon merkezine dönüştürmeliyiz. Globalde 2030'dan sonra sadece sürdürülebilir hammadde kullanacağız. Türkiye buna hazır mı? buna bakmalıyız. 25 senedir burada, buradaki tedarikçilerle birlikte büyüyoruz. Ortak hedefleri paylaşan şeffaf yapılar bizi geleceğe taşıyacak. Yeni tedarikçilerde fark arıyoruz. Hızı ve verimi artıracak, dijital çözümler arıyoruz. Dijital çözümler arıyoruz. Tedarikçilerin tüm bunlara hazır olması lazım.

Koton Tedarik Direktörü Betül Dündar: Doğru ürünü, doğru zamanda, doğru tedarikçiden temin etmek önemli. Biz üretimimizi 2016 yılında Güneydoğu'ya kaydırdık. 2017 yılında üretimin %20'sini bu bölgede üretmeye karar verdik. 27 ülkede 194, Türkiye'de 292 mağazamız var. Hedefimiz 36 ülkede 535 mağazaya ulaşmak. Kumaş alımlarımız 2017'de %20 artacak. Kumaşlarımızın halen %30'unu yurtdışından alıyoruz. Türkiye'den alabilirsek büyük avantaj ve hız sağlayacak. 2017 alım hedef ciromuz 2.5 milyar dolar. İç giyim ve mayoda gelişmeye ihtiyaç var. "Hızlı moda" kavramına odaklanıyoruz. Hızlı, kaliteli ve esnek tedarikçiler önem kazanıyor. Tedarik zincirinde farklı bir yaklaşımla 11 ilde 600 kadınla çalıştığımız El Emeği Projemizi hayata geçirdik. 2023'e kadar 10 bine yakın kadına ulaşmaya çalışıyoruz.

LC Waikiki Tedarik Direktörü Şenol Dallı: Mağaza sayımızı 622'den 774'e çıkardık, 36 ülkeye ulaştık. 1.5 milyar dolar civarı alım hedefliyoruz. Konsolide ciro anlamında hedef 4 milyar dolar bunun %40'ını yurtdışından bekliyoruz. Uzakdoğu'da ciddi büyüyoruz. Balkanlar ve Orta Asya'da önemli yatırımlarımız olacak. Türkiye'deki tüm tedarikçilerimizle büyüme hedefindeyiz. Kalitenin devamlılığı çok önemli bizim için. Laboratuarımızı 6 katına çıkardık. Bir tedarik portalı açtık. Tedarikçilerimizle maddi manevi omuz omuza yürüyoruz. Birlikte çalışırsak başarabiliriz. 2020 yılında tedarikçilerin %90'ını ekolojik programa uyumlu hale getireceğiz.

Next Türkiye Direktörü Ros Philpot: Türkiye iki alanda çok güçlü: Kumaş ve hız. On yıl önceki başarılı ofis yıllarımıza geri dönme hedefindeyiz. Kumaş tedariki ve tasarım önceliğimiz. Güneydoğu'da tesis denetimleri yapıyoruz. Çorap, kadın giyim, denim, çocuk, ev ve plaj giyim önceliklerimiz arasında. Türk kumaşını alıp başka ülkelerde üretmek işin zor yanı burada daha

çok üretmeliyiz. Türkiye'de 44 tedarikçiyle çalışıyoruz. Birlikte gelişeceğimiz, ileriye gideceğimiz iş ortakları arıyoruz. İngiltere'ye kumaş konusunda Türkiye'yi tanıtmaya çalışıyoruz. Bu yıl 40 milyon dolar ciro hedefimiz var.

Spring Near East Manufacturing Tedarik ve Teknik Direktörü Şafak Kıpık: Geçen yılı %20 büyüme ile kapattık. Fırsat odaklı dönemsel iş modeli yerine beraber çalışıp, ortak iş planı yaparak büyüyebiliriz. Tedarik zincirlerimizle de aynı yapıyı kurmalıyız. Yakın gelecekte iç üretim ağırlık kazanacak. Online tedarikçilere uyum sağlayan yeni iş modelleri kurmalıyız. Tedarikçi yapısında sosyal uygunluk ve kalite kritik öneme haiz. Hızlının da hızlısına ihtiyacımız var. Online satış her yıl dünyada %20 büyüyor. Bu durum esnek olmanızı ve hızlı mal teminini zorunlu kılıyor. Türk tedarikçisi buna hazır değil. Teknoloji çağının sektörümüze etkilerine bugünden bakmalıyız. Ürünü gelecekte 2 boyutlu değil 3 boyutlu görebileceğiz. Bu da tüm satın alma süreçlerini değiştirecek. "Türkiye olarak sisteme sadece uyum mu sağlayacak, yoksa sistemi geliştirecek miyiz?" bu sorunun cevabını vermeliyiz.

Ayrıntılı bilgi için:

Prekare İletişim:

Bekir Gül
0542 458 29 49
bekir.gul@prekare.com

Tüge Oyman
0533 357 55 44
tuge.oyman@prekare.com