

TGSD'den sanayisizleşme riskine karşı yeni ve bütünleşik sanayi politikası çağrısı

TGSD Müşterek Başkanı Toygar Narbay:
**“Türk ihracatçısı yarışa her sabah
10 puan geriden başlıyor”**

2022-2026 Haziran döneminde 364 bin kişilik istihdamın ve 10 bin 497 işletmenin kaybedildiği hazır giyim ve tekstil sektörlerinde yaşanan bu daralmanın Türk sanayisi için bir uyarı olarak ele alınması gerektiğini belirten Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) Müşterek Başkanı Toygar Narbay, Türk ihracatçısının küresel rekabetteki yarışa her sabah 10 puan geriden başladığına dikkat çekti. Mevcut modelin sanayisizleşmeye yol açtığını ifade eden Narbay, üretim, istihdam, teknoloji, finansman ve marka politikasını tek çatı altında toplayacak yeni ve bütünleşik bir sanayi politikasına ihtiyaç duyulduğunu söyledi. Narbay ayrıca bu politikaya yönelik üç aşamalı yol haritası önerilerini de paylaştı.

Yarım asırlık birikimiyle hazır giyim sektörünün gelişimine katkı sunan **Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD)**, sektördeki gelişmeleri ve Türk sanayisinin geleceğine yönelik politika önerilerini düzenlediği basın toplantısında paylaştı. **TGSD Müşterek Başkanları Toygar Narbay ve Dr. Ümit Özüren**'in katılımıyla gerçekleştirilen toplantıda, Cumhurbaşkanlığı, ilgili bakanlıklar, milletvekilleri ve siyasi parti temsilcilerine de sunulan Uzgörü 2050 ve Stratejik Yol Haritası ile sektörel analizlerde ortaya konulan bulgular ele alındı.

“Bizim %13,6 rakiplerimizin %3,6 FAVÖK üretmesi gerekiyor”

Jeopolitik ve ekonomik gelişmelerin Türk sanayicisini küresel rekabette dezavantajlı konuma taşıdığını belirten **Narbay**, “Bugün Türkiye’de bir sanayicinin yalnızca sermayesini koruyabilmesi için %13,6 FAVÖK üretmesi gerekiyor. Düşük enflasyon ve faiz ortamında faaliyet gösteren küresel rakiplerimizde ise bu eşik %3,6 seviyesinde. Aradaki 10 puanlık fark nedeniyle Türk ihracatçısı her sabah yarışa geriden başlıyor. Bu durum yalnızca hazır giyim ve tekstili kapsamayıp tüm ihracatçılarımız için geçerli” dedi.

“Hazır giyim ve tekstildeki kırılganlığın sanayinin geleceğindeki risklere işaret ediyor”

Hazır giyim ve tekstilin sanayideki yapısal sorunları erken ve güçlü biçimde yansıtan sektörler arasında yer aldığını söyleyen **Narbay**, “2022 yılında ihracatta ulaştığımız zirvenin ardından 2026 Haziran’a kadar geçen dönemde hazır giyim ve tekstilde 364 bin kişilik istihdamı ve 10 bin 497 işletmeyi kaybettik. Büyük işletmeler küçülürken üretim ölçeğimiz, yetişmiş insan kaynağımız ve tedarik zincirimiz de zayıfladı. Hazır giyim ve tekstilde yaşanan bu kırılganlık, önümüzdeki dönemde

diğer sanayi kollarının da karşısına çıkabilecek ölçek, verimlilik ve insan kaynağı risklerine işaret ediyor. Dolayısıyla bu tablo, sanayisizleşme riskine karşı ciddi bir uyarı olarak değerlendirilmeli. Üretim, ihracat, istihdam, finansman, teknoloji ve marka politikalarını aynı hedefte buluşturan yeni ve bütünleşik bir sanayi politikasına ihtiyacımız var” değerlendirmesinde bulundu.

“138 maddelik çerçeveyi sunduk, şimdi ısıklı ok gerekiyor”

Yeni sanayi politikasının destek miktarından çok kaynakların ürettiği sonuçlara odaklanması gerektiğini vurgulayan **Narbay**, “Bugün tekstil ve hazır giyime yönelik desteklerin her biri belirli bir ihtiyaca karşılık veriyor ancak kaynaklar farklı kurumlarda ve farklı önceliklerle kullanılıyor. TGSD olarak yürürlükteki tüm bu devlet yardımlarını tek tek inceledik. 86 teşvik kaleminden iki maddeyi eleyerek kalan 84 maddeyi sektörün ihtiyaçlarına göre yeniden tasarladık ve bunlara mevcut yapıda hiç karşılığı olmayan 54 yeni politika aracı daha ekledik. Böylece toplam 138 maddeden oluşan tek bir sektörel çerçeve hazırlayarak Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı Devlet Yardımları Genel Müdürlüğü’ne sunduk. Talebimiz, bu çerçevenin tek merkezden yönetildiği ve bir bütün olarak uygulandığı bir yapının kurulması. Çünkü ölçülebilir, izlenebilir ve performansla dayalı bir yapıyla kamu kaynaklarının üretimde yarattığı etkiyi büyütebiliriz. Aslında oklarımız var, şimdi hepsini aynı hedefe yöneltecek bir ‘ısıklı ok’* gerekiyor” diye konuştu.

“Yeni OVP’deki rakamlar sanayisizleşmeyi doğruluyor”

Sanayisizleşme uyarısının yalnızca sektörün değerlendirmesi olmadığını, 6 Eylül’de yayımlanan Orta Vadeli Program’daki (2027-2029) rakamlarda da görüldüğünü belirten **Narbay**, şunları söyledi; “Mal ihracatımızın milli gelire oranı yeni OVP içinde yer alan tabloda 2025’te %17,1 iken 2029’da %14,2’ye geriliyor. Yani ekonomi büyürken mal ihracatının payı küçülüyor. Dahası bir önceki programda 2028 için %16,4’lük bir oran öngörülmüştü; yeni programda aynı yılın öngörüsü %14,5’e inmiş durumda. Bir yıl içinde beklentinin 1,9 puan geri çekilmesi, bizim işaret ettiğimiz eğilimin resmi projeksiyonlara da yansındığını gösteriyor.”

“Hazır giyim ve tekstil ‘stratejik sektörler’ arasında yer almalı”

Programda hazır giyim ve tekstilin sektör adı verilerek anılmasını ve KOBİ destekleriyle istihdamı korumaya yönelik enstrümanlara konu edilmesini değerli bulduklarını vurgulayan **Narbay**, “Öte yandan programda sektörümüz ‘emek yoğun sektörler’ başlığı altında yer alırken stratejik sektörler savunma, sağlık, yarı iletkenler ve yapay zekâ gibi alanlarla tanımlanmış durumda. Oysa hazır giyim, kilogram başına 16,2 dolarlık birim değeriyle Türkiye’nin üçüncü en yüksek birim değeri ihracat kalemi; tekstil ile birlikte verdiği 14 milyar dolarlık dış ticaret fazlasıyla da cari açığın kapatılmasına en büyük katkıyı sağlayan imalat sektörüdür. Bunun yanı sıra teknik tekstil, akıllı tekstil ve kompozit malzemeler, programın stratejik saydığı savunma ve ileri malzeme alanlarının doğrudan girdisidir. Bu nedenlerle hazır giyim ve tekstilin, OVP’de ‘emek yoğun sektörler’ tanımının yanı sıra ‘stratejik sektörler’ arasına alınmasını talep ediyoruz.”

“Yanlış oyunda 18’inci, doğru oyunda 1’inciyiz”

Türkiye’nin izlemesi gereken rekabet modelini TGSD’nin 23 üretici ülkeyi karşılaştırdığı Küresel Rekabetçilik Matriksi üzerinden değerlendiren **Narbay**, maliyet yarışı ile değer odaklı rekabet

arasındaki farkı şu sözlerle anlattı; “Türkiye, işçilik ve maliyet ağırlıklı sıralamada 18’inci sırada yer alırken lojistik erişim, iş gücü yetkinliği, verimlilik, dikey entegrasyon, altyapı ve üretim kabiliyetinin esas alındığı Değer ve Erişim Endeksi’nde ilk sıraya yükseliyor. Yani yanlış oyunda 18’inci, doğru oyunda 1’inciyiz.”

“Taleplerimiz kısmen karşılık buluyor”

TGSD’nin yaklaşık 1,5 yıl önce gündeme taşıdığı iki önerinin bu yıl karşılık bulduğunu aktaran **Narbay**, büyük işletmelerin çalışan başına 3 bin 500 TL’lik istihdam desteği kapsamına alındığını, bu desteğin 2027-2028 yıllarında da sürdürülmesine yönelik düzenlemenin Meclis’e sunulduğunu; kur dönüşüm desteğinde ise Ekim ayından itibaren katma değer ve net ihracat esaslı sisteme geçileceğini hatırlattı.

“Atılan adımlar dolayısıyla Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan’a ve ilgili bakanlarımıza teşekkür ederiz” diyen **Narbay**, sektörün diğer beklentilerini ise şöyle sıraladı; “Net ihracata verilen kur dönüşüm desteğinin %10’a çıkarılarak üç yıl uygulanmasını, istihdam desteğinin bölgesel gelişmişlik düzeyine göre 3 bin 500 TL’den başlayıp altıncı bölgede 6 bin TL’ye ulaşacak şekilde kademelendirilmesini öneriyoruz. Reeskont faizlerinin politika faizinin %50’sine sabitlenmesi, faiz tahsilatının vade sonunda yapılması, teminat yapısının Kredi Garanti Fonu ile güçlendirilmesi, Eximbank kredi/ihracat oranının 2018’deki %16,5 seviyesine çıkarılması da finansman tarafındaki beklentilerimiz arasında yer alıyor ve bunların bir bütün halinde uygulanmasını talep ediyoruz.”

“KOSGEB’in yanında BİGEB de kurulmalı”

Türkiye’nin rekabet üstünlüğünün hız, pazara yakınlık, güvenilirlik, esneklik ve iplikten hazır ürüne uzanan bütünleşik üretim yapısından kaynaklandığını vurgulayan **Narbay**, küresel talebin coğrafi ve ürün bazında yeniden şekillendiğini söyleyerek, “Batı pazarında orta segment daralırken MENA, Afrika, Orta Asya ve Hindistan gibi yeni büyüme alanları öne çıkıyor. Bu coğrafyalarda rekabet nedeniyle sadece üretici kimliğiyle bulunmak zor, markalarımızla da var olmalıyız. Yeni rekabet modelimizi, hacmi koruyarak ve hatta artırarak değerli ve nitelikli üretime geçme hedefi üzerine kurmalıyız” dedi.

Değer odaklı dönüşümün işletme ölçeğiyle doğrudan bağlantılı olduğunu kaydeden **Narbay**, “Sektördeki işletmelerin yalnızca %0,6’sı 250 ve üzeri çalışana sahip olmasına karşın son üç yıldaki istihdam kaybının yaklaşık %42’si bu işletmelerde yaşandı. Dolayısıyla küçük işletmelerin büyümesini desteklerken büyük işletmelerin kazandığı ölçeği de koruyacak bir sanayi politikasına ihtiyaç var. Bu amaçla KOSGEB’in yanı sıra Büyük İşletmeleri Geliştirme Başkanlığı’nın (BİGEB) kurulmasını öneriyoruz” açıklamasında bulundu.

“Çevre ülkelerde üretim havzaları kurarak ticareti büyütebiliriz”

Suriye, Kuzey Irak ve Azerbaycan hattında Türk sermayesi ve yönetimiyle üretim havzaları kurulması gerektiğini dile getiren **Narbay**, “Bu sayede maliyet duyarlı siparişleri alarak hem atıl makine parkını yeniden değerlendirebilir hem de içerideki tekstil ve yan sanayi kapasitesini doldurup maliyetleri aşağıya çekebiliriz. Yalnızca Suriye’de orta vadede 250 bin kişilik istihdam ve yıllık 5 milyar dolarlık ihracat kapasitesi öngörüyoruz. Tasarım, Ar-Ge, teknik üretim ve marka yönetimini Türkiye’de

güçlendirirken Doğu'da kurulacak Özel Endüstri ve Ticaret Serbest Bölgesi ile çevre ülkelerle ticareti büyütebiliriz. Bunlara ek olarak Kamu Alımları Anlaşması (GPA) kapsamında teknik tekstil, koruyucu giyim ve kurumsal kıyafet alanındaki kapasitemizi uluslararası arenaya taşıyabiliriz. Böylece toplamda yaklaşık 1,7 trilyon dolar olan bu pazarın 50 ila 100 milyar dolarlık kısmını oluşturan hazır giyim ve tekstildeki kamu alımı pazarına erişim sağlayabiliriz" ifadelerini kullandı.

"Sanayinin 15 yıllık insan kaynağı bugünden hazırlanmalı"

Ölçek kaybının insan kaynağı sorunuyla birlikte değerlendirilmesi gerektiğini belirten **Narbay**, çalışma çağında 66,4 milyon kişi bulunmasına karşın iş gücüne katılan nüfusun 32,6 milyon seviyesinde olduğunu ancak bu sayının 50 milyon olması gerektiğini söyleyerek, "Nüfus artışı yavaşlarken gençlerin önemli bir bölümü sanayiye tercih etmiyor. Bunun yanında yapay zekâ önümüzdeki 10-15 yılda hizmetler ve ofis işlerinde büyük bir dönüşüm yaratacak. Bu alanlarda işi değişen çalışanların üretime geçebilmesi için teknik eğitim, saha deneyimi ve üretim kültürü gerekiyor. Önümüzdeki 15 yılın üretim kadrolarını bugünden hazırlamalıyız" diye konuştu.

"Öngörü yapmanın bu kadar zor olduğu başka bir dönem olmadı"

Narbay toplantıda sektörün mevcut durumunu da değerlendirdi. Hazır giyim sektörünün 2025'i ihracat ve pazar payı kaybıyla tamamladığını hatırlatan **Narbay**, geçtiğimiz yıl 2026 için öngördükleri stabilizasyonun rakamlara yansıdığını belirterek, "Ana pazarlarımızın ithalatında %10'a varan daralma yaşanırken hazır giyim ihracatındaki kaybın ilk yarıda %1,6 ile sınırlı kalması, son üç yılın en güçlü ilk yarı performansına işaret etmişti. Temmuz'da %0,2 artışla toparlanan ihracatımız Ağustos'ta %6,9 geriledi. Ancak tek aya bakıp karar vermemek gerekiyor. Sekiz aylık kaybımız %2,2 ve toplam hazır giyim ihracatımız da 10,97 milyar dolar oldu. Ocak-Ağustos dönemi son dört yılın en iyi sekiz ayı. Aynı dönemde AB'nin hazır giyim ithalatı %9,5, ABD'nin ithalatı %8,2 gerilerken bizim bu kaybı %2,2 seviyesinde tutabilmemiz, pazar çeşitlendirmesinin işe yaradığını gösteriyor. İhracatımızın üçte ikisini oluşturan AB ve Birleşik Krallık'taki kayıpları Orta Doğu, Kuzey Amerika, BDT ve Rusya'da yakaladığımız artışla büyük ölçüde telafi ettik. Tekstilde tablo daha da olumlu. Aynı dönemde %1,1 artışla 6,32 milyar dolara ulaştık, Kuzey Amerika'ya tekstil ihracatımız %19,5 arttı. Ancak tüm bunlar rekabet gücümüzdeki yapısal sorunların çözüldüğü anlamına gelmiyor. Yaptığımız çalışmaya göre 2020-2026 arasında asgari ücret 11,2 kat, TÜFE yaklaşık 9 kat, kur ise 6,5 kat arttı. Yüksek faiz ve baskılanan kur, enflasyonu düşürmediği gibi hem alım gücünü azaltıyor hem de sanayicinin rekabet gücünü eritiyor. Konkordato başvuruları yılın ilk sekiz ayında %28 geriledi ancak mühlet alan şirketlerin ölçeği büyüyor. Yani kayıplar yavaşlarsa da destekler bütünsel olarak uygulanmadığı için kalıcı toparlanma henüz sağlanamadı. Yıl sonu için 16-16,5 milyar dolar aralığındaki hedefimizi koruyoruz. 2027'nin seyrini ise başta Körfez olmak üzere jeopolitik gelişmeler, enerji fiyatları, faiz koşulları ile AB ve ABD pazarlarındaki talep belirleyecek. Öngörü yapmanın bu kadar zor olduğu başka bir dönem olmadı. Dolayısıyla 2027 için net bir tablo çizmek henüz erken" ifadelerini kullandı.

19. İstanbul Hazır Giyim Konferansı'nda 'Made in Türkiye' vurgusu yapılacak

TGSD Müşterek Başkanı Dr. Ümit Özüren ise 13-14 Ekim'de 'Yeniden Tanımlanan Değer: Made in Türkiye' temasıyla düzenlenecek 19. İstanbul Hazır Giyim Konferansı hakkında bilgi verdi.

Konferansta; Türk hazır giyim sektörünün rekabet gücü, değişen küresel ticaret düzeni, yeni pazarlar, sürdürülebilirlik ve yeşil mutabakat, yapay zekâ ve dijitalleşme, yeni nesil malzemeler ve üretim teknolojileri ile küresel tedarik zincirindeki lojistik avantajların mercek altına alınacağını anlatan **Özüren**, “McKinsey’den Gemma D’Aura, Copenhagen Fashion Week Kurucusu ve CEO’su Eva Kruse, AB Parlamentosu Eski Üyesi ve Başkan Yardımcısı Heidi Hautala, Türkiye’nin ABD Pazarındaki Yeri, Fırsatları ve Gerçeklerini anlatmak üzere McKinsey Kreatif ve Pazarlama Direktörü Paul Bennett, Konsept Kostüm İllüstratörü ve Tasarımcısı Meleesa Lorrett ve TÜSİAD Baş Ekonomisti Gizem Öztok Altınışaç gibi sektör ve iş dünyasının önde gelen isimlerinin yanı sıra Türkiye’nin farklı sektörlerdeki marka ve kültür gücünü temsil eden isimler konferansta bir araya gelecek” dedi.

Özüren şunları söyledi: “TGSD’nin 50 yıllık üretim ve ihracat deneyiminin yeni dönemin koşullarıyla buluşacağı konferansın ana mesajı, ‘Made in Türkiye’nin anlamını üretimin ötesine taşıyarak inovasyon, sürdürülebilirlik, teknoloji, tasarım, lojistik ve marka gücünün yanında Türkiye’nin sahip olduğu kültürel ve yaratıcı değerlerle birlikte yeniden tanımlamak olacak. Konferansın bu bölümünde, Türkiye’nin yeniden tanımlanan marka değerini farklı disiplinlerin gözünden ele alan özel bir buluşma gerçekleştirilecek. Türkiye’nin önde gelen pazarlama, iletişim ve dijital dönüşüm uzmanlarından Levent Erden’in moderatörlüğünde; turizmden gastronomiye, sinemadan moda uzanan farklı sektörlerin temsilcileri bir araya gelerek, ‘Made in Türkiye’nin yeni anlamının nasıl birlikte inşa edilebileceğini tartışacak. Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği Başkanı Oya Narin, oyuncu, yapımcı ve marka elçisi Kerem Bürsin, Gault&Millau Türkiye CEO’su Gökmen Sözen gibi farklı alanların önde gelen isimlerinin katılımıyla gerçekleşecek bu bölümde; Türkiye’den doğan üretim, yaratıcılık, kültür ve yaşam biçiminin ortak bir değer anlatısına nasıl dönüşebileceği, farklı sektörlerin birbirini nasıl besleyebileceği ve Made in Türkiye kavramının küresel ölçekte nasıl daha güçlü, özgün ve bütüncül bir marka değerine dönüştürülebileceği birlikte ele alınacak. Ulusal ve uluslararası moda dünyasındaki uzun yıllara dayanan deneyimiyle Ece Sükan ve moda tasarımcısı Arzu Kaprol ise tasarım, inovasyon ve yaratıcı vizyonun Türkiye’nin güçlü üretim altyapısıyla nasıl buluşturulabileceğini ortaya koyacak.”

KUTU

TGSD’nin Üç Aşamalı Yol Haritası

1- Kısa Vade - Stabilizasyon Dönemi (2026-2028)

- Net ihracata %10 döviz dönüşüm desteği
- 3.500 TL çalışan başı desteğin bölgesel gelişmişliğe göre kademeli artırılması
- Reeskont faiz oranının politika faizinin %50’si oranına sabitlenmesi, faiz tahsilatının dönem sonu yapılması, %100 KGF ile desteklenmesi
- Eximbank kredi/ihracat oranının 2018 seviyesi olan %16,5 seviyesine çıkartılması

2- Orta Vade - Değişim ve Dönüşüm Dönemi (2029-2034 dönemi)

- Nitelikli Tedarikçi Sertifikasyon Sistemi’nin (NTSS) kurulması, üretim havzalarının segmentasyonu
- Sınır bölgelere üretim havzası, Doğu illerine serbest bölge statüsü

- Marka Satın Alma Fonu, ortak showroom, lojistik ve satış konsorsiyumlarının desteklenmesi
- Teşvik sisteminin bütüncül dizaynı, tek merkezden yönetileceği ve NTSS ile entegre bir sistem tasarımı
- Kamu alımlarına erişim, teknik tekstil yatırımları ve yetenek akademisi
- Büyük İşletmeleri Geliştirme Başkanlığı'nın (BİGEB) kurulması

3- Uzun Vade - Türkiye Markası (2050)

Multidisipliner bir yaklaşım ile hazır giyim, tekstil, moda, perakende, turizm, gastronomi, dizi-film, havacılık, spor gibi farklı sektörlerin ve tarihçi, düşünür, pazarlama stratejistleri, STK, akademi, oda, birlik ve bakanlıkların oluşturduğu çok yönlü bir yapının 'Türkiye Markası'nın küresel konumlanması için bir araya geleceği mekanizmanın tesisi.

Editöre not:

* Isıklı ok nedir?

Isıklı ok, fırlatıldıktan sonra havada ses çıkaran özel bir ok türüdür. Tarihi kaynaklara göre Büyük Hun İmparatorluğu Hükümdarı Mete Han tarafından icat edilmiştir. Isıklı ok hangi yöne atılırsa askerler de oklarını aynı hedefe yöneltir, böylece orduda ortak hareket birliği sağlanır. Çavuş oku olarak da bilinir.

TGSD Hakkında:

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD), Türkiye'de hazır giyim sanayinin gelişmesi için gerekli ortamı hazırlamak, sektöre öncülük etmek, sektörü yurt dışında tanıtmak ve sektörel iş birliğini sağlamak amacıyla 1976 yılında kurulmuş, kamu yararına dernek statüsünde bir sivil toplum kuruluşudur. Sektörün kapsayıcılığı en yüksek sivil toplum kuruluşu olan TGSD, bugün her biri sektörün önde gelen firmalarından oluşan yaklaşık 400 üyeye sahiptir; bu üyeler Türk hazır giyim sektörü ihracatının önemli bir kısmını gerçekleştirmektedir. TGSD; Dünya Hazır Giyim Federasyonu (IAF, 1988) ve Uluslararası Renk Komisyonu (INTERCOLOR, 1996) üyesidir; Avrupa Giyim ve Tekstil Konfederasyonu'nun (EURATEX) kurucuları arasında yer almış, 2025 itibarıyla bu üyelikten ayrılmış, 2026'da da SEDEFED ile TÜRKONFED üyesi olmuştur. Derneğin sektörel liderliği kurumsal tarihe de yansır: bugünkü İHKİB ve İTHİB'in çatısı olan İTKİB'i TGSD kurmuş; önceki dönem başkanları SEDEFED'in kuruluşunda Kurucu Başkanlık yapmıştır. Uluslararası düzeyde ise iki eski TGSD Başkanı IAF'ın iki ayrı döneminde, bir Başkan Yardımcısı da bir döneminde IAF Başkanlığını yürütmüş; geçmiş dönem bir Başkanı ise EURATEX Başkan Yardımcılığı görevini yerine getirmiştir. TGSD, 2008'den bu yana Uluslararası İstanbul Hazır Giyim Konferansı'nı düzenlemekte, Genç TGSD, TGSD Akademi ve UFUK vizyon belgeleri gibi platformlarla sektörün gelişimine katkı sunmaktadır. Dernek; hazırladığı sektör raporları, politika önerileri, 2026-2040 Sektörel Stratejik Yol Haritası ve Uzgörü 2050 çalışmasıyla kuralların yeniden yazıldığı bir dönemde sektöre yön gösteren 'pusula' rolünü üstlenmiştir.

Ayrıntılı bilgi için: www.tgsd.org.tr

Bilgi için: HUB İletişim

Necla Yılmaz / 0549 787 06 82 / neclayilmaz@hubiletisim.com

Lena Kuruç / 0549 667 10 08 / lenakuruc@hubiletisim.com