

Radikal⁺

Dericilerin gözü Japonya'da



JALE ÖZGENTÜRK

Ekonomi / 15/12/2013

Türkiye 2014 yılında Japonya ile serbest ticaret anlaşması imzalayacak. Deri Tanıtım Grubu Başkanı Lemi Tolunay anlaşma sonrası 100 milyon dolarlık ihracatın 6 kat artacağını söylüyor.

Türkiye ile Japonya arasında 2014'te serbest ticaret anlaşması imzalanacak. Japonya deri ürün ithalatında 12.8 milyar dolarla beşinci büyük ithalatçı. Türkiye'nin bu ülkeye deri ihracatı ise sadece 100 milyon dolar. Dericiler heyecanlı çünkü en büyük Japon alım grupları şimdiden Türkiye'de çalışmalarına başladı. Deri Tanıtım Grubu Başkanı Lemi Tolunay, ihracatın ilk yılda bile 6 kat artacağı görüşünde. Türkiye'nin en köklü sektörlerinden biri olan derideki gelişmeleri Tolunay'la konuştu. Tolunay, deri sektöründeki imaj değişimini, tanıtım için tasarımcı Hatice Gökçe ile gerçekleştirecek 'Anatolia 8' projesini ve sektörün sorunlarını anlattı.

Dericilik en eski sektörlerden biri. Türkiye yaklaşık 20 yıl önce Avrupa'nın ham deride üretim merkezi haline gelmişti. Şu anda durum ne?

20 yıl önce Kazlıçeşme gibi bölgelerde kötü koşullarda üretim vardı. Uyum süreci ile birlikte Tuzla ve Çorlu gibi organize sanayi bölgelerine taşındık. Bugün 14 organize sanayi bölgesi var. Dünya standartlarında, çevre sorunlarına duyarlı, doğaya saygılı bir üretim yapımız var. Türkiye olarak en büyük kapasitelерden birine sahibiz. Türkiye'den sonra Çin, Hindistan, Pakistan gibi ülkeler geliyor ama teknolojileri çok yetersiz.

Büyüklüğü nedir sektörün? 400 bin kişinin çalıştığı, 20 binin üzerinde işletmenin bulunduğu bir sektör. Deri ürünleri ihracatında 24'üncü sırada. Kalite konusunda en ufak sorunu olmayan, Chanel'den Louis Vuitton'a dünyanın en büyük markalarına üretim yapan bir sektör.

İhracat miktarı nedir?

Deri ve deri ürünleri sektörü 2012 yılında 3,5 milyar dolar ihracat gerçekleştirdi. 2013 yılında bu rakam 4 milyar dolar olacak. Buna yolcu dahilinde denilen, Bağımsız Devletler Topluluğu'na yapılan bavul da dahil edildiğinde 6 milyar dolarlık bir ihracatımız var.

Tasarım ve markalaşma konusunda ne aşamadayız?

Markalaşma deri sektörü için zor bir alan. Çünkü butik bir sektörüz. Firmalarımızın çabaları var. Örneğin Desa'nın Londra'da

mağazaları var ama maliyetli ve zor bir konu. Ancak bizim yarattığımız katma değer, yarı mamulu ürün haline dönüştürmek için tasarım, inovasyon, Ar-Ge çalışmalarından oluşuyor. Dünyada Türk derisini tanıtmak için de fuarlar çıkış noktamız.

Deri Tanıtım Grubu olarak neler yapıyorsunuz?

Türkiye'de çeşitli ürünlerin tanıtımı için 14 tanıtım grubu var. Biz ilklerdeniz. 2005'te kurulduk. Görevimiz, temsil ettiğimiz ürün grubunu yurtdışında tanıtmak, ihracatın artması için destek vermek. Tasarım yarışmaları, fuarlar en önemli çalışmalarımız. İtalya, Rusya, Çin hedef pazarlarımız. Yeni hedefimiz ise Japonya.

Japonya birçok sektör için hedef haline geldi. Somut adımlar var mı?

2014'te Serbest Ticaret Anlaşması imzalanacak. Ağustosos bulur ama çok ciddi bir katkı bekliyoruz. Şu anda Japonların Takashimaya, SEIBU, AEON alım grupları Türkiye'ye konsantr olmuş durumda. AEON orta sınıf, diğer ikisi ise lüks sınıfta alım yapıyor. Bu sayede 100 milyon gibi komik düzeyde olan ihracatımız bir yıl içinde beşaltı kat artar. Japonlar kültürel olarak eve yatırım yapmıyor. Yaşam dışında geçiyor ve lüksü seviyorlar.

Türk derisi imajı nedir? Geçmiş yıllarda çok iyi bir ünү yoktu...

Kalite olarak bugün en ufak sorunumuz yok. Eskiden kokuyor, boyası çıkyor gibi eleştiriler olurdu. Bugün mümkün değil. Kalite olarak öyle mükemmel bir seviyede ki! Almanya'da Türk derisi olması tercih nedeni. Hollanda'da, İsviçre'de de öyle. Rusya'da kesinlikle tercih sebebi. Mağazalarda 'Ürünlerimiz Türk derisinden yapılmıştır' diye yazılır var.

Bora Aksu, Ümit Ünal gibi tasarımcılarla çalışınız. Tanıtım için yeni bir çalışma var mı? Var. 2014'te Hatice Gökçe ile Anatolia 8 projemiz var. Ruhu şu: Osmanlı'dan önce yaşamış 8 medeniyet var. Gökçe, onlardan esinlenerek bir kadın, bir erkek kıyafeti dizayn etti. Başlıklarıyla, ayakkabılarıyla tanıtacağız. Lansman yakında yapılacak.

Türkiye'de hammadde ithalatı ne kadar?

Türkiye'de hammadde çok yetersiz. Canlı hayvan ithal ediyoruz. Et tüketiminden elde edilen deri ihracat potansiyelimize yetmediği için ithal ediyoruz. Ham deri Akdeniz çanağında üretiliyor. İspanya, İtalya, Kuzey Afrika, İran, Cezayir. Ayakkabılık ham deri ise ABD, Güney Amerika, Arjantin, Uruguay'dan geliyor. Üretimde küçükbaşa ithalat oranı ihracatın artışına paralel olarak yüzde 65-70'lere geldi. Dana ve sığır derisinde ise yüzde 80'lere çıktı.

Türkiye hayvancılık ülkesiydi. Açıklı bir durum, değil mi?

Bizde sorun şu: Terör olayları arttıkça köyler boşaltıldı, dengeler bozuldu. Ancak deri ürünlerinde ihracatı karşılamak için dev hayvan çiftliklerine ihtiyaç var. Bugün büyük gruplar girdi ama bugünden yarına değiştiremezsiniz. Gerçi bu yatırımlar et için yapılıyor. Deri yan ürünü. Yatırımı yapan firmalar, dev holdingler derinin de değerli olduğunu farkına vardılar. Fiyatlarla oynamaya başladılar. Maliyet çok pahalı.

Gelecekte ham deri üretimi Türkiye'de de biter mi?

Tabakhanelerde inanılmaz çevre kurallarına uyum sağlanmış durumda. Ama maliyetler çok artıyor. Teşvikler ise bölgesel veriliyor. Biz sektörle istiyoruz. Tuzla, Çorlu gibi bölgeler kent içinde kaldı. Tuzla küçüldü. 350 tabakhane sayısı 60-70'e indi. Küçükler kapandı, birleşmeler oldu. Ancak 75 dev tabakhane var. Dünya markalarına üretim yapan tabakhaneler. Louis Vuitton, Fendi gibi markalara üretim yapıyorlar. Kısa zamanda bitmez.

Ayakkabı kalitesizlige mecbur

İç piyasada ayakkabıda kalite çok düştü. Bunu düzenleyecek bir mekanizma yok mu?

Ayakkabı ihracatımız 600 milyon dolar. İthalat ise 850 milyon dolar. Ayakkabıda şöyle bir durum var: Ayakkabı olmazsa olmaz. Deri ceketinizin olmaması normal ama ayakkabı şart. Türkiye'de ayakkabı tüketimi çok düşük. Kişi başı 1.75 adet. Avrupa, ABD gibi ülkelerde bu 3.5-4. Türkiye'de gelir dağılımı çok bozuk. Genç ve çocuk nüfusu çok fazla. Çok sık tüketiliyor. Ama ucuz olması gerekiyor. Migros'tan BİM'e herkes ayakkabı satıyor. Ciddi miktarlarda satıyorlar.

Markalarda da çok kalite düştü...

Üyemiz İnci Kundura'nın sahibi Ali Murat Kızıltaş, "Mağazadan alan insan en fazla 100 lira vermek istiyor. Üstüne çıkan dilim yüzde 5'tir" diyor. Zaten az tüketiyoruz. Fazla para vermiyoruz. Ucuz ayakkabı üretmemiz mümkün değil girdiler nedeniyle. Bu durumda Çin'den ithal ediyorsunuz.

Kalitesiz ayakkabı sonuca markaya zarar vermiyor mu? Markasında deri var, satışı ayakkabı deri değil...

Her anlamda kötü tabii. Ama dünyadaki bu gelişmelerin karşısında duramazsınız. Dünya ticaretinin deride büyülüğu 225 milyar dolar. Bunun yüzde 50'si ayakkabı ticaretinden. Deri ürünlerinde en iyi pozisyon alabileceğimiz yer ayakkabı, buna heyecanlıyoruz ama bu ticaretin yüzde 50'si sentetik, deri değil.