



İstanbul Sanayi Odası
Basın Bülteni

İSO, Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Sektör Raporu'nu Açıkladı

İstanbul Sanayi Odası'nın (İSO) hazırladığı “Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sektör Raporu”na göre, Türkiye'nin 2005-2013 dönemi deri sanayi ihracatı iki kat artışla 1,90 milyar dolara yükselirken, katma değer de aynı oranda artarak 1,63 milyar TL oldu.

İstanbul Sanayi Odası (İSO) deri sanayi meslek komiteleri ve sivil toplum kuruluşları katkılarıyla oluşturulan “Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sektör Raporu”nu açıkladı. Rapora göre Türkiye'nin 2005-2013 döneminde deri ve deri ürünleri imalatı sanayi üretimi yüzde 16,7 arttı. Sektörün ihracatı yaklaşık iki kat artarak 1,90 milyar dolara, katma değeri de iki kat artışla 1,63 milyar TL'ye yükseldi. Sektörün Türkiye'nin toplam ihracatı içindeki payı 2013 yılında yüzde 1,25 oldu.

Türkiye deri sanayinin 2023 yılında 10 milyar dolar ihracat hedeflediği belirtilen raporda, sektörün küresel rekabet gücünün artırılması için uygulanacak 19 strateji arasında; deriye et ve süt kadar önem verilerek hayvancılığın desteklenmesi, ham, yarı işlenmiş ve işlenmiş kürk postu ithalatında yüzde 20 ÖTV'nin kaldırılması, işgücü kamu yüklerinin ve enerji maliyetlerinin azaltılması, Rusya'ya ihracatta referans fiyatlarının düşürülmesi ve kayıt dışı denetimlerin artırılması gibi maddeler yer aldı.

İleri araştırmalara ve yeni politikalara ışık tutacak

İSO Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sektör Raporu, sektör temsilcilerinin de katıldığı toplantı ile açıklandı. Açılış konuşmasını yapan İSO Yönetim Kurulu Üyesi Sultan Tepe, raporun deri imalat sanayi sektörünün rekabet gücünü artmasına ve kurumsal işbirliklerinin pekiştirilmesine katkıda bulunmak amacıyla hazırlandığını söyledi. Sultan Tepe, “Bu rapor, gelecekte yürütülecek daha ileri araştırmalara ve geliştirilecek yeni politikalara ışık tutacak” dedi ve şöyle devam etti:

“Yüksek ihracat potansiyeline sahip, AR-GE ve yüksek teknolojiye geçiş ihtiyacı bulunan stratejik sektörlere yönelik politikalar oluşturmak bu bağlamda büyük önem taşımaktadır.

Ülkemizde 2011'den bu yana Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığımız tarafından üçer yıllık olarak hazırlanmaya başlanan sanayi strateji belgeleri ve sektörel eylem planları, bu yöndeki farkındalığın arttığını göstermekte ve sanayimiz açısından anlamlı bir adım olmaktadır.

Arzumuz, sanayiye yönelik artan farkındalığın üniversite-sanayi işbirlikleri başta olmak üzere, tüm platformlarda kendini göstermesidir”.

Türkiye’de hayvan sayısı giderek azalıyor

Raporun sunumunu yapan İSO Danışmanı Dr. Can Fuat Gürlelel, sektörün önemli bir potansiyele sahip olmasına rağmen uzun süredir konuşulan sorunlarının çözülemediğini söyledi. Gürlelel “Verilen teşvikler sektörün toplulaştığı yerleri kapsamıyor. Buradaki üreticilerin diğer bölgelere taşınması da mümkün değil. Teşviklerin emek yoğun olan bu sektörün yoğun olduğu yerlere genişletilmesi gerekiyor” şeklinde konuştu.

Raporun açıklanmasının ardından düzenlenen ve moderatörlüğünü İSO Danışmanı Can Fuat Gürlelel’in yaptığı panelde, deri sektörünün küresel rekabet gücünün artırılması için deriye et ve süt kadar önem verilerek hayvancılığın desteklenmesi, işgücü kamu yüklerinin ve enerji maliyetlerinin azaltılması gerektiğine dikkat çekildi.

Panelde konuşan İSO 12. Grup Deri ve Deri Mamulleri Sanayi Meslek Komitesi Başkanı Gürkan Kopuz, deri sektörünün hammaddesinin canlı varlık olduğuna ve hayvan sayısının giderek azaldığına dikkat çekerek “Maliyet sorunları ya da et varlığının azalması gibi nedenlerle maalesef dişi hayvanlar daha üremesini yapmadan kesiliyor. Üreme olmadan çoğalma olmaz. Kamudan bu noktada denetim talep ediyoruz. Bizler eti için kesilen hayvanların ham derisini alıp, ayakkabı ve saracıyede bir değer haline getiriyoruz. Biz trenin vagonları gibiyiz. Ayakkabı sektörünün önünün açılması, deri sektörünün de önünün açılması demektir. Ayakkabı sanayine getirilen ek mali yükümlülüklerin eski haline getirilmesi gerektiğini düşünüyorum. Biz hayvancılık ülkesi değiliz. İthalat baskısı altında ezilmememiz gerekir. Maliyetlerden kaynaklanan rekabet zorluğunu aşmakta zorlanıyoruz. Bu durumda kamuya görev düşüyor” dedi.

H&M ve Zara gibi markalar ayakkabı alımını artırdı

İSO 44. Grup Ayakkabı ve Yan Sanayi Meslek Komitesi Başkanı Hüseyin Çetin, ayakkabı sektörünün 2023 yılında 2,5 milyar dolar ihracat hedefi olduğunu ve sektörden yüzde 55 pay aldığını vurgulayarak “Alt sektörlerden ayakkabı grubunun Rusya, Ukrayna ve Irak’ta yaşanan sıkıntılara rağmen ihracatı artırdık. Dünya hazır giyim devleri arasındaki H&M ve Zara gibi markalar, yerli ayakkabı üreticilerinden alımlarını artırdı. Avrupa’da üretim gücü olarak İtalya’nın önünde birinci sıradayız ama maalesef katma değerli ürün üretmemiz. Ayakkabı sektöründe kapasite kullanımının daha da artacağına inanıyorum. Biz sesimizi yurt dışındaki fuarlarda başarılı bir şekilde duyurmaya başladık. Dolayısıyla ihracatımızın daha çok artacağına inanıyorum” dedi.

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak da mart ayında ihracatı artan üç sektörden birinin deri olduğunu söyleyerek, “Uzak Doğu’da özellikle Çin gibi ülkelerde düzenlenen fuarlar sayesinde yarı mamul ürün ihracatında büyük bir sıçrama yaptık. Derideki en büyük pazar Rusya’ya ihracatta düşüş oldu ancak ikinci sıradaki İtalya’ya yüzde 10 artış kaydettik. Türk deri ürünlerinin tanıtımında büyük eksikliklerimiz var. Geleneksel pazarlara tutunarak yeni pazarlara açılmamız gerekiyor. Ayrıca moda ve tasarım konusunda trendi yakalamak son derece elzem bir konu. Bunu yakalarsak ihracatımız daha da gelişecektir” dedi.

Ete gösterilen değer deriye gösterilmiyor

Türkiye Deri Sanayicileri Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Erdal Matraş, deri sektörünün hammaddesi olan hayvancılığın önemine değinerek “Türkiye’nin 100 milyon tonu aşkın et tüketimi var ancak ete gösterilen özen deriye gösterilmiyor. Türkiye’de kırmızı et yeniyorsa, dericilik sektörü kendine öz kaynaktan hammadde bulabilir. Türkiye’de 100 hayvanın yüzde 30’u çok kaliteli niteliği taşıyor. Deri sanayinde ülke genelinde 14 OSB var ve 20 ilde deri sanayi yapılıyor. Ama bizim mezbahamız olmayan iller var. Diğer ülkeler deri sanayi rekabetinde Türkiye’yi geçmeye başladı.

Örneğin Hindistan, ham deri ihracatını yasakladı, sadece çanta, ayakkabı yani katma değer ihraç ediyor. Ama biz katma değer olmadan birkaç kuruşla deri hammaddesini dışarı gönderiyoruz” dedi.

Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Tan Erdoğan, ayakkabının dışardan gördüğümüz üzere sadece bir taban ve bir deri parçasından ibaret olmadığını söyleyerek, “İşimiz oldukça zor. 40 farklı endüstri kolundan girdi sağlıyoruz. Pazar çeşitlenmesi ile ilgili bir çalışma yaptık. Rusya’da düşüş olmasına rağmen en büyük pazarımız hala Rusya. Etiyopya’ya bir fuar için gittik ve 6 firmamız buraya bilfiil ihracat yapmaya başladı. Dinamik bir sektörümüz var ancak sermaye yetersizliği söz konusu. Özellikle AR-GE ve inovasyona daha çok odaklanmalıyız” diye konuştu.

Saraciye Sanayicileri Derneği Yönetim Kurulu Üyesi Engin Altaş kendi tecrübe ve birikimlerini aktararak marka değeri yaratmanın önemine değindi. Altaş, “Markanız olmazsa katma değerli ürünün yapılmasında anlam kalmaz. Ürünlerinizi bir dantel gibi işleyerek katma değerli hale getirip marka değeri kazandırmalıyız. Burada her şeyi devletten beklememeliyiz. Elbette ki çuvaldızı biraz da kendimize batırmalıyız. Marka olmak için sadece bir mağaza açman yeterli değil. Zincir olmalı, yurt dışına açılmalı, reklam yapılmalı. Mikro ölçeklerle başlayıp sürekli bir hale getirilmeli” diye ifade etti.

Son olarak Türkiye Deri Konfeksiyoncuları Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Yakup Teleke söz alarak kısa bir konuşma yaptı. ÖTV yükünden bahseden Teleke dış pazardaki sorunların çözüme vurgu yaparak “Deri konfeksiyoncuları için Rusya her zaman önemli bir pazar oldu. İstanbul’daki deri fuarları sektörün penceresidir. Ayrıca katma değerli ürün üretmenin önemine ben de katılıyorum ve yeni yatırım teşvikleri konusu da son derece önemli bir başlık” dedi.

Türkiye’nin en büyük ihracat pazarı Rusya

Rapora göre, dünya deri ihracatı içindeki payı 2013 yılı itibariyle yüzde 0,79 olan Türkiye, ihracat sıralamasında ise 10. büyük ülke oldu. Alt sektörler bazında dünya ihracatı içinde en yüksek paya sahip grup, yüzde 7,7 ile kürk giyim eşyası oldu. Türkiye’nin en büyük ihracat pazarı 508 milyon dolar ile Rusya oldu. Türkiye’nin diğer büyük ihracatçı pazarları 131 milyon dolar ile İtalya ve 114 milyon dolar ile Almanya oldu. Dünya deri ihracatının lider ülkesi Çin olurken, İtalya, Hong Kong, Fransa ve Almanya da diğer büyük ihracatçı ülkelerden oldu. Deri ithalatının lider ülkesi ise 30 milyar dolar ile açık ara ABD oldu.

Kürkten giyim eşyası ve saraciye üretimi geriledi

Rapora göre deri sanayinde kişi başı üretim ile ölçülen verimlilik 2005-2013 döneminde yüzde 7,9 geriledi. Ayakkabı imalatı yüzde 32,9 ve derinin tabaklanması üretimi yüzde 2,3 artarken, giyim eşyası üretimi yüzde 21,3 geriledi. Bu gerilemede özellikle kürkten giyim eşyası ve saraciye üretimi etkili oldu. Deri ve deri ürünleri imalatı sanayi temel ekonomik göstergelerinde, 2012 yılı itibariyle bazı rakamlar şu şekilde gerçekleşti; çalışan sayısı 71 bin 76 kişi, üretim değeri 8,56 milyar TL, üretimdeki payı yüzde 1,15, istihdam içindeki payı yüzde 2,2, katma değer içindeki payı 1,22 oldu. Rapora göre, deri ve deri ürünleri imalatı sanayinde üretim değeri ve katma değerinde en yüksek payı yüzde 50’ye varan oranla ayakkabı alt sektörü aldı. Raporda marka tescillerinin 2000 yılında 716 adet iken 2013’te 1.919’a çıkması, sektörde daha özgün markalara yöneliminin bir göstergesi niteliği taşıdı.

Deride 19 stratejik hedef belirlendi

Raporda Türkiye deri ve deri ürünleri imalatı sanayinde belirlenen 19 stratejik hedef şu şekilde:

- Hayvancılığın desteklenmesi, deriye et ve süt kadar önem verilmesi,
- Ham, yarı işlenmiş ve işlenmiş kürk postu ithalatında ve üretiminde yüzde 20 ÖTV’nin kaldırılması, yüzde 18 KDV’nin yüzde 8’e indirilmesi,

- KKDF'nin vadeli ithalatta yüzde 1'e indirilmesi, yurtiçinde olmayan malların ithalatında kaldırılması,
- Aksesuar yan sanayinin geliştirilmesi,
- Firmaların işgücü kamu yüklerinin azaltılması, indirimli enerji fiyatı uygulanması,
- Teşviklerde 6. Bölgede uygulanan desteklerin deri OSB'lerinde de aynen uygulanması,
- Çevre yatırım ve harcamalarının Çevre ve Şehircilik Bakanlığı bütçesi ile desteklenmesi,
- OSB dışındaki doğal kümelenmelerin ıslah OSB niteliğinde statüye kavuşturulması
- Turquality ve Marka Destek Programı'na deri sektörünün katılımının artırılması,
- 2023 yılında 10 milyar dolar ihracat yapılması,
- Özel faturalı ihracatın resmi ihracata dahil edilmesi, üretici-ihracatçıya ÖTV iadesi yapılması,
- Rusya'ya ihracatta referans fiyatlarının ve geçiş maliyetlerinin düşürülmesi,
- DİR kapsamında izin verilen döviz kullanım oranının yüzde 75'e yükseltilmesi,
- Doğal deri ile suni deri ayırımına ilişkin tüketici bilincinin artırılması,
- Nitelikli insan kaynakları yetiştirilmesi ve zanaatkarlığın korunması,
- Çalışma hayatına ilişkin düzenlemelerin gözden geçirilmesi ve ilave yüklerin azaltılması,
- Saraciyede alışta yüzde 18, satışta yüzde 8 KDV'den kaynaklı sorunların giderilmesi
- İthalatta ürün kalitesi denetimlerinin etkinleştirilmesi, indirimlerin düzenlenmesi,
- Kayıt dışı denetimlerin artırılması ve fikri mülkiyet haklarının etkinleştirilmesi.