TRÉSOR
DIRECTION GÉNÉRALE
Publications
des Services économiques

Türk tekstili, ülke ekonomisi ve ikili ilişkiler için önemli bir sektördür.

60.000'e yakın şirket ve 2 milyona ulaşan çalışanıyla, tekstil sektörü Türkiye ekonomisinde önemli bir role sahiptir. Üretiminin %65'ini ihraç eden Türkiye, bu sektörü ekonomisinin en önemli ihracat bölümlerinden bir tanesi olarak görmektedir. Tekstil ürünlerinde, dünyanın en büyük 5., hazır giyimde ise en büyük 7. ihracatçısı olarak tanınmaktadır. Türkiye aynı zamanda tekstil ürünlerinde AB'nin en büyük 2. tedarikçilerinden biri olup, hazır giyimde ise en büyük 3.tedarikçidir. Türk şirketlerinin birçoğu, Avrupa Birliği Gümrük Birliği'nin onlara tanımış olduğu avantajları kaybetmiş olup, öteki düşük maaliyetli ülkelerin rekabetine maruz kalmış olmalarına rağmen, hükümetin aktif yardımı sayesinde sektördeki güçlerini korumaktadır. 2014 yılında, tekstil sektöründeki Türk ihracatının 29 milyar dolar olduğu hesaplanmıştır. 2023'te Türkiye Cumhuriyeti 100. yılını kutlayacaktır. Bu nedenle hükümetin amacı tekstil ihracatının 29 milyardan 80 milyar dolara ulaşmasını sağlamaktır. Bu da ihracatın 9 yılda %172 oranında artacağını göstermektedir.

Fransa'yla ikili ilişkilerinde, Türkiye'nin bu sektörde ki ticaret fazlalığının yıllar içinde arttığıgörülmektedir (2014 yılında 1,3 milyar avro). 77 milyonluk nüfusun satın alma gücünün devamlı olarak yükselmesi ve coğrafi konumu sayesinde Türkiye, yerleşmiş olan (veya distribütör) Fransız markalara çok cazip gelmektedir.

1. Tekstil sektörü : İhrcata dönük ve Türkiye ekonomisi için önemli bir sektördür.

2014 yılında Türk İhracatçılar Meclisi (TİM) tekstil sektöründe ki ihracatın 29.5 milyar dolar olarak değerlendirildiğini açıklamıştır. Bu rakam, genel Türk ihracatının %19.5'ini temsil etmektedir. Hazır giyimin ihracatı 18.7 milyar dolar değerinde (2014'te + %8), tekstil ve ham madelerinki 8.9 milyar dolar, derinin ise ihracatı 1.8 milyar dolar değerindedir (2014'te - %0.8).

Tekstil ve ham madde sektöründe, Türkiye 2014 yılında, Çin, Avrupa Birliği, Hindistan ve Amerika Birleşik Devletleri'nden sonra dünyanın en büyük 5. ihracatçısı olmuştur. 2014'te, tekstil ve ham madde sektörü, Türk ihracatının %6'sını temsil etmiştir. Türkiye tekstil ürünlerinde AB'nin Çin'den sonraki en büyük ikinci tedarikçisidir. Fransa'ya en çok tekstil ürün ihraç eden ülkeler arasında ise 5. sıradadır.
Hazır giyim ve konfeksiyon Türkiye'nin en büyük ikinci ihracatını temsil etmektedir (genel ihracatın %12'si). İhracatın %75'inin AB'ye sağlanmasıyla, Türkiye Çin ve Bangladeş'ten sonra hazır giyimde AB'nin en büyük 3. tedarikçisidir. Türkiye'nin Fransa'ya olan ihracatında ise bu sektör 2. sırada yer almaktadır.

2014 yılında, tekstil sektöründe Türkiye'nin başta gelen müşterileri, İtalya (%10.3) ve Rusya'ydı (%8.8). Hazır giyim ve konfeksiyonda Almanya (%20.9) ve İngiltere (%13.3) ilk iki sırayı taşımaktadır. Ekonomk kriz sonucu ithalatının düşmesine rağmen Rusya, deri sektöründe Türkiye'nin en büyük müşterisi olmaya devam etmektedir. (%13.8) İkinci sırada ise İtalya yer almaktadır (%9.4).

Fransa, tekstil ve ham madde sektörlerinde, Türkiye'nin en büyük 17'inci müşterisidir. Fransa bu sektördeki türk ihracatlarının %1.7'sini temsil etmektedir. Fransa Türk ihracatında hazır giyim sektöründe 4. (%6), deri sektöründe ise 6. (%4.4) sırada bulunmaktadır. Türkiye'nin ticaret fazlası oldukça büyük bir yükseliş içerisinde olupm Fransız gümrükleri ticaret fazlalığının 2014'te 1.3 milyar avro olduğunu açıklamaktadır.

II. Küresel piyasa koşullarına uyum sağlamaya çalışan bir sektör

Geçtiğimiz yüzyılda Türkiye, tekstil endüstrisi üretimlerini, artış taleplerini karşılayabilmek ve stratejik konumunu en iyi şekilde değerlendirmek için uluslararası rekabete ve özellikle Asya'ya karşı uyum sağlamaya çalışmıştır (toplamda 58.981 şirket).

Ayrıca tekstil sektörü hükümetin yardımlarından faydalanmaktadır. Hükümet, çok elyaflılar anlaşmasının sonuna gelindiğinden beri, üretim maaliyeti düşük ülkelerden gelen ürünleri, kendi piyasasından korumaya çalışmaktadır. 2012'de uygulamaya giren bir yasa, ithal edilen tekstil ürünlerinde %30'a kadar çıkabilen bir vergi ortaya koymuştur (Avrupa Birliği, Avrupa Serbest Ticaret Birliği (EFTA), veya Türkiye'nin serbest ticaret anlaşması imzaladığı ülkeler dışında).
Yurt dışında Türk markaları hakkında çeşitli tanıtım programları gerçekleştirilmiştir. 2004 yılında Türk hükümeti tarafından başlatılan TURQUALİTY programı, Türk markalarının ihracatını arttırmak ve Türk markalarını üst sınıf markalar arasına yerleştirmek için geliştirilmiş bir programdır. Bu programda yer alan şirketlerin %26'sı tekstil sektöründedir.

Bunun yanında Türkiye'nin tekstil sektörü, Avrupa Birliği'nin taleplerine karşı savunmasız kalmaktadır :

Asgari ücretin %30'luk artışı (Ocak ayında 1.000 TL'den 1.300 TL'ye çıkmıştır) ve el işçiliğinin maaliyetinin düzenli yükselişi, Türkiye'nin Asya ülkeleri ile olan rekabetini düşürmektedir. Sektör uzmanlarının görüşlerine göre hükümet tarafından %40 oranında karşılanacak olan bu artışın, uzun vadede kötü sonuçlar oluşturmaması beklenilmektedir.
Orta Doğu'da yaşanan çatışmalar ve ülkenin güneydoğusunda bulunan birkaç fabrikanın kapatılması, Türk üretimini yavaşlatmıştır. Bu çatışmalar, bölgede bulunan Suriye halkının Türkiye'ye göç etmesine neden olup, yerel iş piyasasını büyük çapta etkilemiştir.

III. Türkiye'nin hazır giyim sektörü, Fransa'da ayrıcalıklı bir sektördür.

Genel olarak bakıldığında Fransa'da bulunan türk şirketlerinin sayısı oldukça düşüktür. Buna rağmen hazır giyim sektörü Fransa'da bulunan 20 türk şirket (200 işçi) sayesinde kendini iyi temsil eden sektörlerden bir tanesidir.
2010'dan bu yana Türkiye'nin Fransa'da gelişmesini sağlayanlar Hateks-Hatay-Tekstil, Şahinler Holding, Küçükçalık Teksti Sanayi, Bel Air, Bahardılar tekstil gibi büyük, Silk and Cashmere, Crea Concept, Arzu Kaprol, Dice Kayek, Evita Tekstil/BGN, Just Angels, Vespucci, Eke Tekstil/Hamam, Missy, Cipo and Baxx gibi de küçük şirketlerdir.

IV. Fransa'nın tekstil sektörü için Türkiye bir tüketici pazarı, bölgesel faaliyetler için bir platform ve bir üretim merkezidir.

Tekstil sektöründe Gümrük Birliği sayesinde, Türkiye ve Avrupa Birliği arasında hiçbir kota veya engel ücr bulunmamaktadır. Fakat AB'ye mal ihraç eden şirketlerin piyasaya erişimi, birkaç gümrük prosedürü yüzünden olduk zorlaşmaktadır.
Fransız gümrüklerine göre, tekstil, giyim ve deri sektöründe ki Fransız ihracatları 2013'ten bu yana %1,2'lik bir ar göstererek 2014 yılında 146 527 milyon avroya ulaşmıştır. Bu rakam Türkiye'nin Fransa'ya olan ihracatlarının 9 katıdır.

Türkiye'deki alışveriş merkezlerinin hızlı gelişimi, Fransız markalarının gelişmesine de imkan sağlamıştır. Bu marka arasında Chanel, Dior, Hermes, Louis Vuitton, Zadig&Voltaire gibi büyük markalar, ya kendi mağazalarını ya da üst sı distribütörler sayesinde (Beymen veya Harvey Nichols) Türkiye'de yer almaktadır.
Türkiye'ye yerleşip satış yapma kararı alan Fransız şirketler genellikle büyüyen piyasası ve coğrafi konumu için Türkiye seçmektedir. Serge Ferrari ve Dickson-Constant (katma değer vergisi yüksek teknik kumaş üreticisi), Andritz-Thibeau Andritz Perforjet (dokunulmamış ürün makineleri), Lectra (yazılım tasarımı ve yumuşak malzeme kesme makineleri) gibi ü sınıf markaların türk pazarında bulunmaları bize bunu kanıtlamaktadır.

Copyright
Tous droits de reproduction réservés, sauf autorisation expresse du Service Économique de Turquie (adresser les demandes à ankara@dgtresor.gouv.fr).

Clause de non-responsabilité
Le Service Économique s'efforce de diffuser des informations exactes et à jour, et corrigera, dans la mesure du possible, les erreurs qui lui seront signalées. Toutefois, il ne peut en aucun cas être tenu responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication.

Auteur : Stephan DUBOST, Melisa ATASI
Service Économique Régional d'Ankara
Adresse :
B.P. n° 1
Iran Caddesi, Karum Is Merkezi n°21, Asansör E, n°444, Kat.6, Kavaklidere
06680 ANKARA
TURQUIE

Version de janvier 2016