



İHKİB Başkan Yardımcısı: Made in Türkiye etiketi kaliteyi ve uyumu gösteriyor.

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkan Yardımcısı, yeni AB etiketleme kurallarının tüketicilerin Türkiye'de iyi üretilmiş ve ESG'ye (Çevresel, Sosyal ve Yönetişim) uyumlu giyim ürünlerini tanımlamalarına yardımcı olacağını öne sürüyor.

2024'ün dördüncü çeyreğinde (Q4), Avrupa Komisyonu, tekstil etiketleme yönetmeliğini fiziksel ve dijital tekstil etiketlemesi için belirli özellikler sunmak amacıyla revize edecek. Bu, sürdürülebilir ürünler için önerilen eko-tasarım yönetmeliği kapsamındaki gereksinimlere dayanan sürdürülebilirlik ve döngüsellik parametrelerini içerecektir.

Just Style ile yapılan bire bir röportaj sırasında, İHKİB Başkan Yardımcısı Mustafa Paşahan, bu düzenlemenin, tüketicilerin giysi etiketlerinden ürünlerinin "çok yüksek çalışma koşulları, maaşlar ve sosyal tazminatlar" sunan bir ülkede üretildiğini görebilmeleri sayesinde Türkiye'nin küresel pazar payını artırma çabasına yardımcı olacağını paylaşıyor.

Maliyet açısından bakıldığında, Paşahan Türkiye'nin fiyatlarının rakiplerinden %15'e kadar daha yüksek olabileceğini ifade ediyor, ancak bunun yatırımlarının bir sonucu olduğunu belirtiyor. "Diğer rakiplerle kıyaslandığında iyi bir rekabet avantajımız var, yüksek kalitede ve esnek üretim yapıyoruz. Sürdürülebilirlik söz konusu olduğunda önemli olan satış sonrası hizmetler sunuyoruz." diyor.

Paşahan, moda alıcılarının ve markalarının Türkiye'yi ileriye dönük bir fırsat olarak göreceğini ve fiyat veya diğer faktörlere fazla takılmayacağını umuyor.

Pandemiden bu yana küresel ekonominin zorlu günler geçirdiğini kabul ediyor. 2025'ten itibaren dünyada daha az enflasyon, savaş ve politik çatışma olacağı ve daha kârlı ve istikrarlı bir iş ortamının olacağı konusunda umutlu.

Paşahan, 2025'ten itibaren AB'nin ESG düzenlemeleriyle ilgili daha fazla ayrıntı vermesi gerektiğini; markaların ve alıcı gruplarının, güvenilir üretici ülkelerle derinlemesine bir ortaklık kurmanın ve pazar payını artırmanın önemini



görmeleri gerektiğini vurguluyor, çünkü bu sürdürülebilirlik yolunu finanse etmeye yardımcı olacak.

Türkiye, sürdürülebilirlik odağı sayesinde küresel sahnede daha görünür olacak, ancak Paşahan, tüm kaynak ülkelerinin döngüsellik ve dijitalleşmeye doğru bir yönelme görmeyi arzuluyor, çünkü bunun daha entegre bir dünyaya yol açacağına inanıyor.

Paşahan'ın ülkesi son altı ila yedi yıldır Sürdürülebilirlik Stratejisi üzerinde çalışıyor ve bu Stratejisini küresel giyim sektörü ile paylaştı. Bu nedenle Paşahan, Türkiye'nin yeşil devrim için rakiplerinden daha hazır olduğunu güvenle söylüyor.

"Bu uzun bir yolculuk ve bugün ya da yarın çözülebilecek bir sorun değil, ama yapmamız gerekeni yapıyoruz." diyor.

Ultra-hızlı moda markası Shein'in yapay zeka kullanarak satışları nasıl artırdığı örneğinden yola çıkarak Türkiye'nin yapay zekayı kullanıp kullanmadığı sorulduğunda, Paşahan Shein'in kısa vadeli çözümleri olduğunu belirtiyor.

Türkiye'nin dijitalleşme gündeminin, ortakları ve alıcıları için değer üretme, stil ve kaliteye dayandığını açıklıyor.

Örneğin, Avrupa Birliği fonları, İstanbul'da endüstrinin dijitalleşmesini desteklemeyi amaçlayan "dünyanın ilk" Dijital Dönüşüm Merkezi'ni oluşturmak için kullanıldı.

Paşahan, 2025'ten itibaren tam anlamıyla faaliyete geçecek olan merkezin eğitim hizmetleri, sosyal uyum konuları ve bazı 3D aktiviteler sunacağını belirtiyor.

İHKİB'in, Uluslararası Hazır Giyim Federasyonu (IAF) da dahil olmak üzere birçok ortağı bulunuyor ve uluslararası ortaklarla sektörel toplantılar düzenlemekte. Bu ortakları ülkeye davet ederek en son konuları değerlendiriyor olmakla gurur duyuyor. Ayrıca, ülkenin önemli markaların ve alıcıların önemli misafirlerini ağırladığını vurguluyor.



Paşahan, Türkiye'nin, sürdürülebilirliği artırmak için oluşturduğu ortaklıklar açısından diğer tedarikçi ülkelerden önde olduğunu ve AB tarafından finanse edilen dijitalleşme merkezinin bunun kanıtı olduğunu düşünüyor.

Ülke ayrıca yakın zamanda ABD'nin kar amacı gütmeyen ESG sertifikasyon organizasyonu Worldwide Responsible Accredited Production (WRAP) ile ortak bir pilot proje geliştirdi.

Paşahan, şu anda WRAP sertifikasına sahip moda tedarikçilerinin sayısının oldukça düşük olduğunu ve bunun ABD'ye yapılan ihracat ticaretlerini etkileyebileceğini kabul ediyor. Ancak, WRAP ile olan bu yeni ilişkinin, ülkenin daha fazla tedarikçisinin WRAP'ın özel sertifikasyon sürecinden geçmesini teşvik edeceğine ve bu sürecin ABD pazar payını artırma konusundaki büyük stratejisine yardımcı olacağına inanıyor.

Kendisiyle yapılan ayrı bir röportajda Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ve İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) başkanı da , Türkiye'nin sürdürülebilirlik hazırlığı açısından küresel moda tedarikçisi listesinin en üstünde olma uzun vadeli vizyonunu ortaya koyuyor.