

Tanıtımda yeni dönem başladı

Sektörel tanıtım gruplarının kapatılmasının ardından, ihracatın geliştirilmesi ve Türk Malı algısı ile ülke imajını küresel pazarlarda kuvvetlendirmek adına çalışmalarında bulunacak Türkiye Tanıtım Grubu 12 Ağustos tarihinde Resmi Gazete'de yayınlanan yönetmelik ile faaliyetlerine başladı.

Finansmanı ihracatçılar yani özel sektör tarafından sağlanan sektörel tanıtım grupları, ihracat artışına katkı vermediği varsayımı ile geçtiğimiz yılın sonunda kapatılmıştı. İhracata yönelik olarak ülke tanıtım grupları, bölgesel tanıtım grupları ve hatta sektörel tanıtım grupları, dünyanın çeşitli ülkeleri tarafından yürütülmeye devam ediyor.

Özellikle yurt dışında Türk ürünlerinin algısını geliştirmek ve ihracatı arttırmak amacıyla, sektörel ve/veya ürün bazında ortak pazar araştırması, markalaşma, Ar-Ge, tanıtım, pazarlama ve benzeri faaliyet ve çalışmalara ilişkin kurulan Sektörel Tanıtım Grupları Ekonomi Bakanlığının talebi ile Bakanlar Kurulu tarafından geçtiğimiz süreçte kapatıldığını hatırlatan PAGDER Başkanı Reha Gür, sektörel tanıtım grupları yerine strateji ve politikaları, hedef pazar ve tanıtım faaliyetleri Türkiye Tanıtım Grubu Danışma Kurulu tarafından belirlenerek Bakanlık onayı ile faaliyetlerini sürdürecektir Türkiye Tanıtım Grubu adı ile benzer ama geneli içine alan bir başka yapı oluşturulduğuna dikkat çekti.

Sektörel tanıtım gruplarında yurtiçi faaliyetlere ayrılabilen bütçede olduğu gibi, Türkiye Tanıtım Grubu'nun da toplam bütçesinin en fazla yüzde 20'sinin sektörel tanıtım projelerine aktarabileceğini ifade eden Gür, "Grubun gelirleri, ihracat işlemleri üzerinden FOB bedelin onbinde üçüne kadar Bakanlıkça belirlenen oranda kesilen katkı paylarından oluşacak. Doğal olarak bu bütçe yine ihracatçıdan yapılacak nisbi aidatlardan oluşuyor. Bu oran bizim sektörümüz özelindeki sektörel tanıtım grubu için de onbinde beş oranındaydı ve tüm GTİP'lerden kesinti yapılmamaktaydı. En önemli farkı ise, tanıtım faaliyetlerinin tamamını sektörel anlamda işin ehli olan ihracatçılardan oluşan komiteler organize ediyordu. Sektörümüz özelinde ise Plastik Tanıtım Grubu'nun kapatılması için teneke çalanların hep ileri sürdüğü ama gerçekte hiç kesinti yapılmamış olan şırıngadan da, araç tamponundan da ihracatları oranında bu kez gerçekten kesinti yapılacak" dedi.

Gerçekten büyük bir hata ile kapatılarak faaliyetleri kesintiye uğratılan



sektörel tanıtım gruplarından boşalan tanıtım alanının bir an önce uygulanacak akılcı faaliyetlerle doldurulması gerekliliğine vurgu yapan PAGDER Başkanı Gür; "Türkiye Tanıtım Grubu'nu destekliyoruz. Bu grup altında, ihracat potansiyeli olan tüm sektörlerin, ilgili sektör temsilcilerinden alınacak görüşler doğrultusunda tanıtıma yönelik aktivitede bulunması önem ihtiva ediyor. Bunların organize edilebilmesi için öncelikli olarak tüm ihracatçı sektörlerin ihracat potansiyelleri iyi analiz edilmeli ve hedef sektörler ve bağlantılı olan hedef ülkelerin belirlenmesi gerekiyor" dedi.

Dünyada bugün ülke imajlarının tüketici kararlarında çok önemli yer tuttuğunu belirten Türk Plastik Sanayicileri, Araştırma, Geliştirme ve Eğitim Vakfı (PAGEV) Başkanı Yavuz Eroğlu; "Bir ürünün Alman, İsviçre ve Japon olması ile Çin, Hindistan ve Uruguay'a ait olması o ürünün satışını ve fiyatını doğrudan etkiliyor. Bu sebeple Türk mallarının ve Türkiye'nin imajının yurtdışında yükseltilmesi ihracatımıza direkt olumlu etki yapacaktır. Özellikle son yıllarda yaşadığımız yurtdışındaki Türkiye imajı aleyhine geliştirilen havanın düzeltilmesi adına da Türkiye Tanıtım Grubu önemli bir rol oynayacaktır" dedi.

Bu yönetmelik ile artık birliklerin önemli bir kısmında yaşanan anlamsız tanıtım grubu oluşturma çabaları, Türk'ü Türk'e tanıtmaya uygulamaları ve ihracatçıdan zorunlu kesilen bedellerin çarçur edilmesinin önüne geçilmesi amacıyla sektörel projelere ayrılan kaynağın maksimum yüzde 20 ile sınırlandırılmış ve kontrol altına alınmış olduğuna dikkat çeken Eroğlu tarafından, "Kaynağın yüzde 80'i 'Türk Malı' imajının güçlendirilmesine harcanacaktır. Ayrıca daha önceki Sektörel Tanıtım Grupları tebliğinde ihracatçıdan zorunlu yapılan kesintide üst sınır binde 3 iken bu tebliğle maksimum onbinde 3'e indirilmiştir. Yani ihracatçıdan yapılacak kesinti 10 kat daha düşük bir orana sınırlanmıştır. Bu 10 katlık düşüş ihracatçımız yönünden olumludur." denildi.

Türkiye Tanıtım Grubu Ne Yapacak?

Türkiye Tanıtım Grubu'nun faaliyet alanı ile ilgili de bilgilendirmelerde bulunan PAGEV Başkanı Eroğlu; "Dünya üzerinde Türkiye ve 'Made in Türkiye' algısını geliştirip tüketicileri Türk ürünlerini almaya sevk edecek Türkiye Tanıtım Grubu, bu amaçla hedef pazarlarda ülkemizin bilinirliğini arttıracak, insanların aklına Türkiye denilince belirli bir kalite seviyesi gelmesini sağlayacak, insanları Türkiye'ye gelmeye, Türk ürünleri kullanmaya ve Türkiye'de yatırım yapmaya teşvik edecek ve bunu başkalarına tavsiye edecek kadar Türkiye Markasını seven sadık tüketiciler haline getirecektir" dedi.

Plast Eurasia İstanbul Fuarı, yüzde 90 doluluk oranına ulaştı

Plastik sektöründe yaşanan pozitif gelişmeler, sektörün gün geçtikçe büyümesi ve elde edilen ihracat rakamları Plast Eurasia İstanbul Fuarı'nı yurtiçinde ve yurtdışında daha da ilgi çekici hale getiriyor. Fuarı 4 ay kalmasına rağmen, şimdiden Plast Eurasia İstanbul Fuarı yüzde 90'lık bir doluluk oranına ulaştı. TÜYAP Tüm



korumayı kendisine en büyük ilke edinen Plast Eurasia İstanbul Fuarı, 2016 yılında elde ettiği başarının tesadüfi olmadığını bir kez daha kanıtladı. Her yıl olduğu gibi bu yıl da kendi rekorunu kırmayı amaçlayan Plast Eurasia İstanbul Fuarı, elde edilen veriler ışığında plastik sektörünün her zaman yanında olduğunu bir kez daha gösteriyor.

Tüyap ve Türk Plastik Sanayicileri, Araştırma, Geliştirme ve Eğitim Vakfı (PAGEV) işbirliği ile düzenlenen Plast Eurasia İstanbul, 27 yıllık deneyimi ile sek-

Fuarcılık tarafından organize edilen Plast Eurasia İstanbul, 6 - 9 Aralık 2017 tarihinde İstanbul Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi'nde düzenlenecek.

Plast Eurasia İstanbul Fuarı, 2016 yılında 41 ülkeden 957 firma ve firma temsilciliğinin katılımı ile 84 ülkeden 48 bin 725 yerli ve yabancı ziyaretçiye ev sahipliği yaptı. Plastik sektörü profesyonellerine en yüksek kaliteyi 27 yıllık bir deneyimle sunarak, sektörde en üst değeri yaratmayı ve bu değeri

törde olan tüm yenilikleri, gelişmeleri ve son teknoloji ürünleri 100 bin 000 m² sergi alanında, 6 - 9 Aralık 2017'de, Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi'nde sektör mensupları ile buluşturmaya hazırlanıyor.

Fuar hakkında detaylı bilgi almak ve katılımcı listesini incelemek için www.plasteurasia.com adresini ziyaret edebilirsiniz.

Plastik ihracatı Ağustos'ta yüzde 15 arttı

Kimya ihracatından güzel haberler gelmeye devam ediyor. Ağustos ayındaki yüzde 21'lik rekor artış kimya ihracatçısına çifte bayram yaşattı. İK-MİB verilerine göre; Ağustos ayında kimya ihracatı geçtiğimiz yılın aynı ayına göre değerinde yüzde 21 artarak 1 milyar 465 milyon dolara ulaştı.

Kimya sektörünün sekiz aylık dönemdeki ihracatı ise yüzde 15,21 artış ile 10 milyar 606 milyon dolar oldu. Geride bıraktığımız ayda Türkiye ihracatının üzerinde artış rakamlarına ulaşan sektör ihracata en çok katkı sağlayan üçüncü sektör konumunu sürdürdü.



Kimya sektörü yükseliş ivmesini sürdürerek yeni bir rekora imza attı. Ağustos ayında ihracatını yüzde 21 artırarak 1 milyar 465 milyon dolarlık ihracat gerçekleştiren kimya sanayi yılın geri kalanında da performansını korumaya odaklandı.

Geçtiğimiz ay en çok ihracat yapılan ilk on ülke arasında yer alan Birleşik Arap Emirlikleri'ne yüzde 297, Çin'e yüzde 106 ve ABD'ye yüzde 77 oranında yüksek oranda artışlar gerçekleşti. Ağustos ayında

en çok ihracat yapılan ilk on ülke şu şekilde sıralandı: Birleşik Arap Emirlikleri, Irak, Almanya, ABD, Çin, Yunanistan, İngiltere, İran, İtalya, Mısır.

Plastikler ve mamulleri yüzde 15 artış ile alt sektörlerde ilk sırada

Alt sektörlerde yaşanan yükselişler Ağustos ayında kimya ihracatına ivme kazandı. Plastikler ve mamulleri yüzde 15 artış ve 481 milyon 528 bin dolarlık ihracatla alt sektörler bazında ilk sırada yer aldı. Ağustos'ta mineral yakıtlar, yağlar ve ürünleri yüzde 32 yükselişle 286 milyon 846 bin dolarlık ihracatla ikinci sırada yer alırken üçüncülüğü ise yüzde 46 artış ve 140 milyon 330 bin dolarlık ihracatla anorganik kimyasallar üstlendi. Geçtiğimiz ay organik kimyasallar da yüzde 84 artış yaşandığı görüldü.

Kimya sektörünün Ağustos ayı performansını değerlendiren İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) Yönetim Kurulu Başkanı Murat Akyüz şunları söyledi: "Sektörümüzün Ağustos ayı rakamları ihracatımızı artırmak için var güçleriyle çalışan firmalarımıza güzel bir bayram hediyesi ve moral oldu. Ağustos ayında Türkiye'nin ihracatı yüzde 11,9 artarken kimya sektörümüzün yüzde 21 artış başarısı göstermesinden son derece mutluyuz. Türkiye ihracatına en çok katkı sağlayan üçüncü sektör konumumuzu Ağustos ayında da sürdürdük. 2017 yılına son derece hızlı başladık ve aynı hızla ivmemizi düşürmeden ihracatımızı artırmaya devam ediyoruz. Yılın geri kalanında da ihracattaki artışımızı sürdürmeyi bekliyoruz. Plastikler ve mamulleri, mineral yakıtlar, yağlar ve ürünleri, ve organik kimyasallar, kauçuk, kozmetik, medikal gibi pek çok güçlü alt sektöre sahibiz. Tüm bu sektörlerimiz yılsonu için belirlediğimiz 15,5 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşma konusunda elimizi güçlendiriyor. Kimya sanayicileri olarak önümüzdeki dönemlerde de ülke ekonomisine ve ihracatına en fazla katkıyı sunabilmek için çalışmalarımızı yoğun bir şekilde sürdüreceğiz."

Ev ve mutfak eşyaları sektöründe yeni rota: Güney Afrika

Türk ev ve mutfak eşyaları sektöründe faaliyet gösteren firmaların ihracat pazarlarını geliştirmek ve yeni pazarlara girişine destek olmak amacıyla EVSİD üyesi 25 firma, Ağustos ayında Güney Afrika'nın Johannesburg kentinde ithalatçı, toptancı ve perakende zincirleri ile toplantılar gerçekleştirdi.

Heyet programı çerçevesinde Türk heyetinin ilk olarak Güney Afrika ev ve mutfak eşyaları pazarı hakkında bilgi edindiğini belirten Ev ve Mutfak Eşyaları Sanayicileri ve İhracatçıları Derneği (EVSİD) Genel Sekreteri İrem Uzunöz, Johannesburg'daki farklı dağıtım kanallarını da ziyaret programı çerçevesinde ziyaret ettiklerini belirtti. Makro, Plasticland, Kitchenique, Pick'n Pay ve Jumbo gibi sektördeki önemli oyunculara yapılan ziyaretler sonrasında pazar hakkında bilgi edinildiğine değinen Uzunöz, önemli alım potansiyeli-

line sahip 35 firmanın katıldığı iş görüşmelerinde toplam 233 iş görüşmesi gerçekleştirildiğini ifade etti.

Toplantılara katılan Güney Afrikalı firma temsilcilerinin Türk ürünlerinin Avrupa kalitesinin seviyesinde olduğunu belirten EVSİD Genel Sekreteri İrem Uzunöz ikili görüşmeler kapsamında şunları kaydetti: "Güney Afrika pazarı ülkemiz için çok yakın olmamakla birlikte firmalarımızın için büyük bir potansiyele sahip. Ayrıca, Güney Afrika konumu itibarıyla diğer Afrika ülkelerine geçiş kapısı olarak da düşünülmekte. Bu itibarla, bu ve benzeri profesyonel iş görüşmelerinin devam ettirilmesi ve hatta büyük alıcıların Türkiye'ye davet edilerek firmalarımızı da ziyaret etmelerinin faydalı olacağını düşünüyoruz."

Makineciler tatil demedi, ihracat 10 milyar dolara yaklaştı

Makine ve aksamaları sektörünün toplam ihracatı, yılın ilk sekiz ayı itibarıyla 9,4 milyar dolar olarak açıklandı. Ağustos ayının son günlerinde bayram tatili etkisine rağmen ihracat artışını sürdüren makine sektöründe toplam ihracat, geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre yüzde 6,8 büyüdü.

Makine İhracatçıları Birliği (MAİB) tarafından yapılan açıklamada, Türk makine sektöründe yaşanan ihracat artışının yılın ilk yarısında da sürdüğü belirtildi. Ülkemiz tüm zamanların en yüksek Ağustos ayı ihracatına ulaşırken toplam ihracattan makine sektörü yaklaşık %10 pay aldı. Neredeyse tüm ürün gruplarında ihracat artış oranlarında yükselme kaydedilen bu dönemde türbin, turbojet ve hidrolik silindir ihracatındaki artış yüzde 60'ın üzerinde gerçekleşti. Türk makinelerine

en çok talep Almanya ve ABD'den gelirken, bu iki ülkeye toplam makine ihracatı iki milyar doları aştı.

"Jeopolitik risklere rağmen artış sağladık" İhracattaki olumlu tablonun devam edebilmesi için durmaksızın çalıştıklarını belirten Makine İhracatçıları Birliği Başkanı Adnan Dalgakıran şunları söyledi, "Jeopolitik risklerin artmasıyla birlikte oluşan küresel siyasi gerilimin, dünya genelinde yatırım mallarına olan talebi doğrudan etkilediğini görüyoruz. Böylesine kritik bir süreçte ihracat artışı sağlayabilmemiz, Türk makinelerine olan güveni gösteriyor. En çok ihracat gerçekleştirdiğimiz ülkelerin tamamında ihracat artışı sağlandı. Yılın kalan kısmında da bizi hareketli bir süreç bekliyor."

Yaklaşan Fuarlar

- İranplast, Tahran, 26-29 Eylül
- Interplas, Birmingham, 26-28 Eylül
- T-plas, Bangkok, 20-23 Eylül
- Equiplast, Barselona, 2-6 Ekim
- Plastimagen, Mexico City, 7-10 Ekim
- Fakuma, Friedrichschafen, 17-21 Ekim
- Plast Eurasia, İstanbul, 6-9 Aralık
- Plastivision, Sharjah, 11-14 Aralık
- Plastex, Cairo, 18-21 Ocak
- Interplastica, Moskova, 23-26 Ocak
- Plast India, Gandhinagar, 7-12 Şubat
- Plast Alger, Algiers, 11-13 Mart
- Plastics&Rubber Vietnam, Ho Chi Minh, 20-22 Mart
- Chinaplas, Shanghai, 24-27 Nisan
- NPE, Orlando, 7-11 Mayıs
- Plast, Milano, 29 Mayıs - 1 Haziran

Bimetalik vida ve kovanların önemi artıyor

Klasik ve nitrasyonlu vida, kovanlara göre 3 ila 4 kat daha uzun ömür vaat eden bimetalik vida ve kovanların plastik sektörü içerisinde önemi ve kullanım payı artıyor. Uzun vadede maliyet avantajı sağlayarak, makine ve ürünlerde kalite isteyen sektör firmaları bimetal ürünlere yöneliyor. Her geçen gün yeni plastik ve plastik katkılarının piyasaya çıktığını belirten Şenmak Makine Genel Müdürü Hüseyin Semerci; "Yeni polimerlere ve katkılara karşı vida tasarım ve kalitelerini artırmaya yönelik Ar-Ge çalışmalarını sürdürmekteyiz" dedi.

Bu yıl 30. yılını kutlayan Türkiye'nin lider vida ve kovan üreticisi Şenmak, ürettiği nitrasyonlu ve bimetalik ürünleri ile plastik işleyicilerinin ihtiyaçlarını karşılamaya devam ediyor. 2007 yılından bugüne bimetalik ürünleri imal edip piyasaya sunduklarını ifade eden Şenmak Makine Genel Müdürü Hüseyin Semerci; "Plastik sektörü ve plastik makinaları sektörüne bu konuda önderlik ediyoruz. Vida ve kovan üretiminde 4140 çeliğini artık neredeyse hiç kullanmıyoruz. Tamamen ya nitrasyonlu ya da bimetalik ürünler imal ediyoruz. Bu da müşterilerimize üstün performans alma imkanı sağlıyor" açıklamasında bulundu.

Bimetalik ürünlerin hacminin her geçen gün toplam satış içerisinde büyüdüğü bilgisini paylaşan Semerci şunları kaydetti: "Vida ve kovanın ömrü plastik işleme operasyonlarında en önemli unsurlardan biri. Uzun ömürlü vidalara yönelik çalışmalarımız sürekli olarak devam ediyor. Plastik sektöründe her geçen gün yeni malzemeler, mühendislik plastikleri ve katkılar öne çıkıyor ve bunlar da bizim vida, kovan kalitemizi negatif etkileyebilecek unsurlar olarak karşımıza çıkıyor. Biz de bu anlamda Ar-Ge çalışmalarımızı gerek üniversiteler ile işbirlikleri neticesinde gerçekleştiriyor, ürünlerimizi nasıl geliştirebileceğimiz noktasında sürekli olarak çalışıyoruz. Ar-Ge faaliyetlerimiz kapsamında ise bimetalik ürünlerde kendimize özgü alaşımlar geliştiriyoruz."



plastonline

10
yılı

sektörün **güncel haber** portalı



plastonline

www.plastonline.com