

15.05.2026

## **DÖNÜŞEN LİDERLİK ZİRVESİ 2026 KAPSAMINDA DÜZENLENEN “KÜRESEL REKABETTE DAYANIKLILIK: İHRACATIN YENİ YOL HARİTASI” PANELİNDE DENİZLİ’NİN YENİ İHRACAT ROTASI KONUŞULDU**

Ekonomi Gazetesi Genel Koordinatörü Vahap Munyar’ın moderatörlüğünde gerçekleştirilen ve Türkiye’nin önde gelen CEO’ları ile iş dünyasının liderlerinin katılım sağladığı panelde; Başkanımız Osman Uğurlu, küresel ticarete yaşanan dönüşümün tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabet koşullarını tamamen değiştirdiğini belirterek şu değerlendirmelerde bulundu:

“Pandemi sonrası kırılan tedarik zincirleri, jeopolitik gerilimler, enerji maliyetlerindeki artış ve değişen ticaret politikaları küresel ticarete yeni bir dönemi başlattı. Artık yalnızca kaliteli ve uygun fiyatlı üretim yapmak yeterli değil. AB’de Yeşil Mutabakat, Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması ve Dijital Ürün Pasaportu gibi uygulamalar; ABD’de ise korumacı ticaret politikaları ihracatın kurallarını yeniden şekillendiriyor. Bu nedenle dünya ticaretindeki dönüşümü doğru okumak ve rotamızı buna göre belirlemek zorundayız.”

### **TÜRKİYE’NİN ROTASI FİYAT REKABETİ DEĞİL, DEĞER REKABETİ**

“Bugün Hindistan, Pakistan, Bangladeş ve Vietnam gibi ülkelerle düşük işçilik maliyetleri üzerinden rekabet etmemiz mümkün değil. Oyunu onların kurallarıyla oynayamayız. Türkiye’nin rotası fiyat rekabeti değil, değer rekabeti olmalı.”

Denizli olarak biz de bu dönüşümü erkenden okuyarak teknik, fonksiyonel ve katma değerli üretime yöneldik. Firmalarımız artık antibakteriyel, nefes alan, geri dönüştürülmüş liflerden üretilen, UV korumalı, yangına dayanıklı ve teknik özellikleri yüksek ürünlere odaklanıyor. Düz tekstilden çıkıp fonksiyonel ve döngüsel tekstile geçiyoruz.

Bugün Denizli’nin konfeksiyon ihracat birim değeri 12,56 dolar, tekstilde ise 5,86 dolar seviyesinde. Ülke çapında zirvede olduğumuz ürün gruplarında ise havluda 9,8 dolar, bornozda 15,7 dolar ve nevrresimde 10,5 dolar ihraç birim değerine sahibiz. Katma değer açısından hem Türkiye ortalaması olan 1,60 doların hem de Denizli ortalaması olan 2,11 doların oldukça üzerindeyiz. Bu tablo, Denizli’nin artık fiyatla değil; kalite, tasarım, sürdürülebilirlik ve markalaşma ile rekabet ettiğini açıkça ortaya koyuyor.



2025 yılında AB'nin tekstil ve konfeksiyon ithalatı yüzde 10,9 artarken, Türkiye'nin AB'ye yönelik tekstil ve konfeksiyon ihracatı yüzde 11,7 geriledi. Bu durum bize Avrupa'da bir talep daralması olmasından ziyade; temel meselenin rekabet gücündeki aşınma ve pazar kaybı olduğunu gösteriyor.

Bu nedenle ihracatta yeni yol haritamızı doğru kurgulamamız gerekiyor. Teknik tekstil, markalaşma, sürdürülebilirlik ve dijitalleşme eksenli bir dönüşüm artık tercih değil bir zorunluluk.”

## **SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK BUGÜNÜN MALİYETİ GİBİ GÖRÜNSE DE YARININ PAZARA GİRİŞ BİLETİ, İHRACATÇININ YENİ REKABET PASAPORTUDUR**

“Sürdürülebilirlik uygulamaları artık yalnızca çevresel bir tercih değil, pazara giriş kriteri haline geliyor. Özellikle Avrupa Birliği'nin hayata geçirdiği düzenlemeler, ihracatçı açısından yeni bir dönemin kapısını aralayor.

Sürdürülebilirlik regülasyonları, hazırlıklı olan firmalar için önemli bir rekabet avantajı sağlayacak, hazırlıksız yakalananlar için ise ciddi bir maliyet ve yük oluşturacak.”

Kısa vadede firmalarımız için maliyet artırıcı ve operasyonel yük getiren bir süreç olduğu açık. Ancak orta ve uzun vadede sürdürülebilir üretim modeli ihracatçılarımıza ciddi bir rekabet avantajı sağlayacak.

Bugün Inditex Grubu ve H&M gibi büyük markalar yüzde 100 geri dönüştürülmüş ve döngüsel üretim hedefleri ortaya koyuyor. Bu dönüşüme uyum sağlayamayan ülkelerin küresel pazarda geri kalması kaçınılmaz olacak.

Denizli'de firmalarımız GOTS, OCS, GRS ve OEKO-TEX gibi sertifikasyon süreçlerinde önemli ilerlemeler kaydetti. Turkish Towels İzlenebilirlik Projemiz ile de özellikle ABD pazarında Türk havlusunun marka değerini ve güvenilirliğini daha da güçlendirmeyi hedefliyoruz.”

## **TÜRK HAVLUSUNUN KÜRESEL YOLCULUĞUNDA İZLENEBİLİRLİK ADIMI**

“Türk havlusunun köklü mirasını ve üretim gücünü dünyaya daha güçlü şekilde anlatma vizyonuyla hayata geçirdiğimiz Turkish Towels markamız kapsamında, izlenebilirlik ve sertifikasyon altyapısını oluşturmak üzere ETKO ile iş birliği anlaşması imzaladık.

Bu projeye birlikte Turkish Towels markasının yalnızca bir köken göstergesi değil; aynı zamanda uluslararası ölçekte tanımlanabilir, doğrulanabilir ve sürdürülebilir bir kalite standardı haline gelmesini hedefliyoruz.



Artık küresel pazarda yalnızca kaliteli üretim yapmak yeterli değil. Ürünün hangi hammaddeden üretildiği, hangi süreçlerden geçtiği, çevresel etkisi ve sürdürülebilirlik kriterlerine uygunluğu da en az ürünün kendisi kadar önem taşıyor. İzlenebilirlik, yarının ticaret dilinde güvenin ve rekabet gücünün en önemli unsurlarından biri haline geliyor.

Biz de oluşturduğumuz bu standart ile öncelikle ABD pazarında, sonraki süreçte ise tüm dünyada Turkish Towels markasının değerini artırmayı ve Denizli'nin yüksek kaliteli üretim gücünü daha güçlü şekilde konumlandırmayı hedefliyoruz.”