

SERAMİK SEKTÖRÜ GLOBAL PAZARDA VİTESİ ARTIRDI

HAZIRLAYAN:
MEHMET HANİFİ GÜLEL

Son yıllarda Ar-Ge ve tasarım çalışmalarına kayda değer yatırım yaparak global pazarda kalitesiyle öne çıkan Türkiye seramik sektörü rekabetçiliğini her geçen gün artırıyor. Sektör 2018 yılında da büyümesini sürdürerek 9.5 milyar TL ciroya ulaşırken seramik kaplama malzemeleri ihracatı ise bir önceki yıla göre yüzde 8.6 artışla 600 milyon dolara yükseldi.

9.5

MİLYAR TL

**2018 YILINDA
SEKTÖRÜN ULAŞTIĞI
BÜYÜKLÜK**

600

MİLYON \$

**SERAMİK KAPLAMA
MALZEMELERİNİN
2018 YILI İHRACAT
TUTARI**

260

MİLYON \$

**SERAMİK SAĞLIK
GEREÇLERİNİN 2018
YILI İHRACAT TUTARI**

Fotoğraflar: Dünya Gazetesi Fotoğraf Arşivi

Seramik karolarda Avrupa üçüncüsü, seramik sağlık gereçlerinde Avrupa'nın en büyük üreticisi ve ihracatçısı konumunda bulunan Türkiye, vitrifiye üretiminde ise Avrupa'da ilk sırada yer alıyor. Üretim ve ihracattaki büyümeyi aynı şekilde sürdürmesi halinde sektörün uzun vadede küreselde birinciliğe yükseleceği öngörülmüyor. Küresel pazarda her geçen yıl rekabetçiliğini artıran sektörün ayrıca Avrupa'dan devralınan üretim liderliğini uzun yıllar boyunca koruması için markalaşma, tasarım, Ar-Ge, teknoloji geliştirme ve inovasyona yatırım yapılması büyük önem taşıyor. Son yıllarda sektöre kayda değer oranda yatırımların yapıldığını vurgulayan uzmanlar, sektörün pazar bulduğu gelişmiş ülkelerde payını daha da artıracığını dile getiriyor.

Öte yandan 2018 yılında ekonomide yaşanan olumsuzluklar ve TL'nin değer kaybına uğramasıyla tüm sektörlerin olumsuz etkilendiğini aktaran uzmanlar, yaşanan sorunlara rağmen seramik sektörünün ihracat odaklı büyüme gösterdiğini ve bunu sürdürdüğünü dile getiriyor. Sektör, iç pazarda yaşanan daralmayı, ihracatta yeni pazar arayışlarıyla aşmayı hedefliyor.

Türkiye Seramik Federasyonu'ndan (TSF) edinilen bilgilere göre seramik sektörü 2017 yılında 9 milyar TL ciro elde etti. Aynı yıl seramik kaplama malzemeleri ihracatı 552 milyon dolar, seramik sağlık gereçleri ihracatı ise 231 milyon dolar oldu. Sektör 2018 yılında ise büyümesini sürdürerek 9.5 milyar TL ciroya ulaştı. Söz konusu dönemde seramik kaplama malzemeleri ihracatı yüzde 8.6 artışla 600 milyon dolara yükseldi. Seramik sağlık gereçlerinde ise ihracat yüzde 12.2 artışla 260 milyon dolar olarak gerçekleşti.

2018 yılında seramik kaplama malzemeleri ihracatında ilk 10 ülke önceki yıllara göre değişim göstermedi. İlk 10 ülke içinde yer alan Almanya, İngiltere ve Romanya'ya yapılan ihracatta bir miktar gerileme yaşandı.

Seramik sağlık gereçlerinde 125 ülkeye ihracat yapıyor

Diğer taraftan ABD, İsrail, Kanada, Fransa, Belçika, Hollanda ve Finlandiya'ya yapılan seramik kaplama malzemeleri ihracatı ise arttı. İhracatın en çok artış gösterdiği ilk üç ülke arasında yüzde 42.4 ile Belçika, yüzde 15.8 ile ABD ve yüzde 14.5 ile Fransa yer aldı.

Türkiye seramik sağlık gereçlerinde ise 125 ülkeye ihracat yapıyor. Söz konusu ürün



grubunda 1 milyon doların üzerinde 41 ülkeye ihracat yapıyor. En çok ihracat yapılan ülkeler arasında Almanya ilk sırada yer alıyor. Almanya'nın ardından sırasıyla İngiltere, Fransa, İtalya, ABD, İsrail, İsveç, Hollanda ve Ürdün geliyor. Sektör önümüzdeki dönemde Nijerya, Güney Kore ve Sahra Altı Afrika ülkelerini yeni hedef pazarları olarak belirledi.

Öte yandan inşaat seramikleri 1.5 yıldır

istikrarlı artışını sürdürerek ihracata katkı vermeye devam ediyor. Aynı zamanda katma değer yaratan, yerel kaynaklarla üretim yapan ve bunu ihraç eden sektörlerin başında geliyor. Sektörde alınan ekonomik tedbirlerin etkisi ile bu yılın ikinci yarısında iç pazarda toparlanma bekleniyor. İhracatta artış beklenen sektörde, bu yıl büyüme hedefleri için yeni hedef pazar çalışmaları-



nın yapıldığı ve ABD pazarının önemli potansiyel barındırdığı aktarılıyor. Türkiye'nin ABD'ye olan karo seramik ihracatı 2017 yılında yüzde 25 artış gösterdi, vitrifiye seramik tesisat malzemelerinde ise bu artış yüzde 11 oldu. ABD, Türkiye için önemli bir pazar. Türkiye'nin 80'den fazla üreticisi ve ürün kalitesi ile globalde önemli bir ülke olduğunu işaret eden uzmanlar, yeni dönemde alınan



ekonomik tedbirlerin de etkisi ile yılın ikinci yarısı itibarıyla ekonomide toparlanma beklendiğini ve böylece sektörün ihracatını daha da artıracaklarını ifade ediyor.

Ar-Ge ve tasarım gücü globalde öne çıkıyor

Seramik sektörü en fazla Ar-Ge merkezi olan sektörlerin başında geliyor. Ar-Ge merkezleri ve tasarım gücünün katkısı ile Türkiye seramik sektörü globalde öne çıkıyor. Sektörde ekonomik değişimlerin yanı sıra Ar-Ge ve tasarımsal alanlarda yaşanan değişimlerle klasik ürünlerden modern ürünlere doğru bir değişim yaşanıyor. Ürünlerin katma değeri her geçen gün giderek yükseliyor. Bunun temel sebebinin jenerasyonun ve tüketim alışkanlıklarının değişmesi olduğu ifade ediliyor. Tüketiciler şık ve kullanışlı ürünlere yöneliyor. Dolayısıyla jenerasyon değiştiğçe beklentiler de değişiyor. Bu da sürekli yeni tasarımların ve yeni ürünlerin ortaya çıkmasına neden oluyor. Ayrıca tasarruflu ürünler üretmek üzere geliştirilen

teknolojiler de sektöre yön veriyor. Bu konuda sektörde kayda değer bir Ar-Ge merkezi yatırımı bulunuyor.

Enerji maliyetleri rekabette dezavantaj oluşturuyor

Türkiye'nin yeni dönemde Avrupa'nın üretim liderliğini pekiştireceğini ifade eden uzmanlar, sektör ve siyasi temsilcilerin bir araya gelerek Türkiye seramik sektörünün sanayide kaynaklarını verimli kullanması, sürdürülebilirlik, çevreci üretim ve haksız rekabete engel olacak dış ticarete korunma önlemleri gibi konularla ilgili çalışmaların yapılması gerektiğini dile getiriyor. İhracat artışını ve rekabetini korumak isteyen sektörün en büyük dezavantajının enerji maliyetleri olduğunu kaydeden uzmanlar, bu konuda devletin adımlar atması gerektiği görüşünü vurguluyor. Ayrıca uzmanlar, döviz kurlarının öngörülebilir olmaması, inşaat piyasasındaki hareketler, enflasyon artışı, global ekonomide yavaşlama ve korumacılığın sektörü olumsuz etkilediğini belirtiyor.

“YENİ PAZARLARA AÇILARAK BÜYÜMEYİ SÜRDÜRECEĞİZ”



Erdem ÇENESİZ
Türkiye Seramik Federasyonu Başkanı

Türkiye’de son dönemde mali göstergelerde yaşanan dalgalanmalar, TL’nin aşırı değer kaybı ve yükselen enflasyonun reel sektör ile mali sektör arasındaki ilişkileri olumsuz etkilediğini vurgulayan Türkiye Seramik Federasyonu Başkanı Erdem Çenesiz, Türkiye’nin bu dönemde yaşadığı sıkıntılarının kaynağının döviz kurları olduğunu ve döviz kazanma ihtiyacının öneminin bir kez daha ortaya çıktığını söyledi. Bu durumda ihracatın son derece önemli olduğuna dikkat çeken Çenesiz, “İnşaat seramikleri sektörü, zorlu koşulların yaşandığı ve döviz kazanma ihtiyacının zirveye çıktığı 2018 yılının üçüncü çeyrek döneminde ihracata en çok katkı sağlayan sektörlerin başında geldi. İşte bu durum yani ihracat ve üretim gücü sektörümüzün avantajlı yönüdür. Yaşanan olumsuzluklara rağmen inşaat seramikleri 41.4 puanla ihracat katkısını en çok artıran sektör oldu” diye konuştu.

İnşaat seramiklerinin 1.5 yıldır devam eden istikrarlı artışıyla ihracata olan katkısını sürdürdüğüne dikkat çeken Erdem Çenesiz, diğer bir deyişle milli katma değer yarattığını, yerel kaynaklarla üretim yapıldığını ve bunu ihraç eden sektörlerin başında geldiğini aktardı. Bu yılı bir önceki yılın bir

Türkiye Seramik Federasyonu Başkanı Erdem Çenesiz, "2018 yılında sektörümüz ihracatta yüzde 10'a yakın bir büyüme gösterdi. Yeni pazarlara açılarak büyümeyi sürdüreceğiz" dedi.

miktar devamı olarak gördüklerini kaydeden Çenesiz, alınan ekonomik tedbirlerin etkisi ile bu yılın ikinci yarısında bir toparlanma beklediklerini dile getirdi. İhracatın artış göstereceğini fakat iç pazarda daralma öngörüldüğüne değinen Çenesiz, bu yıl büyümek için hedeflerinde yeni coğrafyaların bulunduğunu ve bunlardan birinin de ABD pazarı olduğunu duyurdu.

“ABD’ye olan karo seramik ihracatı 2017’de yüzde 25 arttı”

Türkiye’nin ABD’ye olan karo seramik ihracatının 2017 yılında yüzde 25 artış gösterdiğini hatırlatan Çenesiz, şunları söyledi: "Vitrifiye seramik tesisat malzemelerinde bu artış yüzde 11 olarak yer aldı. ABD, Türkiye için önemli bir pazar. Türkiye ise 80’den fazla üreticisi ve ürün kalitesi ile globalde önemli bir ülke. Yeni dönemde alınan ekonomik tedbirlerin de etkisi ile yılın ikinci yarısı itibarıyla toparlanmaya başlayacak olan ekonomimiz sayesinde ihracatımızı daha da artıracamızı umuyoruz."

Ancak iç pazardaki halka arzı beklenen konut adedinin aşırı artmasının ve kredi faizlerindeki yükselişin konut kredilerini olumsuz etkilediğini anlatan Erdem Çenesiz, ipotekli ev satışlarının durma noktasına gelmesinin iç piyasadaki işleri yavaşlattığını, yenileme çalışmalarıyla işlerin durduğunu, bu nedenle daralma gözlemlendiğini ve faaliyet gösteren firmaların daha çok ihracata yöneldiğini kaydetti. 2018 yılında seramik kaplama malzemeleri ihracatında ilk 10 ülkenin önceki yıllara göre değişmediğini açıklayan Erdem Çenesiz, ilk 10 ülke içinde yer alan Almanya, İngiltere ve Romanya’ya yapılan ihracatın gerileme gösterdiğini bildirdi. ABD, İsrail, Kanada, Fransa, Belçika, Hollanda ve Finlandiya’ya yapılan seramik kaplama malzemeleri ihracatında ise artış

yaşandığını belirten Çenesiz, ihracatın en çok artış gösterdiği üç ülke arasında yüzde 42.4 ile Belçika, yüzde 15.8 ile ABD ve yüzde 14.5 artışla Fransa’nın yer aldığını ilettili.

Seramik sağlık gereçlerinde ise 125 ülkeye ihracat yapıldığı bilgisini veren Çenesiz, "1 milyon doların üzerinde 41 ülkeye ihracat yapılıyor. Almanya ilk sırada yer alıyor. İlk sıralarda gelen diğer ülkeler arasında İngiltere, Fransa, İtalya, ABD, İsrail, İsveç, Hollanda ve Ürdün’ü sayabiliriz. Nijerya, Güney Kore ve Sahra Altı Afrika ülkeleri yeni hedef pazarlar olarak yer alıyor" ifadelerini kullandı.

Sektörün 2017 yılında 9 milyar TL ciro elde ettiğini ve 2018 yılında 9.5 milyar TL ciroya ulaştıklarını vurgulayan Erdem Çenesiz, 2017 yılında seramik kaplama malzemeleri ihracatının 552 milyon dolar, seramik sağlık gereçleri ihracatının ise 231 milyon dolar olduğunu söyledi. 2018 yılında seramik kaplama malzemeleri ihracatının yüzde 8.6 artış ile 600 milyon dolara yükseldiğini açıklayan Çenesiz, seramik sağlık gereçlerinde ise ihracatın yüzde 12.2 artış ile 260 milyon dolara yükseldiğini bildirdi.

Öte yandan ekonomik değişimlerin yanı sıra Ar-Ge ve tasarım alanında yaşanan değişimlerle klasik ürünlerden modern ürünlere doğru bir değişim yaşandığına değinen Erdem Çenesiz, ürünlerin katma değerinin giderek yükseldiğini ifade etti. Bunun en önemli sebebinin jenerasyonun ve tüketim alışkanlıklarının değişmesi olduğuna işaret eden Çenesiz, "Tüketiciler hem şık hem de kullanışlı ürünlere yöneldi. Dolayısıyla jenerasyon değiştikçe beklentiler de değişiyor. Banyolar gittikçe daha özgür alanlar haline dönüştü. Bu da sürekli yeni tasarımların, yeni ürünlerin ortaya çıkmasına sebep oluyor. Daha cesaretli renkler, daha keskin hatlı ve karakteristik tasarımlar görmeye başladık.