



### TURQUALITY PATRONLAR KULÜBÜ KURULDU

Progroup ve Dünya gazetesi işbirliğiyle düzenlenen Turquality Vizyon Turu toplantısında, şirket patronları programın ikinci 10 yıllık dönemi için yapılması gerekenleri masaya yatırdılar. Toplantı, Turquality Patronlar Kulübü'nün kurulmasının ardından gerçekleşen ilk Vizyon Turu toplantısı olma özelliği taşıyor.

# Turquality ruhu yeniden canlansın

Dünyada devlet destekli tek milli markalaşma programı olan Turquality, 10 yılı geride bıraktı. 10 yılda 10 dünya markası 'şimdilik' çıkmaya da firmalar bu yolda ciddi mesafe aldılar. Turquality patronları, hem kamunun hem de özel sektörün program başlarken duyduğu heyecanı yitirdiğini belirterek, ikinci 10 yıla girerken bu heyecana yeniden ihtiyaç duyduklarını söylediler.

MERVE YİĞİTCAN - İSTANBUL

Türkiye'nin dünyada tek olan milli markalaşma programı Turquality, 10 yılı geride bıraktı. Şu ana kadar Turquality Destek Programı'nda 129, Marka Destek Programı'nda ise 66 marka yer alıyor. Turquality, yola çıktığında 10 yılda 10 dünya markasını hedeflemişti, ancak geriye baktığımızda bu hedefin gerçekleşmediği görülüyor. Buna karşın, Turquality rüzgarını arkasına alıp markalaşmak için yola çıkan şirketler, Türkiye'nin ihracatta son 10 yılda gösterdiği başarının en önemli mimarları oldular. Progroup ve Dünya Gazetesi işbirliğiyle düzenlenen Turquality Vizyon Turu, Turquality'de ikinci 10 yıllık dönemde olması gerekenleri ortaya koymak için patronları bir araya getirdi.

Progroup Genel Müdürü Salim Çam'ın ev sahipliğinde ve DÜNYA Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Hakan Güladağ'ın moderatörlüğündeki toplantıya İnoksan Yönetim Kurulu Başkanı Vehbi Varlık, Silverline Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Laçin ve Arzum Küçük Ev Aletleri Yönetim Kurulu Başkanı Murat Kolbaşı katıldı. Üç patron, Turquality'nin ilk yıllardaki heyecanını hem şirket hem devlet bazında yitirdiğini belirtirken, yeni dönemde markaları yeniden heyecanlandırarak çalışmalara imza atılması gerektiğini savundu. 10 yılın dünya markası çıkarmak için önemli olduğunu ama yeterli olmadığını dile getiren patronlar, bu nedenle hem şirketlerin hem kamunun sabır göstermesi gerektiğini ifade ettiler.

### Süreç firmaları eğitti

İnoksan Yönetim Kurulu Başkanı Vehbi Varlık, 'takdire şayan' bir program olarak nitelendirdiği Turquality programının 2023 hedeflerine ulaşılması için en önemli adımlardan biri olduğunu kaydetti. Program ilk açıklandığında özel

sektörde büyük bir heyecan yarattığını hatırlatan Vehbi Varlık, "Biz bunu 'markaların milli takımı' olarak gördük. Ancak bir zaman sonra program heyecanını kaybetmeye başladık" dedi. Turquality'deki heyecan kaybının neden yaşandığını ise Varlık, şöyle anlattı: "Şirketlerin liderleri, yani bizler çok sahiplenemedik. Bu işe bir genel müdür atayarak izlemeye geçtik. Çoğu ekip markaya değil teşviklere odaklandı. Bence, Turquality denetimlerinde her şey gibi patronlar da denetlenmeli; bu projeyi ne kadar biliyor, ne kadar sahipleniyor, diye. Öte yandan devlet de Turquality kapsamına giren markaları çok onore etmedi, ödüllendirmedi. Oysa bu programa girmeyi başaranları devlet ödüllendirmeli, iyi duyurmalı ki, hem bizi motive etsin hem de diğerlerini teşvik etsin. Bence Sayın Cumhurbaşkanı, muhtarları topladığı gibi tüm Turquality markalarının liderlerini bir araya getirmeli." Ancak yine de Vehbi Varlık, Turquality şirketler için pek çok kazanımı olduğunu söyledi. İlk olarak şirketlerin eksikliklerini daha iyi görmesini sağladığını savunan Varlık, "Bizi 5 yıllık bütçeler yapma konusunda eğitti. Büyük firmalar tarafından denetlenmenin faydalarını gördük. Dolayısıyla proje çok iyi ama ilk baştaki heyecanı geri getirmek için geliştirilmeye, inovasyona ihtiyacı var" ifadelerini kullandı.

### "Dünyada benzeri yok..."

Arzum Küçük Ev Aletleri Yönetim Kurulu Başkanı Murat Kolbaşı da Vehbi Varlık gibi, projenin destek kapsamına giren firmaların gelişimine önemli katkıları olduğunu dikkat çekti. Turquality'nin Türkiye'den çıkan ve dünyada benzeri olmayan örnek bir proje olduğunu belirten Murat Kolbaşı, geride kalan 10 yılı şöyle değerlendirdi: "Turquality ilk çıktığında sadece tekstil markalarını kapsadığı için buna o dönemin bakanlarından

## NE YAPMALI?

- Programda yer alanlar ödüllendirilmeli.
- Cumhurbaşkanı, Turquality markalarının liderlerini bir araya getirmeli.

- Programda B2B ve B2C markalar farklı kategorilerde değerlendirilmeli
- Strateji ve denetimde yer alan firmalar ayrışmalı.

- Üretim ve yatırım iklimi desteklenmeli.
- Bir bakan yeniden programın başına geçmeli.

- Şirketlerin aldığı destekler açıklanmalı
- Proje destekleri daha hızlı ödenmeli
- Turquality'nin reklamı daha iyi yapılmalı.

Kürşat Tüzmen'in de yer aldığı toplantılarda itirazlarda bulunmuştu. Sonrasında bu itirazlar dikkate alınarak projenin kapsamı genişletildi ve harika hale getirildi. Biz de firma olarak önce marka desteği aldık, ardından da tam desteğe döndük. Firmamızın gelişimine kesin katkısı oldu. O güne kadar yeterli dediğim şeylerin sonra eksik olduğunu görüp tamamladım. Denetimler çok iyi oldu. Eksiklerimizde iyileşmeler yaptık."

Turquality'nin eksikliklerine değinen Murat Kolbaşı, şu noktalara dikkat çekti: "Neredeyse 200 marka var proje kapsamında. Bunların bir kısmı B2B, bir kısmı ise B2C.

Ancak bu iki grup firma birbirine karışmış durumda. Oysa bu iki grup markaların müşterileri ve volumleri çok farklı. İkinci 10 yıldaki yapılaşmada bu iki grup birbirinden ayrışmalı. Öte yandan strateji ve denetimde yer alan firmalar da ayrışmalı. Genel yargı öyledir ki, McKenzie ve Boston Consulting stratejide; Big4 dediğimiz EY, Deloitte, PWC ve KPMG ise denetimde çok daha iyiler. Bu 6 şirket bir torbada oluyor ve birine strateji yaptırıyor, diğeri denetimi bir başkasına yaptırma oluyorsa, bu şirketler strateji ve denetim diye ikiye ayrılabilir, ya da şirketler bu noktada tercihte serbest bırakılabilir. Bunu Ankara'ya

bildirdik. Bu anlamda da bir düzenleme bekliyoruz."

### "Katmadeğeri iyi anlayalım"

Vehbi Varlık ve Murat Kolbaşı'nın önerilerine katıldığını söyleyen Silverline Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Laçin ise sürekli bir 'katmadeğer yaratmadan' bahsedildiğini, ancak katmadeğerin tanımının yeniden yapılması gerektiğini savundu. "Katmadeğer denildiğinde çok ulaşılmaz bir şeymiş gibi anlaşılıyor" diyen Laçin, şöyle devam etti: "En çok karla satılan ürün katmadeğerlidir aslında. Katmadeğer için de inovasyon, teknoloji, yenilik ve dizayn-

dan bahsediyoruz. Ama bu dördünün hepsi bir şapka altında oluyor. O şapka da 'marka'. Yani katmadeğer için Türkiye markalar üretmeli. Hem de dünya çapında markalar. İş hayatında başarılı olmak için yerel olmamalıyız, enternasyonel olmalıyız. Bunun için de bir kimliğe ihtiyacınız var, bu kimlik de marka. Biz bu doğrultuda iki yıldır Turquality'deyiz. Türkiye'nin markalaşmasına çare olacak olacak bir proje. Ancak Turquality'yi kullanmak için iyi bir projeniz ve dünyaya açılma istahınız olmalı. Biz işadamları olarak bu bedeli ödemeye razıyız. Devlet de üretim iklimiyle bunu desteklemeli."

## İKİNCİ 10 YILDA YAPILACAK ÇOK İŞ VAR

### VEHBI VARLIK - İNOKSAN YÖNETİM KURULU BAŞKANI MARKALAŞMA BAKANI OLMALI

"Devlet bu proje için 10 sene para harcadı. Marka olmak sadece ihracat yapmak değil. Ancak en azından ihracat kısmını bu 10 yılda iyi öğrendik. Herkes şirketini marka yapmaya çalışıyor. Bizim yapmamız gereken ürünleri marka yapmak. Ürün bazında markalaşma olmalı. Öte yandan Turquality markaları devlet tarafından itirilmeli. Yeni döneme güçlü girmeliyiz. Cumhurbaşkanı ve Başbakan'ın da olduğu bir toplantıda Turquality patronları toplanmalı. Güçlü bir imaj verilmeli. Bir bakanın yeniden Turquality'nin başında olmasını ve onun peşini bırakmamasını istiyoruz. Markalaşma bakanı olmalı hatta."



### MURAT KOLBAŞI - ARZUM KÜÇÜK EV ALETLERİ YÖNETİM KURULU BAŞKANI

### HER ŞİRKETİN ALDIĞI DESTEK AÇIKLANSIN



"10 yılda bir marka çıkaramadık, ama o yola girdik. Altyapı olarak değiştik. Belki o zaman bu vizyon konusuydu o ihracat rakamlarına ulaşamazdık. Ancak Turquality'ye başlarken bir patinaj çektik. Şöyle ki, Türkiye'de üretimi olmayan Turquality'ye girmesin, denildi. Bizim üretimimiz yurtdışında ama biz de Türk markasız. Neyse ki bu patinaj da geçildi. Eğer ikinci 10 yılda bunu doğru tanımlarsak sorunları daha iyi aşabiliriz. Bir de bu işe tamamen özel sektör gibi bakılmalı. Nasıl ki büyük şirketlerde sadece Turquality'ye bakan ekipler varsa, kamuda da tamamen buna bakan ekipler olmalı. Bu ekipler de başarılı oldukça ödüllendirilmeli. Bir de Turquality'de kim ne kadar destek aldıysa kesinlikle açıklanmalı, şeffaflık olmalı. Çok ciddi paralar döniyor burada. Kimse tahminler üzerinden konuşmasın, rakamlar bilinsin."

### MUSTAFA LAÇİN - SILVERLINE YÖNETİM KURULU BAŞKANI

### DESTEK ÖDEMELERİ HIZLANMALI



"10 yılda başarısız olduğuna katılmıyorum. Firmalar marka olma vizyonuyla yola çıktılar. Markalar yaratmak için rekabet ve yatırım ortamı olmalı. Hem kamu hem de şirketler marka olmak için sabır göstermeli. Devlet tek tek bizim reklamımızı yapamaz. Ama devlet Turquality'nin reklamını yapmalı. Ben Turquality logosunu bazen kullanıyorum, bazen kullanmıyorum, bir etkisi yok, müşterilerimin çoğu tanımıyor. Oysa bu benim için inanılmaz ayrıcalık, ama bunun daha iyi reklamı yapılmalı. Bir de yurtdışı araştırma ziyaretleri Turquality kapasitesinde değil. Oysa fuar kadar önemli. Hiç gitmediğimiz ülkelere giderken seyahat masraflarının karşılanması gerekiyor. Ayrıca bütün denetim mekanizmaları şirkete yakın olmalı. Bir değil üç denetim olmalı. Ancak projelerin geri dönüşü de hızlı olmalı. İşlevini yitirmeden bu desteği almamız. Desteğin gerçek anlamda hissedilmesi lazım."



### Mal Alımı için ihale ilanı

Nazilli Organize Sanayi Bölgesi Teşekkül Başkanlığı, Güney Ege Kalkınma Ajansı 2015 Yılı Üretim ve Ticaret Alt Yapısının Geliştirilmesine Yönelik Mali Destek Programı kapsamında sağlanan mali destek ile Aydın/Nazilli'de İstihdama Yönelik Ortak Adım Projesi için bir mal alımı ihalesi sonuçlandırmayı planlamaktadır.

İhaleye katılım koşulları, isteklerde aranacak teknik ve mali bilgileri de içeren İhale Dosyası Nazilli Belediyesi Hizmet Binası Kat: 5 Nazilli/AYDIN adresinden veya [www.nazilliosb.org.tr](http://www.nazilliosb.org.tr) ve [www.geka.gov.tr](http://www.geka.gov.tr) internet adreslerinden temin edilebilir.

Teklif teslimi için son tarih ve saati: 28/04/2016 - 11:00

Gerekli ek bilgi ya da açıklamalar; [www.nazilliosb.org.tr](http://www.nazilliosb.org.tr) ve [www.geka.gov.tr](http://www.geka.gov.tr)'de yayınlanacaktır.

Teklifler, 28/04/2016 tarihinde, saat 11:00'da ve Nazilli Belediyesi Hizmet Binası Kat: 5 Nazilli/AYDIN adresinde yapılacak oturumda açılacaktır.

### MODEF, 35'İNCİ KEZ KAPILARINI AÇTI

## İnegöl, 2023 hedeflerine fuarlarla ulaşacak

### ESRA ÖZARFAT - BURSA

Mobilya sektörünün üretimin merkezi İnegöl'deki ilk buluşması MODEF fuarıyla başladı. 10 Nisan'a kadar sürecek olan fuara 20 bini yerli, 40 ülkeden binin üzerinde ziyaretçi gelmesi bekleniyor.

35'inci MODEF buluşmasının açılışına Bursa Valisi Münir Karaloğlu, Bursa Ticaret ve Sanayi Odası (BTSO) Başkanı İbrahim Burak, Bursa Büyükşehir Belediye Başkanı Recep Altepe, İnegöl Ticaret ve Sanayi Odası (İTSO) Başkanı Metin Anıl, MODEF Başkanı Yavuz Uğurdağ, İnegöl Belediye Başkanı Ali-nur Aktaş, TİM İstanbul Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Başkanı Ahmet Güleç, milletvekilleri,

bürokratlar ve mobilyacılar katıldı. Açılış konuşmasını yapan MODEF Başkanı Yavuz Uğurdağ, 35'inci MODEF Fuarı'nda 189 firma ve 14 yan sanayi ile 203 firmamızın yer aldığı belirterek, 28 bin 500 metrekarelik alanda kurulu olan fuar alanında modern fuar alanı merkezi olduğuna işaret etti. Uğurdağ, fuarcılık konusunda yeni projelerinin olduğunu belirterek, "60 bini kapalı toplam 80 bin metrekarelik alanda yeni bir fuar merkezi inşa edeceğiz. Bu fuar alanı Türkiye'nin tüm mobilya sektörünü birleştirecek nitelikte olacak. Yeni fuar alanı 2023 yılında 1 milyar dolara çıkarmayı hedeflediğimiz ihracatımızın artmasına da katkı sağlayacak" dedi. İTSO Başkanı Metin Anıl da İnegöl

mobilya sektörünün artık mekanlara sığmadığını belirterek, "Kendimizi dahageneş alanlarda anlatmalıyız. Dış ticarete lider olan tekstilin yerini 2015 itibarıyla mobilya sektörü aldı. 2023'te 3 milyar dolar olan dış ticaret hacmi içinde mobilya sektörünün 1 milyar dolarlık ihracatı aşacağını düşünüyoruz" diye konuştu.

### "Maçın ikinci yarısndayız"

TİM Ağaç ve Orman Ürünleri İhracatçı Birlikleri Başkanı Ahmet Güleç ise ilk çeyrekte Türkiye mobilya ihracatının geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 3 arttığını belirterek, "Biz maçın ikinci yarısndayız. bu yarıda modern fuarlar yapmalıyız. AR-Ge yasasıyla tasarıma daha çok önem vermeliyiz" dedi.