

Mutlu Yaşam Bölgesi
Batı Akdeniz



GÜL SEKTÖRÜ RAPORU

BATI AKDENİZ KALKINMA AJANSI
WEST MEDITERRANEAN DEVELOPMENT AGENCY

Şubat, 2011

ÖNSÖZ

Gelişmiş ülkelerde 1900'lü yılların başlarından itibaren kurulmuş olan kalkınma ajansları, ülkemizde yeni benimsenmiş bir modeldir. Kalkınma Ajansları; bölgesel düzeyde kamu kesimi, özel kesim ve sivil toplum kuruluşları arasındaki işbirliğini geliştirmek, kaynakların yerinde ve etkin kullanımını sağlamak ve yerel potansiyeli harekete geçirmek suretiyle, ulusal kalkınma planı ve programlarda öngörülen ilke ve politikalarla uyumlu olarak bölgesel gelişmeyi hızlandırmak, sürdürülebilirliğini sağlamak, bölgeler arası ve bölge içi gelişmişlik farklarını azaltmak amacıyla kurulmuştur.

Bu amacı gerçekleştirmek için ajanslara verilen görevlerden biri de, bölgenin kaynak ve olanaklarını tespit etmeye, ekonomik ve sosyal gelişmeyi hızlandırmaya ve rekabet gücünü artırmaya yönelik araştırmalar yapmak ve diğer ilgili kurum ve kuruluşların yaptığı araştırmaları desteklemektir.

Kuruluş ve kurumsallaşma sürecini büyük ölçüde tamamlayan Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (BAKA), faaliyet alanı olan Antalya, Isparta ve Burdur illerinde yatırımcılara ücretsiz danışmanlık hizmeti vermek ve yatırımcıların, kamu kurum ve kuruluşlarının görev ve yetki alanına giren izin ve ruhsat işlemleri ile diğer idari iş ve işlemlerini, ilgili mevzuatta belirtilen süre içinde sonuçlandırmak üzere tek elden takip ve koordine görevinin yanı sıra bölgenin iş ve yatırım imkânlarının ilgili kuruluşlarla işbirliği içinde ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtımını yapma görevini de üstlenmiştir.

Bu amaçla Batı Akdeniz Bölgesi'nde yatırım yapmak isteyen yatırımcılara yol göstermek ve bölgenin yatırım fırsatlarını tanıtmak amacıyla sektör raporları hazırlanmıştır.

İlk etapta, Batı Akdeniz Bölgesi'nin Mermer, Süt ve Süt Ürünleri, Su, Meyve Suyu, Gül, Güneş Enerjisi, Golf Turizmi ve Sağlık Turizmi sektör raporları ile Eğirdir İlçesi Turizm Potansiyeli Raporu ve Antalya – Konya Hızlı Tren Hattı Projesi Raporu hazırlanmıştır. Zamanla bölgeye ilişkin birçok sektör raporu hazırlanacak, bölgeye yatırımcı çekebilmek için bölgenin yatırım fırsatları tanıtılmaya devam edilecektir. Hazırlanan sektör raporlarının bölgemize ve yatırımcılarımıza yardımcı olması en büyük dileğimizdir.

Tuncay ENGİN
BAKA Genel Sekreteri

Dr. Ahmet ALTIPARMAK
Antalya Valisi
BAKA Yönetim Kurulu Başkanı



1. GÜLÜN TARİHÇESİ

Her şehrin kendine has bir sembolü vardır. Isparta denilince akla ilk gelen elbette gül olacaktır. Isparta gülü (Rosa damascena), Rosagallica ile Rosamoschata türlerinden elde edilmiş melez bir gül türüdür. Isparta'da gülün tarihçesi 1870 li yıllara kadar uzanır. Yağ gülünü ilk defa Anadolu'ya Bulgaristan'dan gelen göçmenler getirir. 1870 yılında bir göçmen tarafından getirilip, Bursa, Denizli ve Manisa yörelerine dikilmiştir. Isparta'ya ise 1888 yılında Müftüzade İsmail Efendi tarafından Bulgaristan'ın Kızanlık yöresinden getirilip bugünkü Gülcü Mahallesi'ne dikildiği bilinmektedir. O tarihe kadar Isparta Ovası'nda ekilip dikilen ürünlerin hiçbir gelir getirmediğini gören İsmail Efendi yeni ve gelir getirecek ürünler bulmak için Burdur, Denizli ve Çal gibi komşu yöreler bir araştırma gezisine çıkar. Bu yörelerde halkın geçimini güçlüğüyle sağladığını gören Müftüzade İsmail Efendi, gülcülüğün büyük alanlarda yapıldığı takdirde iyi para getireceğini düşünerek harekete geçer ve 30 dönüm toprak alır.



Isparta'da yağ gülü üretimi 1888 yılında başlar. İlk gül yağı imalatı da 1892'senesinde yine Müftüzade İsmail Efendi tarafından yapılır. İsmail Efendinin bu yoğun çabaları sonucunda Isparta artık bir gül şehri olmuştur. Bundan 118 sene önce gülyağı ve gülsuyu olmak üzere iki çeşit ürün imal edilen gülden bugün 43 farklı ürün yapılarak satışa sunulmaktadır.

Isparta'da ilk olarak 1892 tarihinde imbik adı verilen basit ve ilkel kazanlarda üretilmeye başlanan gülyağı uzun yıllar bu metotla imal edilir. Köy tipi gülyağı üretimi olarak da bilinen metot, Mustafa Kemal Atatürk'ün 6 Mart 1930 tarihinde Isparta ziyareti sırasında verdiği talimat uyarınca değiştirilir ve modern gülyağı fabrikasının 1935 yılında kurulması sonucu köy tipi üretimin yerini büyük ölçekli sanayi tipi imalata bırakır. Yağ gülden ilk üretildiği tarihlerde sadece gül yağı ve gül suyu elde edilir. Gelişen teknolojiyle beraber gül konketi, gül losyonu, gül sabunu, gül kremi gibi artık 43 farklı gül ürünü elde edilebilmektedir.

“Her şehrin kendine has bir sembolü vardır. Isparta denilince akla ilk gelen elbette gül olacaktır.”



2. MEVCUT DURUM

Günümüze baktığımızda ise sektörde çalışan insan sayısı, elde edilen gelirler ve ihracat rakamları gösteriyor ki gül bölge için çok önemli bir sektör olma özelliğini taşıyor. 5 dekar büyüklüğünde bir gül bahçesinden bir ay boyunca yaklaşık 3,5 ton kadar çiçek toplanabilmekte, toplanan bu çiçekler taze olarak damıtıldığında, sadece 1 kg gül yağı üretilebilmektedir. 1 kg gül yağının maddi değeri ise ortalama 6500 dolardır. Isparta ilinde her yıl 1,5 tona yakın gül yağı üretilmektedir. Yaklaşık 10 bin kadar aile gül tarımı ile uğraşmaktadır.

Isparta'da üretilen gülleri işlemek üzere kurulmuş 18 tane firma vardır. 2009 yılı verilerine göre bu firmalarda toplam çalışan sayısı 227, ciroları 27.788.762 TL ve toplam ihracatları 12.687.515 \$'dır.

İlde gül üreticileri birliği olan Gülbirlik'e ve özel kuruluşlara ait 5 adedi büyük olmak üzere toplam 15 adet gül yağı fabrikası bulunmaktadır. Gülbirlik'in halen 6 birim kooperatifi, 8000 üretici ortağı, 4 ayrı yerde kurulu 5 ünite gülyağı tesisi ile bir ünite gül konkriti tesisi mevcuttur. Bu tesislerde gülyağı, gül konkriti ve gülsuyu imalatı gerçekleştirilmektedir.



İhracatın önemli kısmını AB ülkeleri, ABD, İsviçre, Bahreyn, Kuveyt, Japonya, BAE, Avustralya, Azerbaycan, Türkmenistan, Irak ve KKTC'ye yapılmaktadır. 2009 yılı ihracat verilerine göre toplam gülyağı ihracatı içerisinde Fransa'nın payı %62, Almanya'nın payı %13, ABD'nin payı %10 ve İsviçre'nin payı ise %9 olmuştur.

RAKAMLARLA GÜL SEKTÖRÜ	
Firma Sayısı	18
Toplam Çalışan Sayısı	227
2009 Cirosu (TL)	27.788.762
İhracat (\$)	12.687.515
Yağ Gülü Üretimi (ton)	8.500
Gül Yağı Üretimi (kg)	1.450
Konkret Üretimi (kg)	9.400

“Gülbirlik, dünyanın önde gelen parfüm ve kozmetik markalarının gülyağında en önemli tedarikçisidir.”

Gülbirlik, yıllık ortalama 5 milyon dolarlık gülyağı ihracatı cirosu ile bölge ihracat gelirinin hemen hemen yarısını elde etmektedir. Isparta'da Gülbirlik'in ardından 1958'de Yakaören'de, 1976'da Kılıç ve Güneykent'te kurulan gülyağı fabrikaları ile bölgede yetişen güller ileri teknoloji ile işlenmektedir.





Türk gülyağının dünya piyasalarındaki talebinin artmasına bağlı olarak, bölgede gül işleme tesislerinin sayısı hızla artmaktadır. Isparta'da ve çevresinde deniz seviyesinin 1050 metre üzerinde bulunan yörelerde yetişen güllerden, dünya standartlarında gülyağı elde edilmektedir. Gül üretim sezonu Mayıs ayı ortalarında başlar, mevsim şartlarına göre değişmekle birlikte Haziran ayı sonuna kadar devam eder.

Dünyanın önde gelen parfüm ve kozmetik markalarının gülyağında en önemli tedarikçisi olan Gülbirlik, ürettiği yüksek kalitedeki ürünlerle sürekli ve güvenilir hizmet sağlamaktadır.

Gülbirlik, 1998 yılında kozmetik ve gıda ürünleri üretim çalışmalarına başlamıştır. 2003 yılı başından itibaren Rosense ve SweetRose markaları ile kendi mağazaları ve satış noktalarında Türkiye ve yurt dışında faaliyet göstermektedir. Günümüzde Rosense Türkiye'de en fazla tanınan güzellik ve cilt bakım ürünleri markalarından biridir. Kozmetik ürünleri en fazla Almanya, Fransa, Belçika, Hollanda, Luxemburg, Avusturya, Kanada, Rusya ve Azerbaycan'a ihraç edilmektedir.

“Gülbirlik, yıllık ortalama 5 milyon dolarlık gülyağı ihracatı cirosu ile bölge ihracat gelirinin hemen hemen yarısını elde etmektedir.”

2.1. Sektörün Önemli Firmaları ve Paydaşlar

- Gül ve Gül Ürünleri Araştırma ve Uygulama Merkezi (GÜLAR)
- Gülbirlik
- Aksakal Gülyağı ve Uçucu Yağlar
- Biolandes Gül San. Tic. A.Ş.
- Erçetin Gülyağı A.Ş.
- Gülkent Kozmetik Tekstil Turizm ve Gıda Limited Şirketi
- Gürkan Halı ve Gülyağı Sanayi A.Ş.
- Nem Gülyağı Fabrikası
- Robertet Gülyağı ve İtiryat San. Limited Şirketi
- Sebat Ticaret
- Başmakçı Kooperatifi





2.2. Organik Gül

Türkiye’de organik tarım ve organik ürünlere olan eğilim, Avrupa ile paralel olarak gittikçe artmaktadır. Ürünlerin, %80-90’ı AB ülkelerine ihraç edildiği için üretim, bu ülkelerin standartlarına ve sertifikalarına uygun olarak yapılmaktadır. Sözleşmeye dayalı üretim organik tarımda önemli role sahiptir. Bu yöntem, sözleşme taraflarına bekledikleri standartları elde edebilmelerini ve üreticiye anlaşılabilir fiyatın ödenmesini sağlamaktadır. Henüz organik tarım ürünleri ve ticareti alanında bir teşvik sistemi bulunmamakla birlikte, çok yakında bu konuda değişimler olması beklenmektedir.

“Gül üretim sezonu Mayıs ayı ortalarında başlar, mevsim şartlarına göre değişmekle birlikte Haziran ayı sonuna kadar devam eder.”



3.KOZMETİK VADİSİ

Isparta, kozmetik ve parfüm endüstrisinin bölgede ve hatta tüm ülkede gelişmesi için büyük bir kozmetik vadisi oluşturma potansiyeline sahiptir. Bölgede yer alan resmi kurumların, özel şirketlerin, araştırma merkezlerinin ve eğitim kurumlarının işbirliği ile kurulabilecek kozmetik vadisi, yüksek rekabet gücüyle, dünya kozmetik piyasasını etkileyecek potansiyele sahiptir.

Kozmetik vadisi Fransa’nın batısında kozmetik ve parfümeri endüstrisini geliştirmek üzere 12 Temmuz 2005 tarihinde kurulmuştur. Parfüm ve kozmetik üzerine Ar-Ge çalışmaları için kurulan bu merkez dünyanın bu sektördeki en önemli merkezi olma özelliğini taşımaktadır. Kozmetik vadisinde 400’ün üzerinde KOBİ faaliyet göstermektedir. Güzellik endüstrisinin öne çıkan ürünlerini üreten 20 kadar büyük firma da vadede çalışmalarını sürdürmektedir.

Bunlardan bazıları aşağıda belirtilmiştir:

- Nina Ricci and Paco Rabanne (Groupe Puig),
- Lolita Lempicka (Pacific Création,Groupe Amore Pacific),
- Gemey-Maybelline and Yves Saint Laurent Beauté; (L’OREAL),





- Clarins, Caudalie, Chanel, Jean-Paul Gaultier,
- Head & Shoulders,
- Herbal Essence (Procter & Gamble),
- Signal, Axe, Dove, Rexona, Sunsilk, Timotei (Unilever),
- Calvin Klein, Davidoff, Veet

Rakamlarla Fransız Parfüm ve Kozmetik Sanayii



- 2007 yılında vergiler hariç toplam ciro 16,3 milyar Euro
- Üretilen ürünlerin %43'ü Fransız Pazarında satılıyor, %57'si ihraç ediliyor.
- 2008 yılında havacılık sektöründen sonra 2. en büyük ihraç endüstrisi



Kozmetik Vadi Kümelenmesi



- 550 firma
- 47.000 çalışan (ciro 11 milyon Euro)
- 6 üniversite
- 200 araştırma laboratuvarı
- 7.680 bilim insanı
- 75 milyon Euro değerinde 41 araştırma projesi
- 136 eğitim enstitüsü



4. BAŞARI HİKAYELERİ

Rosense Kozmetik Ürünleri A.Ş., 2005 yılında dünyanın en büyük gülyağı üretici ve ihracatçısı olan Gülbirlik tarafından kurulmuştur. Rosense, dünyanın tek, doğal gül kaynaklı güzellik ve kozmetik ürünleri üreticisi ve ihracatçısıdır. Uluslararası bir marka olma yolunda önemli bir yol kat etmiştir. Türkiye'nin önde gelen kozmetik markalarından biri olan Rosense ürünlerini Almanya, Fransa, Hollanda, Belçika, Lüksemburg, Avusturya, Rusya, Kanada, Avustralya ve Japonya'ya ihraç etmektedir.

Parfümler ve kozmetikler için uçucu yağ ve doğal esans üreticisi olan Fransız firması Biolandes, 30 ülkeden ve 80 çeşit bitkiden elde edilen ürünlerle imal edilen 300 çeşitlik bir ürün yelpazesi sunmaktadır. Biolandes Gül, Isparta'da üretim alanlarının yakınlarında bir fabrika kurmuştur. Bu fabrikada gülyağı üretimi için 12 damıtıcı, gül konkreti için ise 2 yağ çıkarıcısı mevcuttur. Haziran ayında, üretilen 1000 ton çiçeği işleyen Biolandes, Türkiye'deki büyük gül üreticilerindedir.



Dünyada önde gelen güzellik ürünleri ve ilaç üreticilerinden olan Weleda AG Isparta'lı gülyağı üreticisi Sebat Ltd. ile 2002 yılında bir ortaklık başlatmıştır. Weleda, kendi markası Wild Rose'un cilt bakım ürünlerinde kullanmak üzere yılda 400 milyon adet güle ihtiyaç duymaktadır. Weleda, ürünlerinde insan ve çevre sağlığını olumlu etkileyecek organik gül kullanmak amacıyla, bölgedeki 30 çiftçi ile organik gül yetiştiriciliğine başlamıştır. Ancak zamanla, çiftçilere verilen teşviklerin ve elde edilen başarının duyulmasıyla yedi yıl içinde 10 köyden 240 çiftçi daha projeye katılmıştır. 2007 senesinde Sebat Ltd. organik üretime geçişte yer alan her çiftçiye 2,250 \$ ilave teşviklerde bulunmuştur.



5. TÜRKİYE PAZARI

Yükselen yaşam standartlarının yanı sıra çalışan kadın sayısındaki artış, genç ve çekici bir görünüme sahip olma isteği ve genç nüfus Türkiye'de kozmetik sektörünün gelişmesine öncülük etmektedir. Bunlara bağlı olarak artan yurtiçi ve yurtdışı talep, sektörün hızlı gelişimindeki temel etkidir. Türk kozmetik ve kişisel bakım ürünleri sektörü; kalite, üretim kapasitesi ve çeşitlilik açısından son yıllarda oldukça hızlı gelişmektedir. Bugün Türk kozmetik ve kişisel bakım ürün üreticileri iç ve dış piyasaya kaliteli ve çeşitlilik arz eden ürünler sunmaktadır.

Sağlık Bakanlığı verilerine göre, Türk kozmetik ve kişisel bakım ürünleri sanayiinde yaklaşık 1.372 firma faaliyet göstermekte ve yaklaşık 14 bin kişi istihdam edilmektedir. Türkiye'deki ekonomik gelişmeye bağlı olarak, kozmetik ve kişisel bakım ürünleri pazarı her yıl ortalama % 10 artmaktadır. Kozmetik ve kişisel bakım ürünleri pazarı, değer olarak 2 milyar Doların üzerindedir.

Pazarda doğal kozmetik ve kişisel bakım ürünlerinin payı % 5 civarında olduğu tahmin edilmektedir. Bu durum dünya pazarıyla paralellik göstermektedir. Türkiye'de pazarlanan ürünlerin sadece %10'unu Türkiye menşeli ürünler oluşturmaktadır.

Ülkemizde son yıllarda sektörde doğal sabunlar, şampuanlar, diğer saç bakım ürünleri ve saç boyaları, cilt bakım ürünleri, vücut bakım ürünleri ve diğer doğal kozmetikler üretilmeye başlanmıştır. Özellikle doğal sabun ve şampuan üretimi ülke çapında birçok küçük ölçekli firma tarafından gerçekleştirilmektedir. Dünyaca ünlü defne ve zeytinyağı sabunları Türkiye’de büyük miktarlarda üretilmektedir.

Kozmetik ve kişisel bakım ürünleri kategorisinde 2.500 civarında ürünün iç pazarda dağıtımı yapılmaktadır. Türkiye’de üretimi yapılan ve yabancı bazı firmaların ürünlerinin de dahil olduğu 10’un üzerinde firmanın, dağıtımı yapılan bu ürün yelpazesinde payı %90 civarındadır.

Piyasadaki doğal kozmetik ürünleri, diğer kozmetik ürünlere göre % 30 daha yüksek fiyat ile satılmaktadır. Doğal kozmetik ve kişisel bakım ürünlerinin % 50’si aktarlarda, %40’ı parfümeri ve kozmetik mağazalarında ve %10’u eczanelerde satılmaktadır.

“Dünyaca ünlü defne ve zeytinyağı sabunları Türkiye’de büyük miktarlarda üretilmektedir.”



“Yurtiçi ve yurtdışı talep, sektörün hızlı gelişimindeki temel etkidir.”



Türk kozmetik ve kişisel bakım ürünleri ihracatı da son yıllarda artmaya başlamıştır. 2000 yılında 61 milyon Dolar olan ihracat, 2009 yılında yaklaşık 378 milyon Dolar olmuştur. Bu rakama sabun ihracatı da eklendiğinde, sektörün toplam ihracat değeri 739 milyon Dolara çıkmaktadır. Söz konusu ihracat artışı tartışmasız sektördeki ürün yelpazesinin genişlemesi ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye’deki kozmetik ve kişisel bakım ürünleri sanayi ihracatı beş grupta incelenebilir:

1-Banyo ve duş müstahzarları (traş öncesi, traş sırasında veya sonra kullanılan müstahzarlar, traş kremi, traş sabunu ve diğer traş ürünleri, banyo sabunları, vücut deodorantları, ter önleyiciler, banyo tuzları, banyo yağları ve diğer banyo müstahzarları, tüy dökücüler, oda kokuları, ve diğer tuvalet ve kozmetik ürünleri) toplam kozmetik ve kişisel bakım ürünleri ihracatının % 41’ini oluşturmaktadır.

2-Saç müstahzarları (şampuanlar, saç kremleri, perma ve defrize müstahzarları, saç spreyleri, saç losyonları, saç boyaları ve diğer ürünler) toplam kozmetik ve kişisel bakım ürünleri ihracatının % 28’ini oluşturmaktadır.





3-Güzellik, makyaj ve cilt bakım ürünleri (cilt bakım kremleri, nemlendiriciler, pudralar, cilt temizleme ürünleri, vücut losyonları, göz makyaj ürünleri, dudak makyaj ürünleri, manikür ve pedikür gereçleri, güneş koruyucuları, bronzlaştırıcı ürünler ve diğer makyaj müstahzarları) toplam kozmetik ve kişisel bakım ürünleri ihracatının % 22'sini oluşturmaktadır.

4-Parfümler ve tuvalet suları (parfümler, kolonyalar, tuvalet suları ve diğer müstahzarlar) toplam kozmetik ve kişisel bakım ürünleri ihracatının % 7'sini oluşturmaktadır.

5-Ağız ve diş sağlığını korumaya mahsus müstahzarlar (diş macunları, tozları, sıvıları, diş ipleri ve diğer ürünler) toplam kozmetik ve kişisel bakım ürünleri ihracatının % 3'ünü oluşturmaktadır.



5. ÜLKELERE GÖRE KOZMETİK İHRACATIMIZ (\$)

Kozmetik ihracatımız 2007 yılından 2009 yılına kadar %24.27 oranında artarak 779 milyon \$ olmuştur. Kozmetik ihracatımızda ilk 3 sırayı Irak, Rusya ve Ukrayna almaktadır. Özellikle Irak, Libya ve Hollanda'ya yaptığımız ihracat artışı dikkat çekmektedir. Rusya listede 2. sırada yer alıp, yaşanan krizle kozmetik ihracatımız 2007-2009 döneminde %26.55 oranında azalarak 75,7 milyon \$ olarak gerçekleşmiştir.

Ülkelere göre kozmetik ihracatımızda ilk beş ülke aşağıda gösterilmiştir:

SIRA	ÜLKE	2007	2008	2009	DEĞİŞİM 07/09 (%)
1	IRAK	65,723,134	118,227,763	119,771,332	82.24%
2	RUSYA FEDERASYONU	103,103,721	108,666,470	75,732,101	-26.55%
3	UKRAYNA	44,078,643	52,581,053	37,098,324	-15.84%
4	ALMANYA	23,961,907	27,934,901	36,652,452	52.96%
5	AZERBAYCAN	17,842,855	25,340,077	27,189,483	52.38%

Kaynak: DTM Bilgi Sistemi (Sabun ihracatı eklenmiş rakamlardır)



6. ÜLKELERE GÖRE KOZMETİK İTHALATIMIZ (\$)

Türkiye'nin kozmetik ithalatı 2008 yılında 872 milyon \$ iken 2009 yılında 876 milyon \$ olmuştur. Türkiye'nin kozmetik ithalatında ilk 3 sırayı Fransa, Almanya ve İrlanda almaktadır. Türkiye'nin Rusya'dan yaptığı kozmetik ithalatı 2008 yılında 1 milyon \$'dan 2009 yılına kadar %20.37 oranında düşerek 810 bin \$ olarak gerçekleşmiş ve Rusya listede 30. sırada yer almıştır.

Ülkelere göre kozmetik ithalatımızda ilk beş ülke aşağıda gösterilmiştir.

SIRA	ÜLKE	2007	2008	2009	DEĞİŞİM 07/09 (%)
1	FRANSA	131,983,422	152,160,200	200,823,957	52.16%
2	ALMANYA	137,694,071	145,937,864	155,921,885	13.24%
3	İRLANDA	112,795,852	156,992,175	100,775,226	-10.66%
4	İSVİÇRE	73,894,648	80,815,892	84,774,405	14.72%
5	POLONYA	59,896,999	61,815,645	76,094,705	27.04%

Kaynak: DTM Bilgi Sistemi (Sabun ihracatı eklenmiş rakamlardır)



7. TÜRKİYE'YE KOMŞU KOZMETİK PAZARLARI

Rusya'nın 2008 yılı kozmetik ithalatı (sabun ithalatı eklenmiş) 3.264.005.631 dolardır. Bu yüzden Türkiye ve Dünya için önemli bir kozmetik ihracat pazarıdır.

İran'ın sınır komşusu olması ve Türklere duyulan güvenin son yıllarda daha da artması, İranlıların Türk ürünlerine olan talebini artırmıştır. İranlı bayanlar, makyaj ve bakım ürünleri için yılda yaklaşık 9 milyar dolar harcamaktadırlar. Bu rakam Türkiye'de yaklaşık 2 milyar dolardır. İranlı bayanların bakımlarına ve makyajlarına verdikleri önem nedeniyle İran, Ortadoğu'nun en büyük kozmetik ithalatçısı durumundadır. İran pazarına yakınlık dolayısıyla yerli üreticiler bu ülkenin büyük kozmetik pazarından pay alabilir.



“Rusya, Türkiye ve Dünya için önemli bir kozmetik ihracat pazarıdır.”



Irak'a 2009 yılında yapılan 119.771.332 USD'lik ihracat potansiyeli ve her geçen gün artan ticari ilişkiler dolayısıyla Irak bölgede ciddi bir kozmetik ithalatçısı olmaktadır.

11 milyon nüfuslu Yunanistan'ın kişi başına kozmetik harcamasının Türkiye'den yaklaşık yedi kat daha fazladır. Bu oran dolayısıyla Yunanistan da kozmetik ürünleri ihracat potansiyeli olan ve ihracat payının artırılacağı bir pazar konumundadır.

“11 milyon nüfuslu Yunanistan'ın kişi başına kozmetik harcamasının Türkiye'den yaklaşık yedi kat daha fazladır.”



3. YATIRIM TEŞVİKLERİ

Türkiye'deki teşvik sistemi yerel ve yabancı yatırımcılara eşit olanaklar sağlamakta olup ana hatları ile vergi ve gümrük muafiyetleri, arazi tahsisi, sosyal güvenlik primi indirimlerini içermektedir. İthal edilen makine ve proje ekipmanlarındaki gümrük vergisi muafiyetinden yararlanmak için yatırımcıların Hazine Müsteşarlığı tarafından verilen teşvik sertifikalarına sahip olması gerekmektedir. Türkiye'deki teşvik sistemi; yatırımın ölçek ve konusu ve teşvik bölgelerine göre değişiklik göstermektedir. Isparta, Burdur ve Antalya ise ikinci teşvik bölgesinde yer almaktadır. Ayrıca yatırımcılar için tahsis edilmiş özel yatırım bölgeleri bulunmaktadır. Bunlar Süleyman Demirel Organize Sanayi Bölgesi ve Göller Bölgesi Teknokenti'dir.





4. SONUÇ

Isparta, kozmetik ve parfüm endüstrisinin bölgede ve hatta tüm ülkede gelişmesi için büyük bir Kozmetik Vadisi oluşturma potansiyeline sahiptir. Bölgede yer alan resmi kurumların, özel şirketlerin, araştırma merkezlerinin ve eğitim kurumlarının işbirliği ile kurulabilecek Kozmetik Vadisi, yüksek rekabet gücüyle, dünya kozmetik piyasasında söz sahibi olabilecek konuma gelebilir. Ayrıca diğer yatırım avantajları aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Isparta'nın dünya gül yağı üretiminin %60'ını karşılaması
- Organik tarım tekniklerinin gelişmesiyle birlikte organik gül üretimine geçilmesi
- Isparta'da parfüm, kozmetik ve bakım ürünleri imalatının teşvik kapsamında olması
- Isparta'nın yılda 10 milyondan fazla turist ağırlayan Antalya'ya yakın olması ve ulaşım kavşağında bulunan Afyon'a kara ve demiryolu ile bağlı olması, uluslararası havalimanının varlığı
- Süleyman Demirel Üniversitesi bünyesinde bulunan Gül ve Gül Ürünleri Araştırma ve Uygulama Merkezi'nin bulunması
- Ortadoğu'nun en büyük kozmetik ürünleri ithalatçısı durumundaki İran'da son zamanlarda oluşan Türkiye ve Türk Malı sempatisi