

Türk Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü Sürdürülebilirlik Stratejisi ve Eylem Planı

Yönetici Özeti

Ankara - İstanbul

Ocak 2023



**Turkish
Apparel**

**Hizmete mahsustur. Üçüncü taraflarla paylaşılmamalıdır.

Çalışma, Avrupa Yeşil Mutabakatı'nın (AYM) sürdürülebilirlik odağında geliştirilen yeni hedef ve mevzuatları doğrultusunda Türk hazır giyim sektörünün dönüşümüne yönelik strateji ve eylem önerileri geliştirilmesi için yürütülmüştür.

AYM, Avrupa Birliği'nin toplumsal ve ekonomik yapısını sürdürülebilirlik odağında dönüştürme ve iklim hedeflerini gerçekleştirmeye yönelik yapılandırılmış bir çerçeve oluşturma ihtiyacı ile ortaya çıkmıştır.

AYM kapsamındaki mevzuat halen yapılandırılmaktadır ancak temelde mutabakat, döngüsel ekonomi temeline dayanan, hammadde verimliliği ve yenilenebilir enerji kullanımı prensiplerini benimseyen bir ekonomik büyüme yaklaşımıdır. AYM, üye ülkelerin kurumlarını ve şirketlerini Avrupa Birliği sınırları ötesinde de sorumlu tutan bir değer zinciri yaklaşımı ile AB ile ticaret ilişkisinde olan diğer ülkeler için de kapsamlı bir dönüşüm ihtiyacı ortaya koymaktadır.

Bu sebeple, Türk hazır giyim sektörünün üretim ve tedarik yapısını AYM-uyumlu olacak şekilde dönüştürmesi şarttır.

Buna yönelik olarak, Türk hazır giyim sektörünün dönüşümü için gerek duyulan mevzuatların ve mevcut durumun analiz edilmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Dönüşüm için AYM mevzuatının sektör için getirdiği operasyon çerçevesinin ortaya konulması, bu operasyon çerçevesi doğrultusunda sektörün mevcut olgunluğunun ölçülmesi, gelişim alanlarının belirlenmesi ve bu gelişim alanlarına yönelik sektörel stratejiler ve eylem önerilerinin geliştirilmesi ihtiyacı oluşmuştur.

Bu doğrultuda Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünü temsil eden 5 iş ve meslek örgütleriyle EY Danışmanlık Hizmetleri Bölümünün teknik danışmanlık hizmetiyle Aralık 2021'de **Türk Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sanayii İçin Avrupa Yeşil Mutabakatı (AYM) ve Sürdürülebilirlik Stratejisi Çalışması** projesi hayata geçirilmiştir. Proje, kapsamlı bir saha çalışmasını takip eden 3 temel aşama altında, Aralık 2021 – Ağustos 2022 döneminde yürütülmüştür.

Proje, AYM'nin nasıl bir operasyonel çerçeve tanımladığı, sektörün AYM-uyumlu mevcut olgunluk durumu ve sektörün AYM-uyumlu dönüşümü için gerekli eylemler yönündeki 3 araştırma sorusu ve bu araştırma sorularına cevap veren 3 temel aşamadan oluşur şekilde hayata geçirilmiştir:

- ▶ Avrupa Yeşil Mutabakatı ve İlgili Çevre ve Sanayi Stratejilerinin Analizi
 - ▶ Avrupa Yeşil Mutabakatı ve İlgili Çevre ve Sanayi Stratejilerinin Analizi aşaması ve raporun ilgili kısımlarında mevzuatların analizi ve hazır giyim sektörüne olan etkileri incelenmiş, kritik bulgulara yer verilmiştir.
- ▶ Türk Hazır Giyim ve Konfeksiyon ile Tekstil Sektörlerinin AYM-Uyumlu Sürdürülebilirlik Değerlendirmeleri
 - ▶ Türk Hazır Giyim ve Konfeksiyon ile Tekstil Sektörlerinin AYM-Uyumlu Sürdürülebilirlik Değerlendirmeleri aşaması hazır giyim ve tekstil sektörleri ile gerçekleştirilen elektronik anket çalışması ve mülakatlardan ortaya çıkan şirket değerlendirmelerini, şirketlerin olgunluk düzeylerini ortaya koymaktadır.
 - ▶ **İlgili anket çalışması şirketlerin olgunluk düzeylerini EY tarafından geliştirilen AYM-Uyumlu Sürdürülebilirlik Olgunluk Modeli'ne göre ölçümlenmektedir.** Olgunluk Modeli, Strateji, Uygulama ve Raporlama olmak üzere 3 ana çerçeveden oluşmaktadır. Bu çerçeve altındaki konu başlıkları toplamda 39 soru içermektedir. Ağırlıklı olarak 5 şıktan oluşan soru seçenekleri pek çok soruda düşük ve yüksek olgunluk seviyelerini temsil edecek şekilde tasarlanmıştır.
- ▶ Dönüşüm Öncelikleri, Stratejiler ve Eylemler
 - ▶ Projenin son aşamasında AYM mevzuatı ve şirket değerlendirmeleri doğrultusunda dönüşüm öncelikleri belirlenmiştir. Bu önceliklere yönelik stratejiler belirlenmiş ve ilgili stratejileri gerçekleştirebilmek için eylemler tasarlanmıştır.
 - ▶ **Stratejiler ve eylemlerin uygulayıcılar tarafından benimsenmesini ve fikirlerin doğrulanmasını sağlamak üzere Eylül – Aralık 2022 döneminde AYM alanında çalışmalar yürüten 73 yetkilinin katılımıyla 8 odak grubu toplantısı düzenlenmiştir.**
 - ▶ **Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birlikleri Sektör Kurulu'nda gerek metodoloji gerekse stratejiler değerlendirilmiş ve tüm sektörü kapsayacak nitelikte bir eylem planı olarak kabul görmüştür.**

Çalışmanın öne çıkan bulguları ve üretilen sonuçları takip eden sayfalarda sunulmaktadır.



AYM ile ilgili belge ve mevzuatların incelenmesiyle hazır giyim ile hazır giyim değer zincirindeki sektörlerin yeşil dönüşüm sürecini ilgilendiren değer zinciri aşamaları tespit edilmiştir.

«İlgili Avrupa Yeşil Mutabakatı ve İlgili Çevre ve Sanayi Stratejilerinin Analizi» başlığı altında sektörün yeşil dönüşüm sürecini etkileyen şu belgeler incelenmiştir:

- Fit for 55 Paketi ve altındaki politikalar
- Atık Yönetimi Çerçeve Direktifi
- AB Döngüsel Ekonomi Eylem Planı
- Sürdürülebilirlik için Kimyasallar Stratejisi
- Kurumsal Sürdürülebilirlik için Özen Yükümlülüğü Direktif Taslağı
- AB Taksonomi Düzenlemesi
- AB Sürdürülebilir ve Döngüsel Tekstil Stratejisi
- Avrupa Yeni Sanayi Stratejisi

İncelenen bu belgelerde, AYM'nin AB'li şirketleri yalnızca AB sınırları içindeki operasyonları için değil, tüm küresel değer zincirleri ve değer zincirlerindeki iş ortaklarının operasyonları için sorumlu tutacağı bir yasal çerçeve inşa edilmiştir: Bir ürün ancak değer zincirinin tamamı sürdürülebilirse sürdürülebilir. **Dolayısıyla AYM kapsamında düzenlenecek hazır giyim ve konfeksiyon sektörüyle bağlantılı diğer tedarikçi sektörlerin de yeşil dönüşüme uygun adımlar atması gerekmektedir.**

AYM ile ilgili belge ve mevzuatlar, hazır giyim değer zincirinin yeşil dönüşüm sürecinde kritik dönüşüm ihtiyacına sahip unsurlarını ortaya koymuştur. Bu kapsamda incelenen ve AYM-uyum sürecinde kritik öneme sahip olan değer zinciri unsurları şunlardır:

- Ürün Geliştirme
- Hammadde Tedariki
- Üretim Süreci
- Dağıtım
- Tedarik Zinciri Yönetimi (Şeffaflık ve İzlenebilirlik)

Sektörlerin yeşil dönüşümde atması gereken adımlar, değer zincirinin ilk adımı olan ürün geliştirmeyle başlamaktadır.

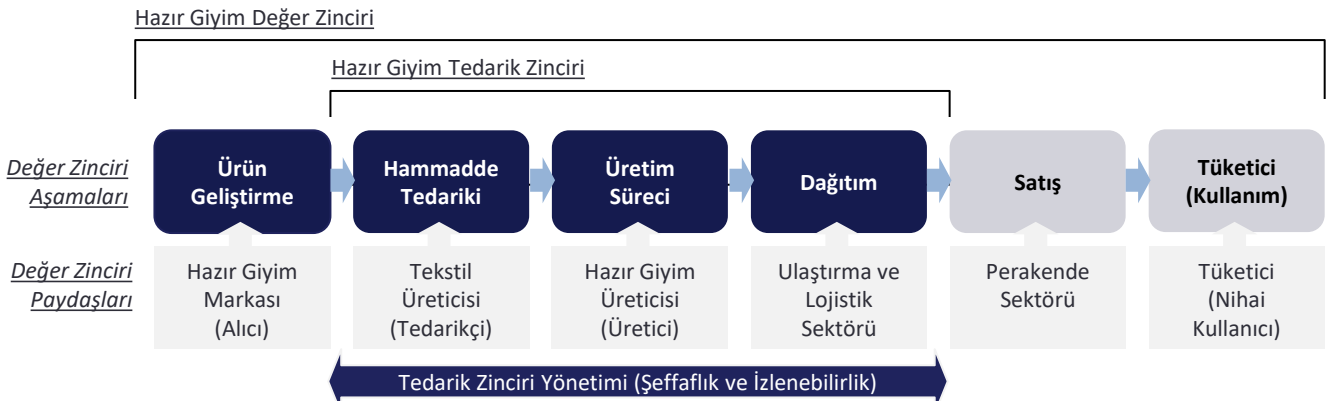
Hazır giyim değer zincirindeki ilk aşama olan ürün geliştirme, sürdürülebilirliği sağlama yolundaki ilk basamağı oluşturmaktadır. Bu aşamada yapılacak olanlar ağırlıklı olarak alıcı rolündeki markaların sorumluluk alanına düşmektedir.

Avrupa Komisyonu, ürün gruplarına uygun olarak ve ürünlerin yaşam döngülerine dair aşamaları dikkate alarak yeni eko tasarım gereksinimleri belirlemeyi hedeflemektedir. Bu kapsamda ürünlerin dayanıklılığı, güvenilirliği, bakım ve yenileme olasılığı, üretim sürecindeki kaynak kullanımı ve ürünün geri dönüşümüne dair gereksinimler düzenlenmesi beklenmektedir. Bu gereksinimlere uygun düzenlemelerin 2024'e kadar tamamlanması amaçlanmaktadır.⁽¹⁾

Eko-etiket düzenlemeleriyle birlikte şirketlerin eko-etiket kullanımının teşvik edilmesi amaçlanmaktadır. Böylece hem markaların hem de tüketicilerin ürünlerin sürdürülebilirlik ve döngüsellikleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olmaları istenmektedir. Halihazırda 7177 tekstil üreticisinin kullandığı AB Eko Etiket (EU Eco Label), pek çok farklı sektöre hitap etmekte ve sektörlerle uygun kurallar ve standartlar belirlemektedir⁽²⁾. Dijital Ürün Pasaportu uygulamasıyla ile de tüketicilere ürünlerin sürdürülebilirlik ve döngüsellik alanındaki bilgilerinin sunulması hedeflenmektedir.

Mikroplastiklerin çevreye salımına dair alınabilecek önlemler ürün geliştirme aşamasında başlamaktadır. Bu kapsamda mikroplastikleri bir dizi önleme ve azaltma önlemi ile sentetik elyafların çevreye yayıldığı farklı yaşam döngüsü aşamalarının düzenlenmesi hedeflenmektedir. Dolayısıyla, sürdürülebilirlik ve döngüsellik alanlarında Avrupa Komisyonu'nca yapılan tüm düzenlemelerde ürünlerin tasarım aşamasından başlamak üzere sürdürülebilir, ekolojik ve geri dönüştürülmüş malzemelerin üretim sürecinde kullanımının zorunlu hale getirilmesi amaçlanmaktadır.

Hazır Giyim Sektörü Değer Zinciri ve Paydaşları



Kaynak: (1) European Commission, Sustainable Product Initiative, (2) EU Eco Label,

Hazır giyim sektörünün sürdürülebilir olması için, hazır giyim tedarikçisi olan tekstil sektörünün de AYM-uyumlu adımları atması gerekmektedir.

Hazır giyim değer zincirinin hammadde tedariki aşaması nihai ürünün üretilmesi için üreticiye gerekli tekstil ürününün sağlandığı aşamadır. Bu nedenle sürdürülebilir hammaddeye, özellikle üretimin ana hammaddesi olması itibarıyla sürdürülebilir tekstil ürünlerine erişim, hazır giyim sektöründe sürdürülebilirliğin ön koşulu niteliğindedir.

Atık Yönetimi Çerçeve Direktifi kapsamında 2025'e kadar tekstil atıklarının toplanması, ayrıştırılması ve dönüştürülmesinin artırılması hedeflenmektedir. Bu süreç rehberlik edecek kuruluşlar oluşturulması ve ilave mevzuatlar yapılması amaçlanmaktadır. Bu direktifle tekstil ürünlerinin de dahil olduğu ev atıklarının 2025'te %55, 2030'da %60, 2035'te %65'inin geri dönüştürülmesi hedeflenmektedir.⁽¹⁾⁽²⁾

Dünya'daki su kirliliğinin %20'sinin tekstil ürünlerinin boyama ve bitirme işlemlerinden kaynaklandığı tahmin edilmektedir. Tekstil üretiminde kullanılan su tüketiminin düşürüleceği ve su kirliliğinin azaltılacağı dijital yöntemlerin yaygınlaştırılması amaçlanmaktadır. Böylece elde edilen verilerin Ar-Ge çalışmalarında kullanılması ve inovatif çözümlerin daha kolay ortaya çıkması hedeflenmektedir.⁽³⁾

Organik ürün kullanımının tekstil ürünlerinin sebep olduğu çevresel etkiyi azalttığı tespit edilmiştir. Organik pamuk diğer pamuklara göre %40 daha az CO₂ emisyonuna sebep olmakta ve su tüketimini %90 azaltabilmektedir. Bundan dolayı oluşturulacak mevzuatlarla organik pamuk üretiminin ve kullanımının artırılması beklenmektedir.⁽⁴⁾

Üretim sürecinde harcanan enerjinin verimliliği, kullanılan malzemelerin döngüselligi ve oluşan atıkların geri dönüşüm sürecine uygun şekilde dahiliyeti, sektörün döngüsel ve sürdürülebilirliğinde kritik öneme sahiptir.

Tedarik zincirindeki üretim aşaması, temel operasyon süreci olması sebebiyle sürdürülebilirlik konusunda verimliliğin sağlanması gereken kritik noktadır. Bu noktada, en büyük yükümlülük üretim faaliyetlerini birinci elden gerçekleştiren hazır giyim ve konfeksiyon üreticilerinde bulunmaktadır.

Atık ve firenin en fazla olduğu üretim aşamasında döngüsellik artırılması kritik öneme sahiptir. Bundan ötürü «Al, yap, sat, at» anlayışında olan lineer üretim ve iş modellerinin «Al, yap, atık haline getir» modeline evrilmesi hedeflenmektedir. Bu kapsamda Atık Yönetimi Çerçeve Direktifi'yle atık hiyerarşisi oluşturulmuş, kaynak kullanımının azaltılması, geri dönüşüm ve atıkların yok edilmesi aşamaları düzenlenmiştir.⁽⁵⁾

Fransa, Hollanda, İsveç ve Norveç gibi Avrupa ülkelerinde genişletilmiş üretici sorumluluğu sistemi uygulanmaktadır. Bu sistemle birlikte marka ve üretici ile üretici ve tedarikçileri arasındaki sorumluluk paylaşım ilkeleri tanımlanmaktadır. Bu ilkelerle üreticilerin geri dönüştürme, yeniden kullanım ve ayrıştırma süreçlerindeki sorumluluklarının artırılması hedeflenmektedir. Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu ile üreticileri ürünlerinin yarattığı atıklardan sorumlu kılmak, tekstil atığı oluşumunu engellemek için büyük önem arz etmektedir.⁽⁶⁾

«Fit for 55 Paketi» gibi dokümanlarda üretimde enerji kullanımı, verimlilik ve atık yönetimi konularında sürdürülebilirlikle uyumlu düzenlemeler tasarlanmıştır. Bu dokümanlarda emisyon azaltmak için daha kısıtlı üst hedefler, sanayide yenilenebilir enerjiye yönelik teşvikler ve yenilenebilir gazların kullanımının altını çizilmektedir. AYM'nin genel çerçevesinin çizildiği AB Komisyonu Çevre Genel Müdürlüğü Strateji Belgesi'nde de atıklara ayrıntılı bir şekilde değinilmiştir. Belgeye göre, atık üretimini azaltmaya yönelik önleme hedefleri önerilecektir.⁽⁷⁾

Değer zincirinde en fazla emisyonun olduğu dağıtım kısmında, AB'nin 2050'de karbon nötr olması amacını karşılayacak düzenlemeler yapılmaktadır.

Hazır giyim değer zincirinin dağıtım aşaması üretilen ürünün satılacak yere ulaştırılması ve dağıtımını kapsayan lojistik faaliyetlerden oluşmaktadır. Değer zincirinin bu aşaması, taşımacılıktaki emisyon değerlerinden ötürü kritik öneme sahiptir.

Lojistik sektörünün daha sürdürülebilir olması için kara yolu taşımacılığının azaltılması ve araçların emisyon değerlerinin düzenlenmesi gerekmektedir. Kara taşımacılığına kıyasla demir yolu ve deniz yolu taşımacılığının emisyonları daha düşük olduğu için, lojistiğin bu ulaştırma yöntemlerine kaydırılması hedeflenmektedir. Ek olarak, Avrupa Komisyonu, arabaların CO₂ emisyonlarını 2025'e kadar %15, 2030'a kadar %37,5 azaltmayı hedeflemektedir. Bu doğrultuda Avrupa Komisyonu, 2030'a kadar Avrupa'daki yollarda en az 30 milyon sıfır emisyon aracın olmasını planlamaktadır.⁽⁸⁾ Ayrıca Fit for 55 belgesi ve Sınırdan Karbon Düzenlemesi Mekanizması'nın getirdiği gerekliliklerin zamanla hazır giyim sektöründe de yaygınlaştırılarak sektör için de emisyon azaltımı zorunlulukları getirilmesi beklenmektedir.

Kaynak: (1) European Commission, EU Strategy for Sustainable and Circular Textiles, (2) European Commission, Waste Framework Directive, (3) Water Europe, Recognizing the Value of Water in the New EU Strategy for Sustainable Textiles, (4) CBI, The Sustainable Transition in Apparel and Home Textiles, (5) McKinsey, Refashioning clothing's environmental impact, (6) OECD, 20 years of EPR in France: Achievements, lessons learned and challenges ahead, (7) DG Environment, Strategic Plan 2020-2024, (8) European Parliament, CO₂ Emission Standards for New Cars and Vans

AYM-uyum sürecinde, değer zincirindeki her sektörün sürdürülebilir olması, bu aşamalarda sektörlerin ilgili verileri birbirleriyle ve tüketicilerle paylaşması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır.

Hazır giyim ve konfeksiyon tedarik zinciri yönetimi, tedarik zincirinin şeffaf ve izlenebilir olması, sürdürülebilirliğin hem tüm değer zinciri paydaşları için garanti altına alınması ve hem de yeşil badananın (sürdürülebilirlik konusunda yanıltıcı beyanların) önüne geçilmesi için kritik önem arz etmektedir. Bu kapsamda şirketlerin sürdürülebilirlik ve çevre dostu politikalarında tüketiciyi yanıltacak bilgiler vermesinin engellenmesi amaçlanmaktadır. Yeşil Ürünler için Tek Pazar İnisyatifi'yle tüketicinin ürün satın alırken yeşil badanaya maruz kalmaması ve yapılan sürdürülebilirlik ürün tespitlerinin sabit hale getirilmesi hedeflenmektedir.

AYM süreciyle birlikte değer zincirinin her aşamasının şeffaf hale gelmesi ve atılan adımların görünür olması gereksinimi doğmuştur. Dijital Ürün Pasaportu ve Dijital Tek Pazar gibi uygulamalarla sürdürülebilirlik hakkındaki bilgilerin paylaşımının kolaylaştırılması hedeflenmektedir. Ek olarak, sadece ürünlerin değil atıkların da takibinin yapılması Atık Yönetimi Çerçeve Direktifi'yle belirtilmiştir.⁽¹⁾

AYM süreciyle birlikte, tedarik zincirinin tüm aşamalarının takibi ve her bir tedarikçinin özen yükümlülüğü (due

diligence) gereksinimi ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda şirketlerin çevresel, sosyal ve yönetim başlıkları açısından da stratejik adımlar atıp bu yönde yönetim anlayışına sahip olması ihtiyacı doğmuştur. Bu ihtiyaca karşılık olarak çıkartılan Kurumsal Sürdürülebilirlik için Özen Yükümlülüğü Direktif Taslağı önergesiyle, şirketlerin değer zincirlerindeki olumsuz insan hakları ve çevresel etkileri belirlemesi, hafifletmesi ve önlemesinin adımları atılmıştır.⁽²⁾

AYM-uyum sürecinde sektörlerin değer zincirlerinin geçireceği değişimleri ve yayımlanan mevzuatları karşılayacak şekilde, 6 kritik dönüşüm önceliği tespit edilmiştir.

AYM süreciyle gelen düzenlemeler, tedarik zinciri unsurları üzerinde kritik değişimlere sebep olacaktır. Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörü değer zincirinin, AYM-uyumlu yeşil dönüşümünü etkili olarak yapabilmesi için bu süreçte dönüşüm stratejilerine ihtiyacı bulunmaktadır.

Bu kapsamda şirketlerin odaklanması gereken kritik konular mevzuat incelemeleriyle belirlenmiş ve 6 dönüşüm önceliği tespit edilmiştir. Bu önceliklerin hazır giyim sektörü için yeşil dönüşüm sürecinde kritik adımlar atılması gereken başlıklar olduğu değerlendirilmektedir.



1. Yönetişim (Paydaş İletişimi)



4. Sosyal Uygunluk ve Yeşil Yetenekler



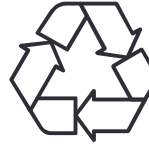
2. Dijitalleşme



5. Yeşil Dönüşüm



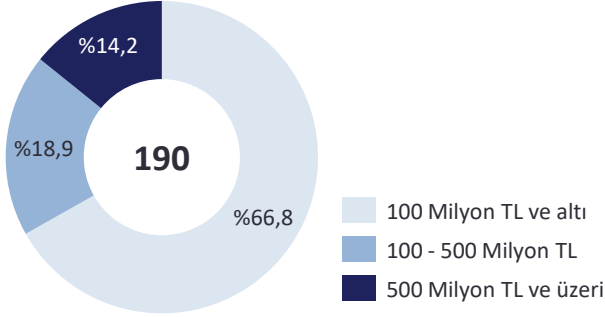
3. Dönüşümün Finansmanı



6. Döngüsellik

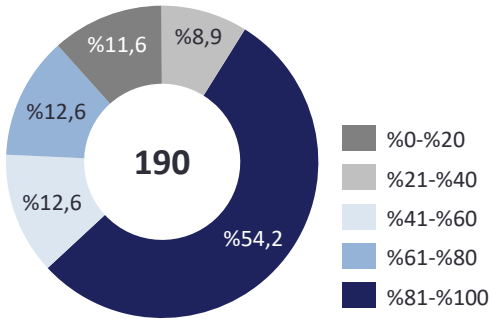
Anket çalışması ile Türkiye'nin hazır giyim ihracatının %15'ini gerçekleştiren 190 hazır giyim şirketine ulaşılmıştır. Cevaplar EY'ın AYM-Uyumlu Sürdürülebilirlik Olgunluk Modeli'yle analiz edilmiş, sektördeki çeşitli başlıklarda sonuçlara ulaşılmıştır.

Şirketlerin net satış büyüklüğü (n=190)



Çalışmaya katılan şirketlerin büyük bir çoğunluğunu KOBİ'lerin oluşturduğu görülmektedir. Şirketlerin %66,8'i 100 milyon TL ve altında net satışa sahiptir. Şirketlerin %14,2'sinin net satış büyüklükleri 500 Milyon TL'nin üzerindeyken %18,9'u 100-500 Milyon TL arasındadır.

Şirketlerin net satışının içindeki ihracat oranları (n=190)



Anket çalışmasına katılan şirketler üretici ihracatçı şirketlerdir ve üretimlerinin önemli bir bölümü ihracata yöneliktir. Şirketlerin %54,2'sinin net satışları içindeki ihracat oranı %80'den fazladır.

İlgili şirketlerin %55'i önümüzdeki dönemde hem kendi operasyonları hem de üretim yaptıkları markalar için sürdürülebilirliğin çok önemli olacağını belirtmiştir.

Şirketlerin en fazla üzerinde durdukları sürdürülebilirlik konuları geri dönüştürülmüş ve sürdürülebilir malzeme kullanımı olmuştur.

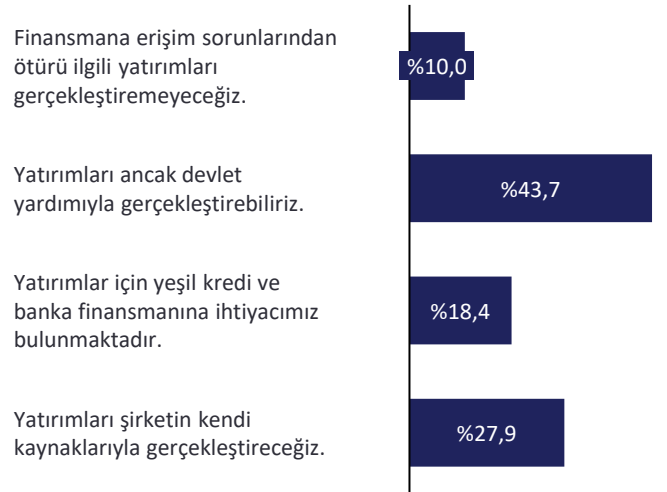
Şirketlerin gerçekleştirdiği operasyon türleri* (n=190)



Markaların yeşil dönüşümle ilgili talepleri Türk hazır giyim sektörü için kritik öneme sahiptir çünkü Türk hazır giyim sektörü dünya markalarına üretim yapan bir sektördür.

Şirketlerin %58'i kendi koleksiyon ve tasarımları ile dünya markalarına üretim yapmakta ve %54'ü diğer şirketler için fason üretim yapmaktadır.

Şirketlerin yatırım finansmanı kullanımı* (n=190)



Sürdürülebilirliğin finansmanı konusunda ise ilgili şirketlerin pek çoğu yatırımları ancak devlet destekleri veya yatırım teşvikleri ile gerçekleştirebileceklerini belirtmiştir.

Bu kapsamda şirketlerin %43,7'si devlet desteklerine ihtiyaç duymaktayken, %18,4'ü banka kredileri ve yeşil finansman uygulamalarıyla sürdürülebilir yatırımlarını gerçekleştirebileceklerini belirtmişlerdir.

EY AYM-Uyumlu Sürdürülebilirlik Olgunluk Modeli Sonuçları, hazır giyim şirketlerinin hedef durumlarında öne çıkan başlıkların tekstil geri bağlantısı olan başlıklar olduğunu göstermiştir.

Şirketler sürdürülebilirlik konusundaki ilk üç hedefinin tekstil ürünleri tedarikinde sürdürülebilir tedarikçi sayısının artırılması, süreçlerin ve hizmetlerin dijitalleştirilmesi ve geri dönüştürülmüş malzeme kullanımının artırılması olduğu görülmüştür.

Bu 3 alanın 2'sinin doğrudan tekstil geri bağlantısı ile ilgili olduğu görülmektedir. Dolayısıyla hazır giyim sektörünün sürdürülebilir dönüşüm sürecinde tekstil sektöründen beklentisinin artacağı açıktır.

Bunlarla birlikte yenilenebilir enerji ve enerji verimliliğinin artırılması, atıkların azaltılması ve geri dönüşümü de şirketlerin hedeflerinin ve ilgili projelerinin arttığı alanlar olmuştur.

Geri dönüştürülmüş malzeme talebindeki artışa karşın halihazırda arzın kalite ve miktar olarak cevap verebilme kapasitesi göz önünde bulundurulduğunda, orta vadede sektörün bir hammaddeye erişim kısıtı ile karşılaşabileceği değerlendirilmektedir.

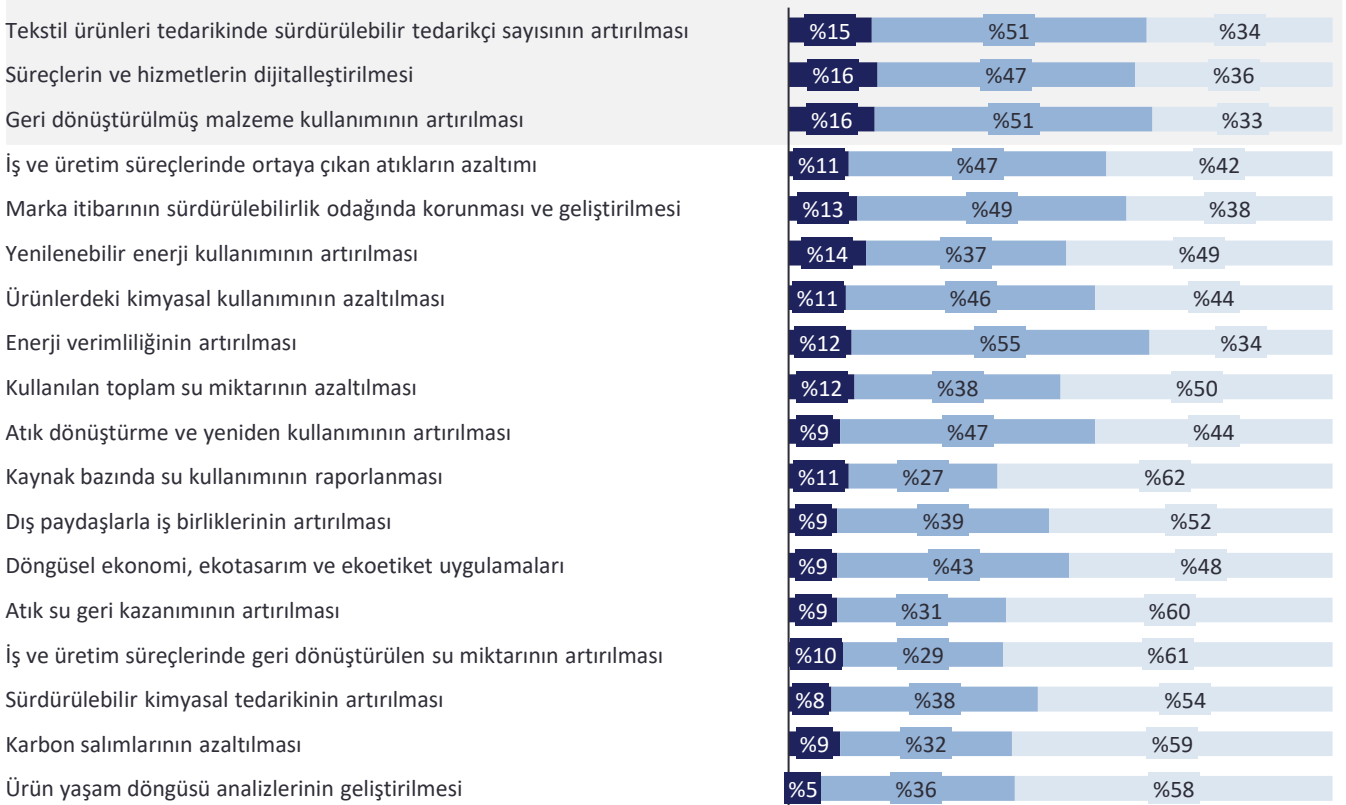
Geri dönüştürülmüş malzeme için olduğu gibi, şirketler kullandıkları sürdürülebilir malzemelerin de kullanımı artırmayı hedeflemektedir. Mevcut durumda %37,9 oranındaki sürdürülebilir malzeme oranını, önümüzdeki 3 yıl içinde %50,1 seviyesine çıkarmayı hedeflediklerini belirtmişlerdir.

İlk 3 hedeften biri olan dijitalleşmeye yönelik hedefi ve uygulamaları olduğunu belirten şirketlerin cevaplarına göre şirketler, önümüzdeki dönemde süreç ve hizmetlerin dijitalleştirilme oranını ortalama %67,3 artırmayı hedeflediklerini paylaşmıştır.

Atık dönüşümü ve yeniden kullanımı, su tasarrufu ve geri kazanımı, enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji kullanımı, karbon salımlarının azaltılması gibi sürdürülebilirlik konularının tümünde 500 milyon TL ve üzeri net satış büyüklüğüne sahip şirketlerin olgunluk düzeyinin daha yüksek olması dikkat çekmektedir.

Özellikle KOBİ düzeyindeki şirketlerin ilgili konulara yönelik hedefler belirlemesi ve aksiyon almaları dönüşümün sağlanabilmesi için önem teşkil etmektedir.

Şirketlerin belirtilen sürdürülebilirlik konularındaki hedef durumları (n=190)



- İlgili alana yönelik hedefi ve ilgili alanda proje ve faaliyetleri olan şirketler
- İlgili alana yönelik hedefi olan ancak henüz aksiyon almayan şirketler
- İlgili alana yönelik hedefi olmayan, aksiyon almayan şirketler

AYM mevzuatı sürdürülebilirliğin bütün değer zincirinde sağlanması ve her bir aşamanın sürdürülebilir olması gerekliliğinin altını çizmektedir. Bu doğrultuda hazır giyim şirketlerinin tedarikçilerinden ve tedarikçileri durumundaki tekstil şirketlerinden beklentileriyle, onlarla olan ilişkileri değerlendirilmiştir.

Hazır giyim şirketlerinin %41,1 ile en büyük çoğunluğu tedarikçilerinin performansına dair yalnızca sipariş miktarı ve kalitesini kontrol etmektedir.

Şirketlerin tedarik sürecini izleme ve takip konusunda da bilgi teknolojileri üst seviyede kullanılmamaktadır. %33,7 oran ile şirketlerin pek çoğu tarafından «Bilgi teknoloji sistemi kurulu fakat takip sistemi sadece şirket içinde kullanılmaktadır» cevap seçeneği tercih edilmiştir.

Katılımcı şirketlerin tedarikçilerinden beklentileri sorulduğunda hazır giyim şirketlerinin **tedarikçilerinden en önemli beklentilerinin ürünlerdeki kimyasal kullanımı, geri dönüştürülmüş ürün kullanımı ve enerji verimliliği olduğu görülmüştür.** Böylece tekstil şirketlerinin zamanla hazır giyim şirketlerine geri dönüştürülmüş ürün sağlamakta zorlanabileceği öngörüsü yinelenmektedir.

Değer zincirinin sürdürülebilirliğinin bütüncül olarak sağlanması için tüm paydaşların etkili iletişimi ve iş birliği önem taşımaktadır. Türk hazır giyim sektöründe ise paydaş iletişimi konusunda genel olgunluk seviyesinin düşük olduğu görülmektedir.

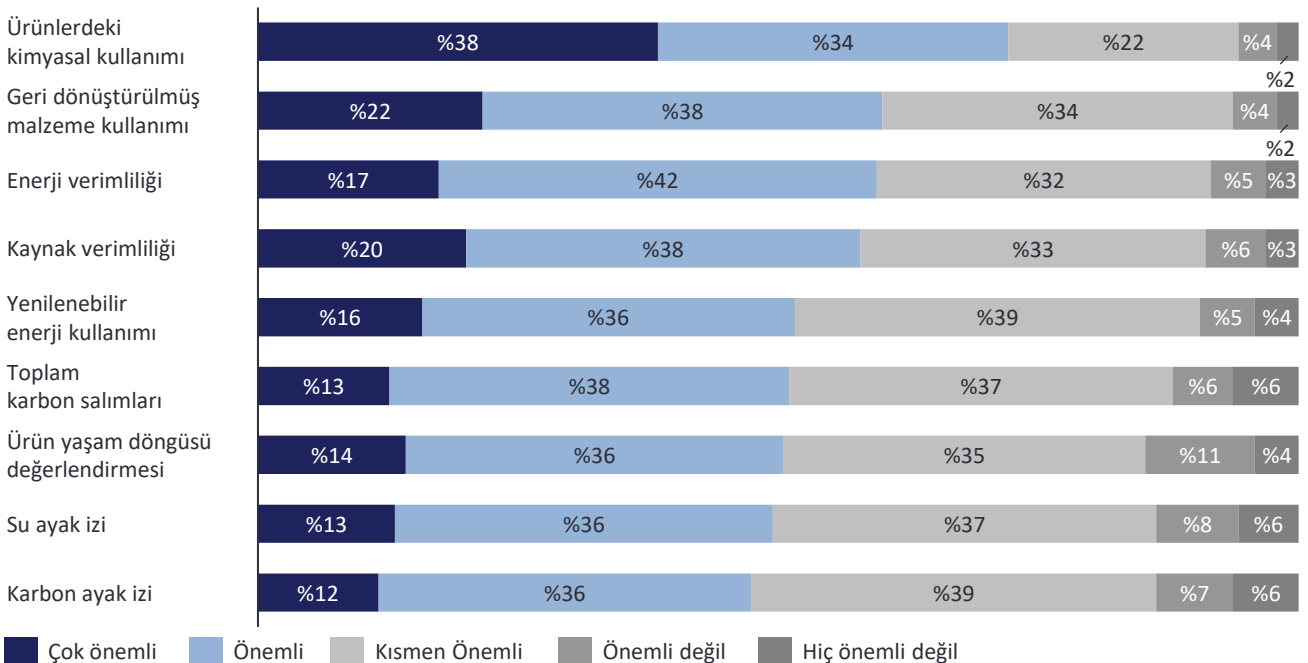
Şirketlerin %40,5 ile büyük kısmının sürdürülebilirlik konusunda ilgili paydaşlarla iletişimi konusunda bir planı bulunmamaktadır. Dış paydaşlarla herhangi bir iletişiminin bulunmadığını belirten şirketlerin oranı %31,6'dır.

Bunun yanında şirketlerin tanımlanmış bir yönetim yapısı da bulunmamaktadır. %32,6 ile şirketlerin büyük çoğunluğu sürdürülebilirlik yönetimine yönelik bir yapı bulundurmadıklarını belirtmiştir.

Şirketlerin sürdürülebilirlik aksiyonlarını ve olgunluk seviyelerini ölçümlemek için sertifika ve standartlar önem teşkil etmektedir. Özellikle çok uluslu markaların bu konudaki beklentilerinin arttığı belirtilmiştir.

Hazır giyim şirketlerinin bu doğrultuda sahip olduğu sertifikalar arasında Global Organic Textile Standards (GOTS), Sedex ve Organic Content Standard (OCS) öne çıkmaktadır.

Şirketlerin tedarikçilerinden sürdürülebilirlik konusundaki mevcut beklentileri (n=190)



Sürdürülebilirlik ile ilgili tüm konu başlıklarındaki olgunluk seviyelerinin açıkça görülebilmesi için hazır giyim sektörü şirketleri ile gerçekleştirilen anket sonuçları olgunluk modelinin 8 konu başlığı altında ve şirket büyüklüklerine göre ortaya konulmuştur.

Olgunluk Modelinin «A1 – Sürdürülebilirlik Misyonu ve Vizyonu», «A2 – Sürdürülebilirlik Politikası» gibi

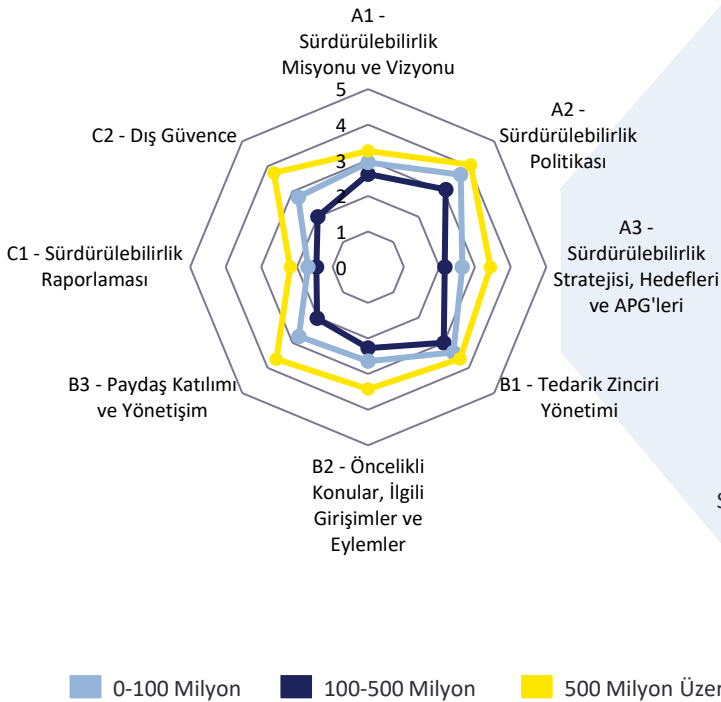
her bir konu başlığı altında 500 milyon TL ve üzeri net satış büyüklüğüne sahip şirketlerin en yüksek olgunluğa sahip olduğu görülmüştür.

İlgili modele göre, çok uluslu markalara kendi tasarım ve koleksiyonları ile üretim yapmakta olan Tier 1 şirketlerin AYM-uyumlu operasyonel olgunluk seviyesinin alt tedarikçi ve atölye seviyesindeki Tier 2 şirketlerden daha yüksek olduğu görülmektedir. T1 şirketlerin AYM-uyumlu operasyonel olgunluk puanı 5 üzerinden 3,11 iken bu oran T2 şirketlerde 2,33'tür. Dolayısıyla uzun vadede T1 şirketlerinin yüksek olgunluğa sahip T2 şirketi bulma ve çalışma konusunda zorluk yaşamaları öngörülmektedir.

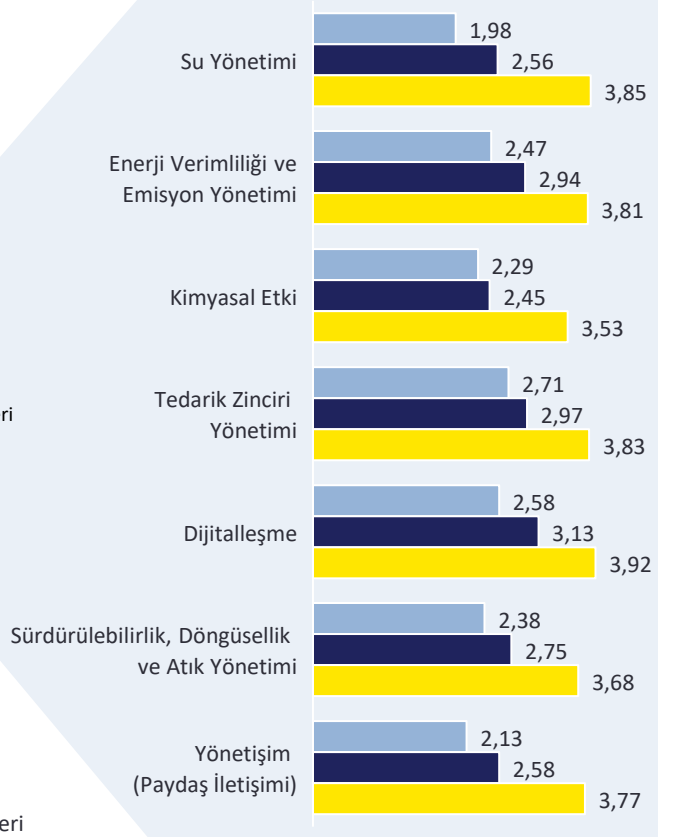
«A3 – Sürdürülebilirlik Stratejisi, Hedefleri ve Anahtar Performans Göstergeleri (APG)» konu başlığı altında dönüşüm önceliklerine denk gelen cevaplar net satış büyüklüklerine göre 5 üzerinden değerlendirilmiştir. Buna göre her bir öncelik için en yüksek puanı 500 milyon TL ve üzeri büyüklükteki şirketler almıştır.

Bütün dönüşüm öncelikleri arasında tüm şirket büyüklükleri için en yüksek olgunluğun dijitalleşme konusunda olması dikkat çekmektedir.

Şirketlerin Net Satışlarına Göre Hazır Giyim Sektörü AYM-Uyumlu Sürdürülebilirlik Olgunluk Modeli Sonuçları

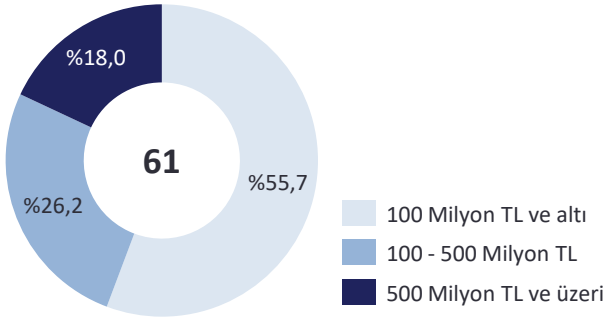


Dönüşüm Önceliklerine Ait Olgunluk Puanları (1 – En Kötü, 5 – En İyi)



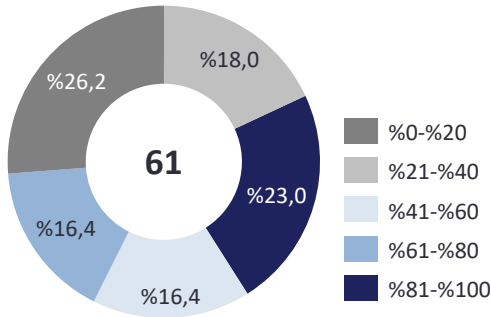
Anket çalışması kapsamında, hazır giyim değer zincirinde önemli yere sahip olan tekstil sektörüyle de anket çalışması yürütülmüştür. Bu çalışmaya sektörün ihracatının %8'ini gerçekleştiren 61 tekstil şirketi katılmıştır. Hazır giyim sektörü yalnızca değer zincirindeki diğer sektörler kadar sürdürülebilir olacağından ötürü tekstil sektörünün de analizinin yapılması kritik öneme sahiptir.

Şirketlerin net satış büyüklüğü (n=61)



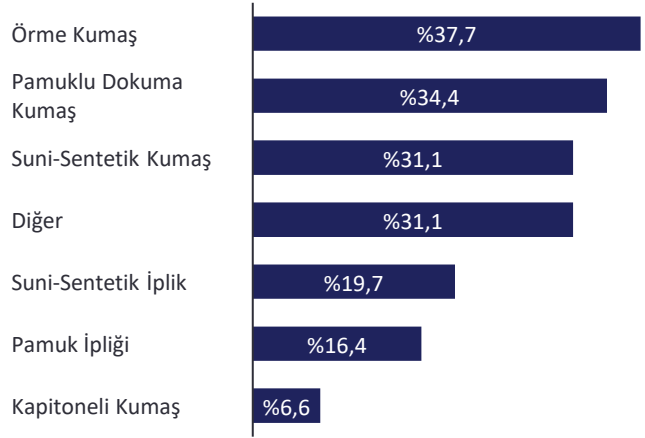
Anketi cevaplayan tekstil şirketlerinin %18'i 500 milyon TL ve üzerinde net satışa sahip büyük şirketlerken, %26,2'siyse orta boy işletmelerden oluşmaktadır. KOBİ'lerinse tekstil sektöründe önemli bir yerinin olduğu görülmektedir.

Şirketlerin net satışının içindeki ihracat oranları (n=61)



Tekstil sektörünün hem dış hem de iç piyasa için üretim yaptığı görülmektedir. Sektör temsilcilerinin %23'ü %80 ve üzerinde ihracat yaparken %26,2'sinin %20'nin altında ihracat yaptığı ve ürünlerini iç pazara sürdüğü değerlendirilmektedir. Şirketlerin %37,7'si örme kumaş, %34,4'ü pamuklu kumaş üretimi yapmaktadır.

Şirketlerin üretim yaptığı ürün grupları* (n=61)



Anketi cevaplayan şirketlerin üretim yaptığı ürün grupları dengeli olarak dağılmıştır. Şirketlerin %37,7'si örme, %34,4'ü pamuklu dokuma, %31,1'i suni sentetik kumaş üretmektedir.

Sürdürülebilirlik konusunda şirketlerin %49,2'si sürdürülebilirliğin çalıştıkları hazır giyim şirketleri için çok önemli, %41'i ise önemli olduğunu belirtmiştir.

Şirketlerin yatırım finansmanı kullanımı* (n=61)



Anketi cevaplayan tekstil şirketlerinin çoğu sürdürülebilirlik yatırımlarında şirket kaynaklarını kullandıklarını ancak benzer yatırımları gelecekte ancak devlet destekleriyle hayata geçirebileceklerini belirtmişlerdir.

Tekstil şirketlerinin %40'ı sürdürülebilirlik yatırımlarında şirket kaynaklarını, %23'ü devlet desteği veya yatırım teşviklerini kullanmaktadır.

Tekstil şirketlerinin tedarikçilerinden en büyük beklentileri ürünlerdeki kimyasal kullanımı ve geri dönüştürülmüş malzeme kullanımı olmuştur.

Bu konularda tekstil şirketleri, hazır giyim şirketlerinin yeşil dönüşümde kritik bulduğu başlıkları tedarikçilerine yansıtılmışlardır.

Aynı zamanda bu konuların sürdürülebilirlikle ilgili mevzuatlarda hazır giyim ve tekstil sektörleri için öncelikli konular arasında yer alması, sektördeki mevcut beklentinin artırılması ve desteklenmesi için bir sebep oluşturmaktadır.

Tekstil şirketlerinin sahip oldukları sertifikalar arasında OEKO-TEX ve BCI ön plana çıkmaktadır. Ancak ISO Karbon Ayak İzi, Su Ayak İzi ve Yaşam Döngüsü Değerlendirmeleri'ne sahip şirketlerin oranı düşüktür.

Yeşil dönüşüm sürecinde tedarikçi şirketler sürdürülebilirlik sertifikaları ve standartlarına daha sık dikkat etmeye başlamıştır. Bu kapsamda hazır giyim ve konfeksiyon şirketleri de tekstil şirketlerinin sürdürülebilirlik sertifikalarına sahip olmasını beklemektedir.

OEKO-TEX'e sahip şirketlerin %54,1, BCI'a sahip şirketlerinse %45,9 oranında olduğu görülmektedir. ISO Karbon Ayak İzi, Su Ayak İzi, Yaşam Döngüsü Değerlendirmesi gibi sertifikalarına alt sıralarda yer

aldığı görülmektedir. Tekstil sektöründe önümüzdeki dönemde öneminin artacağı öngörülen bu konularda sektörün düşük olgunluğa sahip olması dikkat çekmektedir.

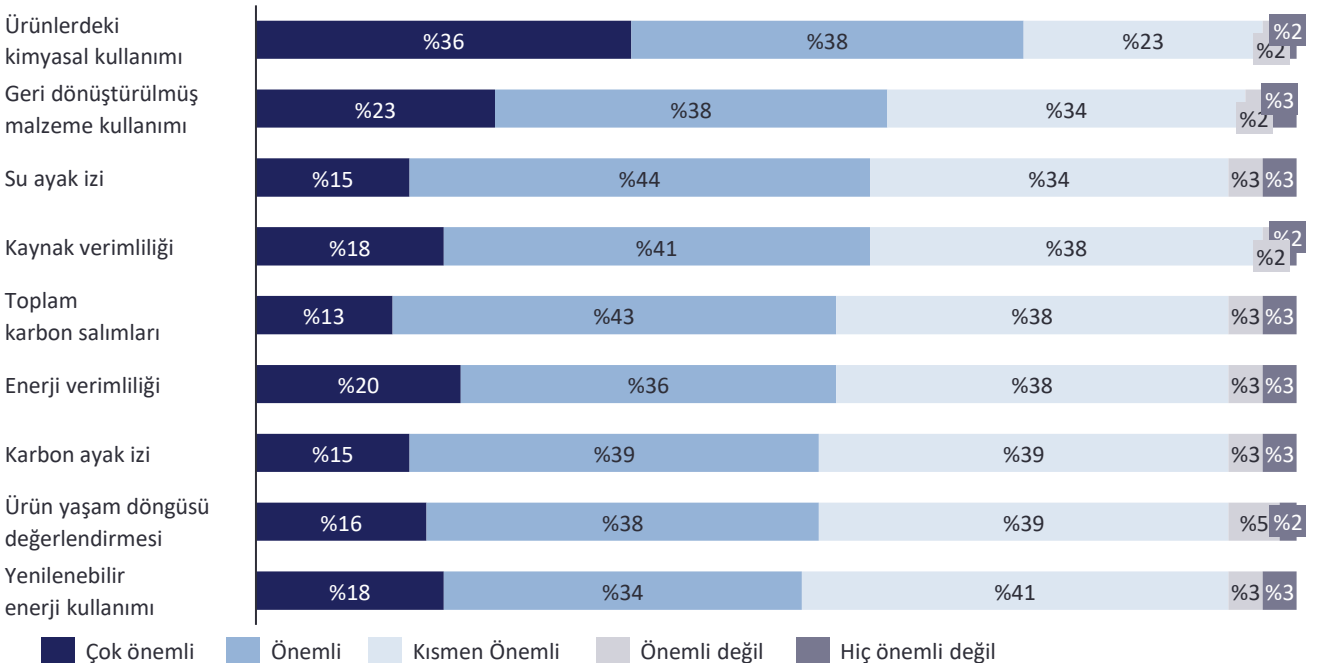
Önümüzdeki yakın gelecekte hazır giyim sektörünün geri dönüştürülmüş ve sürdürülebilir malzeme talebini tekstil sektörünün ne ölçüde karşılayabildiği ana gündem konularından biri haline gelmesi beklenmektedir.

Tekstil şirketlerinin halihazırda sağladığı geri dönüştürülmüş malzeme %28,8'ken hazır giyim şirketlerinin kullanmayı hedeflediği miktarın %40,5 olacağı öngörülmektedir. Tekstil şirketlerinin sürdürülebilir malzeme kullanımı mevcut durumda %37,6'yken hazır giyim sektörü önümüzdeki yıllarda %50,1'e ulaşmayı hedeflemektedir.

Bu bağlamda hızla artması beklenen geri dönüştürülmüş ve sürdürülebilir malzeme tedarikini güçlendirecek ve destekleyecek modellere ihtiyaç olduğu görülmektedir.

Hazır giyim sektörünün oluşan bu hammadde açığını ithalat ile tedarik etmesi de ticaret politikaları önlemlerinden ötürü zorlaşmaktadır. Bundan dolayı hazır giyim sektörünün sürdürülebilir hammadde tedarikinin güvence altına alınması ve sürdürülebilir hammaddelerin ticaret politikası önlemlerinden muaf tutulması kritik öneme sahiptir.

Şirketlerin tedarikçilerinden sürdürülebilirlik konusundaki mevcut beklentileri (n=61)



Anketi cevaplayan tekstil şirketlerinin net satış büyüklükleri arttıkça olgunluk seviyelerinin yükseldiği görülmektedir. «C1 Sürdürülebilirlik Raporlaması'nın» ise şirketlerin olgunluk modelinde en zayıf kaldıkları değerlendirme olduğu görülmektedir.

Tekstil sektörü anketinden sağlanan verilerle olgunluk modeli oluşturulmuştur. Bu veriler belirlenen temel konularda («A1 – Sürdürülebilirlik Misyonu ve Vizyonu», «A2 – Sürdürülebilirlik Politikası», A3 – Sürdürülebilir Stratejisi, Hedefleri ve APG'leri» vb.) girdi oluşturarak sektör ortalamasını oluşturmuştur.

Net satış büyüklüklerinin ağırlıklı ortalamasına bakıldığında 500 milyon TL ve üzeri net satışı olan şirketlerin 3,37 puanla diğerlerinden ayrıştığı ve en yüksek olgunluk düzeyine sahip olduğu görülmektedir. 2,52 ağırlıklı ortalama ile 100 – 500 milyon TL arası net satışa sahip şirketlerin ikinci sırada yer aldığı görülmektedir. 100 milyon TL ve altı net satışa sahip şirketler ise 2,45 ağırlıklı ortalamayla son sırada yer almaktadır.

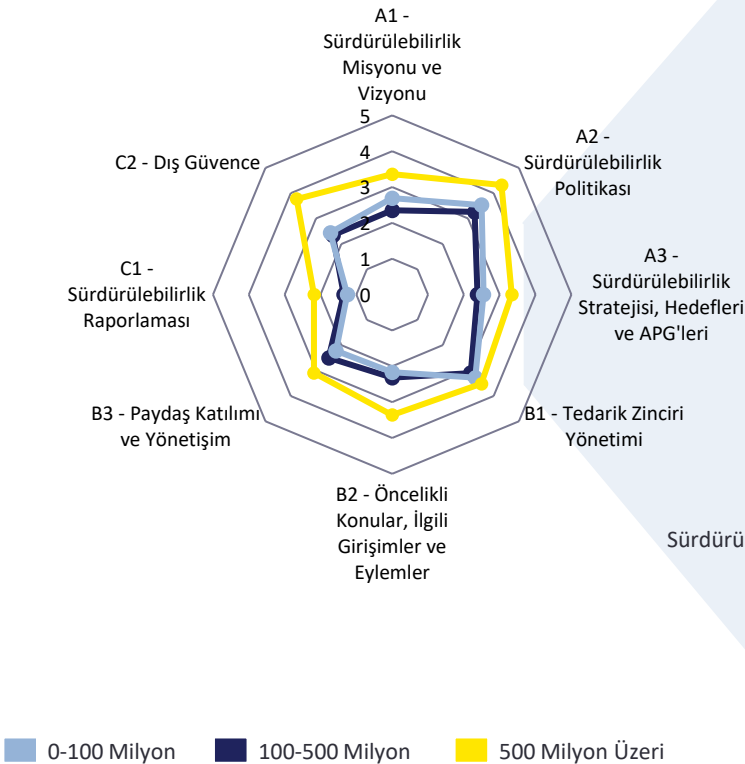
Şirketlerin sürdürülebilirlik stratejisi, hedefleri ve APG'lerinin detaylı olarak analiz edilebilmesi için, ilgili kısımdaki başlıklar denk gelen dönüşüm stratejilerine göre sınıflandırılmıştır. Böylece net satış büyüklüğüne göre şirketlerin dönüşüm stratejilerinde konumlandırılması hedeflenmiştir.

«A3 – Sürdürülebilirlik Stratejisi, Hedefleri ve APG'leri» detaylandırılıp, dönüşüm stratejilerine denk gelen cevaplar, şirketlerin net satış büyüklüklerine göre incelenmiştir. Şirketlerin verdiği cevaplar «5 – En iyi», «1 – En kötü» olarak sınıflandırılmıştır.

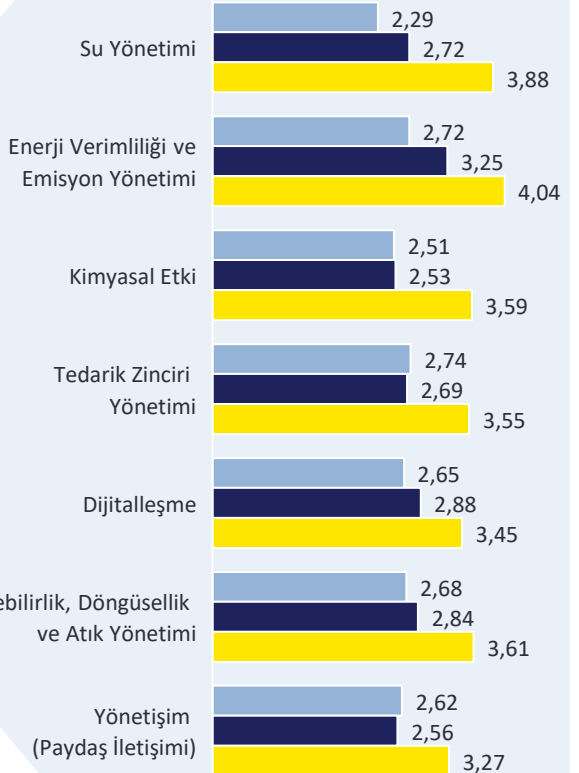
Buna göre 500 milyon TL ve üzerinde net satışı olan şirketler her konuda diğer şirketlere kıyasla daha yüksek puan almıştır. Özellikle enerji verimliliği ve emisyon yönetiminde büyük ölçekli şirketlerin diğerlerinden ayrıştığı görülmektedir.

Su yönetimi ve yönetim (paydaş iletişimi) unsurlarında sektör ortalamasının diğer konulara kıyasla daha düşük olduğu değerlendirilmektedir.

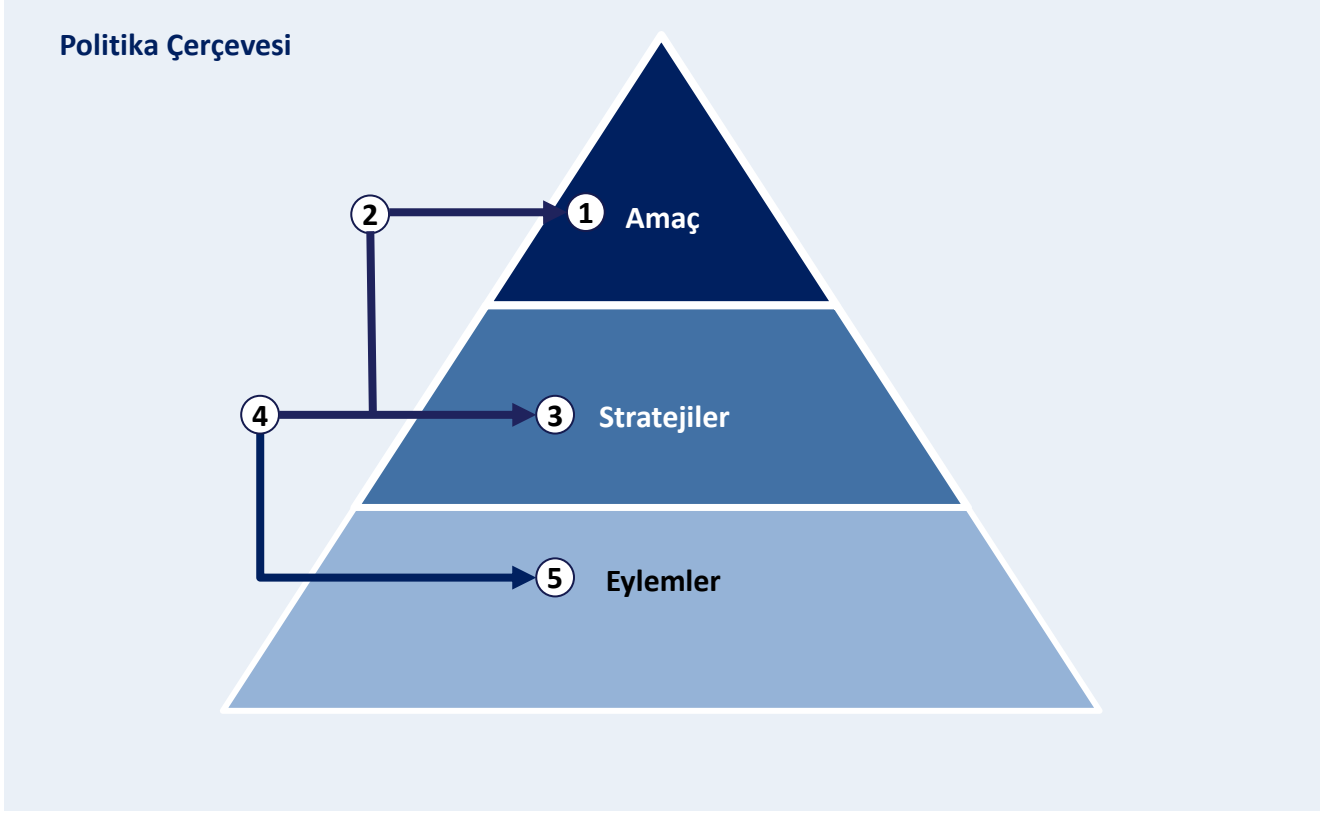
Şirketlerin Net Satışlarına Göre Tekstil Sektörü AYM-Uyumlu Sürdürülebilirlik Olgunluk Modeli Sonuçları



Dönüşüm Önceliklerine Ait Olgunluk Puanları (1 – En Kötü, 5 – En İyi)



Türkiye hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün AYM'nin getirdiği politika çerçevesini uyum sağlamak ve küresel rekabette rakip ülkelerden ayrışabilmek adına AYM-uyumlu dönüşümünün gerçekleştirilebilmesi için amaç, stratejiler ve eylem önerilerini içeren bir politika çerçevesi tasarlanmıştır.



Politika Çerçevesi: AYM-uyumlu dönüşümün gerçekleştirilebilmesi için tasarlanan politika çerçevesi amaç, stratejiler ve eylemleri kapsamaktadır.

1 - Amaç: Türkiye hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün AYM-uyumlu sürdürülebilirlik dönüşümünü en hızlı ve etkili şekilde sağlayarak sektörün küresel rekabette daha fazla ayrışmasını sağlamak

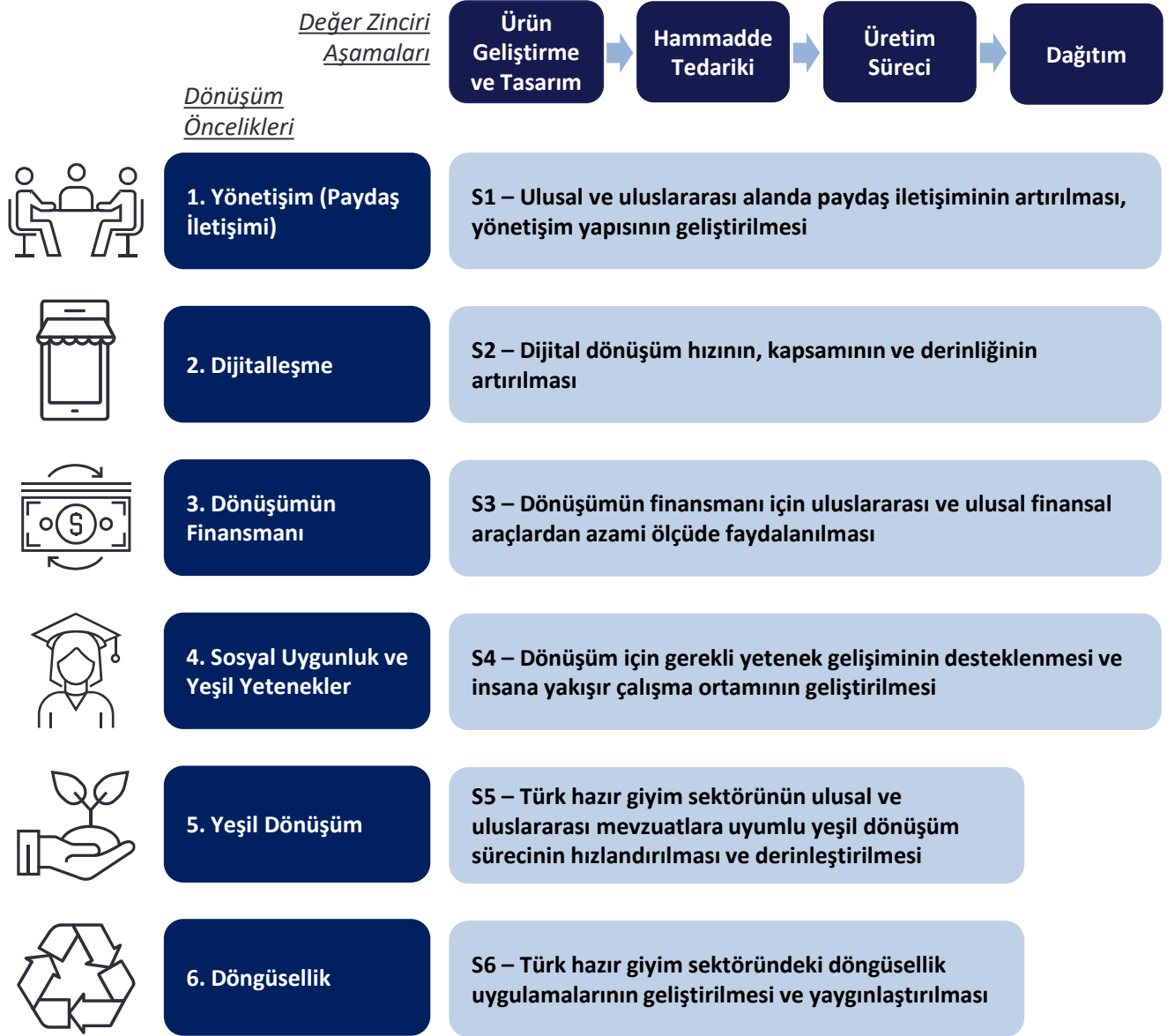
2 - Dönüşüm Alanları: Amaca ulaşmayı sağlayacak, Avrupa Yeşil Mutabakatı mevzuat çerçevesinin sektör için işaret ettiği **6 stratejik dönüşüm odağı**

3 - Stratejiler: Stratejiler, Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün AYM-uyumlu dönüşüm öncelikleri kapsamında oluşturulmuştur. Bu kapsamda yapılan mevzuat incelemelerinde tespit edilen dönüşüm önceliklerine karşılık gelen **6 strateji** oluşturulmuştur.

4 - Dönüşüm stratejilerinin gerçekleştirilmesi için gerek Hazır Giyim İhracatçı Birlikleri'nin faaliyet alanları, gerekse sektöre yön veren kamu otoritelerinin çalışma alanları dikkate alınmıştır. Bu çerçevede, ulusal ve sektörel stratejiler ve eylem planları incelenmiştir ve ilgili paydaşlarla iletişimi yapılmıştır.

5 - Eylemler: Eylemler hazır giyim sektöründe kısa ve orta vadede hayata geçirilmesi gereken faaliyetler olarak 6 stratejinin altında konumlandırılmışlardır. Bu kapsamda toplamda **40 eylem** hazırlanmıştır.

Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörü değer zincirinin AYM-uyumlu yeşil dönüşümünü sağlamak için 6 dönüşüm önceliği belirlenmiştir. Bu dönüşüm önceliklerine karşılık gelen 6 temel strateji ve bu stratejilerin hayata geçirilmesini sağlayacak 40 eylem tasarlanmıştır.



Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörü için belirlenen 6 dönüşüm önceliğinin önemi hazır giyim sektörüyle gerçekleştirilen anket çalışması ve verilerin işlendiği AYM-Uyumlu Sürdürülebilirlik Olgunluk Modeli sonuçlarıyla gösterilmiştir.

1. Yönetişim (Paydaş İletişimi)

S1 – Ulusal ve uluslararası alanda paydaş iletişiminin artırılması, yönetişim yapısının geliştirilmesi

Yürütülen anket çalışması paydaş iletişiminin geliştirilmesi gerekliliğini ortaya koymuştur. Şirketlerin %31,6'sı dış paydaşlarla iş birliği veya iletişimlerinin olmadığını belirtmiştir. Ayrıca şirketlerin %32,6'sının sürdürülebilirlik yönetimine dair yapısı bulunmamaktadır. Şirketlerin yeşil dönüşüm sürecini başarıyla yönetebilmeleri için paydaş iletişimi başlığında adımlar atmaları gerekmektedir.

2. Dijitalleşme

S2 – Dijital dönüşüm hızının, kapsamının ve derinliğinin artırılması

Ankette elde edilen verilere göre şirketlerin yalnızca %16'sının dijitalleşme konusunda hedefi ve projesi bulunmaktadır. Tedarik sürecinin takibinde kolaylık sağlayan dijital sistemlerin kullanımını artırılması gerektiği değerlendirilmektedir. Şirketlerin %27,4'ü herhangi bir bilgi teknoloji sistemi kullanmamaktadır. Dolayısıyla sektörün dijital dönüşüm adımlarına ihtiyacı bulunmaktadır.

3. Dönüşümün Finansmanı

S3 – Dönüşümün finansmanı için uluslararası ve ulusal finansal araçlardan azami ölçüde faydalanılması

Ankete katılan şirketlerin %61'i sürdürülebilirlik yatırımlarında kendi kaynaklarını kullanmıştır. Ancak şirketlerin %43,7'si gelecekteki yatırımlarını gerçekleştirilebilmek için devlet desteklerine ihtiyaç duymaktadır. Dolayısıyla yeşil dönüşümün finansmanı için şirketlerin desteklenmesi şarttır. Bu desteğin hem ulusal hem de uluslararası kaynaklardan sağlanması kritik öneme sahiptir.

4. Sosyal Uygunluk ve Yeşil Yetenekler

S4 – Dönüşüm için gerekli yetenek gelişiminin desteklenmesi ve insana yakışır çalışma ortamının geliştirilmesi

Ankete katılan şirketlerin %64'ünün en az bir sosyal uygunluk belgesi/sertifikasına sahip olduğu görülmüştür. Evrensel kodlarda devamlılık ve tedarik zincirinin iyileştirilmesi, ayrıca hazır giyim sektörü kalifiye elemana ihtiyaç duyduğu için yetenek gelişiminin desteklenmesi şarttır.

5. Yeşil Dönüşüm

S5 – Türk hazır giyim sektörünün ulusal ve uluslararası mevzuatlara uyumlu yeşil dönüşüm sürecinin hızlandırılması ve derinleştirilmesi

Ankete katılan Türk hazır giyim sektörü şirketlerinin %55,3'ü sürdürülebilirliği çok önemli olarak değerlendirmektedir. Bu şirketlerin %44'ü sürdürülebilirliğin öneminin daha da çok artacağını belirtmiştir. AYM sonrasında markalardan gelen taleplerin artması bunun göstergesidir. Dolayısıyla sektörün hem ulusal hem de uluslararası mevzuatlarla uyumlu hale getirilmesi gerekmektedir.

6. Döngüsellik

S6 – Türk hazır giyim sektöründeki döngüsellik uygulamalarının geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması

Yürütülen anket çalışmasında hazır giyim şirketlerinin çalıştığı markaların en çok geri dönüştürülmüş malzeme kullanımı konusunun üstünde durduğu tespit edilmiştir. Sektör geri dönüştürülmüş malzeme kullanımını %43,1'e çıkartmayı hedeflemektedir. Ancak sektördeki atık dönüştürme ve yeniden kullanımı konusunda proje ve faaliyetleri olan şirket oranı %15'te kalmaktadır.

Stratejiler ve ilgili eylemler (1/2)

Stratejiler	Eylemler
S1 – Ulusal ve uluslararası alanda paydaş iletişiminin artırılması, yönetim yapısının geliştirilmesi	S1.E1. Sektörde uyum sürecinin koordinasyonunu sağlamak üzere « Türk Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sürdürülebilirlik Platformu »nun etkinleştirilmesi
	S1.E2. Sektörde sürdürülebilirliğin takibini gerçekleştirebilmek adına, bir geribildirim mekanizması olarak sektörel ve akademik temsilcilerden oluşan bir danışma kurulu kurulması
	S1.E3. İlgili sektörlerle ve akademik çevre ile iletişimi arttırmak üzere, Sürdürülebilir Hazır Giyim AR-GE ve Eko-Tasarım İş Birliği Platformu 'nun kurulması
	S1.E4. Hazır Giyim Sürdürülebilirlik Komitesi kurulması, sürdürülebilir tedarikçi kavramı üzerinden AYM ile birlikte gelen tedarik zinciri ihtiyacının ve kapasitesinin analizi ve geliştirilmesi
	S1.E5. Tedarik zincirindeki tamamlayıcı sektörler için yeşil dönüşüm yol haritası geliştirilmesi ve farkındalık programlarının yürütülmesi
	S1.E6. Sektörde AYM-Uyumluluk ve Sürdürülebilirlik Bilgilendirme Kampanyası 'nın yürütülmesi
	S1.E7. « Dayanıklı Hızlı Moda Tüketici Araştırması » yapılarak Türk malı ürünlerin rakiplerine göre dayanıklılık ve uzun ömürlülükte karşılaştırmalı analizinin raporlanması
	S1.E8. Sektörde ulusal/uluslararası geçerliliği olan Sürdürülebilirlik Standartları/Belgeleri Rehberi hazırlanması
	S1.E9. Rakip ülke AYM-uyumluluğu karşılaştırmalı analizinin hazırlanması ve Sürdürülebilir Yakından-Tedarik Tanıtım Kampanyası'nın yürütülmesi
	S1.E10. « Sustainable Turkish Apparel » algısını güçlendirecek tanıtım kampanyası kurgusunun geliştirilmesi
	S1.E11. «Sustainable Turkish Apparel» algısına katkı sağlayacak etkinlik modellerinin geliştirilmesi
	S1.E12. AYM'ye uyumda uygulama örneklerini geliştirmek üzere Marka-Üretici-Alt Tedarikçi Uluslararası Mentorluk Programı geliştirilmesi
S2 – Dijital dönüşüm hızının, kapsamının ve derinliğinin artırılması	S2.E1. Dijital Dönüşüm Olgunluk Değerlendirme Çalışması ile sektör şirketlerinin mevcut olgunluk seviyelerinin ve gelişim alanlarının belirlenmesi
	S2.E2. Sektörde dijital dönüşümü desteklemek üzere sektör spesifik Dijital Dönüşüm Merkezi kurgusunun oluşturulması ve kurumsal kapasitesinin güçlendirilmesi
	S2.E3. Dijital Tek Pazara uyum stratejisinin oluşturulması ve sektör şirketlerine kılavuz niteliğinde Dijital Dönüşüm Yol Haritası nın belirlenmesi
	S2.E4. Tasarımdan Üretime ve Pazarlamaya şirketlerin tüm süreçlerinde yararlanabileceği Dijital Dönüşüm Eğitim ve Danışmanlık paketlerinin oluşturulması
	S2.E5. AB Dijital Tek Pazar stratejisine entegre bir e-ticaret altyapısının geliştirilmesi için iletişim ve farkındalık çalışmalarının yürütülmesi
	S2.E6. Yeşil Dönüşüm Teknoloji Gerekliği Haritası 'nın çıkarılması
	S2.E7. Dijital Ürün Pasaportu kurgusunun netleştirilmesi ve ilgili mevzuat düzenlemelerinin tamamlanması

Stratejiler ve ilgili eylemler (2/2)

Stratejiler	Eylemler
S3 – Dönüşümün finansmanı için uluslararası ve ulusal finansal araçlardan azami ölçüde faydalanılması	S3.E1. Devlet destek ve teşviklerini yönlendirmek üzere sektörün ulusal kalkınmada rolünü ortaya koyan ulusal ekonomik ayak izi çalışmasının yapılması
	S3.E2. Hazır giyim sektörünün dönüşümü için şirket profilleri özelinde yeşil dönüşüm finansman ihtiyaç analizinin yapılması
	S3.E3. Türk Hazır Giyim Sektörü için AYM-Uyumlu Yeşil Dönüşüm Devlet Desteği Paketi Taslağı tasarlanarak ilgili kurumlarla iletişiminin yapılması
	S3.E4. Dönüşümün finansmanında bankacılık sektöründen beklenti ve ihtiyaçların belirlenerek Örnek Yeşil Bankacılık Ürünü tasarlanması
	S3.E5. Sürdürülebilirlik teşvik/destek/kredi mekanizmalarına yönelik şirketleri bilgilendirici proje geliştirme eğitimlerinin düzenlenmesi
S4 – Dönüşüm için gerekli yetenek gelişiminin desteklenmesi ve insana yakışır çalışma ortamının geliştirilmesi	S4.E1. « Hazır Giyimde Sürdürülebilir Yönetim ve Üretim Sürekli Eğitim Modeli » geliştirilmesi
	S4.E2. « Sürdürülebilir Moda ve Eko-Tasarım Sürekli Eğitim Modeli » geliştirilmesi
	S4.E3. EKS308 sertifikasının uluslararası kabul edilişliği ve uygulanmasına ilişkin çalışmaların gerçekleştirilmesi
	S4.E4. AYM paketinde yayınlanan/yayınlanmakta olan sosyal uygunluk regülasyonlarının Türk şirketlere getireceği yeni sorumlulukları tanıtıcı rehberlerin hazırlanması
S5 – Türk hazır giyim sektörünün ulusal ve uluslararası mevzuatlara uyumlu yeşil dönüşüm sürecinin hızlandırılması ve derinleştirilmesi	S5.E1. Sürdürülebilir niteliği olan hammaddelerin ithalat politikası önlemleri kapsamı dışında bırakılmasını sağlayacak mevzuat düzenlemesinin yapılması
	S5.E2. Ürün Yaşam Döngüsü (LCA) ve Hesaplama Yöntemleri Rehberi oluşturulması ve sektörel iletişiminin yapılması
	S5.E3. AYM paketinde yayınlanan/yayınlanmakta olan regülasyonların şirketler üzerinde oluşturacağı ilave denetim yükünün analiz edildiği ve bu yükü azaltmaya yönelik önerilerin geliştirildiği bir çalışma yapılması
	S5.E4. Ulusal/uluslararası geçerliliği olacak şekilde organik ve sürdürülebilir Türk pamuğunun test edilmesi, belgelendirilmesi ve izlenebilirliğinin sağlanmasına yönelik modellerin geliştirilmesi
	S5.E5. Şirketlere yönelik « Sera Gazı Emisyonu Ölçme ve Azaltma Kılavuzu » hazırlanması
	S5.E6. Sektörün karbon ayak izinin azaltılmasına yönelik Karbon Hizmet Merkezi 'nin kurulması
	S5.E7. Sürdürülebilirlik mevzuatına yönelik Bilgilendirme Kılavuzlarının ve MET (Mevcut En İyi Teknikler) Uygulama Rehberlerinin hazırlanması
	S5.E8. Hazır giyim sektörü özelinde Su Kazanımı ve Kimyasallar Rehberi oluşturulması
S6 – Türk hazır giyim sektöründeki döngüsellik uygulamalarının geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması	S6.E1. Hazır giyim atıklarının ikincil hammaddeye dönüştürülmesine yönelik geri dönüşüm merkezi/sisteminin kurgulanması ve kurulması
	S6.E2. Döngüsel Ekonomi ve Ekosistemde Geri Dönüşüm/Atık Yönetimi Rehberleri oluşturulması ve sektörel iletişiminin yapılması
	S6.E3. Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu (Extended Producer Responsibility) konusunda sektörel pozisyonun belirlenmesi ve olası sorumluluk/maliyet paylaşımı önerilerinin geliştirilerek Avrupa Komisyonu, Bakanlıklar ve alıcı grupları nezdinde iletişiminin yapılması
	S6.E4. Geri dönüştürülmüş ürün üreten şirketler ile hazır giyim üreticilerini bir araya getirecek bir Döngüsellik Platformu kurulması