

TURQUALITY' de 46 markanın destek süresi 5 yıl daha uzatıldı

Ekonomi Bakanlığı, TURQUALITY kapsamında desteklenen markalardan 46'sının destek süresini 5 yıl daha uzatırken 16 marka da kapsama alındı. 2011'de kapsamdaki bütün firmaların ihraç ürünlerinin ortalama kilo fiyatı 2.15 dolar oldu.

ANKARA - AA

Banvit, Sinbo ve Petlas'ın da aralarında bulunduğu 16 marka, dünyanın devlet destekli ilk ve en kapsamlı marka geliştirme programı olan TURQUALITY kapsamına alındı. Ekonomi Bakanlığı'ndan yapılan açıklamaya göre, TURQUALITY programına Alvimedica, Banvit, Silver Shoe Care Products, Sinbo, Orgal, Silk&Cashmere, Kıvanc, Mitas, Hi-Slip, Petlas, Starmaxx, Sarsılmaz, So Chic, Kahve Dünyası, Bay-Döner, Nurus markaları da dahil edildi.

TURQUALITY kapsamında desteklenen 132 markanın 46'sının destek süresi ise 5 yıl uzatıldı. Destek süresi 5 yıl daha uzatılan markalar, Network, Efes, Atasay, Bosa, LTB, Çilek, Desa, Derri, Vitra, Hamam, Colins, Eti, BGN, Duru, Arko, Gilan, Goldaş, Ramsey, Hidromek, Selpak Solo, İpek-yol, Machka, Ülker, Dalin - Alex Avien, Koton, Serel, Zen, Vesbo, Damat Tween, Öztü, Pınar, Sarar, Jimmy Key, Cross, Şölen, Temsa, W Collection, Vakko, ECA, Vestel, Taç, Mavi, Söktaş, Bingo oldu.

16 yeni marka

Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, açıklamada, ihracatta yüksek katma değerli anahtarların; TURQUALITY olduğunu belirtti. Çağlayan, TURQUALITY programının yeni firma ve markalarla büyüdüğünü ifade etti. Bu kapsamda, 6'sı TURQUALITY, 10'u ise Marka Destek Programı'na olmak üzere 16 yeni markanın daha destek kapsamına alındığını belirten Çağlayan, ilk 5 yıllık destek dönemini başarıyla tamamlayan 46 markanın destek süresinin ise 5 yıl



daha uzatıldığını, halen 83 firmanın 95 markasını TURQUALITY, 34 firmanın 37 markasını ise Marka Destek Programı kapsamında desteklediklerini kaydetti.

'Prestij Ligine döndü'

Bakan Çağlayan, tasarımdan pazarlama ve satış sonrası hizmetlere kadar bütün

süreçleri kapsayan TURQUALITY'nin, Türk markaların için prestij ligine döndüğünü kaydetti.

Geçen yıl 135 milyar dolar ihracat gerçekleştirdiklerini, 2011 yılında ihraç ürünlerinin kilogram fiyatının 1,46 dolar olduğunu anımsatan Çağlayan, şunları kaydetti: "2023 yılında 500 milyar dolar mal ih-

racatı hedefine bu ortalama fiyatla ulaşmamız mümkün değil. Bunun için katma değeri artıracağız, yüksek katma değeri ürün üretip, ihraç etmemiz gerekmektedir. İşte TURQUALITY programı bu amaca hizmet etmekte. 2011 yılında TURQUALITY programına dahil firmaların ortalama ihraç ürünlerinin kilogram fiyatı 2.15 dolardır. Bu da programın başarılı bir şekilde uygulandığını ve arzu edilen sonuçlara doğru emin adımlarla yol aldığımızı kanıtlar. Benzer gelişmeyi TURQUALITY ve Marka Programlarına dahil firmaların toplam ihracat artışlarında da görüyoruz. 2006-2011 yıllarında TURQUALITY ve Marka Programlarına dahil firmalarımız ihracatlarını yüzde 60,6 gibi önemli bir oranda artırdılar.

Markalaşma, firmalarımıza uluslararası rekabette önemli bir avantaj sağlamakta, hem firmamız hem de markamızın katma değerini artırmaktadır. TURQUALITY programlarından yararlanan firmalarımızın sayısının artması, katma değeri yüksek ürünün ihracatımızdaki payını daha da artıracak, 2023 hedeflerine ulaşmamızda önemli bir basamak olacaktır."

TURQUALITY programı kapsamında, firmaların; patent, faydalı model, endüstriyel tasarım ve marka tesciline ilişkin harcamaları, ve bir dizi diğer harcamaları yüzde 50 oranında, 5 yıl süreyle destekleniyor. İlk 5 yılın sonunda kapsamdaki markaların performans denetimine tabi tutulmakta, performans düzeyi istenilen seviyenin üstündeki markalara ilave 5 yıl destek verilmektedir. Marka Programı ise esas itibarıyla firmaların TURQUALITY'ye hazırlayan bir süreç.