

“Seramik sektöründen gelen Sanayi ve Ticaret Bakanı Ali Coşkun:

## “Türkiye seramik sektörü gerek üretim gerekse ihracat performansı açısından dünya ölçeğinde önemli bir yere sahip”

Röportaj / Interview

Şerife Deniz **Ulueren**

serife@serfed.com

Minister of Industry and Trade Ali Coşkun who comes from the ceramic industry: “Turkey has a world scale significant position in terms of both the production and also export performance of the ceramic sector”

### Ali Coşkun

Sanayi ve Ticaret Bakanı

Minister Of Industry and Trade

Yıldız Teknik Üniversitesi Elektrik Mühendisliği'nden mezun oldu. İ.Ü. İşletme Fakültesi'nde Lisans üstü ihtisas yaptı. Çanakkale Seramik Fabrikaları A.Ş.; AR-TUR Turizm A.Ş.; Kaleporselen Elektroteknik San.A.Ş.; Kale Makine ve Kalıp San. A.Ş.; Kale Export Ticaret A.Ş.; Kalebodur Seramik San. A.Ş.; Türk Suudi Yatırım Holding A.Ş.; Türkiye Şeker Fabrikaları A.Ş.; Bisan Bisiklet San. ve Tic. A.Ş.; Ege Mosan Motorlu Araçlar San. ve Tic. A.Ş.; Kematex Kemaliye Tekstil San. A.Ş.; Coşkun Mühendislik Müşavirlik Ltd. Şti.; Coşkun İletişim Ltd. Şti.; Biltektaş Bilim ve Teknoloji Araçları A.Ş. gibi şirketlerde kurucu ve üst düzey yönetici olarak görevler yaptı.



He graduated from Yıldız Technical University Electrical Engineering Department. He took up graduate studies in Istanbul University Faculty of Management. He served as founder and senior executive in companies like Çanakkale Seramik Fabrikaları A.Ş.; AR-TUR Turizm A.Ş. ; Kaleporselen Elektroteknik San.A.Ş.; Kale Makine ve Kalıp San. A.Ş.; Kale Export Ticaret A.Ş.; Kalebodur Seramik San. A.Ş.; Türk Suudi Yatırım Holding A.Ş.; Türkiye Şeker Fabrikaları A.Ş.; Bisan Bisiklet San. ve Tic. A.Ş.; Ege Mosan Motorlu Araçlar San. ve Tic. A.Ş.; Kematex Kemaliye Tekstil San. A.Ş.; Coşkun Mühendislik Müşavirlik Ltd. Şti.; Coşkun İletişim Ltd. Şti.; Biltektaş Bilim ve Teknoloji Araçları A.Ş.

**Şerife Deniz Ulueren:** Siz de bir dönem seramik sektöründe çalışan bir sanayici olarak, 8 bin yıllık geçmiş kültüre sahip bu sektörün geçmişini ve sorunlarını biliyorsunuz, geleceğe yönelik düşüncelerinizi, tavsiyelerinizi öğrenebilir miyiz?

**Ali Coşkun:** Ülkede yaşanan ekonomik sorunlar ve uygulanan istikrar politikaları neticesinde inşaat sektöründe yaşanan durgunluk, iç talebin daralması, haksız rekabetin artması, ihracatta fiyat tavizlerinin verilmesi, dış pazarlarda Türk Malı imajının oluşmaması, teknolojiye dışa bağımlılık, sektörde yaşanan genel sorunlardır. Bunların yanı sıra ülkemizde enerji maliyetlerinin diğer ülkelere göre yüksek olması doğalgaz kullanımının istenilen yaygınlıkta olmaması, deniz ve demiryolu ulaşımının yeterince gelişmemiş olması ve karayolu taşımacılığına bağımlı kalınması, taşıma maliyetlerinin yüksekliliği gibi nedenler de sektörün uluslararası rekabet gücünü olumsuz yönde etkilemektedir.

Tüm bunlara rağmen Türkiye seramik kaplama malzemeleri sektörü ihracatını arttırarak sürdürmektedir. Hem gerçekleştirdiği ihracat miktarları hemde AB ile Gümrük Birliği sonucu sıfırlanan ithalat vergilerine rağmen ithalatın artmaması, sektörün uluslararası ölçekte belli bir rekabet gücüne ulaştığını göstermektedir.

Sonuç olarak, Türkiye seramik kaplama sektörünün gerek üretim gerekse ihracat performansı açısından dünya ölçeğinde önemli bir yere sahip olduğu ve bunun öngörü döneminde de devam edeceği söylenebilir. Ham madde kaynaklarının ülkemizde zengin olması, sektörde yeni teknolojilerin kullanılması ve dinamik bir yatırım ortamının bulunması bu eğilimin devam etmesini sağlayacak unsurlardır.

Ülkemizde konut ihtiyacının sürekli artması ve kişi başına tüketimin düşük düzeylerde olması; son yıllarda istikrarsız bir seyir izleyen yurtiçi talebin tekrar artış eğilimine gireceği konusunda olumlu beklentiler oluşmaktadır. İnşaat sektörünün hareketli olduğu dönemlerde kişi başına düşen seramik kaplama malzemeleri tüketiminin artacağı ve bunun da yurtiçi talebi pozitif yönde etkileyeceği bir gerçektir.

**Şerife Deniz Ulueren:** You, as an industrialist who served in the ceramic industry for a time period, are aware of the past and the problems of this industry with a 8,000 year old culture; may we learn your ideas and recommendations for the future?

**Ali Coşkun:** The overall problems experienced in the industry are the stagnation in the construction industry as a result of the economic problems undergone in the country and the stability policies implemented, shrinkage of internal demand, increase in unfair competition, price concessions in exports, lack of Made in Turkey image in external markets and external dependency in technology. In addition, the fact that energy costs in our country are high compared to other countries, that consumption of natural gas is not prevalent enough, that marine and railway transportation have not advanced adequately and the dependency on land transportation, high transportation costs also affect the international competitiveness of the industry adversely.

Still, Turkish ceramic tile industry continues with its exports in an increasing manner. The export volumes achieved and also the fact that imports have not increased notwithstanding the import duties which were eliminated due to the customs union with EU show that the industry is competitive at an international scale.

In consequence, it can be said that the Turkish ceramic tile industry has a world scale important position in terms of both production and export performance and that this is expected to continue in the future. Rich raw material resources of our country, employment of new technologies in the industry and the availability of a dynamic investment environment are factors which will ensure that this trend will continue.

The continuous increase in housing demand in our country and low per capita consumption create positive expectations on the topic that the domestic demand, which has taken an inconsistent course in recent years, will start rising again. Per capita ceramic tile consumption will increase in periods when the construction industry is active and this will influence domestic demand positively.

“Kademeli doğalgaz fiyatlandırmasının yapılması, ulaşımda ise demiryolu bağlantılı limanların seramik sektörüne tahsis edilmesi acil olarak yapılması gerekenlerdir.”

“Stepped natural gas pricing and allocation of ports with railroad connections to the ceramic industry in transportation have to be carried out urgently.”



**Ş.D:** Seramikçilerin enerji, taşıma, haksız rekabet, finans, iç piyasa, tasarım gibi sorunları hakkında ne tür çözüm önerilerinde bulunabilirsiniz?

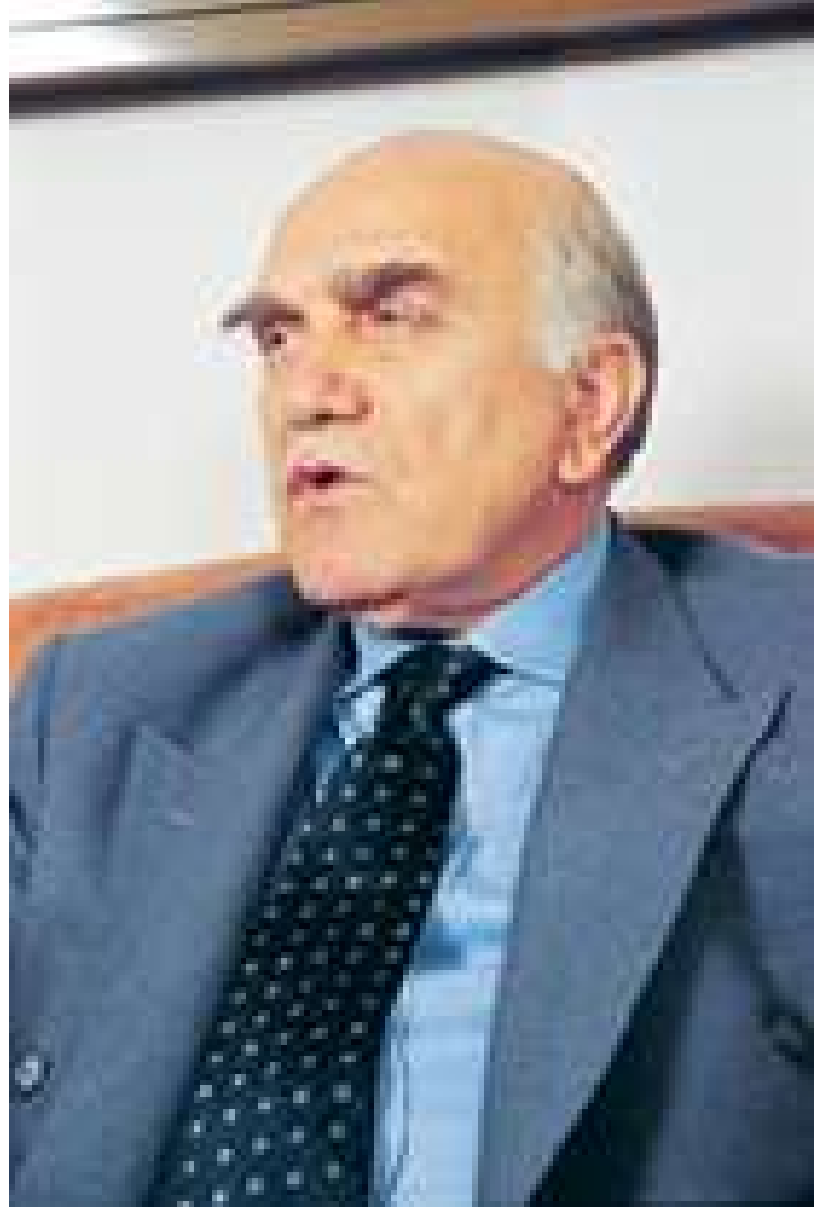
**A.C:** Sanayide kullanılan doğalgaz fiyatları OECD ülkelerinden % 26, elektrik ise İspanya'dan % 13 daha yüksek. Bunun için kademeli doğalgaz fiyatlandırmasının yapılması seramik sektöründe maliyetleri düşürecektir.

Karayolu ulaşımının pahalı olması, demir ve denizyollarının yetersiz kalması ikinci önemli unsur. Seramik sektörünün etkin ve verimli bir şekilde faydalanabileceği demiryolu bağlantılı limanların bu sektöre tahsis edilmesinin acil olarak yapılması gerekmektedir.

Bakanlığımız önde olmak üzere, bir taraftan TSE denetimlerini etkinleştirirken, diğer taraftan Seramik Araştırma Merkezi'ne yetki verilmesi uygundur. Haksız rekabet eden firmalara uygulanan yaptırımlar ağırlaştırılmalı, sınai hakların tescili ve korunması konusundaki uygulamalar iyileştirilmelidir.

İç pazarın geliştirilmesi inşaatlarda belli kalite ve standarda sahip seramik ürünlerin kullanılmasının sağlanması ile mümkündür. Yerel ve merkezi yönetimlerin, işyerlerini ve konutlarını yenilemek isteyen kurumlar ile kişilere teşvik edici tedbirler, imkanlar ve destekler sağlanması ile iç piyasayı canlandırabilecektir.

Tasarım konusunda etkin ülkelerin düzeyini yakalayabilmek için bir "Seramik Tasarım ve Moda Enstitüsü" açılması ile özgün tasarımların üretilmesi, ürün birim fiyatının yukarılara çekilmesi bakımından önemlidir. Seramik sektörünün ihtiyacı olan her düzeydeki kalifiye elemanların eğitimi ve yetiştirilmesi için gerekli düzenleme, teşvik ve desteklerin sağlanması sektörün gelişerek, geleceğe taşınmasında ayrı bir önem taşımaktadır.



**Ş.D:** What are your recommendations for solutions on the problems of ceramic businessmen like energy, transportation, unfair competition, finance, domestic market and design?

**A.C:** Prices of the natural gas used in the industry are 26 % over those in OECD countries and the price of electricity is 13 % higher than in Spain. Therefore, the implementation of stepped natural gas pricing will decrease the costs in the ceramic industry.

The fact that transportation is carried out by land, which is expensive, and that rail and marine transportation is inadequate are the next significant factors. Allocation of ports with railway connections, which the ceramic industry may utilize effectively and efficiently to this industry, must be carried out urgently.

We, as the Ministry, should make TSE supervision more effective on the one hand and on the other hand, we should delegate power to the Ceramic Research Center. Sanctions against firms carrying out unfair competition must be made more onerous and the practices on registration and protection of industrial rights must be improved.

Development of the domestic market will be possible by ensuring the use of ceramicware with specific quality and standards in buildings. Encouraging measures, facilities and support to be provided by local and central administrations to organizations and individuals who wish to renovate their business premises and residences will help the domestic market to be rejuvenated.

Opening of a "Ceramic Design and Fashion Institute" and creation of original designs is important for bringing the product unit price to higher levels to catch the level of effective countries on the subject of design. The necessary regulations for the education and development of all levels of qualified personnel required by the ceramic industry and provision of subsidies and supports are also important to allow the industry to develop and meet the requirements of the future.

**Ş.D:** Tanınmış marka ile ilgili marka mevzuatı çıkarıldığını biliyoruz. Bu konuda genel bir bilgi istiyoruz, bizi aydınlatılabilir misiniz?

**A.C:** Tanınmış markalar, 556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname'nin 7/I-ı, 8/IV, 42/1-a maddeleri ile Sınai Mülkiyetin Himayesine Mahsus Milletlerarası Bir İctihat İhdas Edilmesine Dair Paris Sözleşmesi'nin 1.mükerrer 6.maddesi ve Dünya Ticaret Örgütü Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması'nın 16.maddesinde düzenlenerek mevzuattaki yerini almış bulunmaktadır.

Kural olarak tescilli bir marka, marka sahibine, aynı veya benzer mal veya hizmetler için aynı veya benzer markalara karşı hukuki koruma sağlamasına rağmen, yukarıda bahsi geçen hukuki düzenlemeler ile tanınmış markalarda, koruma kapsamı genişletilerek farklı mal veya hizmetleri içeren markalara karşı da koruma sağlanmaktadır.

Reklam gücü yüksek, kalitesine güvenilen, sadece kullanıldığı mal veya hizmetler ile ilgili sektörde değil tüm mal veya hizmet sektörlerinde herkes tarafından bilinen markalar, marka sahiplerinin yıllar boyu süren yoğun tanıtım çalışmaları, fikri emekleri, yatırımları sonucunda tanınmış duruma gelmişlerdir. Başka kişilerin hiçbir çaba sarf etmeden tanınmış markanın imajından yararlanarak tanınmış

markayı farklı mal veya hizmetler kullanması, tanınmış markanın ayırt edici karakterinin zedelenmesine, markanın toplumda ulaştığı tanınırlık düzeyinden haksız yere yarar sağlanmasına ve markanın itibarına zarar verilmesine yol açacaktır. Günümüz rekabet ortamında, marka ihlallerine daha fazla maruz kalan tanınmış markaların daha geniş koruma kapsamına alınması gerekmektedir.

Yukarıda da bahsedildiği gibi tescilli bir marka "aynı veya ayırt edilemeyecek mal veya hizmetler" için Türk Patent Enstitüsü'nce resen korunurken, "farklı mal veya hizmetler" için korumayı marka sahipleri bizzat kendileri yapmak zorundadırlar (itiraz sistemi veya dava yolu). Bu kuralın istisnası tanınmış markalardır. Tanınmış markalarda "farklı mal veya hizmetler" için korumayı da Türk Patent Enstitüsü resen yapmaktadır. Dolayısıyla hem "aynı veya ayırt edilemeyecek mal veya hizmetler" için hem de "farklı mal veya hizmetler" için resen korunmasının sağlanması, markaların korunması için kendi çabalarına gerek olmaması nedeniyle marka sahipleri, markalarının tanınmış marka statüsüne alınmasını istemektedirler.

Tanınmış marka hususunda Türk Patent Enstitüsü'nün resen incelemesi 556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname'nin 7.maddesinde "Marka Tescilinde Ret İçin Mutlak Nedenler" başlığı altında yer almaktadır.

**"Ülkemizin gelişmesi ve toplumsal refahın sağlanması amacıyla yeni yatırımlara ihtiyaç vardır. Bu yatırımların özendirilmesi için "Yatırım Ortamının İyileştirilmesi ve Rekabetçi Duruma" getirilmesi zorunlu bulunmaktadır."**

**"New investments are needed for the development of our country and achieving social welfare. It is necessary that the "Investment Environment is Improved and is Made Competitive" to encourage such investments."**

**Ş.D:** We know that brand legislation was enacted as regards known brands. We would like to have overall information on this topic; could you please enlighten us?

**A.C:** Known brands have been covered by legislation, having been regulated under Articles 7/I-ı, 8/IV, 42/1-a of Decree Law on Protection of Trademarks No. 556; Article 6 bis 1 of Paris Convention on Establishment of an International Landmark Decision for Protection of Industrial Property and Article 16 of World Trade Organization Trade Related Intellectual Property Rights Convention.

As a rule, a registered brand allows legal protection for the trademark owner against the same or similar marks for the same and similar goods and services and by the legal regulations referred to above, the scope of protection is enhanced for trademarks, bringing protection against marks involving different

goods or services as well.

Marks known by everyone with high advertising power with trusted quality, not only in the industry relating to goods and services it is used on but in all goods or services sectors have become known as a result of intense promotional work, intellectual efforts and investments of mark owners which have lasted through the years. Use by other people of the known brand for different goods or services utilizing the image of the known brand without making any effort will give rise to injury to the identifying character of the known brand, allowing unfair advantage to be derived from the level of awareness of the brand achieved in society and will cause the reputation of the brand to be hurt. In the competitive environment of today; known brands, which sustain more and more trademark infringements, must be protected more broadly.

As we mentioned above; whilst a registered trademark is automatically

protected by Turkish Patent Institute for "same or non-distinguishable goods or services", trademark owners must carry out the protection themselves for "different goods or services" (through challenges or legal action). The exemption to this rule is the known brand. For known brands, protection is carried out automatically by Turkish Patents Institute for "different goods or services" as well. Therefore, since protection is provided automatically both for "same or non-distinguishable goods or services" and also "different goods or services" and there is no need for trademark owners to make any efforts themselves, such owners wish their marks to be recognized as known brands.

The automatic review by Turkish Patents Institute on the subject of known brands is covered under the heading "Absolute Reasons for Denial in Trademark Registration" in Article 7 of Decree Law on Protection of Trademarks no. 556.

7.maddenin 1.fıkrasının ı bendine göre "Sahibi tarafından izin verilmeyen Paris Sözleşmesi'nin 1.mükerrer 6.maddesine göre tanınmış markalar" başkası adına tescil edilemezler. Bir markanın tanınmış marka olup olmadığı hususunda karar verecek görevli ve yetkili makam ise 06.11. 2003 tarih ve 5000 sayılı Türk Patent Enstitüsü Kuruluş ve Görevleri Hakkında KHK'de Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun'un 13.maddesinin d bendine göre Türk Patent Enstitüsü Markalar Daire Başkanlığı'dır. Marka sahipleri tescilli markalarının "tanınmış marka" statüsüne alınma taleplerini bir dilekçe ile Markalar Dairesi Başkanlığı'na iletmektedirler. Bu dilekçeye ek olarak markalarının neden tanınmış olduğunu, promosyon çalışmaları gibi talepleri ispatlayıcı belgeler, deliller sunmaktadırlar. Tanınmış marka başvuruları altı ay içerisinde ilgili komisyon tarafından "tanınmış marka kriterleri"ne göre incelenerek sonuca bağlanmaktadır. Komisyon incelemesi sonucundaki olumlu kararlar markanın niteliğine göre "sektörel tanınmışlık" veya "tüm sektörlerde tanınmışlık" şeklinde olabilmektedir.

**Ş.D:** Haksız yere kullanılan marka konusu rekabet açısından olumsuz etkiler yapıyor. Yabancılar da Türkiye'de marka alma konusunda çekingen davranıyorlar. Türkiye'de bu tür işlerde hukuk yavaş işliyor. Cezai yaptırımlar yeterli mi veya ne tür yaptırımlar uygulamayı düşünüyorsunuz?

**A.C:** Marka hakkı ihlaline ilişkin cezai hükümler, Markaların Korunması Hakkındaki 556 sayılı Kanun Hükmünde Kararname'nin 61.maddesinde düzenlenmiştir. Bu hükümler kapsamında hapis cezası, ağır para cezası, işyerinin kapatılması ve belirli süreler için ticaretten men cezaları mevcuttur. Ayrıca, Türk Ticaret Kanunu'nun haksız rekabete ilişkin hükümleri de uygulama kabiliyetine haizdir.

Türkiye'de yabancı firmaların marka tescil ettirme konusunda çekingen davrandıkları söylenemez. Eldeki istatistiki bilgilere göre: 2002 yılında tescil edilen yerli marka sayısı 13 bin iken yabancı marka sayısı 6 bin. 2003 yılında yerli marka sayısı 14 bin iken yabancı marka sayısı 7 bin. 2004 yılında ise yerli marka sayısı 18 bin iken yabancı marka sayısı 9 bin dolaylarında olmuştur.

Under clause (ı) of paragraph 1 of Article 7, known brands under Article 6 bis 1 of Paris Convention, not authorized by their owners, "may not be registered" in the name of any other person. The competent and authorized body to decide whether a brand is known or not is Turkish Patent Institute Trademarks Department under clause (e) of Article 13 of Act on Amendment on Decree Law on Establishment and Duties of Turkish Patent Institute dated November 06, 2003, no. 5000. Brand owners deliver their claims for being recognized as "known brand" for their registered trademarks to Trademarks Department with an application form. Attached to this application form, they submit documents and evidence showing why their trademarks is known and their promotional work, etc. Known brand applications are reviewed and concluded within six months by the relevant commission based on "known brand criteria". The affirmative decisions as a result of Commission's reviews may be in the form of either "sectoral recognition" or "all sectors recognition" depending on the nature of the trademark.



**Ş.D:** The matter of unfairly used trademark creates adverse effects in terms of competition. Foreigners are reluctant to get trademarks in Turkey. Law operates slowly in these types of affairs in Turkey. Are criminal sanctions adequate or what type of sanctions are you planning to impose?

**A.C:** Criminal sanctions as regards trademark infringements are regulated by Article 61 of Decree Law no. 556 on Protection of Trademarks. These provisions incorporate imprisonment, heavy fines, closure of the business and trade bans for specific periods. Furthermore, unfair competition related provisions of Turkish Commercial Code are enforceable.

It cannot be said that foreign firms in Turkey are reluctant to have their trademarks registered. According to the available statistical data; whilst the number of domestic trademarks registered in 2002 was 13,000, the number of foreign trademarks was 6,000. The number of domestic trademarks in 2003 was 14,000, with the number of foreign trademarks 7,000. In 2004, the number of domestic trademarks was 18,000 and the number of foreign trademarks was around 9,000.

“İnşaat sektörünün hareketli olduğu dönemlerde kişi başına düşen seramik kaplama malzemeleri tüketiminin artacağı ve bunun da yurtiçi talebi pozitif yönde etkileyeceği bir gerçektir.”

**Ş.D:** Patent konusunda yeterli kanıt bulunduğu takdirde tedbir ve önlem alınabilir mi?

**A.C:** Yürürlükteki patent mevzuatına göre dava açan ve açacak olan kişiler, dava konusu patentin Türkiye’de kullanılmakta olduğunun veya kullanılması için ciddi ve etkin çalışmalar yapıldığının ispat edilmesi şartıyla, davanın etkinliğini temin etmek üzere mahkemeden ihtiyati tedbir talebinde bulunabilirler. Anılan mevzuatımızda, ihtiyati tedbirin, verilecek hükmün etkinliğini tamamen sağlayacak nitelikte olması ve özellikle aşağıda belirtilen tedbirleri kapsamaması gerektiği

belirtilmiştir:

1. Davacının tecavüz teşkil eden fiillerin durdurulması;
2. Sınai haklarına tecavüz edilerek üretilen veya ithal edilen şeylere veya patenti verilmiş usulün icrasında kullanılan vasıtalara, Türkiye sınırları içinde veya gümrük ve serbest liman veya bölge gibi alanlar dahil, buldukları her yerde el konulması ve bunların saklanması;
3. Herhangi bir zararın tazmini bakımından teminat verilmesi.

**Ş.D:** Can measures be adopted if adequate evidence is found relating to patents?

**A.C:** Under the current patent regulations, persons who initiate or to initiate action may request interlocutory injunction from the Court to ensure the effectiveness of the action, provided it is proven that the patent, which is the subject of the action is being used in Turkey and

serious and effective efforts are pursued for its use. In the said legislation, it is provided that the interlocutory injunction is of nature to ensure fully the effectiveness of the decision to be rendered and specifically covers the following measures as specified below:

1. Stoppage of infringing actions of the Defendant;

2. Seizure of goods produced or imported by infringing on industrial rights or vehicles in execution of the patented procedure everywhere within borders of Turkey, including customs, free ports and zones and safeguarding of the same;

3. Provision of security for indemnification of any incurred losses.

“Per capita ceramic tile consumption will increase in periods when the construction industry is active and this will influence domestic demand positively.”

**Ş.D:** AB standartlarına uygun KOBİ Tanıtımı Kanun Tasarısı hazırlanıyordu, gelişmeler ne aşamada, bilgilendirebilir misiniz?

**A.C:** Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Kuruluş Kanunu’nda KOBİ tanımları ile ilgili bir madde eklenmiş olup, konuyla ilgili olarak Sanayi ve Ticaret Bakanlığı ilgili kuruluşlarla ortak çalışmalarını sürdürmektedir.

**Ş.D:** AB süreci ve yabancı yatırım açısından ülkemize yansımaları hakkında neler düşünüyorsunuz?

**A.C:** Ülkemizde yıllardır hasreti çekilen istikrarlı bir ortamın oluşması ile Avrupa Birliği’nce ülkemize müzakere tarihlerinin verilmesi ve dünya konjonktüründeki gelişmeler çerçevesinde son zamanlarda doğrudan yabancı yatırımcıların gelmesi ümit edilmektedir. Ülkemizin gelişmesi ve toplumsal refahın sağlanması amacıyla yeni yatırımlara ihtiyaç vardır ve bu yatırımların özendirilmesi ve sürdürülmesi için “Yatırım Ortamının İyileştirilmesi ve Rekabetçi Duruma” getirilmesi zorunlu bulunmaktadır. Bu bağlamda, özellikle otomotiv ve finans sektörlerindeki kaydadeğer gelişmeler gözlenmektedir. Temenni ediyoruz ki, yabancı yatırımcıların ülkemize yatırım yapması, yeni teknoloji, know-how, yönetim becerisi, sermaye, dış pazarlara erişim ve istihdam artışı ile birlikte ülkemiz ekonomisine çok önemli yansımalar olacağı bir gerçektir.

**Ş.D:** A bill was being prepared for SMSEs in line with EU standards. Could you advise us on its stage of development?

**A.C:** An Article relating to SMSE promotions to the Ministry of Industry and Trade Establishment Act and Ministry of Industry and Trade is continuing with its joint efforts with applicable agencies on the matter.

**Ş.D:** What do you think of the EU process and its reverberations in our country in respect of foreign investment?

**A.C:** As a long yearned stable environment is created in our country, it is hoped that direct foreign investors arrive at our country as negotiation dates are given for our country by European Union and the developments in world events. New investments are needed for the development of our country and achieving social welfare. It is necessary that the “Investment Environment is Improved and is Made Competitive” to encourage such investments. In this context, there are notable developments especially in the automotive and finance sectors. We hope that there will be very significant reverberations in the economy of our country as foreign investors invest in our country and the increase in new technologies, know-how, management skills, capital, access to international markets and increase in employment