



İNGİLTERE

Ülke Raporu

Aktif Giyim. Şubat 2022

Bu pazar araştırma raporu



tarafından aktif giyim ihracatçısı
firmaların hedef pazarlar hakkında
derinlemesine bilgi sahibi olmalarını
sađlamak amacıyla



firmasına hazırlatılmıştır.



YASAL UYARILAR

Bu rapor, yapılan bir araştırma sonucunda elde edilen verilerin raporun yazarları tarafından analiz edilmesine dayanarak hazırlanmıştır. Bu rapor Zobu Consulting Ltd. uzmanları tarafından hazırlanmıştır ve her hakkı saklı olup hazırlayan kişilere aittir. Hiçbir bölüm ve paragrafı kısmen veya tamamen ya da özet halinde herhangi bir şekilde çoğaltılamaz, dağıtılamaz. Normal iktibaslarda, kaynak gösterilmesi zorunludur. Bu raporun kullanım hakkı İHKİB'e aittir. Raporda yer alan ve üçüncü taraflara ait bilgilerin bir kısmı "ticari sır" niteliğinde gizli bilgiden oluşmaktadır. Söz konusu bu bilgilerin, her ne koşulda olursa olsun, bu raporun hizmet gördüğü çerçevenin dışına çıkarılması Türkiye Cumhuriyeti Kanunlarına göre cezalandırılacak suç niteliği taşıyabilir. Periskop ve Zobu işaret ve şekilleri Zobu Consulting Ltd. Şti'nin doğrudan veya iştirak etmiş olduğu tescilli ve müseccel markalarıdır.

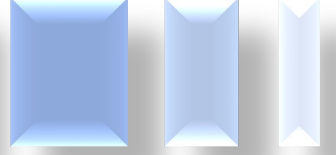
İçindekiler

I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID-19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	31
4.	Bölgesel ve Sektörel Ekonomik Durum	33
III.	Yasal Düzenlemeler	40
IV.	Dış Ticaret, Pazar Dinamikleri ve Rekabet	44
V.	Sektörel Trendler	56
VI.	Satış ve Dağıtım Kanalları	70
VII.	Ekler	82

İçindekiler

I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID-19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	31
4.	Bölgesel ve Sektörel Ekonomik Durum	33
III.	Yasal Düzenlemeler	40
IV.	Dış Ticaret, Pazar Dinamikleri ve Rekabet	44
V.	Sektörel Trendler	56
VI.	Satış ve Dağıtım Kanalları	70
VII.	Ekler	82

Amaç ve Kapsam



Amaç

- ❖ Aktif giyim ürünlerinin alt ürün grupları bazındaki büyüklüğü, gelecekteki büyüme beklentisi ve eğilimlerini ortaya koymak,
- ❖ Sektörle ilgili pazarın gelişimini etkilemesi muhtemel asli unsurlar (tehditler, fırsatlar, sektör özelindeki riskler vb) hakkında ayrıntılı bilgiler sunmak,
- ❖ Pazardaki rekabet ve rekabet karşısında firmaların alması gereken önlemleri analiz etmek,
- ❖ Pazar büyüklüğünü ve geleceğe yönelik büyüme beklentilerini alt ürün grupları bazında miktar ve tutar olarak öngörmek,
- ❖ Pazardaki fiyat seviyeleri ve ortalama kar marjlarına ilişkin bilgilerin yanı sıra müşteriye erişim kanal ve yollarını incelemek,
- ❖ Pazardaki yerel rekabetin ve önemli rakipleri analiz etmek ve
- ❖ Pazardaki önemli alıcıları belirlemek ve alıcılara erişim için fırsatların değerlendirilmelerini yapmak.



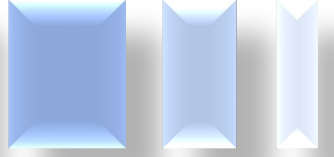
Kapsam



- ❖ İngiltere aktif giyim ürün gamında bulunan ürünler
- ❖ Markalar, üreticileri, ithalatçılar, toptancılar ve büyük perakendecileri.



Pazar Tanımı



Bu raporda konu edilen pazar aktif giyim pazarıdır. Pazarı oluşturan ürün grupları İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği tarafından tanımlanan ana ürün gruplarıdır. Bu gruplar aşağıdaki gibidir.

Örme spor kıyafetleri,
kayak, yüzme kıyafetleri

Emdirilmiş, sıvanmış
mensucattan örülmüş
giyim eşyası

Plastik, kauçuk sıvanmış,
emdirilmiş elyaftan hazır giyim
eşyası

Spor, kayak ve yüzme
kıyafetleri diğer giyim
eşyası (örülmemiş veya
kroşe olmayan)

Rapor kapsamında incelenmiş olan ürünlere ait G.T.İ.P. Kodları aşağıda listelenmiştir.

6112

6113

6210

6211

Veri Kaynakları



Araştırma Yöntemi

Makro Ekonomik Durum

- Ülkenin genel ekonomik durumu
- Risk profili
- GSYİH ve büyüme
- Nüfus ve demografik bilgiler
- Bölgesel iktisadi farklılıklar

Sektörel Trendler

- Seçilmiş ürün grupları bazında sektör büyüklüğü
- Sektör trendleri
- Büyümeyi ve karlılığı tetikleyici unsurlar:
 - Marka büyüme kararları, tüketici satınalma eğilimleri sektördeki gelişmeler ve beklentiler
 - Perakende, vb ilişkili sektörlerdeki durum ve gelişmelerin sektör üzerindeki etkileri

Yasal Düzenlemeler

- Ülkedeki vergi ve iş hukuku düzenlemeleri
- Yasal ortam (iş yapma kolaylığı)
- Yolsuzluk endeksi
- İş kanunları
- Ülkedeki ithalat duvarları, üretim teşvikleri
- Yabancı ürünlere karşı hükümet politikaları

Pazar Dinamikleri ve Rekabet

- Pazarın tahmini büyüklüğü, kategori veya ürün ailesi bazında
- Pazar payları, fiyat seviyeleri
- Talebin doğası, sezonsallık yaratan unsurlar
- Pazarda beklenen büyüme
- Rakipler, rakiplerin ürün portföyleri ve güçlü/ zayıf yönleri
- Rakiplerin marka/ ürün portföyü konumlandırmaları
- Satın almadaki karar kriterleri, müşteri tercihleri
- Rakiplerin satış ve pazarlama faaliyetleri
- Marka algısı, rakiplerin marka konumlandırmaları

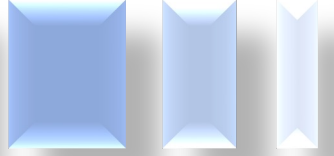
Satış/ Dağıtım Kanalları

- Satış kanalı yapısı
- Pazarın satış kanalları bazında kırılımı
- Kanala özel ticari hususlar
- En büyük kanal ortakları ve özellikleri
- Depolama gereksinimi ve altyapısı
- Diğer operasyonel gereksinimler

İçindekiler

I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID-19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	31
4.	Bölgesel ve Sektörel Ekonomik Durum	33
III.	Yasal Düzenlemeler	40
IV.	Dış Ticaret, Pazar Dinamikleri ve Rekabet	44
V.	Sektörel Trendler	56
VI.	Satış ve Dağıtım Kanalları	70
VII.	Ekler	82

Makro Ekonomik Durum



İngiltere Avrupa Kıtasının
2.nci ve dünyanın 6.nci
büyük ekonomisidir
(Aralık 2021).

2

2,7

İngiltere ekonomisi 2021 yılı
rakamlarına göre 2,7 Trilyon
ABD Doları büyüklüğündedir
(Aralık 2021).

Türkiye'nin 1/3'ünden
küçük yüzölçümüne
rağmen ülkenin
nüfusu 67,08 Milyon
kişidir (Aralık 2021).

67,0

42

Kişi başına
G.S.M.H. 41.811
ABD Dolarıdır
(Aralık 2021).

Tüketici fiyat
enflasyonun
%6,2
seviyesindedir
(Şubat 2022).

6,2

3,9

İşsizlik oranı
%3,9
seviyesindedir
(Şubat 2022).

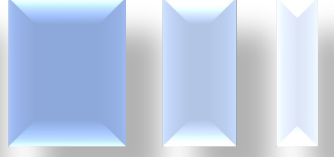
2021



İçindekiler

I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID-19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	31
4.	Bölgesel ve Sektörel Ekonomik Durum	33
III.	Yasal Düzenlemeler	40
IV.	Dış Ticaret, Pazar Dinamikleri ve Rekabet	44
V.	Sektörel Trendler	56
VI.	Satış ve Dağıtım Kanalları	70
VII.	Ekler	82

Ülkenin Genel Ekonomik Durumu



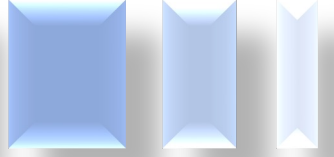
Gelir Seviyesi	Yüksek Gelir	Kalkınma Seviyesi	Kalkınmış Ülke
Ekonominin en önemli tüketim kalemi	İngiltere nüfusunun ihtiyacı olan gıdanın % 60'ını, sahip olduğu işgücünün %2'sine denk gelen bir gıda-tarım sektörü ile karşılayabilmektedir. Ülke aynı zamanda gelişmiş bir hizmetler sektörüne sahiptir.		
Ticaret	En önemli dış ticaret ortakları: ABD, Almanya ve Çin'dir. En önemli ihraç ürünleri: Sanayi makineleri, motorlu vasıtalar ve parçaları ile kıymetli taş ve metallerdir.		
En Önemli Sanayi Dalları	Makine, elektrikli güç ekipmanları, otomasyon ve demiryolu ekipmanlarıdır.		

Birleşik Krallık ekonomisindeki büyüme, 2016 yılındaki BREXIT oylamasından sonra yönünü aşağıya doğru çevirmiştir. COVID-19 ile birlikte 2020 yılında, 2. Dünya savaşından sonraki en derin durgunluğa giren İngiliz ekonomisi 2021 yılında kendisini toparlamaya başlamıştır. 2020 yılında % 9,9 oranında küçülen ekonomi, 2021 yılında %5,3 büyüme göstermiştir. 2022 yılında %5,1 büyümesi beklenen ekonomi, Rusya Federasyonu ve Ukrayna arasındaki gerilimden etkilenmesine rağmen, tüketici güveni güçlenmeye devam etmektedir. Bunun ile birlikte toparlanmanın 5 yıllık bir döneme yayılacağı öngörülmektedir.

TEMEL GÖSTERGELER	2018	2019	2020	2021	2022
GSMH (Trilyon dolar)	2	2	2	3	3
Kişi Başına GSMH (dolar)	43	42	40	46	49
Genel Hükümet Dengesi (GSMH'nin %)	-2,3	-2,3	0,5	-5,0	-4,8
Genel Hükümet Brüt Borcu (GSMH'nin %)	85,7	85,2	103,7	107,1	109,1
Enflasyon Oranı (%)	2,5	1,8	3,2	4,5	6,5
İşsizlik Oranı (%)	4,1	3,8	4,5	6,1	6,3
Cari Açık (Milyar dolar)	-110,69	-87,65	-106,51	-121,50	-133,50
Cari Açık (GSMH'nin %)	-3,9	-3,1	-3,9	-3,9	-4,0

KAYNAK: IMF

Ülkenin Genel Ekonomik Durumu



İngiltere havacılık ve ilaç sanayileri başta olmak üzere dünyanın en gelişmiş teknolojiye sahip üretim sektörlerine ev sahipliği yapmaktadır.

Ülke aynı zamanda GSMH'nın sadece %0,6'sı büyüklüğünde olmasına rağmen çok verimli bir tarım sektörüne de sahiptir.



Ülke kuzey denizinde zengin petrol yataklarına sahip olup, dünyanın onuncu büyük petrol üreticisi konumundadır. Bunun da ötesinde BP ve Shell gibi ülke şirketleri dünyanın her yerinde petrol arama, dağıtım ve perakende ticaretinde söz sahibi olmasından dolayı bu şirketler bazı pazarlarda tekel konumuna evrilmiştir.

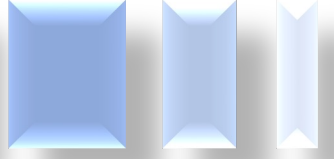


GSMH'nın % 71'i ve istihdamın %81'i hizmetler alanında faaliyet göstermektedir. Ülke ekonomisinin güç kaynağı olan finansal hizmetler sektörü, ülke AB'den ayrılmış olsa da dünyanın en önemli iki finans merkezinden olmasına destek olmaktadır. Ülke aynı zamanda çok sayıda büyük şirkete ev sahipliği yapmaktadır.



KAYNAK: IMF, Lloyd Bank

Ülkenin Genel Ekonomik Durumu



Aşağıda İstanbul ve İngiltere'nin başkenti Londra'daki bazı ürünlerin fiyat karşılaştırmaları yer almaktadır.

(Şubat 2022)

	İSTANBUL	LONDRA
2 kişi- 3 kap yemek, orta sınıf restoranda	200,00 TL	724,31 TL
Su (0,33 Litre)	2,33 TL	13,76 TL
Coca-Cola/Pepsi (0,33 Litre)	5,96 TL	17,49 TL
Benzin (1 Litre)	7,66 TL	16,70 TL
Süt (1 Litre)	7,17 TL	11,23 TL
Domates (1 Kg)	6,60 TL	26,21 TL
Tek Yön Toplu Taşıma Bileti	4,00 TL	31,39 TL
Peynir (1 Kg)	53,62 TL	73,17 TL
Kira – 3 yatak odalı apartman dairesi, şehir merkezinde	6.043,81 TL	41.389,18 TL
Aylık ortalama ücret	3.861,59 TL	38.009,31 TL

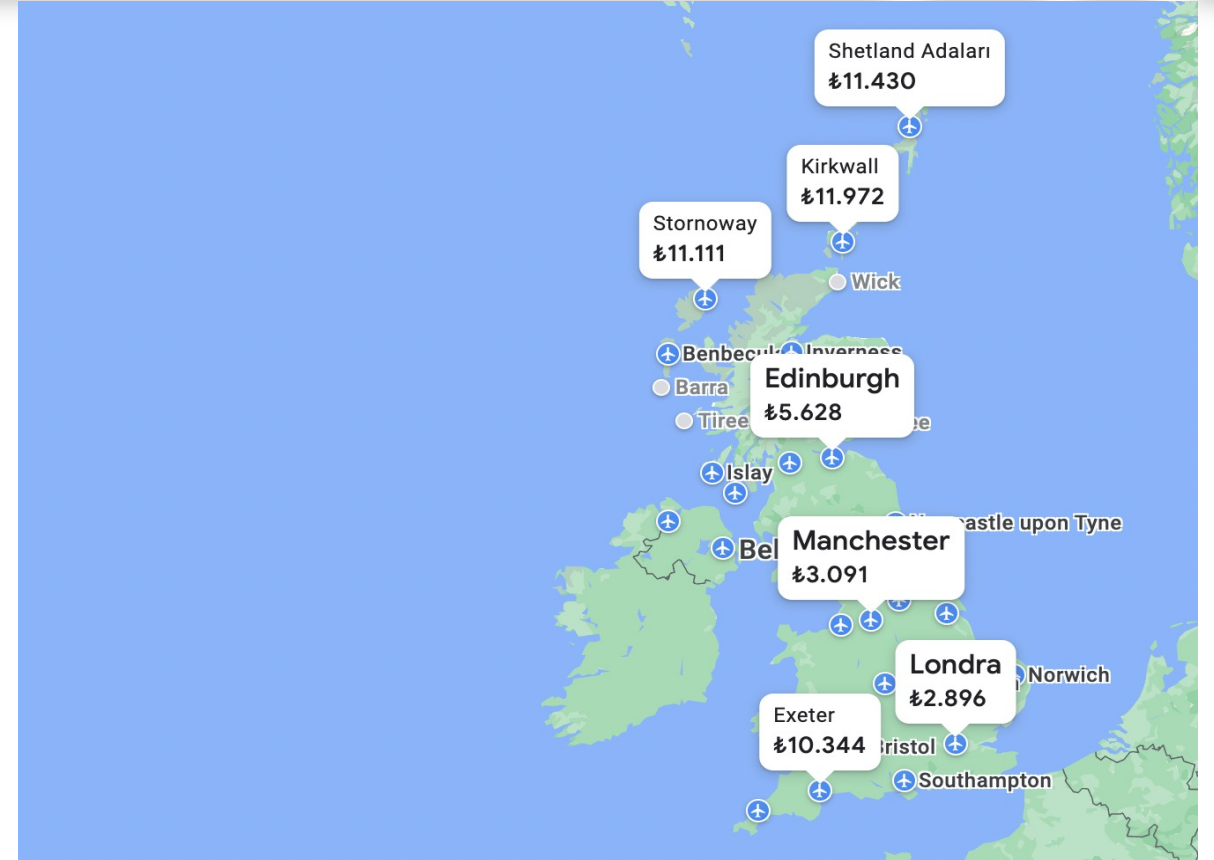
Gündelik Yaşam ve Fiyatlar

Türkiye'deki 6 havalimanı ile İngiltere'deki 19 havalimanı arasında tarifeli ve sezonluk karşılıklı uçuşlar bulunmaktadır.

Bununla birlikte, İngiltere ile Türkiye arasında gerçekleştirilen uçuşların yarısı Londra'da bulunan Stansted Gatwick ve Heathrow havalimanları ile İstanbul'da bulunan İstanbul ve S. Gökçen Havalimanları arasında düzenlenmektedir.

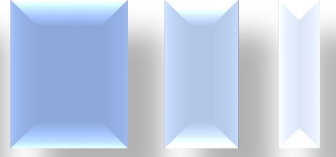
Pandemi döneminde yoğun kısıtlamalar yaşanmış olsa da İngiltere'ye uçuşlar tekrar yoğunlaşmaya başlamıştır.

Bu bölümde Türkiye'den İngiltere'nin farklı şehirlerine düzenlenecek bir iş seyahati için gidiş dönüş seyahat ücretleri gösterilmiştir (Şubat 2022)



KAYNAK: GOOGLE TRAVEL

Gündelik Yaşam ve Fiyatlar

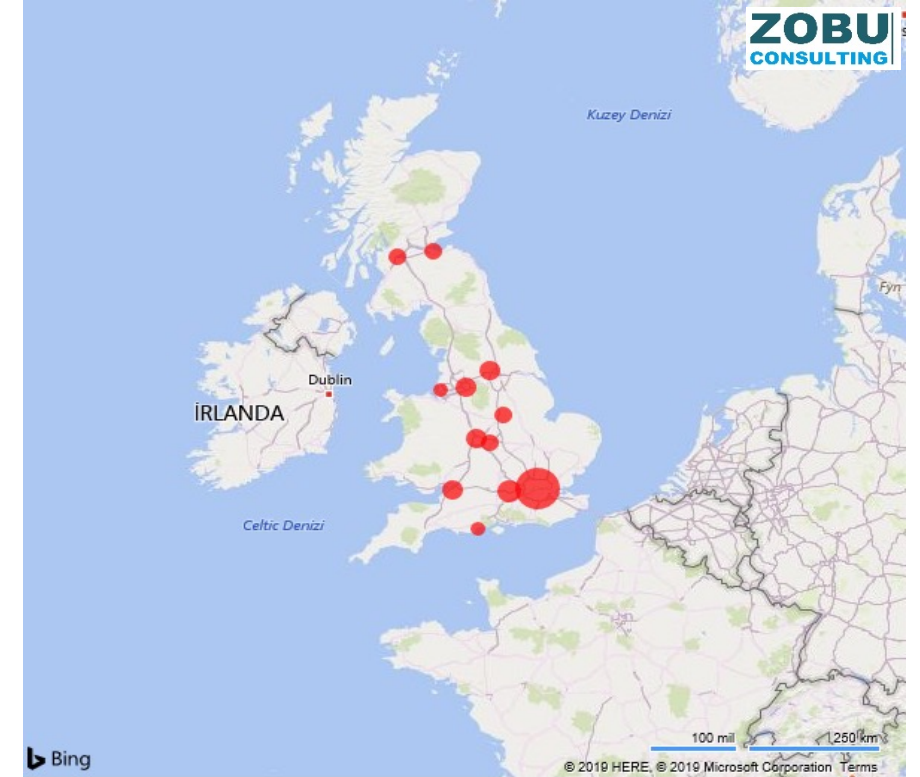


Ortalama OK gecelik konaklama ücretleri, GBP, 2021

Birmingham	86,0	Leeds	70,0
Bournemouth	77,5	Liverpool	70,0
Bristol	90,0	Londra	124,5
Coventry	74,0	Manchester	52,5
Edinburgh	67,0	Nottingham	68,5
Glasgow	48,5	Reading	72,0

İngiltere Ortalaması **£90,5**

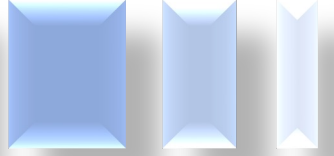
Kaynak: HRS



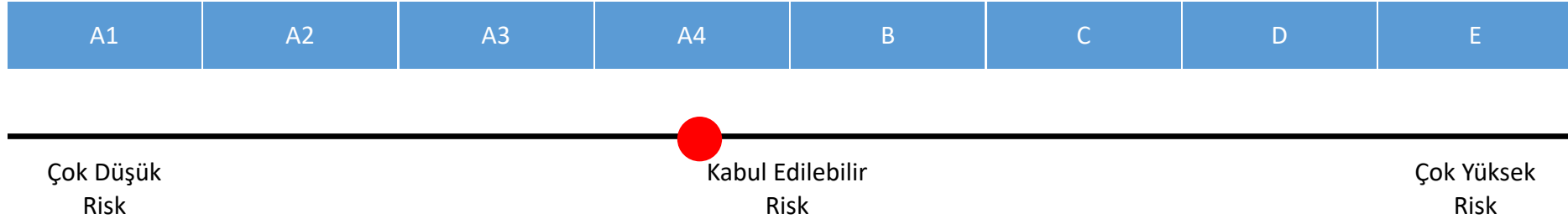
İçindekiler

I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID-19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	31
4.	Bölgesel ve Sektörel Ekonomik Durum	33
III.	Yasal Düzenlemeler	40
IV.	Dış Ticaret, Pazar Dinamikleri ve Rekabet	44
V.	Sektörel Trendler	56
VI.	Satış ve Dağıtım Kanalları	70
VII.	Ekler	82

Risk Profili



Ülke Riski

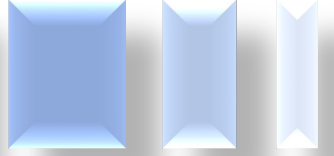


Kredi derecelendirme kuruluşu Coface'ın değerlendirmesine göre İngiltere'nin ülke risk puanı A4'tür. A4 risk seviyesi, siyasi ve ekonomik durumun genel olarak bulanıklığa ve bu bulanıklığında kurumsal geri ödeme davranışını olumsuz etkileme olasılığının olduğuna işaret etmektedir. Bu risk seviyesinde kurumsal temerrüt olasılığı ortalama seviyelerdedir.

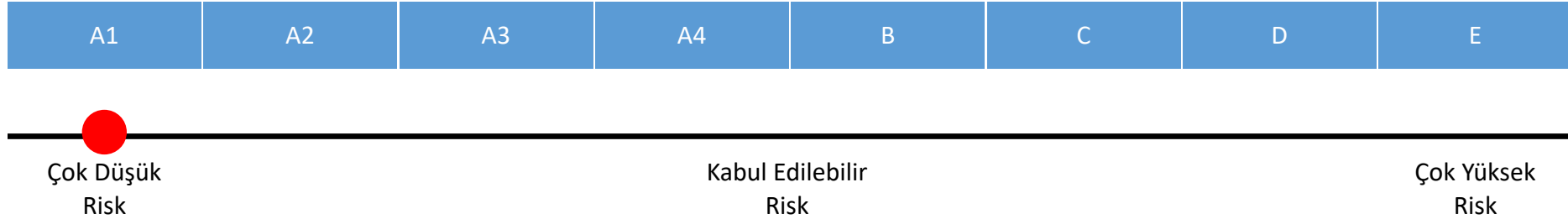
KAYNAK: COFACE



Risk Profili



İş Ortamı

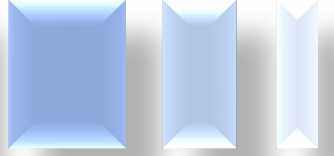


Kredi derecelendirme kuruluşu Coface'ın değerlendirmesine göre İngiltere'nin iş ortamı risk puanı A1'dir. A1 risk seviyesi, iş ortamının çok iyi olduğuna işaret etmektedir. Şirketlere ilişkin kurumsal ve finansal bilgiler kamuya açık ve güvenilirdir. Ülkede borç tahsilatı oldukça kolaylıkla yapılabilmektedir. İşletmelerin kurumsal kalite ve yönetim seviyeleri gayet iyidir. Şirketler arası işlemler bu risk derecesinde sorunsuzca çalışmakta ve sözleşmelere asgari özen ve uyum gösterilmektedir.

KAYNAK: COFACE

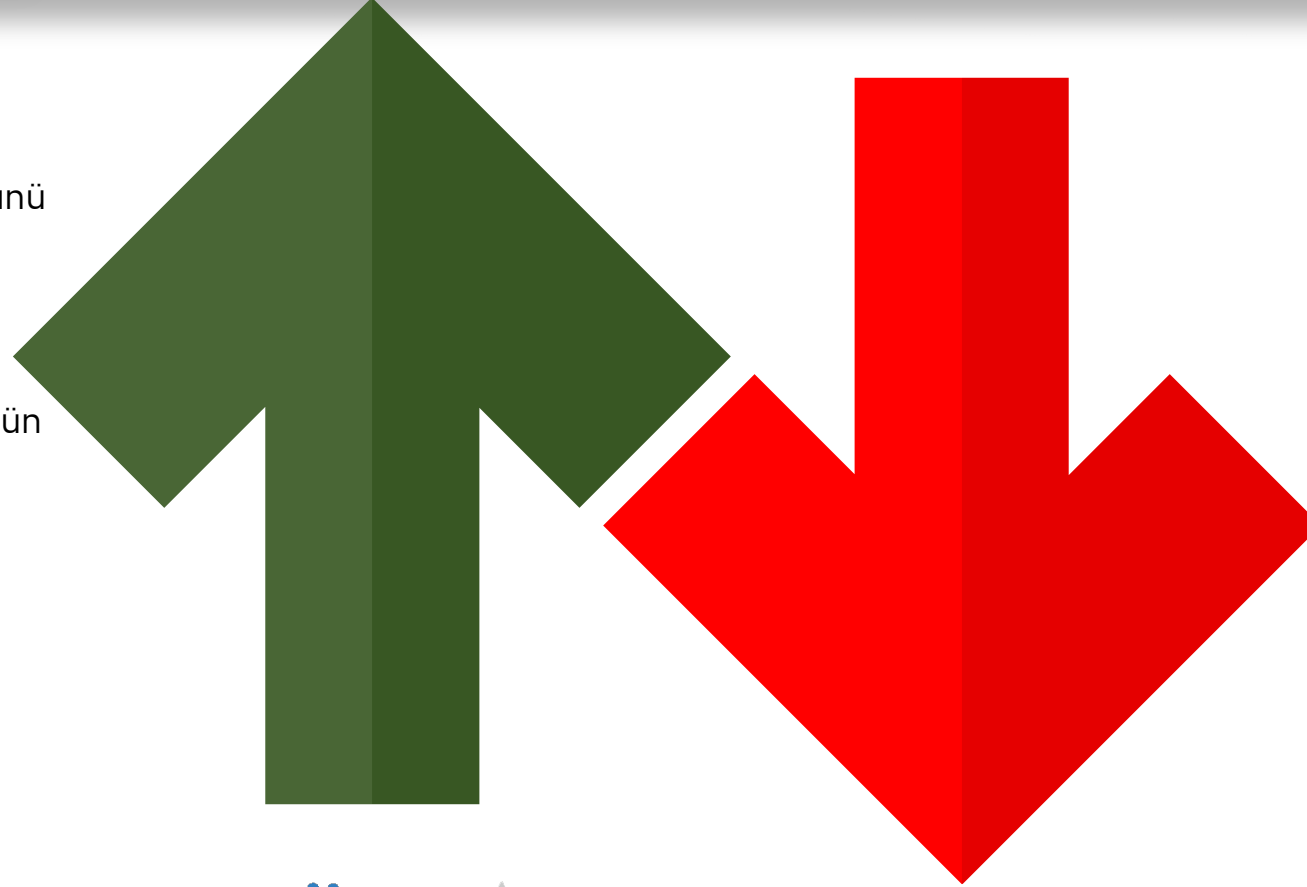


Risk Profili



Güçlü Yanları

- Ülkenin enerji ihtiyacının %'ünü karşılayan bir hidrokarbon üretimi
- Rekabetçi ve cazip bir vergi politikası
- Finansal hizmetler sektörünün gelişmişliği



Zayıf Yanları

- AB ile olan ticari ilişkilerin geleceği konusundaki belirsizlikler
- Yüksek hane halkı borcu (harcanabilir gelirin % 120'si)
- Yenilikçiliğin gelişmesine izin vermeyen düşük verimlilik ve eğitim eksikleri
- Ülkedeki(özellikle Londra ile diğer bölgeler) arasındaki gelişmişlik farkları, özellikle ulaşım ve enerji altyapısı alanlarındaki bölgesel farklılıklar

KAYNAK: COFACE



"Tüm hakları mahfuzdur®. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

Risk Profili



- 2020 ilkbaharından Kasım ayına kadar Pandemi kaynaklı sokağa çıkma yasakları, İngiltere'yi 2. Dünya savaşından sonra yaşadığı en büyük ekonomik dalgalanma ile karşı karşıya getirmiştir. 2021 yılında baz etkisi ve tüketim harcamalarının canlanması ile birlikte kendini kısmen toparlayan ekonomi, hükümetin cömert destekleri ile ilerlese de , ertelenen kredi ödemeleri ile yeniden baş başa kalan işletmelerin ne yapacağı merak konusu olmaya devam etmektedir. Tüm gelişmeler 2021-2022 yıllarında iflas sayısının 2019 yılındaki seviyenin çok üzerine çıkacağını göstermektedir.



- İngiltere Merkez Bankası tarafından sübvansede edilen kamu borcunun GSMH'nin %100'ünün üstüne çıkması beklenmektedir. Bu artışta Pandemi boyunca toplumu desteklemek için başarı ile uygulanan finansman programları etkili olmaktadır. 280 milyar Sterlini bulan bu destekler İngiliz toplumunu Pandeminin etkilerini ekonomik olarak çok hissetmeden geçirmesine yardım etmiş olsa da gelecek yıllarda yaşanabilecek durgunluğun da sebebi olacak gibi gözükmektedir. Kamu borçlarının yüksekliğine rağmen, finansal sistemin tüm yollarının çıktığı merkezlerden birisi olan İngiltere, özellikle yabancı yatırımların sürekliliği sayesinde mevcut ödemeler dengesinde sorun yapmayacak gibi gözükmektedir.



- 2019 Temmuz'undan bu yana ülke yönetiminde söz sahibi olan ve BREXIT kararını hayata geçirebilecek politik güce sahip olan Boris Johnson muhafazakar parti içinde güç kaybetmesinin yanı sıra popülerliğini halk arasında da kaybetmeye başlamıştır. Hükümetin genel popülarite kaybı ekonominin bu derecede zorda olduğu, yetmezmiş gibi küresel risklerin arttığı bir dönemde İngiltere'yi daha kırılgan hale getirmektedir. Johnson'un popülaritesi % 34'lere kadar düşmüştür.

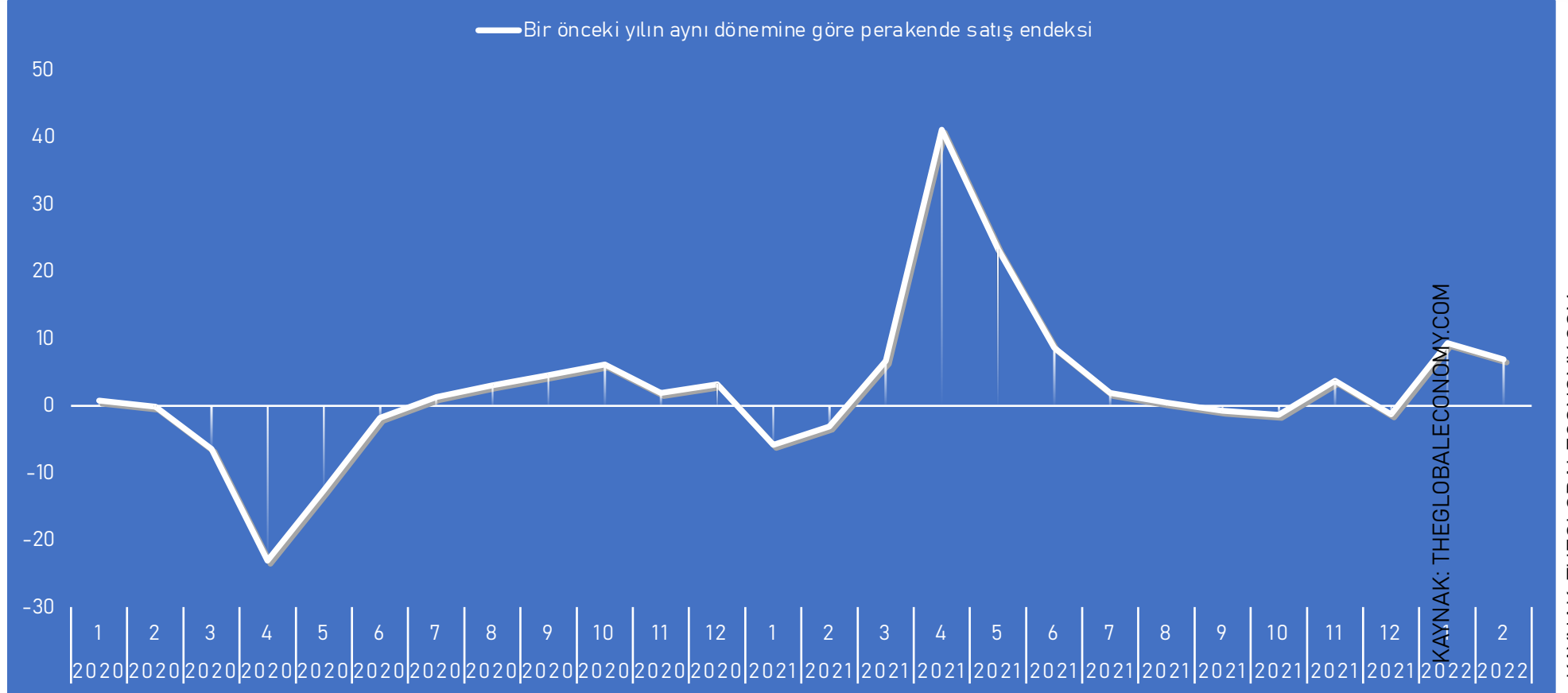
İçindekiler

I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID-19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	31
4.	Bölgesel ve Sektörel Ekonomik Durum	33
III.	Yasal Düzenlemeler	40
IV.	Dış Ticaret, Pazar Dinamikleri ve Rekabet	44
V.	Sektörel Trendler	56
VI.	Satış ve Dağıtım Kanalları	70
VII.	Ekler	82

COVID19'un Etkileri

Tüketici talebindeki değişimin en iyi göstergelerinden birisi olan perakende satış endeksindeki değişim incelendiğinde; özellikle 2021 yılının Mart ve Mayıs aylarında keskin yükselmelerin yaşandığı ancak bundan sonra talebin tekrar itidalli bir seyir izlemeye başladığı söylenebilir.

Bununla beraber altının çizilmesi gereken en önemli husus 2022 yılının Ocak ayından itibaren tüketici talebinde tekrar canlanma ve satışlarda artış gözlemlenmiştir.

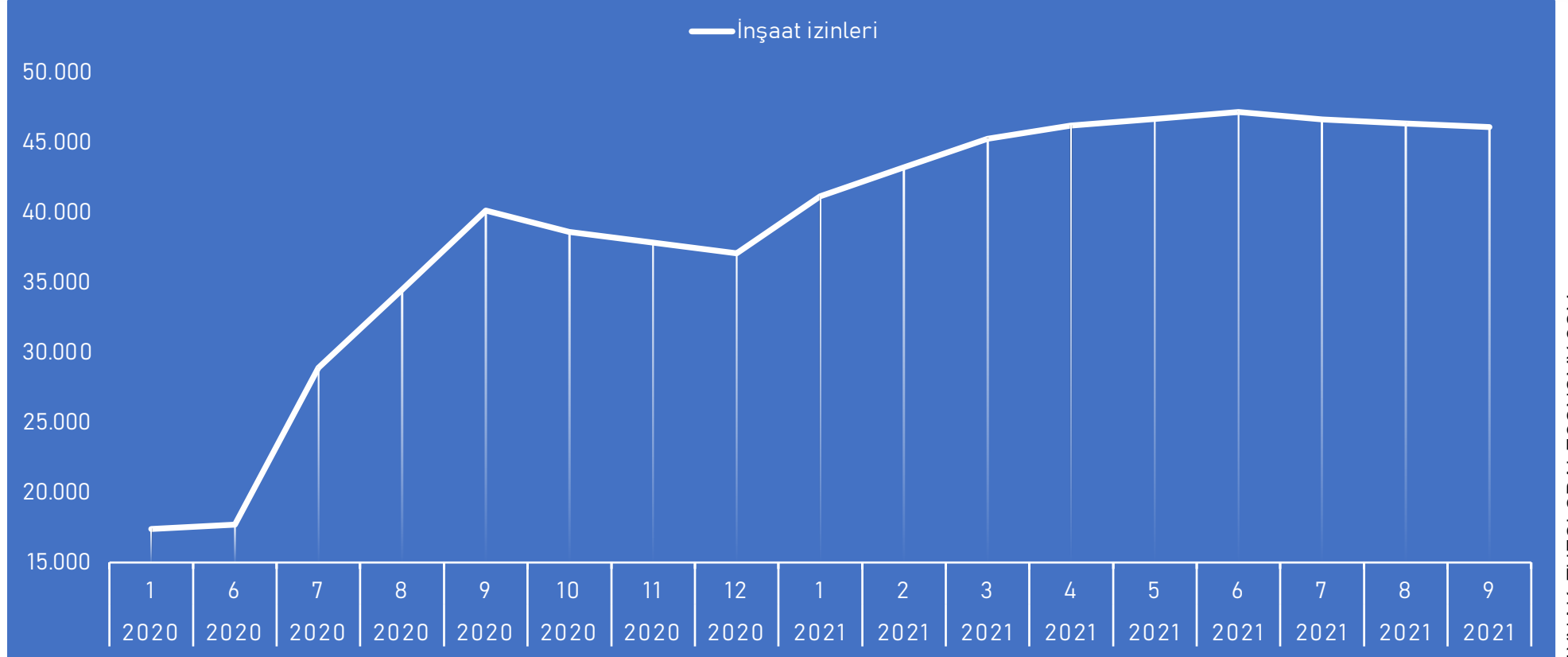


COVID19'un Etkileri

İnşaat izinlerindeki değişim ekonomik yaşamdaki canlılığı ölçmek için kullanılan önemli göstergelerdendir. Ülkedeki inşaat izinleri 2020 Ocak ayından itibaren yükselme eğilimine girmiştir.

Ertelenen talep ve artan enflasyondan etkilenmemek için öne alınan satın almalar sektörü canlı tutmakla beraber artan maliyetler ve hane halkı gelirlerinin baskı altında kalması da negatif etkenler olarak gözlenmiştir.

İnşaat izinleri 2021 başından itibaren 40-50 bin bandında seyretmektedir.

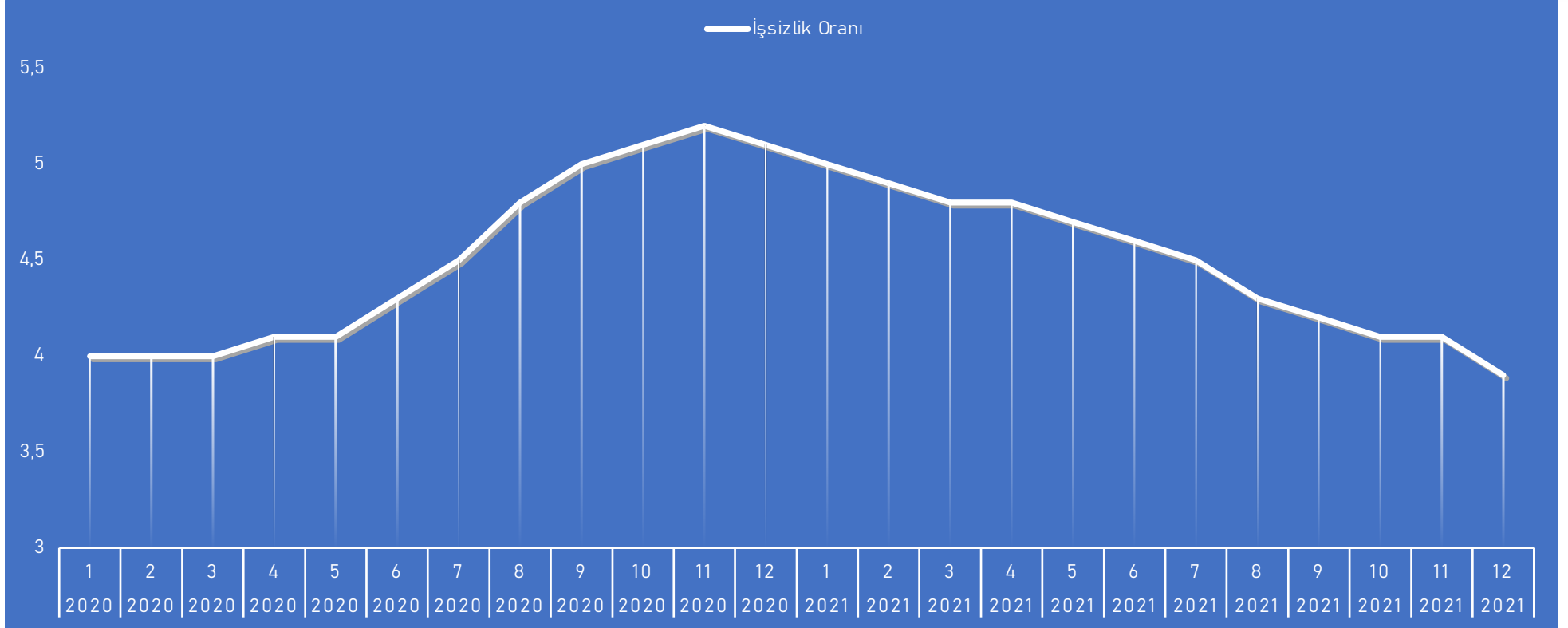


KAYNAK: THEGLOBALECONOMY.COM

COVID19'un Etkileri

Covid-19 salgını öncesi %3,7- %4 seviyelerinde seyreden işsizlik oranı, salgın ile birlikte hızla yükselmiş, 2020 yılının başında yaşanan paniğin ardından düşmeye başlamıştır.

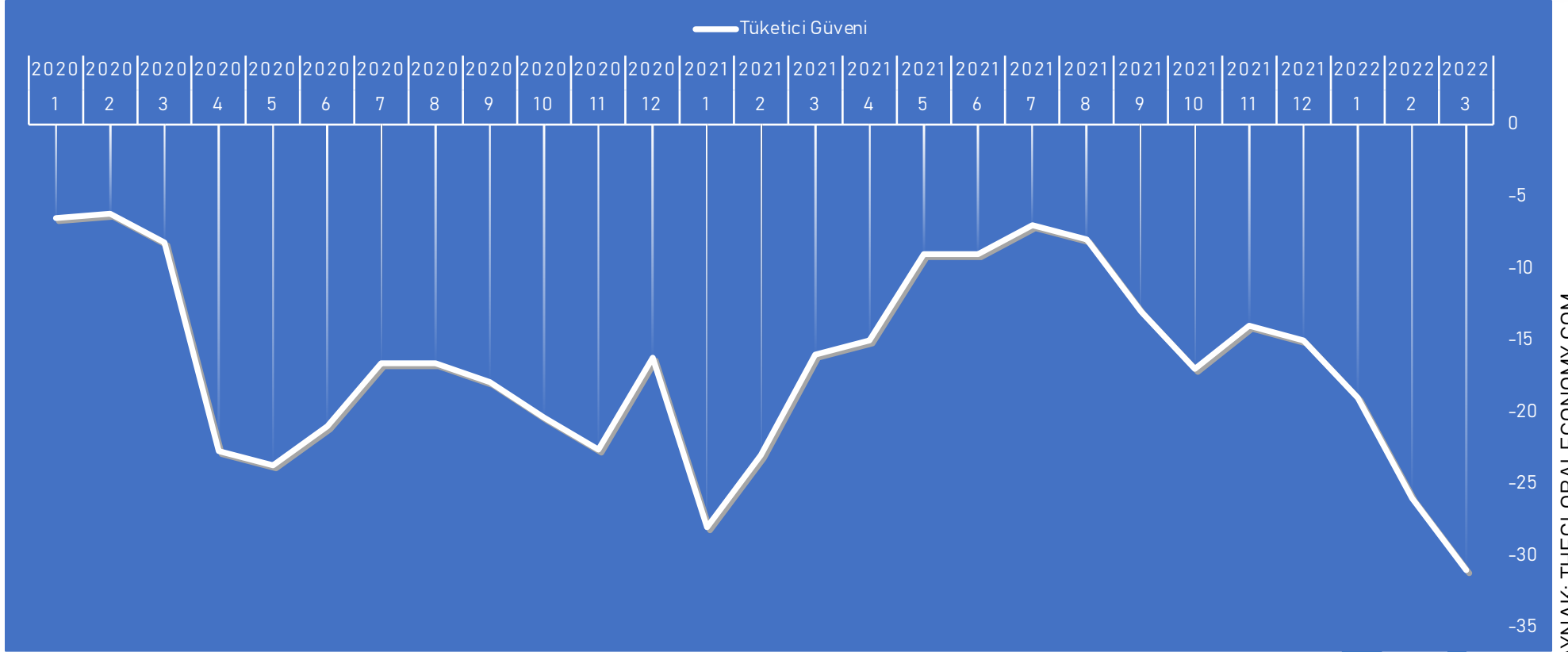
Özellikle tüketici davranışları ve alışkanlıklar üzerinde kalıcı etkiler bırakması beklenen Covid-19 salgınının bazı meslek grupları için kalıcı işsizlik yaratacağı ve insanların yoğun temas gerektiren işlerden uzak durmaya başlaması gibi bir sorun da öngörülmekle beraber 2020'nin üçüncü çeyreğinden itibaren işsizlik oranı salgın öncesi haline yaklaşmıştır.



KAYNAK: THEGLOBALECONOMY.COM

COVID19'un Etkileri

İngiltere'deki tüketici güveni 2020 yılının başından itibaren eksiye kalmış ve zaman zaman (2021 Temmuz gibi) Pandemi öncesi seviyesine yükselmişse de süre boyunca genellikle çok düşük bir seviyede ve dalgalı bir seyir izlemiştir. Bu dalgalanmanın en önemli nedeni Covid-19 salgınından kaynaklı belirsizlikler olsa da BREXIT'in yarattığı belirsizlikler, enflasyondaki yükselme, jeopolitik riskler de tüketici güveni üzerinde olumsuz etkiler yapmaktadır.

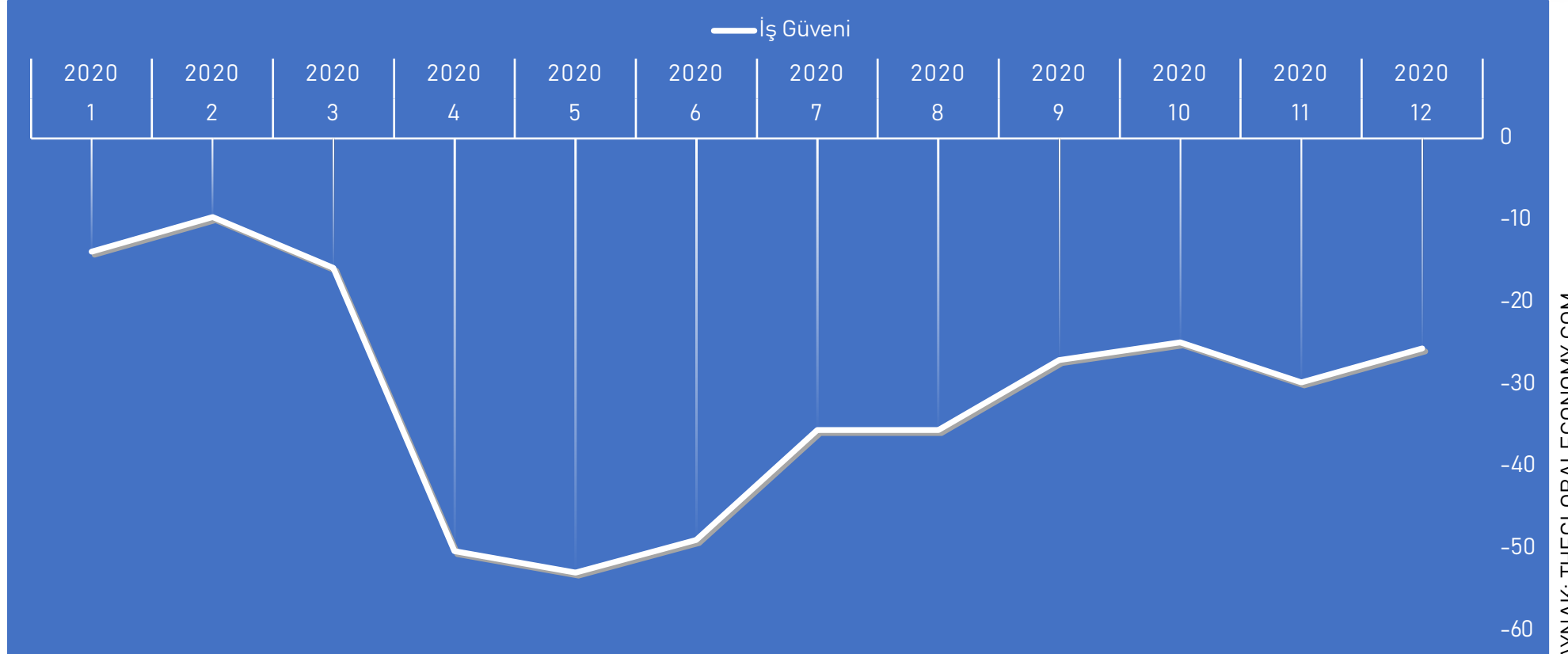


COVID19'un Etkileri

İşletme yöneticilerinin ülke ekonomisi ile ilgili olumlu ve olumsuz beklenti ve görüşlerini ortaya koymasından dolayı önemli olan iş güven endeksi, tüketici güveni ile paralel bir tablo çizmektedir.

2020 yılının hemen başında diğer tüm göstergeler gibi bozulan iş güven endeksi de henüz toparlanamamış ve kriz öncesi seviyelerini ulaşamamıştır.

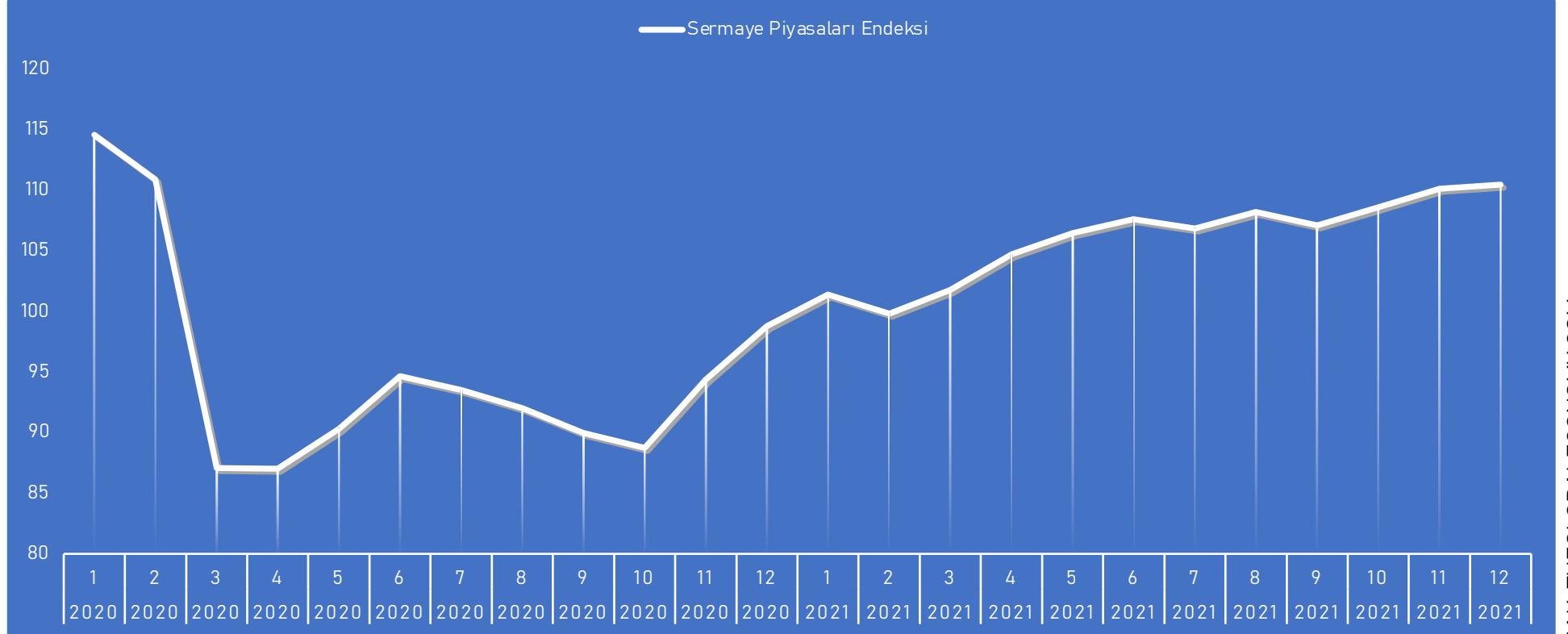
Endeksin toparlanamamasında iş dünyasının BREXIT, Pandemi, ekonomik durgunluk ve enflasyon ile jeopolitik konuları hala iş yaşamı için risk olarak görmesinden kaynaklanmaktadır.



COVID19'un Etkileri

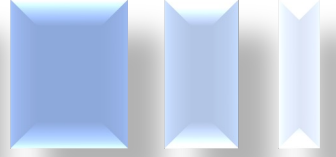
Dünya'daki en gelişmiş sermaye piyasalarından birisine sahip olan ülkenin sermaye piyasaları da yaşanan Covid-19 salgınından etkilenmekle beraber, toparlanmaya başlamıştır.

Sermaye piyasalarındaki mevcut toparlanmanın sağlıklı olup olmadığını tartışılırken, aşırı değerlenen emtia piyasaları, tedarik zincirlerindeki kesintiler ve enflasyon artışı ile Rusya-Ukrayna savaşı, BREXIT sonrası AB ile ticaret konusunda belirsizlikler borsalardaki yukarı yönlü hareketi engellemektedir.



KAYNAK: THEGLOBALECONOMY.COM

COVID19'un Etkileri



İngiltere'de COVID-19'un sağlık ve yaşam kalitesi üzerindeki etkileri toplum genelinde aynı şekilde hissedilmemiştir. COVID-19, özellikle toplumda zaten dezavantajlı durumda olanlar için olumsuz sağlık sonuçlarıyla birlikte mevcut yapısal ve sosyal eşitsizlikleri daha da kötüleştirmiştir.

COVID-19'un temel etkileri aşağıdaki konular üzerinde olmuştur;

- Devletin idari kapasitesine duyulan düşük ve dalgalı bir vatandaş güveni,
- Bölgeler arası eşitsizliklerin artışı,
- Bölgeler arası altyapı kalitesinde farklılıkların iyice belirginleşmesi,
- Sağlık hizmetlerinden yararlanma konusunda artan eşitsizlik,
- Ruh sağlığının korunması konusunda artan halk bilinci,
- İşsizliğin artışı ve iş piyasasında değişimler
- Cömert kamu yardımlarının gelecekte yaratabileceği ekonomik sorunlar



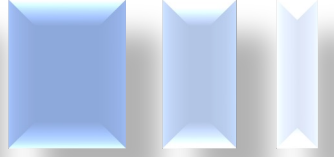
Kaynak: <https://www.thebritishacademy.ac.uk>



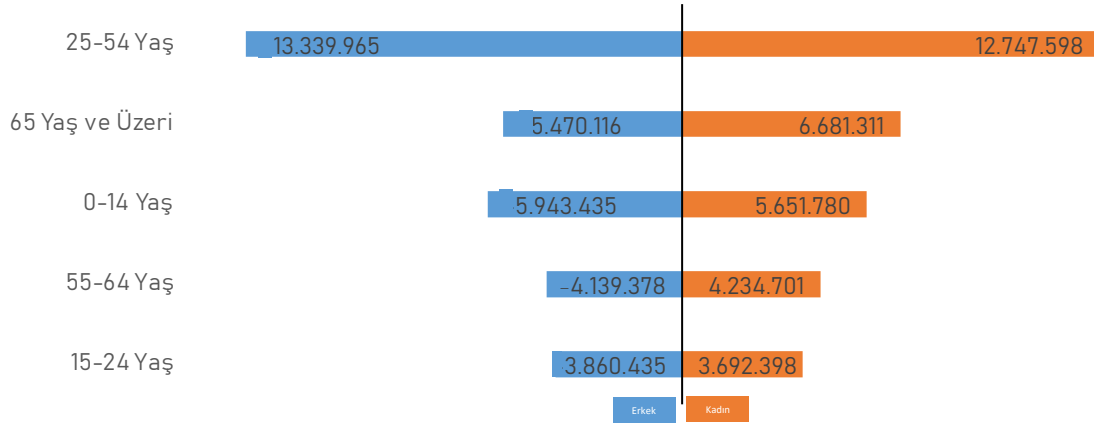
İçindekiler

I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID-19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	31
4.	Bölgesel ve Sektörel Ekonomik Durum	33
III.	Yasal Düzenlemeler	40
IV.	Dış Ticaret, Pazar Dinamikleri ve Rekabet	44
V.	Sektörel Trendler	56
VI.	Satış ve Dağıtım Kanalları	70
VII.	Ekler	82

Nüfus ve Demografi

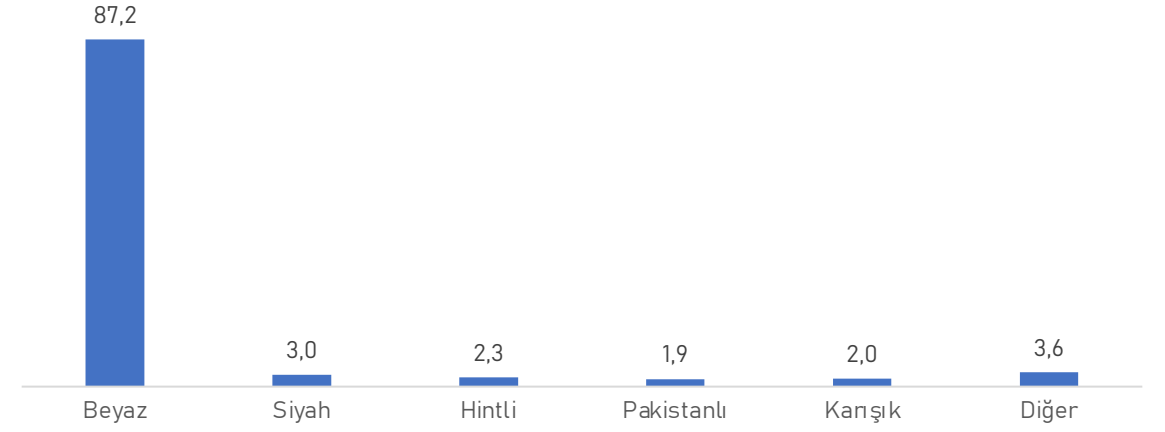


Yaş Grupları İtibarıyla İngiltere Nüfusu



KAYNAK: THE WORLD FACTBOOK

Etnik Kökenleri İtibarıyla İngiltere Nüfusu, %



KAYNAK: THE WORLD FACTBOOK



"Tüm hakları mahfuzdur®. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

İçindekiler

I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID-19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	31
4.	Bölgesel ve Sektörel Ekonomik Durum	33
III.	Yasal Düzenlemeler	40
IV.	Dış Ticaret, Pazar Dinamikleri ve Rekabet	44
V.	Sektörel Trendler	56
VI.	Satış ve Dağıtım Kanalları	70
VII.	Ekler	82

Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum



TOPTAN
TİCARET

1

İngiltere toptan ticaret hacmi 2021 yılı sonu itibarıyla yaklaşık 853,8 Milyar İngiliz Sterlini büyüklüğündedir. Ülkede toptan ticaretle uğraşan toplam 106.740 şirket faaliyet göstermektedir.



PERAKENDE
TİCARET

2

İngiltere'deki perakende ticaretin büyüklüğü yaklaşık 421,5 Milyar İngiliz Sterlini civarındadır. Ülkede perakende ticaretle uğraşan toplam 220.685 şirket faaliyet göstermektedir.



SEKTÖREL
TOPTAN TİCARET

3

Konfeksiyon Sektöründeki toplam toptan ticaret hacmi yaklaşık 11 Milyar İngiliz Sterlini olup konfeksiyon sektöründe toplam 5.090 şirket faaliyet göstermektedir.



SEKTÖREL PERAKENDE
TİCARET

4

Konfeksiyon Sektöründeki perakende ticaret hacmi yaklaşık 43,1 Milyar İngiliz Sterlini olup, perakende konfeksiyon sektöründe toplam 16.015 şirket faaliyet göstermektedir.

KAYNAK: ONS, Retail index,
Uzman hesaplamaları

Milyar
£

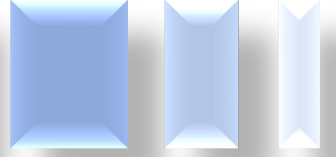
854

422

11

43

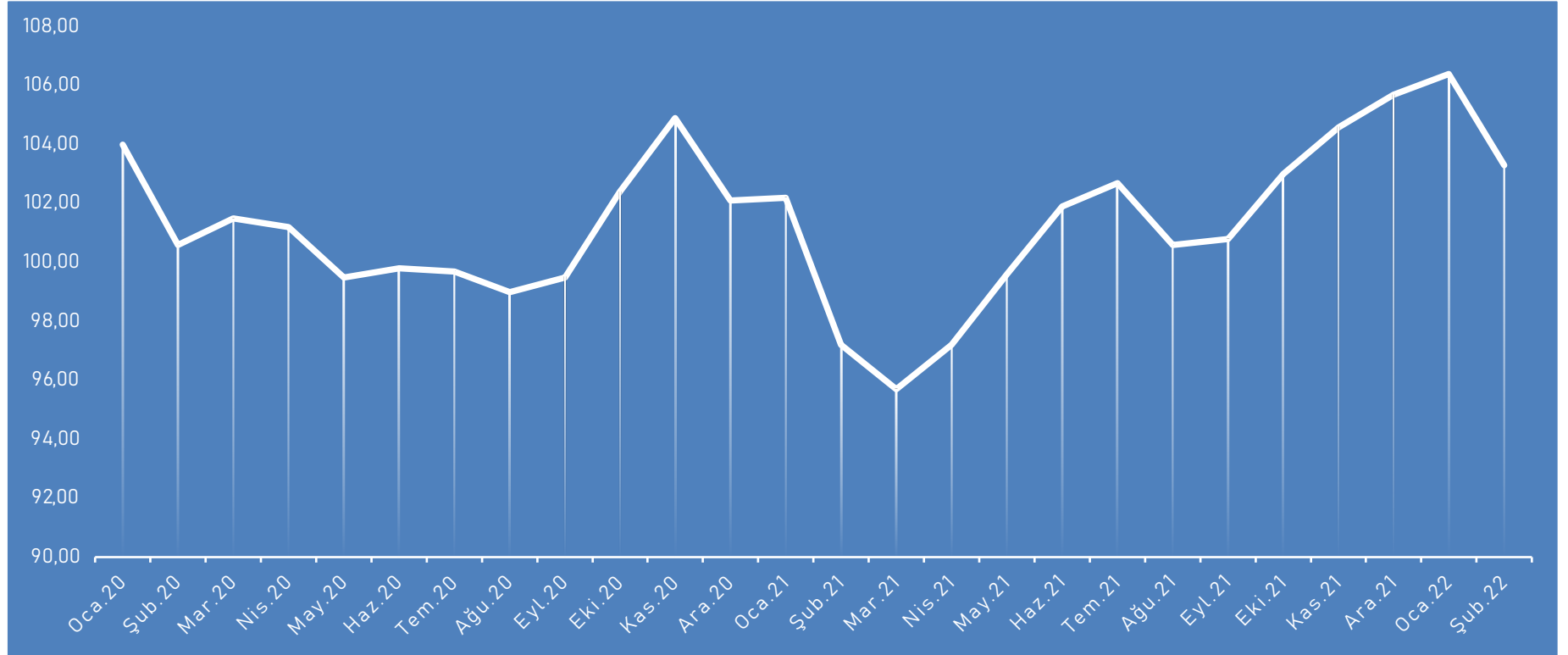
Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum



Hazır giyim sektöründe tüketici fiyat endeksi Mart 2021 tarihinden itibaren artmaya devam etmektedir. Fiyat artışları Eylül 2021'den itibaren hızlanmaya başlamıştır. Tedarik zincirindeki maliyet artışları, girdi ve nakliye fiyatlarındaki yükselmeler hem toptan hem perakende fiyatların yukarı doğru hızla değişimine neden olmaktadır.

Fiyatlardaki bu yükselme, talepteki artışı frenlemektedir.

Gerek toptan gerek perakende ticarete faaliyet gösteren işletmelerin bir kısmı faaliyetlerini küçültmüşlerdir.



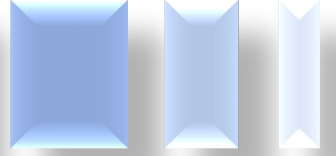
KAYNAK: ONS



"Tüm hakları mahfuzdur®. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

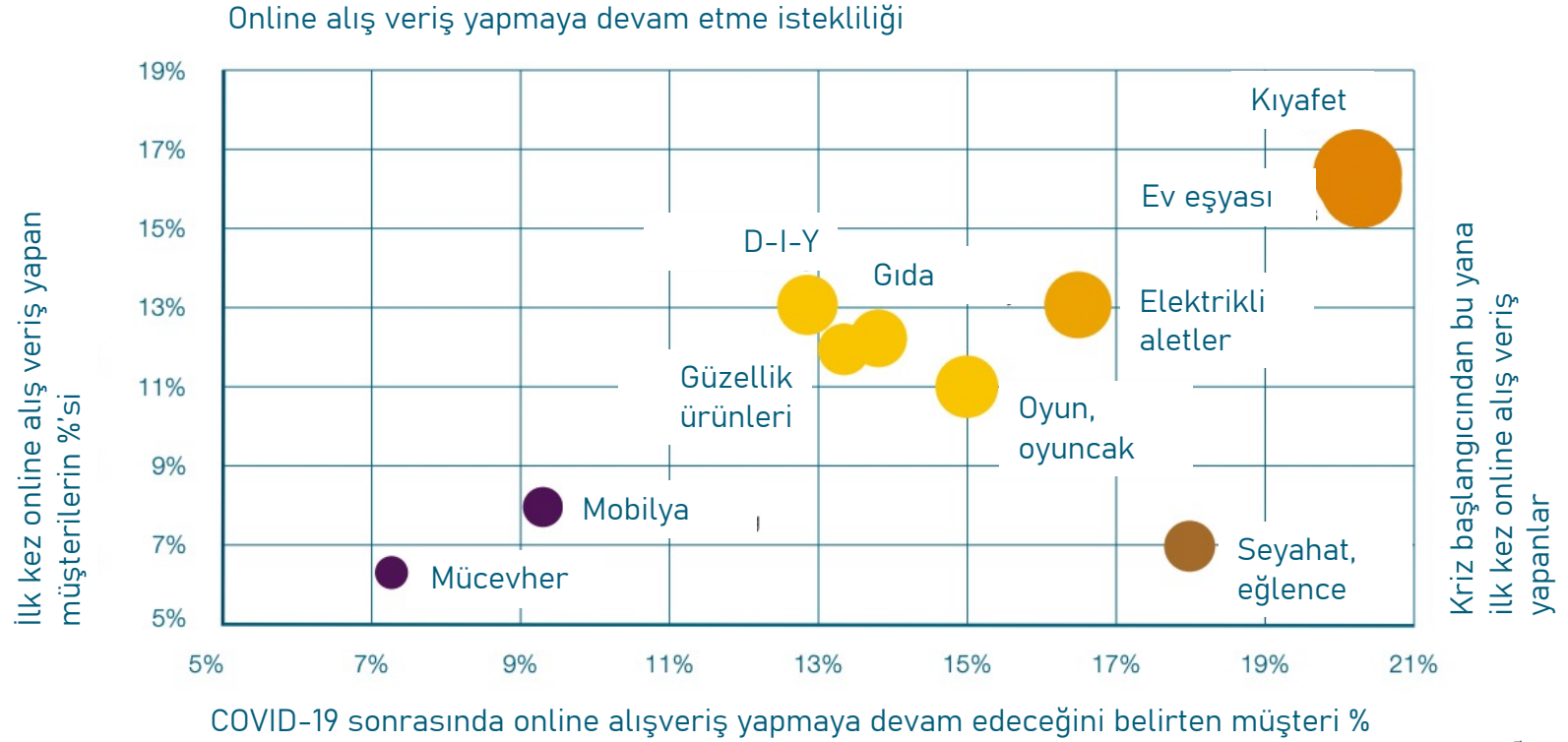
Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum



2020 yılında yaşanan Pandemi İngiltere'de satın alma davranışını kökten değiştirmiştir. Bu değişimden en çok etkilenen sektör hazır giyim sektörü olmuştur. Sokağa çıkma yasakları, sosyal mesafe kuralları ve diğer salgın önlemleri, davranışlarda kalıcı değişiklik getirmiştir.

Bu alışveriş alışkanlığının Pandemi sonrasında da devam edeceği öngörülmektedir.

KAYNAK: Alvarez & Marshall



Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum

- İngiltere'deki gıda harici perakende harcamalarının % 27'u Hazırgiyim sektöründe gerçekleştirilmektedir. Diğer bir deyişle perakende sektöründeki toplam harcamanın % 8,9'u Hazırgiyim sektöründe yapılmaktadır.
- İnternet perakendeciliği konusunda en büyük oyuncular sırasıyla %14,4 pazar payıyla Amazon, %8 pazar payıyla Tesco ve % 5,3 pazar payıyla Argos'tur.
- Ülkede çoklu kanal deneyimi sunan perakendeci sayısı gün geçtikçe artmaktadır.



Çoklu-Kanal

- İngiltere'deki perakendeciler online kanallardaki etkinliklerini sürekli artırmaktadır. İngiltere perakende pazarında farklı kanallardan müşteriye ulaşmayı hedefleyen bir strateji başarı için gereklidir.
- Ülkede sadece mağazalar online satış yapmak için yeni yatırım yapmamaktadır. Aynı zamanda online satış yapanlar da müşteri ile iletişimlerini çeşitlendirmek için mağazalar oluşturmaktadır.



Tıkla ve Topla

- Mağazalar tıkla-topla sistemini fiziksel ve online satışlarını müşterilerine rahat bir satın alma deneyimi sunmak için kullanmaktadır.
- Online siparişlerin merkezi kasalara (locker delivery) dağıtımı yaygınlaşmaktadır.



Mobil Perakendecilik

- Mobil araçlardan özellikle cep telefonundan sipariş İngiltere'de gelişmektedir.
- Perakendecilerin BT ve özellikle mobil satın almaya yönelik yatırımları müşteri memnuniyetinin temel kaynaklarından biri haline gelmektedir.

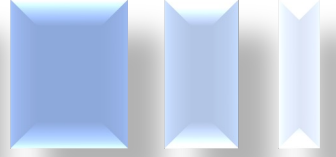


Sosyal Medya Perakendeciliği

- Sosyal medya üzerinden alışveriş yaygınlaşmaktadır.
- Gün geçtikçe büyüyeceği öngörülmektedir.

KAYNAK: ONS

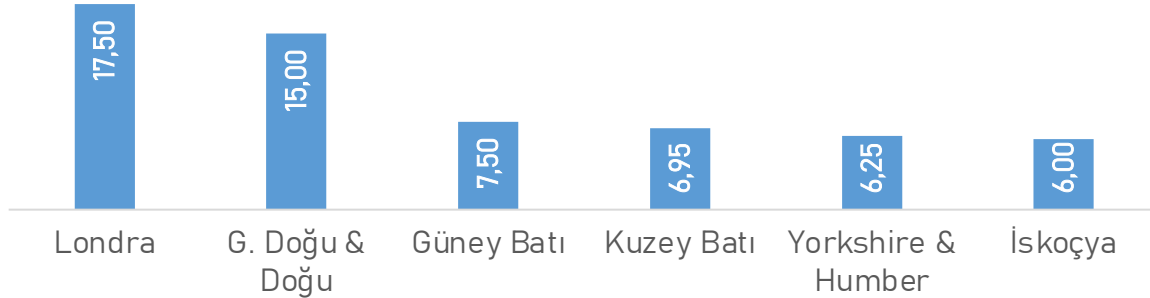
Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum



• Depolama

- İngiltere depolama çözümlerinin en gelişmiş ve yaygın olduğu ülkelerdendir. Ülkenin erken sanayileşmesi depolama sektöründe de erken gelişmeyi doğurmuştur.
- Aşağıda 2021 yılı itibariyle İngiltere'deki bazı şehir ve bölgelerdeki aylık ft² depo kirası ücretleri gösterilmektedir.
- Depo kiralamak yerine palet alanı kiralama ücretlerine ilişkin bir yaklaşık maliyet tablosu aşağıda verilmiştir.

Aylık, ft²/£, 2021

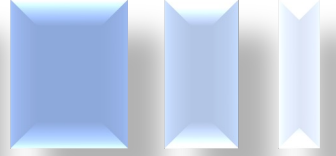


Açıklama	Kiralama Ücreti, haftalık, 2021
1 - 300 adet arası palet için	Palet başına 2,65 £
300 - 1.000 adet arası palet için	Palet başına 1,95 £
1.000 adet ve üzeri sayıda palet için	Palet başına 1,35 £
Palet başına indirim ücreti	3,50 £
Palet başına yükleme ücreti	3,50 £

Hesaplama temel teşkil eden palet ebatları : 1.000 mm (D) x 1.200 mm (G) x 1.000 mm (Y)

KAYNAK: Premier Storage

Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum



Nakliye

Ülke pazarında faaliyet göstermek isteyen ihracatçılar için dağıtım ve depolama kadar önemli olan bir diğer maliyet unsuru da nakliye olmaktadır.

Nakliye maliyetleri artan jeopolitik riskler ve enerji fiyatlarından dolayı beklenmedik şekilde yükselmiştir.

KAYNAK: DFS Worldwide

Deniz Yolu:

Parsiyel taşımacılık

1 m ³	98 £
5 m ³	356 £

Hava Yolu:

50 Kg	98 £
100 Kg	140 £
300 Kg	380 £

Kara Yolu:

Komple Kamyon	3.700 Euro
1 m ³	240 Euro
2 m ³	290 Euro
10 m ³	490 Euro

Fiyatlar Şubat 2022 tarihine
aittir.

İçindekiler

I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID-19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	31
4.	Bölgesel ve Sektörel Ekonomik Durum	33
III.	Yasal Düzenlemeler	40
IV.	Dış Ticaret, Pazar Dinamikleri ve Rekabet	44
V.	Sektörel Trendler	56
VI.	Satış ve Dağıtım Kanalları	70
VII.	Ekler	82

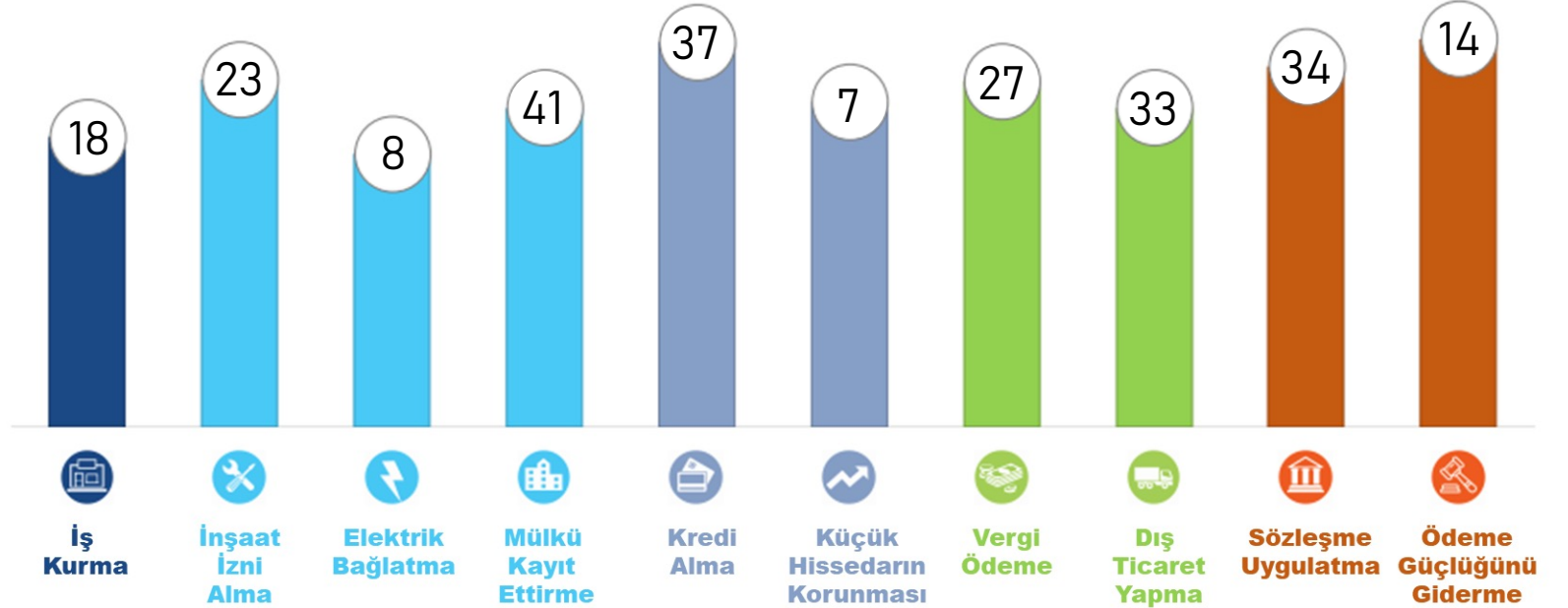
Yasal Düzenlemeler

İŞ YAPMA KOLAYLIĞI

İngiltere, iş yapma kolaylığı açısından dünyadaki en ileri ülkelerin başında gelmektedir.

Bilindiği üzere Dünya Bankası 2020 yılının sonunda iş yapma kolaylığı endeksini sonlandırmıştır. DBI yerine BEE isimli yeni bir endeks yayınlamak üzerine çalışmalarını sürdürmektedir. Bununla beraber iş yapma kolaylığını ortaya koyan bir dizi göstereyi farklı veri tabanları altında yayınlamaya devam etmektedir. Bu 44 alternatif gösterge göstergeler;

- İş kurma,
- Bir işi idare etme,
- İş yerini kapatma başlıkları altında toplanmıştır. Bu nedenle yeni göstergeler işlevsellik kazanana kadar geçecek sürede kullanılacak en önemli veri 2020 DB sıralaması gibi gözükmektedir.

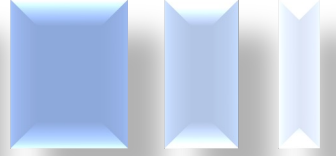


Konu Puanı



KAYNAK: WB

Yasal Düzenlemeler



İTHALATIN BASİTLİĞİ (WB)

Gösterge	İngiltere	Türkiye	OECD Ortalaması
İthalat için geçen ortalama süre (Saat)	3	7	8,5
İthalatın maliyeti (Dokümantasyon, ABD Doları)	0	46	98,1

Dünya Bankası'nın iş yapma kolaylığı endeksine göre 190 ülke arasında 2020 yılı itibariyle 8'nci sırada olan İngiltere, iş yapmanın en kolay olduğu ilk on ülkeden birisidir. Şeffaf ticaret sistemi tüm paydaşların oldukça açık kurallar ile ticaret yapmasına izin vermektedir. Dünya Bankası 2020 sonunda DB indeksini yayınlamayı durdurduğu için yeni veriler üretilene kadar kullanılabilir son veri 2020 yılına ait olan veri olacaktır.

KAYNAK: WB



"Tüm hakları mahfuzdur®. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

Yasal Düzenlemeler

İngiltere'nin BREXIT süreci sonunda AB'den ayrılması ile birlikte, Türkiye ile AB arasında imzalanmış olan Gümrük Birliği Anlaşması da Türkiye ve İngiltere arasındaki sonlanmıştır. Türkiye bunun akabinde 29.12.2020'de Birleşik Krallık ile bir Serbest Ticaret Anlaşması imzalamıştır. 2021 yılının ilk çeyreğinde anlaşmanın yürürlüğe girmesi, yasal altyapının hazırlanması ve benzeri konularda COVID-19 nedeniyle bazı gecikmeler ve bürokratik sıkıntılar yaşanmış olsa da anlaşma 2021 yılı içinde tam olarak uygulanabilir hale gelmiştir. Böylelikle İngiltere'ye gümrük vergisi ödmeden ürün ihraç edilmesi sağlanmıştır. Öte yandan aktif giyim grubu ürünler özelinde İngiltere, Türkiye'ye tarife dışı engel uygulamamaktadır.



İçindekiler

I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID-19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	31
4.	Bölgesel ve Sektörel Ekonomik Durum	33
III.	Yasal Düzenlemeler	40
IV.	Dış Ticaret, Pazar Dinamikleri ve Rekabet	44
V.	Sektörel Trendler	56
VI.	Satış ve Dağıtım Kanalları	70
VII.	Ekler	82

İthalat

Veri Kapsamı

2018-2021 döneminde İngiltere'nin ilgili ürün grubunda en çok ithalat yapmış olduğu ilk on ülkeden yapılan ithalatın yıllar içindeki değişimi incelendiğinde COVID19 salgının aktif giyim ithalatı üzerinde olumlu etki yarattığı net olarak görülebilmektedir. İngiltere'nin bu ürün grubundaki ilk 10 tedarikçisi arasında sadece 3 tanesi satış kaybı yaşamıştır. Bu ülkeler Belçika, Bangladeş ve Fransa'dır.

İlgili dönemde İngiltere'nin toplam ithalatı yıllık % 89,4 oranında artmıştır. Türkiye bu ürün grubunda İngiltere'nin 2ncü büyük ticaret ortağıdır (Hong Kong ve Çin birlikte değerlendirildiğinde). Türkiye'den İngiltere'ye yapılan ihracat ilgili dönemde yıllık % 146,9 oranında artmıştır.

2021 verileri ilk sekiz ayı kapsadığı için büyüme oranları 2018-2020 dönemi için hesaplanmıştır.

KAYNAK: ONS

Aktif Giyim, İthalat, £	2018	2019	2020	2021	YBBO (2018-2020)	PAY
Toplam İthalat	888.436.297	972.210.551	3.185.464.224	553.142.395	89,4%	100,0%
Çin	262.051.719	260.038.471	2.039.485.121	191.394.290	179,0%	34,6%
Hong Kong	34.269.767	35.895.892	329.347.060	13.393.490	210,0%	2,4%
Türkiye	24.338.067	29.459.235	148.412.430	38.888.412	146,9%	7,0%
Kamboçya	42.202.476	40.248.374	90.267.351	17.041.340	46,3%	3,1%
ABD	19.151.035	18.626.065	61.344.372	8.006.074	79,0%	1,4%
Belçika	60.495.668	69.778.437	56.742.176	24.208.757	-3,2%	4,4%
Almanya	56.284.751	63.670.061	56.520.661	21.736.572	0,2%	3,9%
İtalya	43.147.391	61.883.062	48.446.627	33.416.838	6,0%	6,0%
Bangladeş	42.821.150	50.363.510	40.166.434	26.570.123	-3,1%	4,8%
Fransa	41.806.470	45.228.967	36.574.322	21.005.945	-6,5%	3,8%
Diğer Ülkeler	261.867.803	297.018.477	278.157.670	157.480.554	3,1%	28,5%

İthalat

EN ÇOK İTHAL EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI

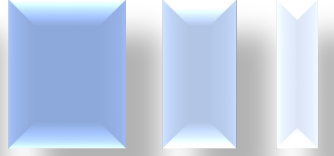


Aktif Giyim, İthalat, £, GTIP	2018	2019	2020	2021	YBBO (2018-2020)	PAY
Toplam İthalat	888.436.297	972.210.551	3.185.464.224	553.142.395	89,4%	100,00%
62114390	103.821.748	118.711.201	78.994.473	55.646.854	-12,8%	10,06%
62105000	89.251.261	94.222.748	116.901.519	52.788.168	14,4%	9,54%
61124190	129.007.308	136.720.617	89.916.932	49.989.209	-16,5%	9,04%
62104000	115.189.303	111.787.752	93.111.015	48.056.783	-10,1%	8,69%
62101092	12.385.181	14.624.822	1.368.665.248	43.856.737	951,2%	7,93%
61121100	25.331.191	29.782.215	38.069.411	29.581.446	22,6%	5,35%
61121200	25.588.231	37.153.475	40.788.519	28.961.372	26,3%	5,24%
62114290	25.977.219	42.408.655	31.065.873	26.767.664	9,4%	4,84%
62113310	46.225.853	54.539.754	45.815.379	24.423.979	-0,4%	4,42%
62101098	23.798.424	21.794.123	835.618.650	21.473.172	492,6%	3,88%
Diğer ürünler	291.860.578	310.465.189	446.517.205	171.597.011	23,7%	31,02%

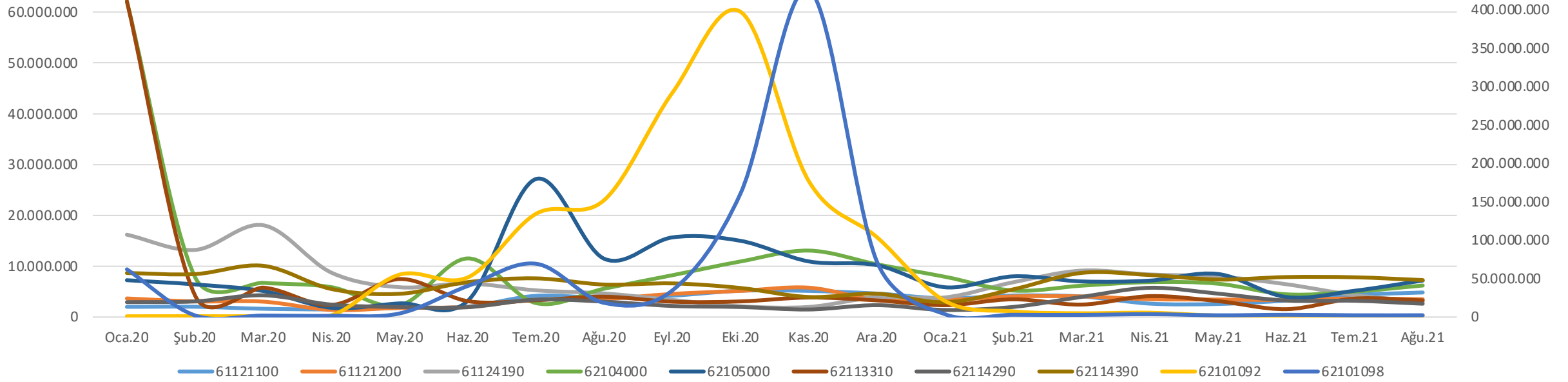
İlgili ürün kategorisinde ülkeye en çok ithalatı yapılan 10 ürünün toplam kategori ithalatı içindeki payı %68,98 seviyesindedir. Bu ürünler arasında özellikle 2 ürün grubundaki ithalat artışı oldukça dikkat çekicidir. 2021 verileri ilk sekiz ayı kapsamaktadır.

KAYNAK: ONS

İthalat



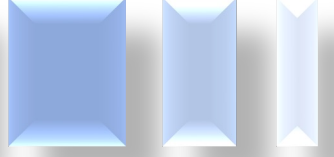
EN ÇOK İTHAL EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI - Değer - £ - GTIP



Aylar itibarıyla en çok ithal edilen ürün gruplarından yapılan ithalat tutarları gösterilmektedir. En çok ithalatı yapılan ürünler ikincil eksende gösterilmiştir.

KAYNAK: ONS

İthalat



İTHALATI EN FAZLA ARTAN ÜRÜN GRUPLARI



Aktif Giyim, İthalat, £, GTIP	2018	2019	2020	2021	YBBO (2018-2020)
62101092	12.385.181	14.624.822	1.368.665.248	43.856.737	951,2%
62101010	1.081.588	962.653	107.314.892	1.939.081	896,1%
62101098	23.798.424	21.794.123	835.618.650	21.473.172	492,6%
61123910	19.884	43.695	87.575	24.211	109,9%
61123110	910.425	3.120.341	3.192.143	3.525.250	87,2%

İlgili ürün kategorisinde ülkeye ithalatı en hızlı biçimde artan ilk 5 ürünün toplam ithalatı 2018 yılında 38,2 milyon £'dan, 2020 yılında 2,3 milyar £'a yükselmiştir. En hızlı büyüyen beş ürünün toplam kategori ithalatındaki payı %72,67 seviyesindedir. İthalatı hızla artan bu gruptaki ürünler çok kısa vadede ithalatta liderliği üstlenmişlerdir.

KAYNAK: ONS

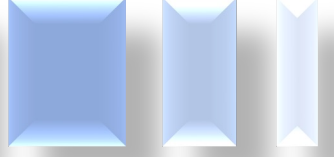


"Tüm hakları mahfuzdur®. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

* YBBO= Yıllık Bileşik Büyüme Oranı

Rakipler ve Rekabet



2020 yılı itibarıyla seçilmiş kategoriler bazında ülkede üretilen aktif giyim ürünleri toplamda 248,8 milyon £ üretimden satış değerine ulaşmıştır.

KATEGORİLER BAZINDA ÜRETİMDEN SATIŞLAR

(x 1.000 £)

(6112) Örme spor kıyafetleri, kayak, yüzme kıyafetleri	2.120
(6113) Emdirilmiş, sıvanmış mensucattan örülmüş giyim eşyası	28.908
(6210) Plastik, kauçuk sıvanmış, emdirilmiş elyaftan hazır giyim eşyası	56.116
(6211) Spor, kayak ve yüzme kıyafetleri vb giyim eşyası	161.694

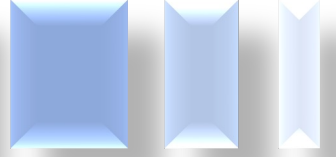
KAYNAK: ONS, Uzman hesaplamaları

TOPLAM

248.838



Rakipler ve Rekabet – olası yerel rakipler



RO & RITZY

<https://www.roandritz.com/>

ASK

<https://www.asktradingltd.co.uk/>

Activewear

<https://www.activewearmanufacturer.com/uk/>

P

<https://www.pinkfudge.co.uk/>

W

<https://www.white2labelmanufacturing.com/>

fashionthreads

<https://www.fashionthreads.co.uk/>

the cotton textile company

<https://www.thecottontextilecompany.co.uk/>

ceae

<https://www.ceae.co.uk/>

WILD THANG Creative BRAND-CLOTHING DESIGNERS & MANUFACTURERS

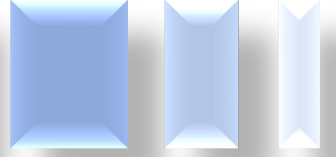
<https://www.wildthang.co.uk/>

WALRUS APPAREL

<https://walrusapparel.com/>



Rakipler ve Rekabet – olası yerel rakipler



<https://www.reshoreapparel.com/>

THE LONDON PATTERN CUTTER

<https://thelondonpatterncutter.co.uk/>

OGUK

<https://www.oguk.co.uk/activewear/>

GYM CLOTHES

<https://www.gymclothes.com/europe/uk/>



<https://hugga.com/pages/bespoke>

AIM athleisure

<https://aimathleisure.com/>



<https://blueassociatessportswear.com/>



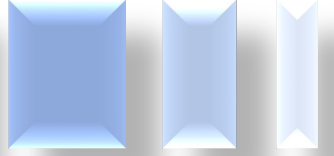
<https://www.scimitarsports.com/>

Berunwear

<https://www.berunwear.com/>



Pazar Büyüklüğü – iç pazar



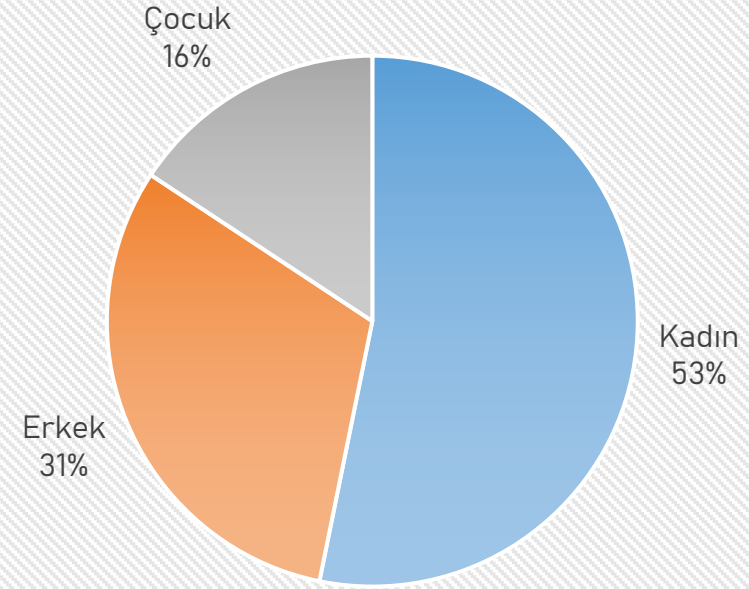
2022 yılı itibarıyla İngiltere aktif giyim pazarının büyüklüğü 5,8 milyar ABD dolarıdır.

Pazardaki en büyük ürün kategorisi kadın aktif giyim ürünleridir. Kadın aktif giyim ürünlerini, sırasıyla erkek ve bebek-çocuk aktif giyim ürünleri takip etmektedir.

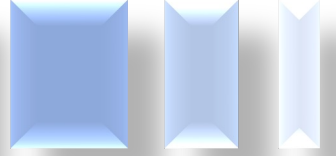
Pazarın önümüzdeki beş yıllık dönemde yıllık ortalama %8,54 büyüme oranı ile 7,5 milyar ABD dolarına büyümesi beklenmektedir. En hızlı büyüyen ürün grubu ise kadın aktif giyim ürünleridir.

KAYNAK: ONS, Sektör şirketlerinin faaliyet raporları, uzman hesaplamaları

Ürün Kategorileri Bazında Pazar Payları, 2022



Pazar Büyüklüğü – iç pazar



ABD doları	Kadın	Erkek	Çocuk	Toplam İç Pazar
2021	2.657.463.330	1.551.724.138	784.482.759	4.993.670.227
2022	3.080.000.000	1.800.000.000	910.000.000	5.790.000.000
2023	3.287.900.000	1.921.500.000	972.153.000	6.181.553.000
2024	3.509.833.250	2.051.201.250	1.038.551.050	6.599.585.550
2025	3.746.746.994	2.189.657.334	1.109.484.087	7.045.888.415
2026	3.999.652.416	2.337.459.204	1.185.261.850	7.522.373.471
YBBO	8,52%	8,54%	8,60%	8,54%

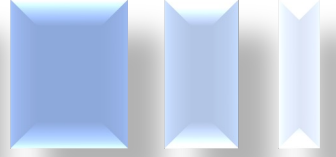
KAYNAK: ONS, Sektör şirketlerinin faaliyet raporları,
uzman hesaplamaları



"Tüm hakları mahfuzdur®. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

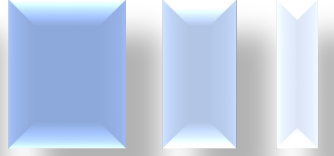
Pazar Büyüklüğü – iç pazar



Kişi başı aktif giyim harcamasının en çok görüldüğü grup kadınlardır. 2022 yılı itibarıyla kadın aktif giyim ürünlerinde kişi başına harcama %44,96'ya ulaşmıştır. Erkek aktif giyim ürünlerindeki kişi başına harcama harcama 26,29 ABD doları seviyesinde gerçekleşirken, aynı dönem için kişi başına çocuk aktif giyim harcaması 13,29 ABD doları olmuştur.



Pazar Büyüklüğü – coğrafi pazar



İngiltere'deki perakende harcamalarının en çok yapıldığı ilk beş şehir sırasıyla Londra, Glasgow, Birmingham, Manchester ve Liverpool'dur.

2018 yılında aldığı 41 Milyon ziyaretçi ile dünyada en çok ikinci ziyaretçi alan şehir konumunda olan Londra için 2020 yılı bir kayıp yılı olmuştur.

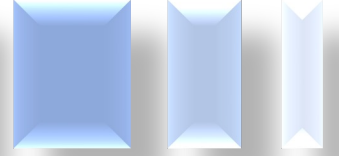
Londra'da yapılan perakende harcamasının yaklaşık %50'lik bir bölümünün turistler tarafından Oxford Street, Regent Street, Bond Street ve Covent Garden semtlerinde yoğunlaş mağazalarda yapıldığı düşünüldüğünde salgının coğrafi pazar yapısını da bozduğu görülmektedir.



İçindekiler

I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID-19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	31
4.	Bölgesel ve Sektörel Ekonomik Durum	33
III.	Yasal Düzenlemeler	40
IV.	Dış Ticaret, Pazar Dinamikleri ve Rekabet	44
V.	Sektörel Trendler	56
VI.	Satış ve Dağıtım Kanalları	70
VII.	Ekler	82

Talebin Doğası



Pandemi, sağlıklı yaşam istediğini artırmış, sokağa çıkma kısıtlamaları ve uzaktan çalışma bireylere daha fazla kendilerine zaman ayırma ve daha özgür giyinebilme imkanı vermiştir. Bu etkenler aktif giyim pazarının karlı ve en hızlı büyüyen pazarlardan biri olmasına yol açmaktadır.

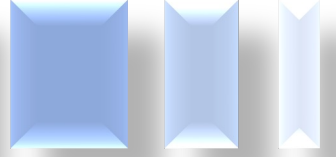
Öte yandan, İngiltere’de artan enflasyonist baskı ve fiyatlar tüketicilerin harcamaları üzerinde de etkili olmuştur. Talepteki artış beklentisi bir yandan, üretici ve tedarikçilerin artan maliyetleri bir yandan piyasa üzerinde etkili olmaktadır. Perakendeciler artan maliyet baskısını hafifletecek çözümler bulmaya çalışsa da 2022 yılı ve sonrasında aktif giyim fiyatlarının artma eğilimi devam etmektedir. Bu artışın satışlar üzerindeki etkisi tüketicilerin değişen alışkanlıkları sayesinde bu yıl çok fazla hissedilmese de, devamı durumunda talebi olumsuz yönde etkileme olasılığı bulunmaktadır.



Sektörün büyümesini destekleyen en önemli faktör diğer hazır giyim ürün gruplarında da olduğu gibi dijitalleşmedir. Dijitalleşmeyi sürdürülebilirlik takip etmektedir. Öte yandan sektörün büyümesinin önündeki en büyük engel ise tedarik zincirlerindeki duraksamalar ve girdi maliyetlerindeki artış olacaktır.



Sektörel Trendler



1957 yılında 42 olan ortalama İngiliz kadını bedeni 2020 yılında 46'ya ulaşmıştır. Önümüzdeki 10 yıllık dönemde ortalama bedenin 48'e çıkması beklenmektedir.

Obezitenin yaygın görüldüğü İngiltere'de büyük beden kıyafet talebi toplam talebin yaklaşık % 20'sinin oluşturmaktadır. Bir diğer deyişle İngiltere'deki büyük beden kıyafet pazarı 2022 yılı için 8,6 milyar ABD doları büyüklüğüne ulaşmıştır.

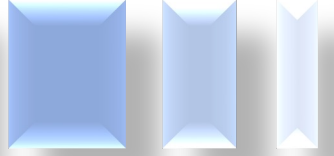
Büyük beden pazarı aktif giyim üreticileri için de cazip bir Pazar haline gelmiştir. Gün geçtikçe büyük beden aktif giyim talebi artmaktadır.



KAYNAK: NHS, ONS, uzman görüşleri



Sektörel Trendler



GORPCORE

Eski bir izci-dağcı deyimi olan Good ol' raisins and peanuts'dan türetilmiş olan Gorpcore 2019 yılından bu yana bir moda akımı olarak aktif giyimi de öne çıkarmaktadır.

Nike'in [ACG](#) koleksiyonu Gorpcore için güzel bir örneği teşkil etmektedir. Diğer firmalar da Gorpcore konseptli aktif giyim koleksiyonlarını tüm sektöre hızla yamaktadır.



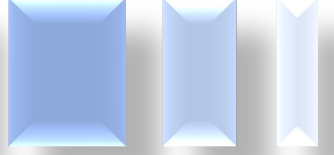
Sektörel Trendler



Moda markaları aktif giyim pazarındaki yükselmeden yararlanabilmek için marka ortaklıklarına yönelmiştir. Bunun en iyi örneklerinden birisi de Gucci-Adidas işbirliği ile yaratılmış olan koleksiyondur.



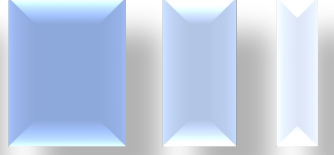
Sektörel Trendler



Parlak ve bol spor kıyafetler 2022'nin aktif giyim modasındaki başlıca trendlerden olacaktır.



Sektörel Trendler

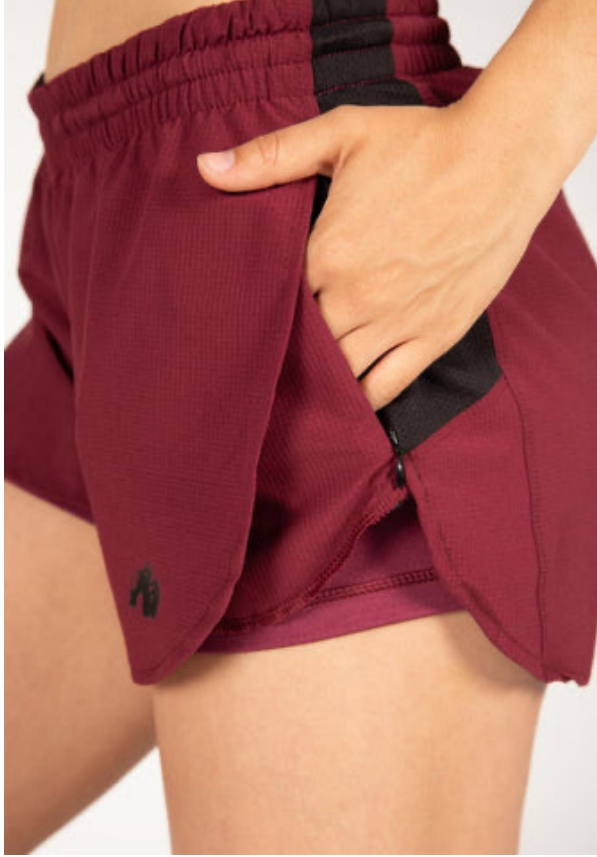
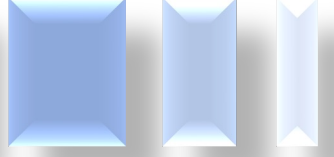


UZUN KOL

Uzun kol tercih edilen bir tasarım ögesi olarak kıyafetlerde yer alacaktır.



Sektörel Trendler

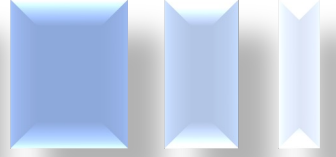


BOL KESİM

Bol kesim şortlar 2022 yılında vücudu saran dar kesim şortların yerini alacaktır.



Sektörel Trendler

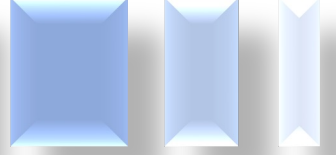


YOGA...

Yapılan bir araştırmaya göre son iki yıl içinde internet üzerinde yoga ürünleri ile ilgili yapılan araştırmalarda %42 oranında artış olmuştur. İnsanlar daha fazla yoga yapmakta, yoga kıyafetleri almaktadır. 2022 yılı yoga yapanlar için aktif giyim ürünleri almak için bir fırsat olacaktır.



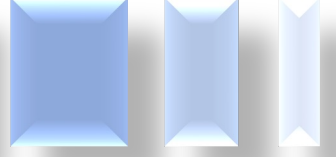
Sektörel Trendler



Sadece bisiklet kültürü değil ancak elektrikli bisikletlerin de yaygınlaşması ile birlikte bisikletçilere yönelik hem şık hem de sportif kıyafet sağlama gereksinimi gün geçtikçe artmaktadır. 2022 yılı da bisikletçilerin spor ve şıklığı bir araya getirdikleri aktif kıyafetleri dolaplarına ekleyecekleri bir yıl olacaktır.



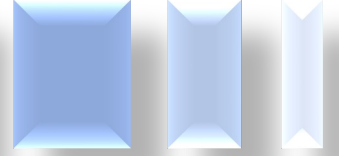
Sektörel Trendler



İngiltere'de tüketicilerin %68'i bir spor salonuna gitmek yerine evlerinde spor yapmayı tercih edeceklerini söylemektedir. 2022 evde spor yapanlara yönelik kıyafetlerin satışlarının artış eğilimini sürdüreceği bir yıl olacaktır.



Sektörel Trendler



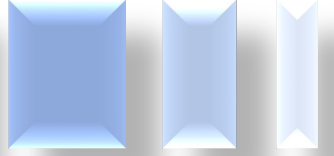
Yivli kumaşlardan aktif kıyafetler 2022'de moda olacaktır.



"Tüm hakları mahfuzdur®. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

Sektörel Trendler



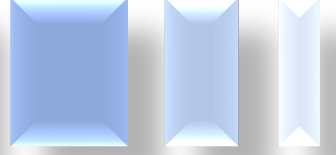
YÜKSEK KALİTE

Nike ve Adidas gibi spor giyim şirketleri on yıllardır kalite ve yenilikçilik konusunda önceliklerini kıyafet yerine ayakkabılara odaklamışlardır.

Tüketiciler piyasada yüksek kaliteli ve fonksiyonel aktif giyim eşyası bulma gücünü yaşamaktadır. 2022 yılı kalite ve fonksiyonda öne geçecek yüksek değer sunan markaların yılı olacaktır.

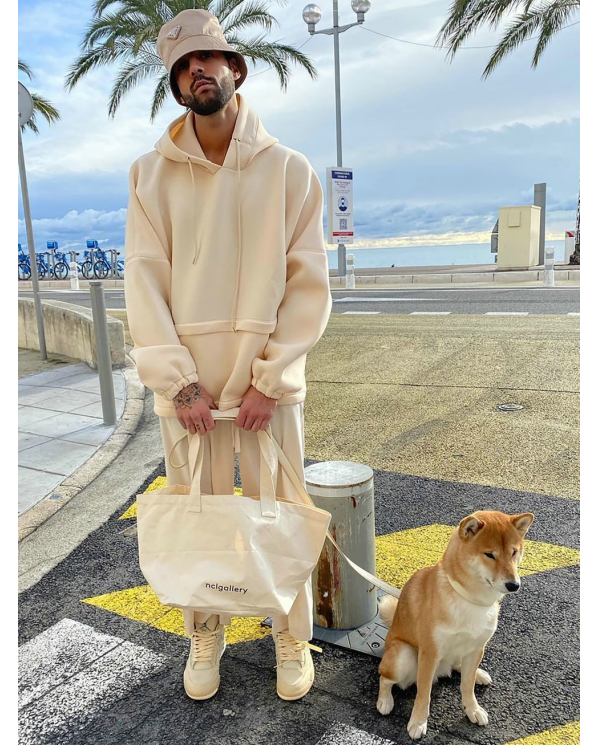


Sektörel Trendler



ATHFLOW

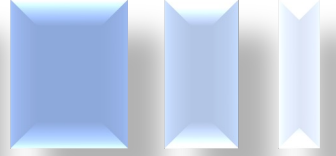
Atletiklik ve estetiği bir araya getiren Athflow akımı 2022'de etkisini sürdürmeye devam edecektir.



İçindekiler

I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID-19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	31
4.	Bölgesel ve Sektörel Ekonomik Durum	33
III.	Yasal Düzenlemeler	40
IV.	Dış Ticaret, Pazar Dinamikleri ve Rekabet	44
V.	Sektörel Trendler	56
VI.	Satış ve Dağıtım Kanalları	70
VII.	Ekler	82

Satış ve Dağıtım Kanalları



John Lewis

www.johnlewis.com/

M&S
EST. 1884

www.marksandspencer.com/

SELFRIDGES & CO

www.selfridges.com/

Harrods

www.harrods.com/

HOUSE OF FRASER
SINCE 1849

www.houseoffraser.co.uk/

Fenwick

www.fenwick.co.uk/

LIBERTY
LONDON

www.libertylondon.com/

Debenhams

www.debenhams.com/

Apexgray

<https://apexgray.co.uk/>

HARVEY
NICHOLS

www.harveynichols.com/

Sainsbury's
live well for less

www.sainsburys.co.uk/

JARROLD

www.jarrold.co.uk/

Browns
LONDON SINCE 1970

www.brownsfashion.com/

ASDA

www.asda.com/

TESCO

www.tesco.com/

BEALES

www.beales.co.uk/

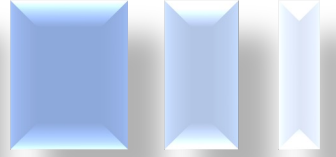
amazon.co.uk

www.amazon.co.uk

FAIRE

<https://www.faire.com/>

Satış ve Dağıtım Kanalları



<https://www.cottontraders.com/>

NET-A-PORTER

<https://www.net-a-porter.com/en-tr/>

boohoo

<https://www.boohoo.com/>

ALLSAINTS

www.allsaints.eu/

next

<https://www.next.co.uk/>



www.jdsports.co.uk/

BRANDALLEY <https://www.brandalley.co.uk/>



<https://www.tkmaxx.com/uk/en/>

BLUE❖INC <https://www.blueinc.co.uk/>



<https://www.asos.com/>



<https://www.ellis-brigham.com/>



<https://www.argos.co.uk/>

BURTON
MENSWEAR LONDON

<https://www.burton.co.uk/>



<https://www.very.co.uk/>



<https://www.cotswoldoutdoor.com/>



<https://www.morleysbrixton.co.uk/>



<https://www.brandableclothing.co.uk/>



<https://www.eurekagolf.co.uk/>

LYST

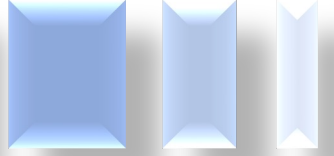
<https://www.lyst.co.uk/>



Pazara Erişim ve Kar Marjları



Pazara Erişim ve Kar Marjları



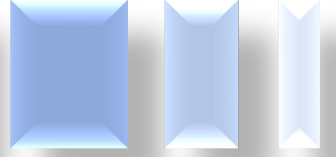
İngiltere pazarına erişim yolları bazındaki ticaretin yönü ve sektör özelinde ortalama kar marjları aşağıdadır.

Pazara erişim yolu 1: İhracatçı > İthalatçı-Toptancı > Müşteri ①②

İngiltere'de yerleşik ithalatçılar-toptancılar online satış kanalları vasıtası ile doğrudan alıcılara ulaşabilmektedirler. Bu, ithalatçıların daha yüksek kar marjları ile çalışmasına da imkan vermektedir. Bu sayede ithalatçı-toptancılar gerek kendi siteleri gerekse amazon gibi sitelerde kurdukları online mağazalarda daha rekabetçi bir pozisyon alma imkanına sahip olabilmektedir. Elbette toptan ticaret ve perakende ticareti yapabilmek için gerçekleştirilen efor ve masraf da göz önünde bulundurulmalıdır.



Pazara Erişim ve Kar Marjları



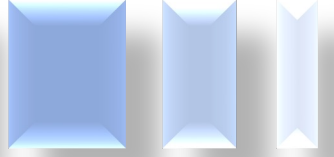
İngiltere pazarına erişim yolları bazındaki ticaretin yönü ve sektör özelinde ortalama kar marjları aşağıdadır.

Pazara erişim yolu 2: İhracatçı > İthalatçı-Toptancı > Perakendeci > Müşteri ① ③ ⑤

İngiltere'de yerleşik ithalatçılar-toptancılar bağımsız küçük perakendeciler ve görece küçük perakende zincirlerine (1-5 mağaza) dağıtım yapmaktadırlar. Bu perakendeciler üzerinden müşterilere erişilebilmektedir. Söz konusu perakendeciler çoklu-kanallar üzerinden (mağaza, online satış, mobil kanallar ve sosyal medya) müşteriye erişmektedir.



Pazara Erişim ve Kar Marjları



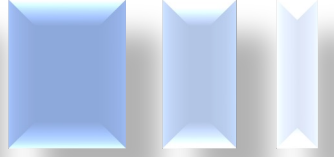
İngiltere pazarına erişim yolları bazındaki ticaretin yönü ve sektör özelinde ortalama kar marjları aşağıdadır.

Pazara erişim yolu 3: İhracatçı > Perakendeci > Müşteri 4 5

İhracatçının İngiltere'de yerleşik küçük perakendecilere doğrudan kendi imkanları ile (ülkede bulundurduğu temsilcilik ofisi veya benzeri bir yapı) dağıtım yapabildiği veya bir alternatif olarak yerleşik perakende zincirlerine PL olarak üretim yaptığı dağıtım türü olarak gözlenebilir.



Pazara Erişim ve Kar Marjları



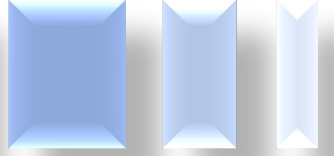
İngiltere pazarına erişim yolları bazındaki ticaretin yönü ve sektör özelinde ortalama kar marjları aşağıdadır.

Pazara erişim yolu 4: İhracatçı > Distribütör > Perakendeci > Müşteri 6 7 5

İhracatçının İngiltere'de yerleşik distribütörü ile perakendecilere dağıtım yapması yoluyla müşteriye ulaştığı durumdur. Ülkedeki pazarlama fonksiyonunun distribütör tarafından üstlenildiği düşünülmelidir.



Pazara Erişim ve Kar Marjları



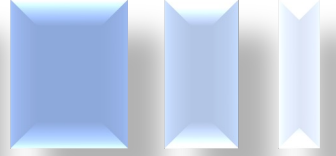
İngiltere pazarına erişim yolları bazındaki ticaretin yönü ve sektör özelinde ortalama kar marjları aşağıdadır.

Pazara erişim yolu 5: İhracatçı > Distribütör > Müşteri ⑥⑧

İngiltere'de yerleşik distribütörler de tıpkı ithalatçı-toptancılar gibi online satış kanalları vasıtası ile doğrudan alıcılara ulaşabilmektedirler. Bu, distribütörlerin daha yüksek kar marjları ile çalışmasına da imkan vermektedir. Elbette bu şekilde pazar penetrasyonu ve yaygın dağıtım perakendeciler ile çalışma kadar yaygın yapılamayabilmektedir. Bu durumda distribütörün kornerlar ve/veya kendi showroomları ile ürünü sergileme maliyeti de artmaktadır. Bu sayede dağıtıcılar gerek kendi siteleri gerekse amazon gibi sitelerde kurdukları online mağazalarda daha rekabetçi bir pozisyon alma imkanına sahip olabilmektedir.



Pazara Erişim ve Kar Marjları



İngiltere pazarındaki ürünlerin ortalama kar marjları bu bölümde gösterilmiştir. Brüt kar marjı çarpanı aktif giyim ürünleri için 2,5 ila 3,0 arasında ürünlerin talep durumları, marka vb etkenlere göre değişmektedir.

Tabloda da gösterildiği gibi ihracatçılar ürünleri doğrudan pazarlamak için yeterli hareket alanına sahiptir.

Pazar özellikle her üç segmentteki ürünler açısından oldukça cazip gözükmektedir.

Fiyat Segmentine Göre Aktif Giyim Ürünleri

	Düşük	Orta	Yüksek
CFR Teslimi	6,00	50,00	99,00
Maliyet (GBP)			
Gümrük Vergisi	-	-	-
CFR Diğer Maliyetler yükleme, iç nakliye, sigorta ve banka	0,60	5,00	9,90
	6,60	55,00	108,90
Toptancı Kar Marjı % 25 - % 30 - % 35	1,65	16,50	38,12
Toptan Satış Fiyatı	8,25	71,50	147,02
Perakendeci Kar Marjı % 50 - % 55 - % 70	4,13	39,33	102,91
Katma Değer Vergisi (% 20)	2,48	22,17	49,99
Tüketicilere Mal Oluş Fiyatı	14,85	132,99	299,91
Kar Marjı Çarpanı	2,48	2,66	3,03

Pazardaki Etkinlikler



Düzenlenme Tarihi : 27 - 28 Temmuz 2022
Konum : Solihull
Ziyaretçi Sayısı : -
Katılımcı Sayısı : -
Web Sitesi : <https://www.indxshows.co.uk/indx-fashion/womenswear/womenswear>

Yılda iki kez tekrarlanan ve bağımsız küçük perakendecilere yönelik olarak kadın kıyafeti, çanta ve ayakkabılarının sergilendiği bir fuardır.



Düzenlenme Tarihi : 23 - 25 Temmuz 2022
Konum : Solihull
Ziyaretçi Sayısı : -
Katılımcı Sayısı : -
Web Sitesi : <https://www.indxshows.co.uk/indx-fashion/intimate-apparel/intimate-apparel>

Bağımsız küçük perakendecilere yönelik düzenlenen aktif giyim, iç giyim ve yüzme kıyafetlerinin sergilenmiş olduğu bir fuardır.



Düzenlenme Tarihi : 20-21 Eylül 2022
Konum : Londra
Ziyaretçi Sayısı : -
Katılımcı Sayısı : 120
Web Sitesi : <https://www.fashionsvp.com/>

Kıyafet, ayakkabı ve aksesuarların sergilendiği, çok sayıda yabancı katılımcının yer aldığı bir fuardır.



Düzenlenme Tarihi : 17-19 Temmuz 2022
Konum : Londra
Ziyaretçi Sayısı : -
Katılımcı Sayısı : -
Web Sitesi : <https://www.purelondon.com/>

İngiltere'nin en önemli moda etkinliğidir. Moda showları ve ticari fuar etkinliği birlikte gerçekleştirilmekte olup, sadece bitmiş ürünler değil, tekstil ve kumaş ürünleri de sergilenmektedir.



Düzenlenme Tarihi : 4-7 Eylül 2022
Konum : Birmingham
Ziyaretçi Sayısı : -
Katılımcı Sayısı : -
Web Sitesi : <https://www.moda-uk.co.uk/>

İngiltere'nin en önemli moda fuarlarından birisidir. Kadın ve erkek kıyafetleri, ayakkabılar ve aksesuarlar sergilenmektedir. Yılda iki kez düzenlenmektedir.

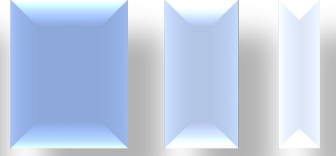


Düzenlenme Tarihi : 8-9 Haziran 2022
Konum : Solihull
Ziyaretçi Sayısı : -
Katılımcı Sayısı : -
Web Sitesi : <https://www.indxshows.co.uk/indx-fashion/sport-leisure/registration>

Bağımsız küçük perakendecilere yönelik düzenlenen bir fuardır. Aktif ve spor giyim ürünleri sergilenmektedir.

Not: Son iki yıldır etkinlik düzenlenmediği için geçmiş katılımcı ve ziyaretçi verilerinin geleceğe ışık tutmayacağı düşünülmektedir. Bu nedenle geçmişteki katılımcı ve ziyaretçi bilgileri verilmemiştir.

Bilgi Kaynakları



kelkoo

Farklı mağazalar daki ürünlerin fiyat karşılaştırmasına yardımcı olan bir web sitesi www.kelkoo.com

**BRITISH
FASHION
COUNCIL**

İngiliz Moda Konseyi, ülkedeki moda sektörüne yön veren bir kurumdur. <https://www.britishfashioncouncil.co.uk/>

UKWA MarketSpace

İngiltere lojistik depolama derneğinin depo arayanlarla müşterilerini bir araya getirmek için oluşturduğu arama motoru. <https://www.ukwamarketspace.com/>

**FOR ALL THE FASHION BUSINESS
Drapers**

Moda ve perakende ticaret ile ilgili gelişme ve haberlerin yer aldığı güncel içeriklerle zenginleştirilmiş bir yayın <https://www.drapersonline.com/>

bira
The voice of independent retailers

İngiltere çapında gömlek de dahil olmak üzere farklı sektörlerde faaliyet gösteren 6.500 bağımsız perakendecinin üye olduğu bir dernektir. <https://bira.co.uk/>

boutique.
BUSINESS SENSE FOR FASHION RETAILERS

5.000 civarındaki bağımsız küçük perakendeciye dağıtımını gerçekleştiren bir moda ürünleri dergisidir. Tedarikçiler için bir katalog bölümünde yer alma imkanı vardır. <http://boutique-magazine.co.uk/>

pciaw.org

Küresel Mesleki Kıyafet Sanayi Derneği, iş ve kurumsal kıyafet sektörüne yön veren alıcı ve satıcıların bir araya geldiği, online ihaleler yoluyla işbirlikleri yaptığı bir platformdur. <https://pciaw.org/>

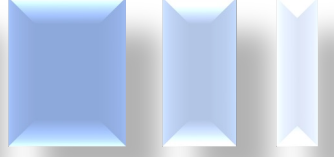
ukft

İngiltere Moda ve Tekstil Ağı, 2.500'ün üzerinde tasarımcı, moda markası ve üreticiyi bir araya getiren bir sektör örgütüdür. <https://www.ukft.org/>

İçindekiler

I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID-19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	31
4.	Bölgesel ve Sektörel Ekonomik Durum	33
III.	Yasal Düzenlemeler	40
IV.	Dış Ticaret, Pazar Dinamikleri ve Rekabet	44
V.	Sektörel Trendler	56
VI.	Satış ve Dağıtım Kanalları	70
VII.	Ekler	82

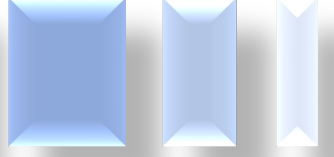
Kısaltmalar



CAGR (Compound Annual Growth Rate)	:	Yıllık Bileşik Büyüme Oranı (YBB0)
CFRR (The Centre for Retail Research)	:	Perakende Araştırmaları Merkezi
DIY (Do It Yourself)	:	Hobi Mağazaları
GBP (Great Britain Pound)	:	İngiliz Sterlini
HMCS (Her Majesty's Custom Service)	:	Kraliyet Gümrük İdaresi
HRS (Hotel Reservation Services)	:	Otel Rezervasyon Hizmetleri
IMF (International Monetary Fund)	:	Milletlerarası Para Fonu
LDC (Local Data Company)	:	Yerel Veri Şirketi
COFACE (Compagnie Française d'Assurance pour le Commerce Extérieur)	:	Fransız Dış Ticaret Sigorta Şirketi
ONS (Office of National Statistics)	:	İngiltere Ulusal İstatistik Kurumu
PL (Private Label)	:	Fason Üretim
WB (World Bank)	:	Dünya Bankası



Kaynakça



<https://www.ons.gov.uk/>

<https://www.uktradeinfo.com/>

<https://www.gov.uk/government/organisations/companies-house>

<https://knoema.com/>

<https://www.endole.co.uk/>

<https://www.imf.org/en/Home>

<https://www.theglobaleconomy.com/>

<https://data.worldbank.org/>

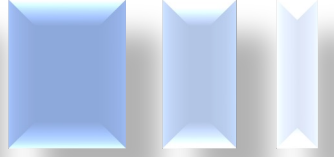
<https://www.lloydsbank.com/>

<https://tradingeconomics.com/>

Sektör temsilcileri ile gerçekleştirilen görüşmeler, halka açık şirketlerin yıllık faaliyet raporları ve yatırımcı sunumları, sektörel yayınlar ve istatistikler derlenmiş ve yorumlanmıştır.



Ekler



EK_1_2021_İngiltere_Aktif_Giyim_Potansiyel_Alici_Listesi



EK_2_2021_İngiltere_Perakende_Aktif_Giyim_Fiyatlari



TEŐEKKÜRLER

İZMİR

Yenigün Mahallesi
FevzipaŐa Bulvarı
No:146/803
Konak

www.zobu-consulting.com
info@zobu-consulting.com