



İNGİLTERE

Ülke Raporu

İç Giyim. Haziran 2019

Bu pazar araştırma raporu



tarafından iç giyim ihracatçısı
firmaların hedef pazarlar hakkında
derinlemesine bilgi sahibi olmalarını
sağlamak amacıyla



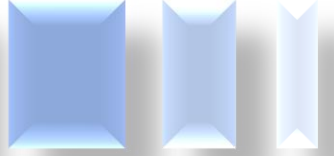
2011-1 Sayılı Pazar Araştırması ve
Pazara Giriş Desteği Hakkında
Tebliği kapsamında hazırlanmıştır.



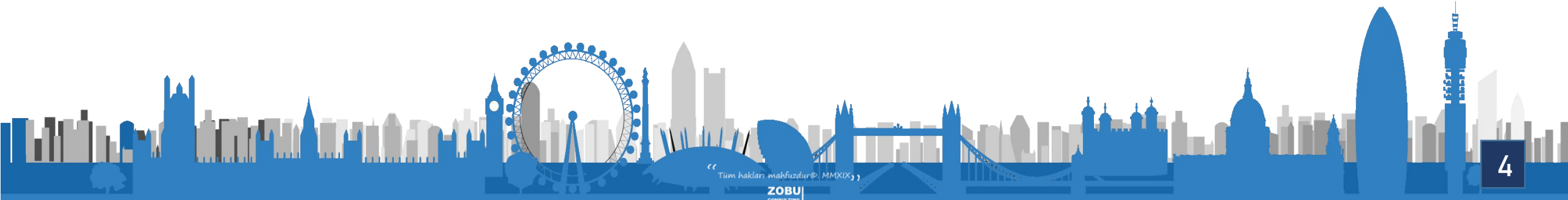
YASAL UYARILAR

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 IHKİB'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.

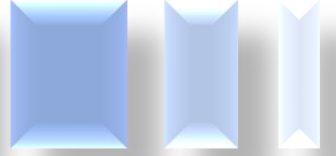
İçindekiler



| | Sayfa | | Sayfa |
|-------------------------------|-------|---------------------------------|-------|
| ▪ Metodoloji | 5 | ▪ Pazar Büyüklüğü ve Yönü | 34 |
| ▪ Genel Bakış | 6 | ▪ Trendler | 37 |
| ▪ Gündelik Yaşam | 9 | ▪ Satış ve Dağıtım Kanalları | 68 |
| ▪ İş Yapma Kolaylığı | 13 | ▪ Pazara Erişim ve Kar Marjları | 78 |
| ▪ Dış Ticaret | 16 | ▪ Alternatif Fırsatlar | 84 |
| ▪ Üretim | 28 | ▪ Pazardaki Etkinlikler | 86 |
| ▪ Olası Yerel Rakipler | 29 | ▪ Bilgi Kaynakları | 88 |
| ▪ Ekonomi | 30 | ▪ Kısaltmalar | 89 |
| ▪ Toptan ve Perakende Ticaret | 32 | | |



Metodoloji



2018 yılı sonu itibarıyla İngiltere'nin yapmış olduğu toplam iç giyim ithalatının % 2,9 gibi bir oranını karşılayan Türk ihracatçıların bu ülkeye yönelik ihracatını artırmak için pazar bilgilerini derinleştirmek amacıyla hazırlanmış olan bu Pazar Araştırması Raporu

- Birincil bilgi kaynakları

İngiltere'de sektöre yön veren az sayıda oyuncu ile yapılmış olan mülakatlar...

- İkincil bilgi kaynakları ve

Sektöre yön veren şirketlerin faaliyet raporları, mali tabloları, sektörel dergi ve yayınlar...

- Büyük veri

Perakende ticaret, dış ticaret, genel ekonomi alanlarında derlenen fiyat, pazar büyüklüğü, ticaret, ihracat, ithalata yönelik günlük, haftalık, aylık, yıllık periyotlarda zaman serisine sahip çok sayıda (istatistik kurumları, zincir mağaza kasa raporları, konşimento kayıtları, diğer büyük veri kaynakları) verilerin

derlenmesi, analizi ve yorumlanması yoluyla hazırlanmıştır.



Genel Bakış



İngiltere sancılı ve belirsizliklerle dolu bir ayrılma süreci yaşadığı AB'nin 2.nci ve dünyanın 5.nci büyük ekonomisidir.

2

2,8

İngiltere ekonomisi 2019 yılı tahminlerine göre 2,8 Trilyon ABD Doları büyüklüğündedir.

Türkiye'nin 1/3'ünden küçük yüzölçümüne rağmen ülkenin nüfusu 66,4 Milyon kişidir .

66,4

42

Kişi başına G.S.M.H. 42.036 ABD Dolarıdır.

Tüketici fiyat enflasyonunun %2,2 seviyesindedir.

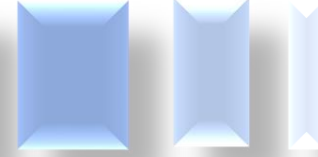
2,2

4,2

İşsizlik oranı %4,2 seviyesindedir.

2019

Genel Bakış



İngiltere

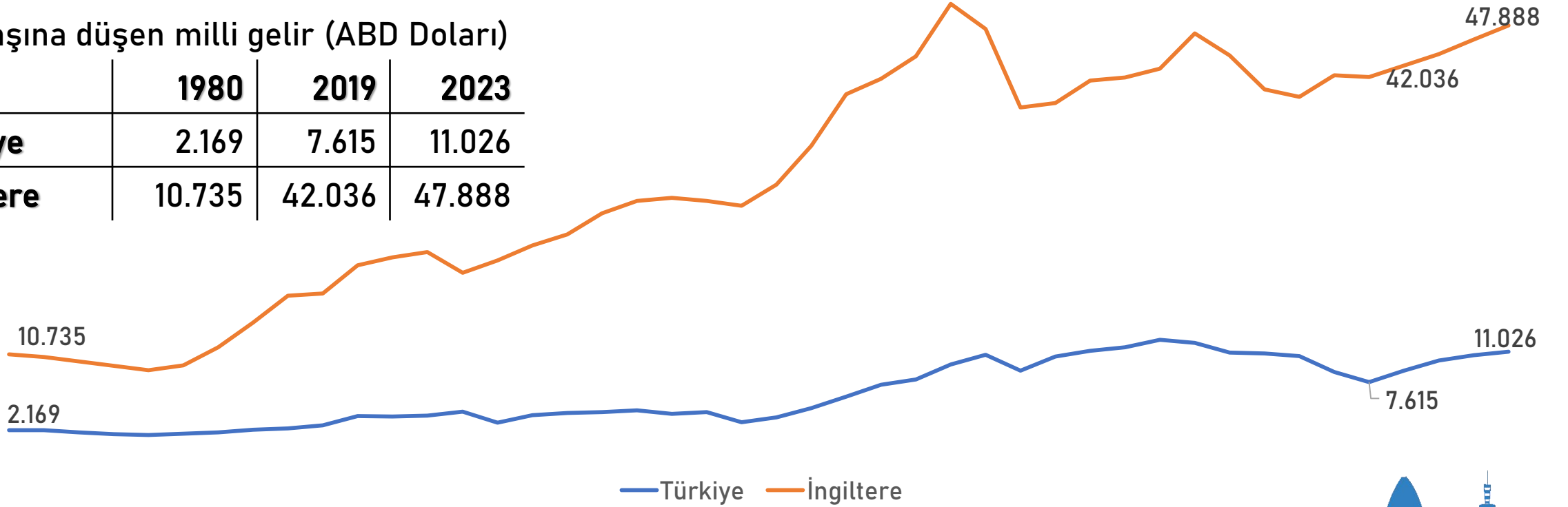
- 20. yüzyılın başında yaşanan iki dünya savaşı ve imparatorluğun gücünü kaybetmesine rağmen ülke askeri ve siyasi gücünü bir nebze de olsa korumakla beraber, 2016 yılından bu yana yaşanan BREXIT süreci ülkenin geleceğin küresel dünyasındaki konumunu sorgulatmaktadır.
- Dünya'nın sanayileşen ilk ekonomisi olma özelliği taşıyan İngiliz ekonomisi uzun yıllardan bu yana üretim yerine hizmetler sektöründe büyümesine rağmen halen dünyanın en büyük ekonomilerinden biri olma özelliğini taşımaktadır.
- Ülkenin sanayileşmeden uzaklaşması gelir dağılımı dengesinin bozulmasına, sosyal refahın azalmasına ve ekonomik kırılganlığa sebep olmuştur.
- Ülkenin geleneksel ve katı ademi merkezîyetçi yönetim yaklaşımı özellikle Galler ve İskoçya'daki ayrılıkçı dalgaya karşı 1999 yılında verilen özerkliklerin gündemüne artışı ile gevşemeye başlamıştır.
- İngiltere kısmen imparatorluğun bir mirası olarak günümüzde etnik çeşitliliği en fazla olan ülkelerin başında gelmektedir.
- Ülkenin nüfus açısından en büyük şehirleri sırasıyla başkent Londra (9 milyon), Manchester (2,7 milyon), Birmingham (2,6 milyon), Batı Yorkshire (1,8 milyon), Glasgow (1,6 milyon) ve Southampton/Portsmouth'tur (0,9 Milyon). (2018)

Genel Bakış



Kişi başına düşen milli gelir (ABD Doları)

| | 1980 | 2019 | 2023 |
|------------------|--------|--------|--------|
| Türkiye | 2.169 | 7.615 | 11.026 |
| İngiltere | 10.735 | 42.036 | 47.888 |



Kaynak: <http://www.imf.org/en/data>

Gündelik Yaşam ve Fiyatlar

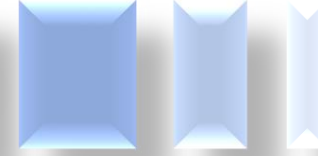


Aşağıda İstanbul ve İngiltere'nin başkenti Londra'daki bazı ürünlerin fiyat karşılaştırmaları yer almaktadır.

(1 Haziran 2019)

| | İSTANBUL | LONDRA |
|---|-------------|--------------|
| 2 kişi- 3 kap yemek, orta sınıf restoranda | 100,00 TL | 369,06 TL |
| Su (0,33 Litre) | 1,57 TL | 7,81 TL |
| Coca-Cola/Pepsi (0,33 Litre) | 4,18 TL | 10,30 TL |
| Benzin (1 Litre) | 6,50 TL | 9,61 TL |
| Süt (1 Litre) | 4,34 TL | 7,17 TL |
| Domates (1 Kg) | 6,68 TL | 17,68 TL |
| Taksi (1 Km) | 2,50 TL | 22,14 TL |
| Peynir (1 Kg) | 30,67 TL | 50,91 TL |
| Kira - 3 yatak odalı apartman dairesi, şehir merkezinde | 3.592,43 TL | 24.355,21 TL |
| Aylık ortalama ücret | 2.696,53 TL | 16.848,15 TL |

Gündelik Yaşam ve Fiyatlar

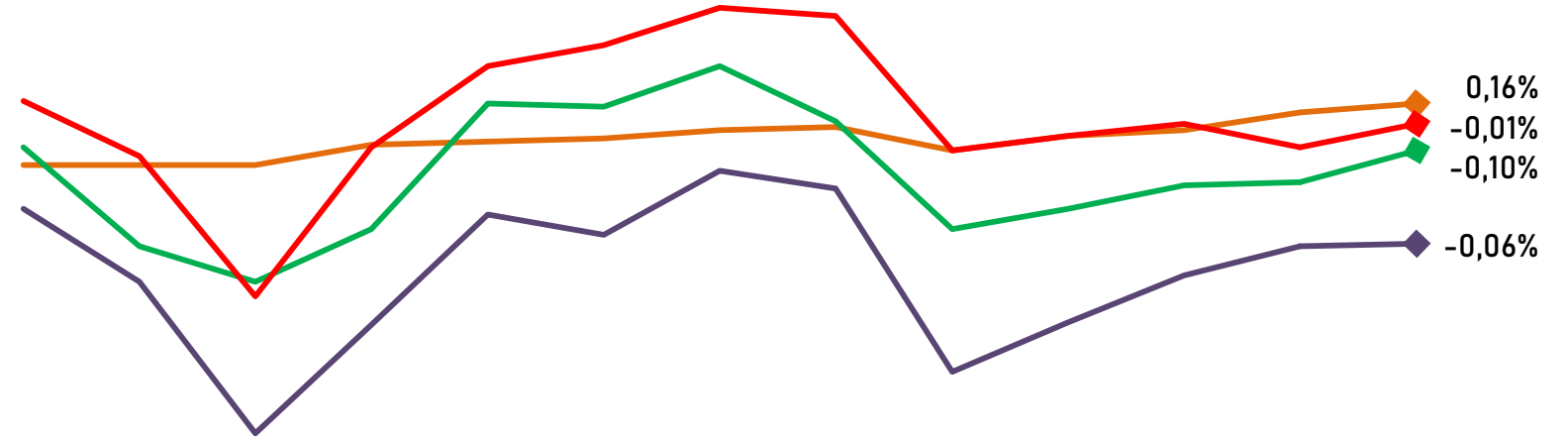


- Tüketici fiyat endeksi Mart-2018 / Mart 2019 döneminde aylık ortalama % 0,16 artmıştır.
- Aynı dönemde sırasıyla bebe ve çocuk konfeksiyon fiyatları aylık ortalama % 0,01 erkek konfeksiyon fiyatları aylık ortalama % 0,1 ve kadın konfeksiyon fiyatları aylık ortalama % 0,06 oranında azalmıştır.

Fiyat Değişimleri

Tüketici Fiyatları, 2015 = 100
(Mayıs 2018 - Mayıs 2019)

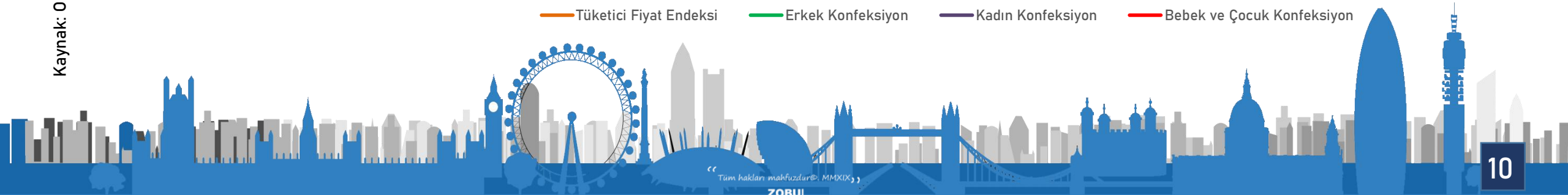
Aylık
Ortalama
Fiyat değişimi (%)



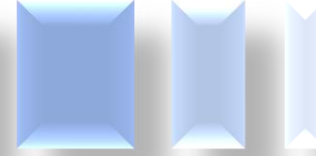
| Mayıs 2018 | Haziran 2018 | Temmuz 2018 | Ağustos 2018 | Eylül 2018 | Ekim 2018 | Kasım 2018 | Aralık 2018 | Ocak 2019 | Şubat 2019 | Mart 2019 | Nisan 2019 | Mayıs 2019 |
|------------|--------------|-------------|--------------|------------|-----------|------------|-------------|-----------|------------|-----------|------------|------------|
|------------|--------------|-------------|--------------|------------|-----------|------------|-------------|-----------|------------|-----------|------------|------------|

— Tüketici Fiyat Endeksi — Erkek Konfeksiyon — Kadın Konfeksiyon — Bebek ve Çocuk Konfeksiyon

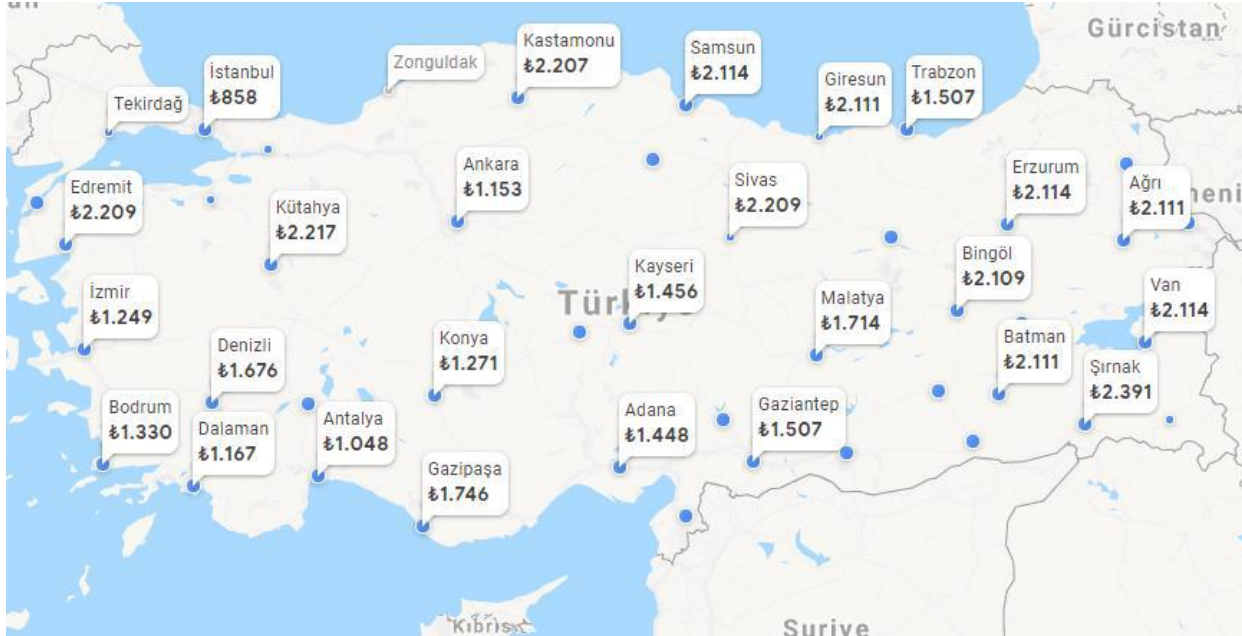
Kaynak: ONS



Gündelik Yaşam ve Seyahat



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 Gatwick ve Heathrow havalimanları ile İstanbul'da bulunan Atatürk ve S. Gökçen Havalimanları arasında olmuştur (OAG, 2017).



Türkiye ile İngiltere arasında direkt uçuş gerçekleştiren havayolu şirketleri;

PEGASUS
AIRLINES

Jet2.com



BRITISH AIRWAYS

TURKISH
AIRLINESThomas Cook
Airlines

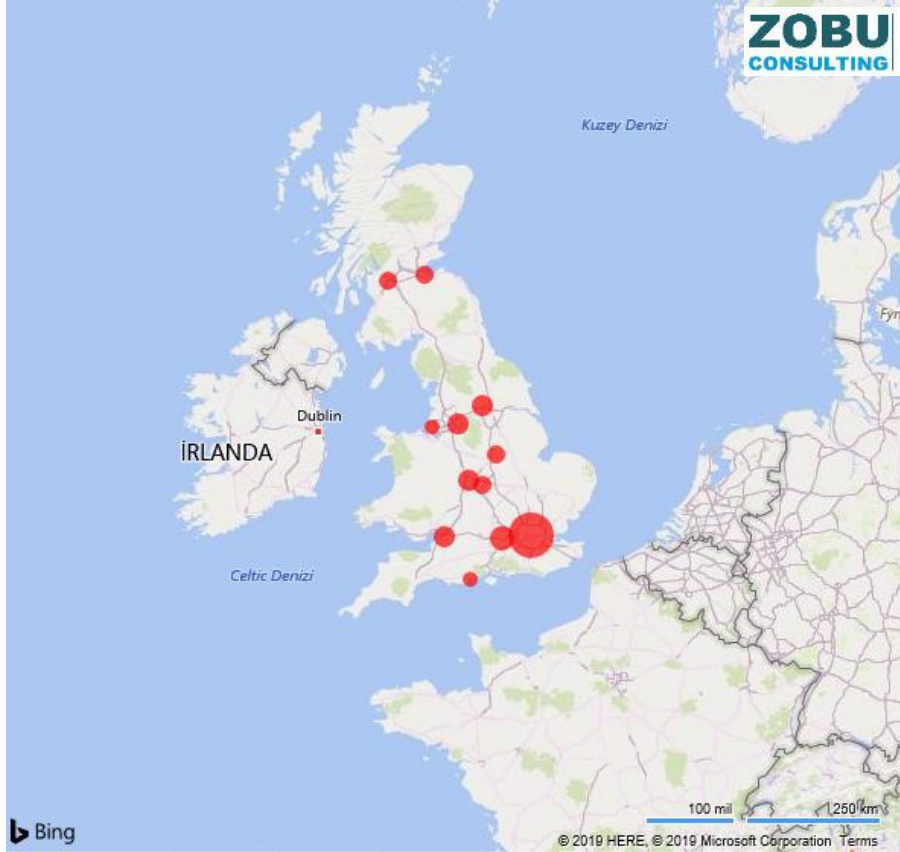
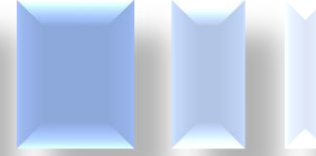
easyJet

atlaskglobal

İngiltere yönüne ekonomi sınıf, gidiş dönüş bilet fiyatları (01.06.2019)



Gündelik Yaşam ve Seyahat



Ortalama OK gecelik konaklama ücretleri, GBP, 2018

| | | | |
|-------------|-----|------------|-----|
| Birmingham | 108 | Leeds | 111 |
| Bournemouth | 91 | Liverpool | 92 |
| Bristol | 108 | Londra | 174 |
| Coventry | 102 | Manchester | 114 |
| Edinburgh | 101 | Nottingham | 100 |
| Glasgow | 106 | Reading | 124 |

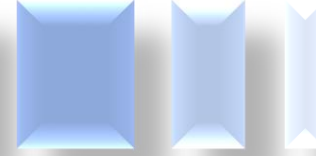
İngiltere Ortalaması

£127

Kaynak: HRS



İş Yapma Kolaylığı



İTHALATIN BASİTLİĞİ (WB)

Gösterge

İthalat için geçen ortalama süre (Saat)

İngiltere

3

Türkiye

11

OECD Ortalaması

8,5

İthalatın maliyeti (Dokümantasyon, ABD Doları)

-

46

100,2

Dünya Bankası'nın iş yapma kolaylığı endeksine göre 190 ülke arasında 2019 yılı itibariyle 9'ncu sırada olan İngiltere, Avrupa kıtasında Danimarka ve Norveç'in ardından iş yapmanın en kolay olduğu ülke durumundadır. Şeffaf ticaret sistemi tüm paydaşların oldukça açık kurallar ile ticaret yapmasına izin vermektedir. (Not: Türkiye aynı endekse göre 190 ülke arasında 43'ncü sırada yer almaktadır).

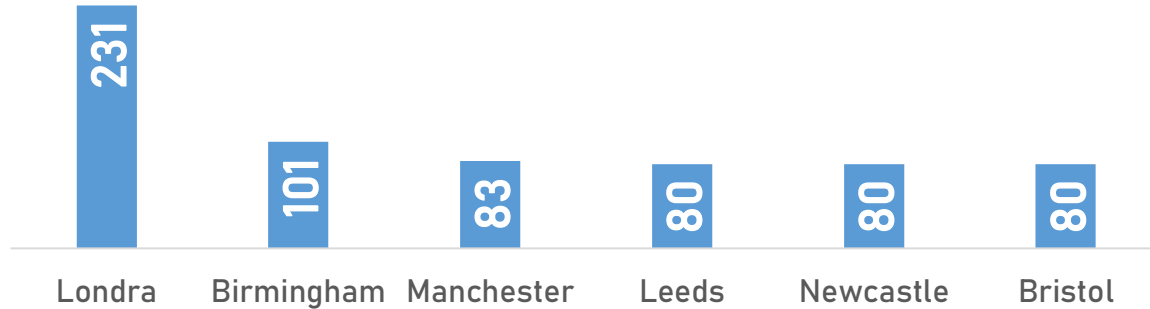


İş Yapma Kolaylığı

• Depolama

- İngiltere depolama çözümlerinin en gelişmiş ve yaygın olduğu ülkelerdendir. Ülkenin erken sanayileşmesi depolama sektöründe de erken gelişmeyi doğurmuştur.
- Aşağıda 2018 yılı itibariyle İngiltere'deki bazı şehirlerdeki aylık m² depo kirası ücretleri gösterilmektedir.

Aylık, m²/ABD Doları, 2018



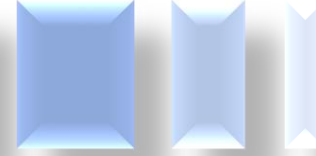
- Depo kiralamak yerine palet alanı kiralama ücretlerine ilişkin bir yaklaşık maliyet tablosu aşağıda verilmiştir.

| Açıklama | Kiralama Ücreti, haftalık, 2019 |
|---------------------------------------|---------------------------------|
| 1 - 300 adet arası palet için | Palet başına 2,00 £ |
| 300 - 1.000 adet arası palet için | Palet başına 1,50 £ |
| 1.000 adet ve üzeri sayıda palet için | Palet başına 1,20 £ |
| Palet başına indirme ücreti | 3,00 £ |
| Palet başına yükleme ücreti | 3,00 £ |

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

KAYNAK: Premier Storage

İş Yapma Kolaylığı



• Nakliye



İstanbul-Londra arası
Yaklaşık 2-3 gün

50 kg ağırlığında, 50 cm x 50 cm x 50 cm
ölçülerinde bir yük için 435 \$ - 480 \$



İstanbul-Londra arası
Yaklaşık 40 gün

80 \$ - 88 \$ /m³ veya komple kamyon olması
durumunda 1.500 \$ - 1.650 \$



İstanbul-Londra arası yaklaşık 9 gün,
İzmir-Londra arası yaklaşık 19 gün

20'lik konteyner 2.085 \$ - 2.300 \$, parsiyel
yük olması durumunda 5 Ton 5 m³ bir yük
için 600 \$ - 675 \$

01.06.2019 tarihi itibarıyla



G.T.I.P

4 ve 6 Basamaklı Gümrük Tarife İstatistik Kodları



TRADEMAP

Zaman serisi ve ülke bazlı ithalat ve ihracat verileri

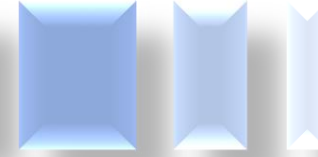


UZMAN HESAPLAMALARI

G.T.I.P. Özelinde zaman serisi ve ülke bazlı veri analizi



İç Giyim için Fırsatlar



Bu bölümde iç giyim imalatı ve ihracatı sektöründe faaliyet gösteren firmalar açısından İngiltere pazarlarının sunmuş olduğu fırsatlar ortaya konulmaktadır. Söz konusu fırsatlar aşağıda sıralanmış olan G.T.İ.P. Kodları bazında ve bu G.T.İ.P kodlarından yola çıkılarak analiz edilmiştir.



61.07

61.08

61.12

62.07

62.08

62.12

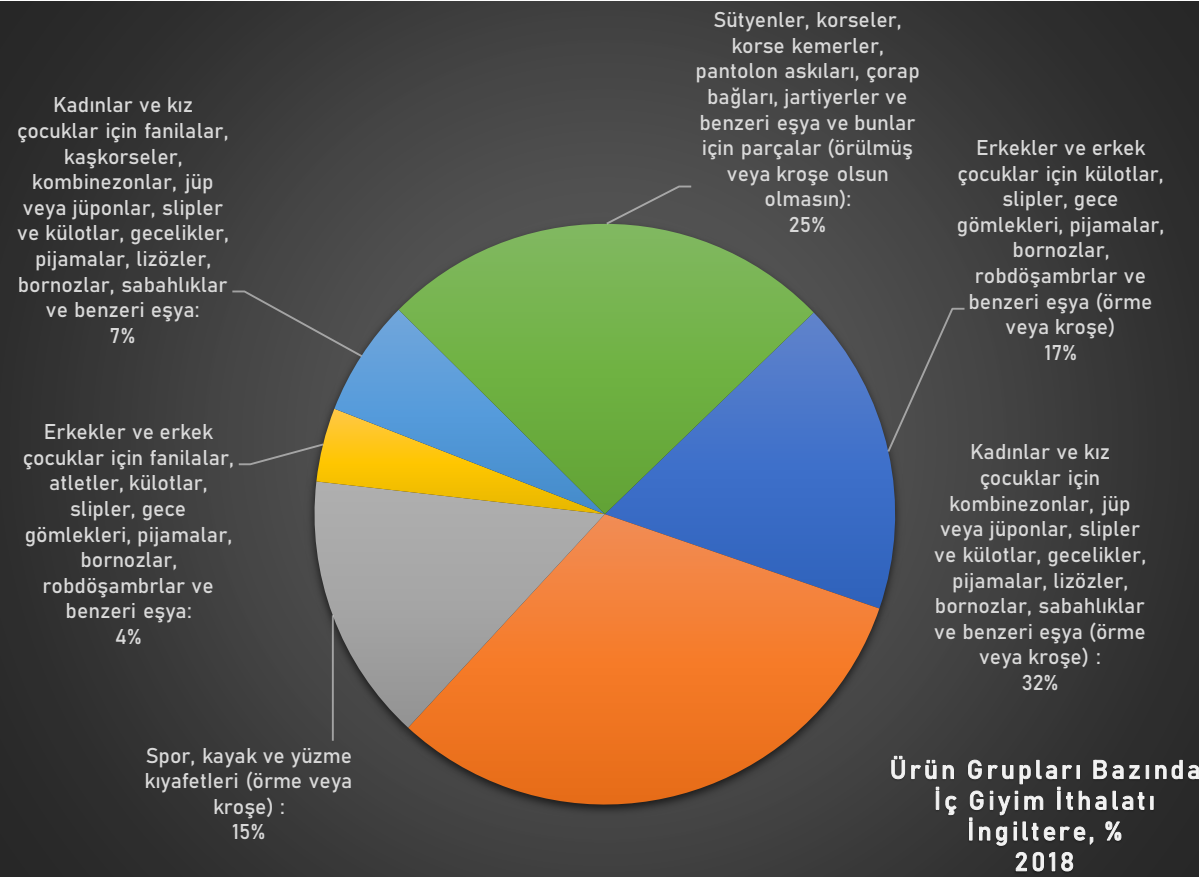


Ayrıntılı açıklamalar için Türk Gümrük Tarife Cetvelini incelemek yeterli olacaktır.



İç Giyim için Fırsatlar

Ülke Raporu: İngiltere

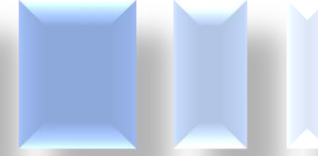


| ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA İTHALAT, x 1.000 ABD Doları | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | CAGR |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|---------------|
| Erkekler ve erkek çocuklar için kütötlar, slipler, gece gömlekleri, pijamalar, bornozlar, robdöşambırlar ve benzeri eşya (örme veya kroşe) | 435.756 | 423.759 | 378.615 | 371.696 | 396.952 | -2,30% |
| Kadınlar ve kız çocuklar için kombinezonlar, jüp veya jüponlar, slipler ve kütötlar, gecelikler, pijamalar, lizözler, bornozlar, sabahlıklar ve benzeri eşya (örme veya kroşe) : | 835.125 | 785.287 | 712.087 | 709.317 | 716.595 | -3,75% |
| Spor, kayak ve yüzme kıyafetleri (örme veya kroşe) : | 273.262 | 279.265 | 273.921 | 302.894 | 339.204 | 5,55% |
| Erkekler ve erkek çocuklar için fanilalar, atletler, kütötlar, slipler, gece gömlekleri, pijamalar, bornozlar, robdöşambırlar ve benzeri eşya: | 103.047 | 96.390 | 98.105 | 88.952 | 93.469 | -2,41% |
| Kadınlar ve kız çocuklar için fanilalar, kaşkorseler, kombinezonlar, jüp veya jüponlar, slipler ve kütötlar, gecelikler, pijamalar, lizözler, bornozlar, sabahlıklar ve benzeri eşya: | 165.590 | 153.431 | 137.975 | 144.735 | 147.947 | -2,78% |
| Sütyenler, korseler, korse kemerler, pantolon askıları, çorap bağları, jartiyerler ve benzeri eşya ve bunlar için parçalar (örülmüş veya kroşe olsun olmasın): | 664.905 | 654.679 | 614.322 | 620.096 | 575.103 | -3,56% |
| TOPLAM | 2.477.685 | 2.392.811 | 2.215.025 | 2.237.690 | 2.269.270 | -2,17% |

| ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TÜRKİYE'DEN YAPILAN İTHALAT, x 1.000 ABD Doları | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | CAGR |
|---|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| Erkekler ve erkek çocuklar için kütötlar, slipler, gece gömlekleri, pijamalar, bornozlar, robdöşambırlar ve benzeri eşya (örme veya kroşe) | 19.265 | 12.167 | 9.816 | 8.511 | 8.842 | -17,69% |
| Kadınlar ve kız çocuklar için kombinezonlar, jüp veya jüponlar, slipler ve kütötlar, gecelikler, pijamalar, lizözler, bornozlar, sabahlıklar ve benzeri eşya (örme veya kroşe) : | 45.067 | 35.501 | 24.529 | 19.312 | 17.444 | -21,12% |
| Spor, kayak ve yüzme kıyafetleri (örme veya kroşe) : | 9.256 | 8.900 | 11.087 | 10.266 | 14.823 | 12,49% |
| Erkekler ve erkek çocuklar için fanilalar, atletler, kütötlar, slipler, gece gömlekleri, pijamalar, bornozlar, robdöşambırlar ve benzeri eşya: | 12.510 | 11.103 | 10.186 | 6.058 | 9.788 | -5,95% |
| Kadınlar ve kız çocuklar için fanilalar, kaşkorseler, kombinezonlar, jüp veya jüponlar, slipler ve kütötlar, gecelikler, pijamalar, lizözler, bornozlar, sabahlıklar ve benzeri eşya: | 13.728 | 10.757 | 7.865 | 8.704 | 10.584 | -6,30% |
| Sütyenler, korseler, korse kemerler, pantolon askıları, çorap bağları, jartiyerler ve benzeri eşya ve bunlar için parçalar (örülmüş veya kroşe olsun olmasın): | 6.488 | 5.929 | 6.769 | 6.594 | 4.999 | -6,31% |
| TOPLAM | 106.314 | 84.357 | 70.252 | 59.445 | 66.480 | -11,07% |

| ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TÜRKİYE'DEN YAPILAN İTHALAT, DEĞİŞİM, % | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | CAGR |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------------|
| Erkekler ve erkek çocuklar için kütötlar, slipler, gece gömlekleri, pijamalar, bornozlar, robdöşambırlar ve benzeri eşya (örme veya kroşe) | 4% | 3% | 3% | 2% | 2% | -15,75% |
| Kadınlar ve kız çocuklar için kombinezonlar, jüp veya jüponlar, slipler ve kütötlar, gecelikler, pijamalar, lizözler, bornozlar, sabahlıklar ve benzeri eşya (örme veya kroşe) : | 5% | 5% | 3% | 3% | 2% | -18,05% |
| Spor, kayak ve yüzme kıyafetleri (örme veya kroşe) : | 3% | 3% | 4% | 3% | 4% | 6,58% |
| Erkekler ve erkek çocuklar için fanilalar, atletler, kütötlar, slipler, gece gömlekleri, pijamalar, bornozlar, robdöşambırlar ve benzeri eşya: | 12% | 12% | 10% | 7% | 10% | -3,63% |
| Kadınlar ve kız çocuklar için fanilalar, kaşkorseler, kombinezonlar, jüp veya jüponlar, slipler ve kütötlar, gecelikler, pijamalar, lizözler, bornozlar, sabahlıklar ve benzeri eşya: | 8% | 7% | 6% | 6% | 7% | -3,62% |
| Sütyenler, korseler, korse kemerler, pantolon askıları, çorap bağları, jartiyerler ve benzeri eşya ve bunlar için parçalar (örülmüş veya kroşe olsun olmasın): | 1% | 1% | 1% | 1% | 1% | -2,85% |
| TOPLAM | 4% | 4% | 3% | 3% | 3% | -9,10% |

Dış Ticaret (x 1.000 \$)



İngiltere'nin iç giyim ithalatı son beş yıllık dönemde yıllık ortalama % 1,6 bileşik büyüme oranı ile artmıştır. İngiltere küresel iç çamaşırı ithalatının yaklaşık % 6'sını karşılarken, küresel ihracatı sadece % 1,23'lük bölümünü gerçekleştirmektedir. 2018 yılı itibarıyla Türkiye İngiltere'nin bu alandaki ithalatının yaklaşık % 2,9'unu sağlamıştır.

| | İNGİLTERE | | | | | | | | KÜRESEL | | | | |
|---|-------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------|--|--|--------------------------------------|---|-------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------|--|
| | Ihracat, x 1.000 ABD \$, 2018 | Ihracatta Değişim, 2014-2018, % | İthalat, x 1.000 ABD \$, 2018 | İthalatta Değişim, 2014-2018, % | Dış Ticaret Hacmi, x 1.000 ABD \$, 2018 | Dış Ticaret Dengesi, x 1.000 ABD \$, 2018 | Küresel İhracat içindeki Payı (%) | Küresel İthalat içindeki Payı (%) | Ihracat, x 1.000 ABD \$, 2018 | Ihracatta Değişim, 2014-2018, % | İthalat, x 1.000 ABD \$, 2018 | İthalatta Değişim, 2014-2018, % | Dış Ticaret Hacmi, x 1.000 ABD \$, 2018 |
| Erkekler ve erkek çocuklar için külotlar, slipler, gece gömlekleri, pijamalar, bornozlar, robdöşambırlar ve benzeri eşya (örme veya kroşe) | 70.063 | 0,71% | 396.952 | -2,30% | 467.015 | -326.889 | 0,94% | 5,77% | 7.469.693 | 2,31% | 6.883.862 | 2,11% | 14.353.555 |
| Kadınlar ve kız çocuklar için kombinezonlar, jüp veya jüponlar, slipler ve külotlar, gecelikler, pijamalar, lizözler, bornozlar, sabahlıklar ve benzeri eşya (örme veya kroşe) : | 102.089 | -11,01% | 716.595 | -3,75% | 818.684 | -614.506 | 0,78% | 6,13% | 13.038.537 | -0,06% | 11.699.380 | 0,29% | 24.737.917 |
| Spor, kayak ve yüzme kıyafetleri (örme veya kroşe) : | 146.820 | -0,88% | 339.204 | 5,55% | 486.024 | -192.384 | 2,69% | 6,97% | 5.450.450 | 2,94% | 4.865.166 | 2,09% | 10.315.616 |
| Erkekler ve erkek çocuklar için fanilalar, atletler, külotlar, slipler, gece gömlekleri, pijamalar, bornozlar, robdöşambırlar ve benzeri eşya: | 26.422 | -0,43% | 93.469 | -2,41% | 119.891 | -67.047 | 1,89% | 7,68% | 1.395.291 | -2,13% | 1.216.716 | -5,15% | 2.612.007 |
| Kadınlar ve kız çocuklar için fanilalar, kaşkorseler, kombinezonlar, jüp veya jüponlar, slipler ve külotlar, gecelikler, pijamalar, lizözler, bornozlar, sabahlıklar ve benzeri eşya: | 34.105 | -5,81% | 147.947 | -2,78% | 182.052 | -113.842 | 1,36% | 6,65% | 2.508.443 | -1,23% | 2.224.742 | -2,32% | 4.733.185 |
| Sütyenler, korseler, korse kemerler, pantolon askıları, çorap bağları, jartiyerler ve benzeri eşya ve bunlar için parçalar (örülmüş veya kroşe olsun olmasın): | 144.508 | -2,14% | 575.103 | -3,56% | 719.611 | -430.595 | 1,15% | 4,72% | 12.581.627 | 1,32% | 12.194.750 | 1,66% | 24.776.377 |
| Toplam | 524.007 | -4,73% | 2.269.270 | 1,60% | 2.793.277 | -1.745.263 | 1,23% | 5,81% | 42.444.041 | | 39.084.616 | | 81.528.657 |

KAYNAK: ONS, HMCS, Trademap, Periskop Hesaplamaları



Dış Ticaret (x 1.000 \$)

61.07

61.08

61.12

62.07

62.08

62.12

| GTIP | Açıklama | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | CAGR |
|-------|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|--------------|
| | İç Giyim İthalatı | 2.477.685 | 2.618.932 | 2.861.617 | 2.799.815 | 2.639.594 | 1,60% |
| '6107 | Erkekler ve erkek çocuklar için külotlar, slipler, gece gömlekleri, pijamalar, bornozlar, robdöşambırlar ve benzeri eşya (örme veya kroşe) | 435.756 | 423.759 | 378.615 | 371.696 | 396.952 | -2,30% |
| '6108 | Kadınlar ve kız çocuklar için kombinezonlar, jüp veya jüponlar, slipler ve külotlar, gecelikler, pijamalar, lizözler, bornozlar, sabahlıklar ve benzeri eşya (örme veya kroşe) : | 835.125 | 785.287 | 712.087 | 709.317 | 716.595 | -3,75% |
| '6109 | Tişörtler, fanilalar, atletler, kaşkorseler ve diğer iç giyim eşyası (örme veya kroşe) : | 2.858.848 | 2.699.289 | 2.504.647 | 2.585.105 | 2.690.268 | -1,51% |
| '6112 | Spor, kayak ve yüzme kıyafetleri (örme veya kroşe) : | 273.262 | 279.265 | 273.921 | 302.894 | 339.204 | 5,55% |
| '6207 | Erkekler ve erkek çocuklar için fanilalar, atletler, külotlar, slipler, gece gömlekleri, pijamalar, bornozlar, robdöşambırlar ve benzeri eşya: | 103.047 | 96.390 | 98.105 | 88.952 | 93.469 | -2,41% |
| '6208 | Kadınlar ve kız çocuklar için fanilalar, kaşkorseler, kombinezonlar, jüp veya jüponlar, slipler ve külotlar, gecelikler, pijamalar, lizözler, bornozlar, sabahlıklar ve benzeri eşya: | 165.590 | 153.431 | 137.975 | 144.735 | 147.947 | -2,78% |
| '6211 | Spor, kayak ve yüzme kıyafetleri; diğer giyim eşyası: | 552.735 | 571.047 | 523.004 | 504.348 | 559.406 | 0,30% |
| '6212 | Sütyenler, korseler, korse kemerler, pantolon askıları, çorap bağları, jartiyerler ve benzeri eşya ve bunlar için parçalar (örülmüş veya kroşe olsun olmasın): | 664.905 | 654.679 | 614.322 | 620.096 | 575.103 | -3,56% |

KAYNAK: ONS, HMCS, Trademap, Periskop Hesaplamaları

Dış Ticaret (x 1.000 \$)

61.07

61.08

61.12

62.07

62.08

62.12

| GTIP | Açıklama | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | CAGR |
|-------|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|
| | İç Giyim İhracatı | 610.784 | 608.858 | 641.580 | 602.841 | 503.256 | -4,73% |
| '6107 | Erkekler ve erkek çocuklar için külotlar, slipler, gece gömlekleri, pijamalar, bornozlar, robdöşambırlar ve benzeri eşya (örme veya kroşe) | 68.116 | 72.883 | 63.115 | 64.444 | 70.063 | 0,71% |
| '6108 | Kadınlar ve kız çocuklar için kombinezonlar, jüp veya jüponlar, slipler ve külotlar, gecelikler, pijamalar, lizözler, bornozlar, sabahlıklar ve benzeri eşya (örme veya kroşe) : | 162.778 | 148.194 | 119.001 | 102.198 | 102.089 | -11,01% |
| '6109 | Tişörtler, fanilalar, atletler, kaşkorseler ve diğer iç giyim eşyası (örme veya kroşe) : | 760.481 | 765.802 | 736.285 | 752.634 | 821.505 | 1,95% |
| '6112 | Spor, kayak ve yüzme kıyafetleri (örme veya kroşe) : | 152.108 | 134.305 | 127.306 | 155.351 | 146.820 | -0,88% |
| '6207 | Erkekler ve erkek çocuklar için fanilalar, atletler, külotlar, slipler, gece gömlekleri, pijamalar, bornozlar, robdöşambırlar ve benzeri eşya: | 26.879 | 28.644 | 28.817 | 27.203 | 26.422 | -0,43% |
| '6208 | Kadınlar ve kız çocuklar için fanilalar, kaşkorseler, kombinezonlar, jüp veya jüponlar, slipler ve külotlar, gecelikler, pijamalar, lizözler, bornozlar, sabahlıklar ve benzeri eşya: | 43.339 | 41.436 | 39.811 | 35.513 | 34.105 | -5,81% |
| '6211 | Spor, kayak ve yüzme kıyafetleri; diğer giyim eşyası: | 188.951 | 185.556 | 182.351 | 204.741 | 235.455 | 5,65% |
| '6212 | Sütyenler, korseler, korse kemerler, pantolon askıları, çorap bağları, jartiyerler ve benzeri eşya ve bunlar için parçalar (örülmüş veya kroşe olsun olmasın): | 157.564 | 151.695 | 141.437 | 138.490 | 144.508 | -2,14% |

KAYNAK: ONS, HMCS, Trademap, Periskop Hesaplamaları

Dış Ticaret (x 1.000 \$)

6107

| TEDARİKÇİ ÜLKELER | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | CAGR, % | PAY, % |
|-------------------|---------------|---------------|--------------|--------------|--------------|---------------|-------------|
| Kategori İthalatı | 435.756 | 423.759 | 378.615 | 371.696 | 396.952 | -2,3% | 100,0% |
| Bangladeş | 52.255 | 71.192 | 80.524 | 85.530 | 105.736 | 19,3% | 26,6% |
| Çin | 181.087 | 159.893 | 122.027 | 102.476 | 94.790 | -14,9% | 23,9% |
| Hindistan | 90.201 | 83.089 | 63.587 | 55.215 | 50.494 | -13,5% | 12,7% |
| Hollanda | 19.494 | 20.624 | 19.541 | 23.965 | 45.456 | 23,6% | 11,5% |
| Kamboçya | 7.650 | 12.151 | 11.662 | 13.709 | 21.129 | 28,9% | 5,3% |
| Sri Lanka | 23.253 | 22.636 | 27.199 | 29.999 | 19.552 | -4,2% | 4,9% |
| Almanya | 7.583 | 8.140 | 10.409 | 12.517 | 13.510 | 15,5% | 3,4% |
| İtalya | 6.900 | 7.806 | 7.602 | 11.319 | 9.459 | 8,2% | 2,4% |
| Türkiye | 19.265 | 12.167 | 9.816 | 8.511 | 8.842 | -17,7% | 2,2% |
| Pakistan | 4.541 | 3.824 | 4.991 | 4.791 | 4.106 | -2,5% | 1,0% |
| Diğer Ülkeler | 23.527 | 22.237 | 21.257 | 23.664 | 23.878 | 0,4% | 6,0% |



| ALICI ÜLKELER | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | CAGR, % | PAY, % |
|-------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|-------------|
| Kategori İhracatı | 68.116 | 72.883 | 63.115 | 64.444 | 70.063 | 0,7% | 100,0% |
| İrlanda | 15.539 | 21.463 | 15.271 | 15.316 | 19.224 | 5,5% | 27,4% |
| Almanya | 5.996 | 6.450 | 8.210 | 9.306 | 12.532 | 20,2% | 17,9% |
| Fransa | 4.463 | 4.440 | 4.662 | 5.205 | 5.076 | 3,3% | 7,2% |
| Polonya | 1.568 | 3.135 | 2.372 | 3.722 | 3.270 | 20,2% | 4,7% |
| Hollanda | 982 | 1.243 | 1.459 | 1.645 | 2.619 | 27,8% | 3,7% |
| İspanya | 2.337 | 3.204 | 3.493 | 2.164 | 2.356 | 0,2% | 3,4% |
| İtalya | 3.234 | 2.459 | 2.477 | 2.798 | 2.244 | -8,7% | 3,2% |
| Çekya | 2.737 | 2.531 | 3.115 | 2.388 | 1.919 | -8,5% | 2,7% |
| Türkiye | 2.972 | 2.625 | 1.344 | 1.485 | 1.600 | -14,3% | 2,3% |
| Yunanistan | 1.828 | 1.609 | 1.357 | 1.912 | 1.581 | -3,6% | 2,3% |
| Diğer Ülkeler | 26.460 | 23.724 | 19.355 | 18.503 | 17.642 | -9,6% | 25,2% |

Bu ürün grubu ticaretinde Türkiye İngiltere'nin 9ncu büyük ticari ortağıdır. Bununla birlikte ilk on tedarikçi ülke arasında son beş yıl içinde ihracatı en hızlı azalan ülke İngiltere olmuştur.

KAYNAK: ONS, HMCS, Trademap, Periskop Hesaplamaları

Dış Ticaret (x 1.000 \$)

6108

| TEDARİKÇİ ÜLKELER | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 CAGR, % | PAY, % | |
|-------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-------------|
| Kategori İthalatı | 835.125 | 785.287 | 712.087 | 709.317 | 716.595 | -3,8% | 100,0% |
| Çin | 339.504 | 297.511 | 261.968 | 244.769 | 242.096 | -8,1% | 33,8% |
| Bangladeş | 54.827 | 85.974 | 95.714 | 110.457 | 127.769 | 23,6% | 17,8% |
| Hindistan | 123.463 | 115.663 | 102.782 | 95.853 | 86.356 | -8,5% | 12,1% |
| Kamboçya | 58.282 | 72.407 | 79.328 | 83.911 | 85.895 | 10,2% | 12,0% |
| Sri Lanka | 84.597 | 62.366 | 52.162 | 46.095 | 39.738 | -17,2% | 5,5% |
| Almanya | 20.077 | 13.875 | 14.320 | 30.612 | 24.370 | 5,0% | 3,4% |
| Fransa | 17.361 | 19.477 | 19.229 | 18.572 | 19.840 | 3,4% | 2,8% |
| Türkiye | 45.067 | 35.501 | 24.529 | 19.312 | 17.444 | -21,1% | 2,4% |
| Hollanda | 6.619 | 9.113 | 11.290 | 12.143 | 16.373 | 25,4% | 2,3% |
| Pakistan | 4.222 | 5.303 | 4.622 | 4.691 | 7.185 | 14,2% | 1,0% |
| Diğer Ülkeler | 81.106 | 68.097 | 46.143 | 42.902 | 49.529 | -11,6% | 6,9% |

KAYNAK: ONS, HMCS, Trademap, Periskop Hesaplamaları

Ülke Raporu: İngiltere



| ALICI ÜLKELER | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 CAGR, % | PAY, % | |
|-------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|-------------|
| Kategori İhracatı | 162.778 | 148.194 | 119.001 | 102.198 | 102.089 | -11,0% | 100,0% |
| İrlanda | 44.088 | 36.638 | 21.772 | 19.653 | 26.372 | -12,1% | 25,8% |
| Almanya | 17.679 | 15.054 | 15.445 | 16.765 | 18.564 | 1,2% | 18,2% |
| Fransa | 12.147 | 10.866 | 9.119 | 8.009 | 8.480 | -8,6% | 8,3% |
| Polonya | 4.852 | 8.807 | 7.039 | 7.219 | 5.111 | 1,3% | 5,0% |
| Slovakya | 6.303 | 6.469 | 5.714 | 4.184 | 4.024 | -10,6% | 3,9% |
| Rusya | 6.830 | 4.087 | 3.660 | 4.594 | 3.542 | -15,1% | 3,5% |
| İspanya | 5.313 | 6.142 | 6.604 | 4.852 | 3.165 | -12,1% | 3,1% |
| Çekya | 8.088 | 6.398 | 6.750 | 4.259 | 3.155 | -21,0% | 3,1% |
| İtalya | 5.536 | 4.385 | 4.906 | 3.187 | 2.686 | -16,5% | 2,6% |
| Türkiye | 5.564 | 4.847 | 2.808 | 2.464 | 2.492 | -18,2% | 2,4% |
| Diğer Ülkeler | 46.378 | 44.501 | 35.184 | 27.012 | 24.498 | -14,7% | 24,0% |

Bu ürün grubu ticaretinde Türkiye İngiltere'nin 8nci büyük ticaret ortağıdır. Bununla beraber Türkiye'den gerçekleştirilen ithalat, ilk on ülke arasında en hızlı azalan ithalat konumundadır.

Dış Ticaret (x 1.000 \$)

6112

| TEDARİKÇİ ÜLKELER | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | CAGR,% | PAY,% |
|-------------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|--------------|-------------|
| Kategori İthalatı | 273.262 | 279.265 | 273.921 | 302.894 | 339.204 | 5,6% | 100,0% |
| Çin | 145.959 | 137.001 | 114.069 | 100.755 | 99.798 | -9,1% | 29,4% |
| Kamboçya | 21.779 | 26.426 | 34.201 | 46.812 | 45.329 | 20,1% | 13,4% |
| Hollanda | 5.679 | 10.644 | 7.327 | 11.270 | 21.547 | 39,6% | 6,4% |
| Almanya | 11.346 | 9.511 | 15.138 | 21.667 | 21.024 | 16,7% | 6,2% |
| Fransa | 5.897 | 7.720 | 7.941 | 9.334 | 19.117 | 34,2% | 5,6% |
| Bangladeş | 9.701 | 10.123 | 8.017 | 11.803 | 16.066 | 13,4% | 4,7% |
| Türkiye | 9.256 | 8.900 | 11.087 | 10.266 | 14.823 | 12,5% | 4,4% |
| İtalya | 8.500 | 6.538 | 7.004 | 10.086 | 14.166 | 13,6% | 4,2% |
| Pakistan | 6.926 | 5.652 | 5.682 | 9.038 | 12.608 | 16,2% | 3,7% |
| Belçika | 4.306 | 7.957 | 9.124 | 9.787 | 8.596 | 18,9% | 2,5% |
| Diğer Ülkeler | 43.913 | 48.793 | 54.331 | 62.076 | 66.130 | 10,8% | 19,5% |



| ALICI ÜLKELER | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | CAGR,% | PAY,% |
|-------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|-------------|
| Kategori İhracatı | 152.108 | 134.305 | 127.306 | 155.351 | 146.820 | -0,9% | 100,0% |
| Almanya | 26.027 | 22.251 | 26.795 | 37.551 | 36.778 | 9,0% | 25,0% |
| İrlanda | 13.130 | 19.839 | 20.836 | 26.913 | 26.859 | 19,6% | 18,3% |
| Belçika | 23.448 | 16.953 | 12.446 | 14.931 | 13.933 | -12,2% | 9,5% |
| Fransa | 22.232 | 16.669 | 14.620 | 16.508 | 12.203 | -13,9% | 8,3% |
| İtalya | 11.160 | 7.370 | 7.998 | 7.714 | 6.790 | -11,7% | 4,6% |
| ABD | 7.614 | 8.325 | 5.483 | 4.545 | 5.036 | -9,8% | 3,4% |
| Hollanda | 7.222 | 6.057 | 5.009 | 4.799 | 4.886 | -9,3% | 3,3% |
| İspanya | 4.896 | 4.182 | 4.897 | 4.668 | 4.675 | -1,1% | 3,2% |
| İsveç | 4.879 | 3.327 | 2.922 | 4.040 | 3.826 | -5,9% | 2,6% |
| Polonya | 2.721 | 2.560 | 3.119 | 2.797 | 2.963 | 2,2% | 2,0% |
| Türkiye | 1.722 | 1.669 | 1.053 | 1.016 | 1.011 | -12,5% | 0,7% |
| Diğer Ülkeler | 27.057 | 25.103 | 22.128 | 29.869 | 27.860 | 0,7% | 19,0% |

Bu ürün grubu ticaretinde Türkiye İngiltere'nin 7nci büyük ticaret ortağıdır. Bununla beraber İngiltere'nin yapmış olduğu kategori ithalatı içindeki Türkiye'nin payı iç giyim sektörü ortalamasının hemen hemen yarısı kadardır ve yeterince yüksek değildir.

KAYNAK: ONS, HMCS, Trademap, Periskop Hesaplamaları

Dış Ticaret (x 1.000 \$)

6207

| TEDARİKÇİ ÜLKELER | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | CAGR, % | PAY, % |
|-------------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Kategori İthalatı | 103.047 | 96.390 | 98.105 | 88.952 | 93.469 | -2,4% | 100,0% |
| Çin | 31.583 | 32.293 | 25.165 | 24.743 | 19.699 | -11,1% | 21,1% |
| Türkiye | 12.510 | 11.103 | 10.186 | 6.058 | 9.788 | -5,9% | 10,5% |
| Hollanda | 6.739 | 4.931 | 5.808 | 5.290 | 7.986 | 4,3% | 8,5% |
| Bangladeş | 2.574 | 4.228 | 6.067 | 4.445 | 7.032 | 28,6% | 7,5% |
| Hindistan | 4.880 | 6.479 | 5.908 | 6.053 | 6.723 | 8,3% | 7,2% |
| İtalya | 4.040 | 3.426 | 4.444 | 6.125 | 5.408 | 7,6% | 5,8% |
| Kolombiya | 8.969 | 8.655 | 5.107 | 6.412 | 5.260 | -12,5% | 5,6% |
| Almanya | 2.686 | 3.142 | 4.118 | 4.422 | 4.304 | 12,5% | 4,6% |
| Sri Lanka | 8.729 | 3.659 | 5.290 | 4.177 | 4.300 | -16,2% | 4,6% |
| Vietnam | 6.323 | 5.324 | 4.919 | 3.591 | 4.031 | -10,6% | 4,3% |
| Diğer Ülkeler | 14.014 | 13.150 | 21.093 | 17.636 | 18.938 | 7,8% | 20,3% |

KAYNAK: ONS, HMCS, Trademap, Periskop Hesaplamaları

Ülke Raporu: İngiltere



| ALICI ÜLKELER | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | CAGR, % | PAY, % |
|-------------------|--------------|------------|------------|------------|------------|---------------|-------------|
| Kategori İhracatı | 26.879 | 28.644 | 28.817 | 27.203 | 26.422 | -0,4% | 100,0% |
| İrlanda | 4.892 | 5.747 | 8.073 | 7.265 | 6.610 | 7,8% | 25,0% |
| Almanya | 3.548 | 4.051 | 4.424 | 4.347 | 5.988 | 14,0% | 22,7% |
| Polonya | 786 | 978 | 1.320 | 3.417 | 2.307 | 30,9% | 8,7% |
| Fransa | 1.570 | 1.569 | 1.918 | 2.035 | 2.214 | 9,0% | 8,4% |
| İspanya | 747 | 708 | 873 | 881 | 1.125 | 10,8% | 4,3% |
| İtalya | 702 | 685 | 1.064 | 943 | 944 | 7,7% | 3,6% |
| ABD | 2.142 | 2.932 | 1.125 | 725 | 855 | -20,5% | 3,2% |
| Belçika | 1.639 | 1.376 | 1.152 | 943 | 818 | -15,9% | 3,1% |
| Hollanda | 509 | 261 | 413 | 537 | 609 | 4,6% | 2,3% |
| Çekya | 1.417 | 1.204 | 1.074 | 859 | 531 | -21,8% | 2,0% |
| Türkiye | 1.330 | 777 | 603 | 395 | 331 | -29,4% | 1,3% |
| Diğer Ülkeler | 7.597 | 8.356 | 6.778 | 4.856 | 4.090 | -14,3% | 15,5% |

Bu ürün grubu ticaretinde Türkiye İngiltere'nin 2nci büyük tedarikçisi konumundadır. Bununla beraber Türkiye'nin bu kategorideki ihracatındaki azalma hızı Ülke ithalatının yavaşlama hızının hemen hemen iki katından fazladır. Türkiye'nin ihracatta oldukça kötü bir performans sergilediği söylenebilir.

Dış Ticaret (x 1.000 \$)

6208

| TEDARİKÇİ ÜLKELER | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | CAGR, % | PAY, % |
|-------------------|---------------|---------------|--------------|--------------|---------------|--------------|-------------|
| Kategori İthalatı | 165.590 | 153.431 | 137.975 | 144.735 | 147.947 | -2,8% | 100,0% |
| Çin | 66.094 | 64.308 | 48.785 | 49.810 | 46.071 | -8,6% | 31,1% |
| Hindistan | 28.233 | 21.376 | 22.115 | 25.189 | 22.559 | -5,5% | 15,2% |
| Kamboçya | 589 | 2.091 | 2.704 | 7.840 | 10.937 | 107,6% | 7,4% |
| Türkiye | 13.728 | 10.757 | 7.865 | 8.704 | 10.584 | -6,3% | 7,2% |
| Sri Lanka | 16.171 | 11.895 | 12.212 | 8.481 | 8.172 | -15,7% | 5,5% |
| Bangladeş | 3.614 | 12.852 | 13.924 | 10.435 | 7.841 | 21,4% | 5,3% |
| Fransa | 2.800 | 2.867 | 2.191 | 2.477 | 3.939 | 8,9% | 2,7% |
| İtalya | 6.311 | 1.816 | 2.792 | 3.288 | 3.635 | -12,9% | 2,5% |
| Hollanda | 3.655 | 2.693 | 3.858 | 3.044 | 3.583 | -0,5% | 2,4% |
| İrlanda | 6.057 | 4.006 | 3.529 | 4.061 | 3.555 | -12,5% | 2,4% |
| Diğer Ülkeler | 18.338 | 18.770 | 18.000 | 21.406 | 27.071 | 10,2% | 18,3% |

| ALICI ÜLKELER | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | CAGR, % | PAY, % |
|-------------------|--------------|------------|------------|------------|------------|---------------|-------------|
| Kategori İhracatı | 43.339 | 41.436 | 39.811 | 35.513 | 34.105 | -5,8% | 100,0% |
| Almanya | 8.210 | 7.240 | 8.086 | 6.516 | 6.862 | -4,4% | 20,1% |
| İrlanda | 8.801 | 8.041 | 7.162 | 7.158 | 6.110 | -8,7% | 17,9% |
| ABD | 1.188 | 1.067 | 1.549 | 2.161 | 3.092 | 27,0% | 9,1% |
| Fransa | 2.988 | 2.820 | 2.358 | 2.059 | 2.543 | -4,0% | 7,5% |
| Avustralya | 115 | 51 | 181 | 376 | 1.454 | 88,6% | 4,3% |
| İtalya | 1.119 | 969 | 1.626 | 1.780 | 1.277 | 3,4% | 3,7% |
| Hollanda | 1.337 | 885 | 1.169 | 1.328 | 1.124 | -4,2% | 3,3% |
| Polonya | 1.024 | 869 | 1.357 | 2.615 | 829 | -5,1% | 2,4% |
| İspanya | 641 | 718 | 1.537 | 658 | 801 | 5,7% | 2,3% |
| BAE | 1.587 | 1.154 | 1.396 | 1.011 | 774 | -16,4% | 2,3% |
| Türkiye | 1.179 | 626 | 412 | 513 | 445 | -21,6% | 1,3% |
| Diğer Ülkeler | 15.150 | 16.996 | 12.978 | 9.338 | 8.794 | -12,7% | 25,8% |

Bu ürün grubu ticaretinde Türkiye İngiltere'nin 4ncü büyük tedarikçisi konumundadır. Bununla beraber Türkiye'den gerçekleştirilen ithalatın yavaşlama hızı ülkenin ithalatının azalma hızının neredeyse üç katına çıkmıştır. Türkiye'nin bu kategoride rekabet halinde olduğu Kamboçya, Bangladeş ve Fransa'nın performansları ile kıyaslandığında ihracatta oldukça kötü bir performans sergilediği söylenebilir.

KAYNAK: ONS, HMCS, Trademap, Periskop Hesaplamaları

Dış Ticaret (x 1.000 \$)

Ülke Raporu: İngiltere

6212

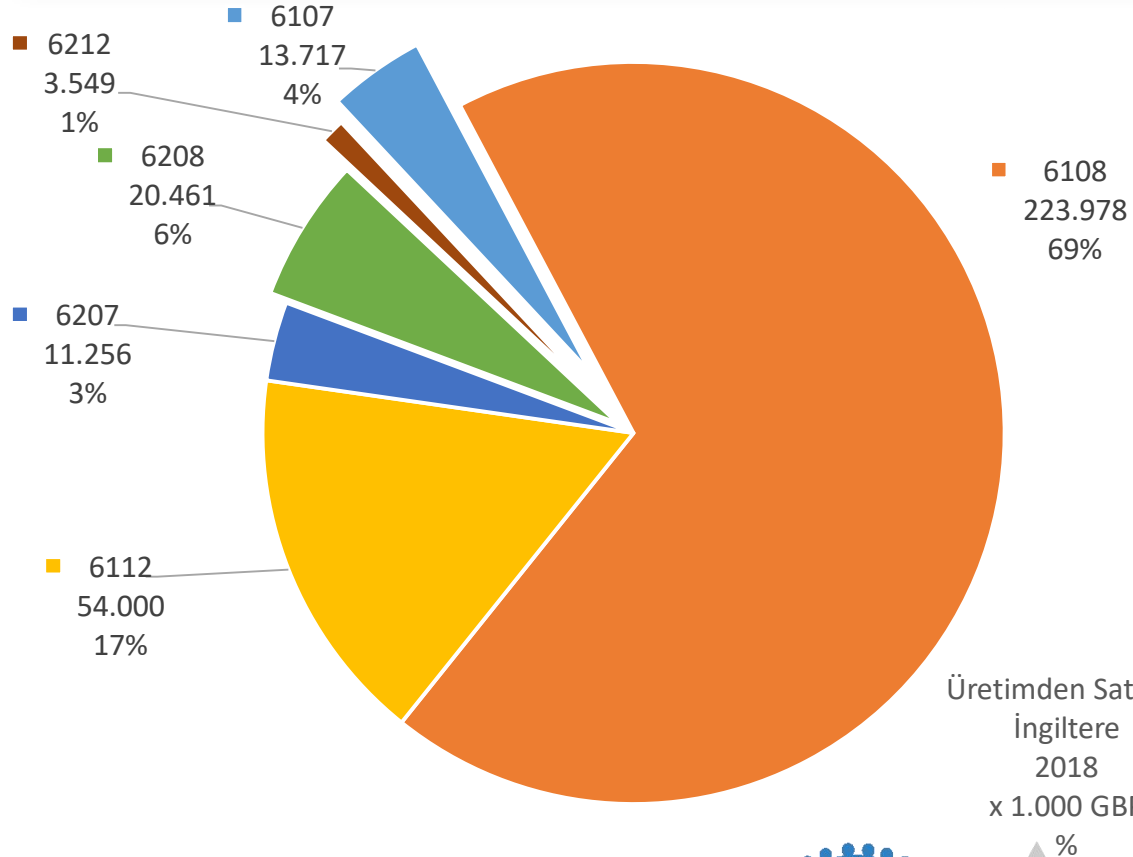
| TEDARİKÇİ ÜLKELER | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | CAGR, % | PAY, % |
|-------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|
| Kategori İthalatı | 664.905 | 654.679 | 614.322 | 620.096 | 575.103 | -3,6% | 100,0% |
| Çin | 327.228 | 316.255 | 281.576 | 262.006 | 220.692 | -9,4% | 38,4% |
| Bangladeş | 61.284 | 65.918 | 67.878 | 76.125 | 68.884 | 3,0% | 12,0% |
| Sri Lanka | 81.018 | 77.701 | 67.117 | 60.259 | 50.122 | -11,3% | 8,7% |
| Fransa | 29.605 | 33.855 | 35.082 | 39.028 | 38.077 | 6,5% | 6,6% |
| Kamboçya | 11.186 | 17.680 | 24.043 | 31.081 | 31.505 | 29,5% | 5,5% |
| Hollanda | 14.572 | 14.668 | 22.381 | 22.987 | 26.159 | 15,8% | 4,5% |
| Vietnam | 2.959 | 3.617 | 4.846 | 13.318 | 22.519 | 66,1% | 3,9% |
| Endonezya | 21.031 | 21.920 | 19.683 | 23.938 | 22.310 | 1,5% | 3,9% |
| Almanya | 12.832 | 11.749 | 13.736 | 12.151 | 12.009 | -1,6% | 2,1% |
| Belçika | 6.021 | 6.515 | 9.698 | 16.260 | 10.905 | 16,0% | 1,9% |
| Türkiye | 6.488 | 5.929 | 6.769 | 6.594 | 4.999 | -6,3% | 0,9% |
| Diğer Ülkeler | 90.681 | 78.872 | 61.513 | 56.349 | 66.922 | -7,3% | 11,6% |

| ALICI ÜLKELER | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | CAGR, % | PAY, % |
|-------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|-------------|
| Kategori İhracatı | 157.564 | 151.695 | 141.437 | 138.490 | 144.508 | -2,1% | 100,0% |
| Almanya | 22.652 | 19.717 | 21.790 | 26.666 | 31.543 | 8,6% | 21,8% |
| İrlanda | 30.236 | 33.097 | 26.566 | 24.283 | 26.717 | -3,0% | 18,5% |
| Fransa | 15.769 | 16.303 | 19.585 | 17.244 | 18.313 | 3,8% | 12,7% |
| ABD | 10.917 | 7.936 | 7.373 | 7.535 | 7.119 | -10,1% | 4,9% |
| Hollanda | 5.828 | 6.441 | 4.537 | 6.137 | 7.092 | 5,0% | 4,9% |
| Polonya | 4.173 | 4.794 | 5.654 | 7.471 | 6.818 | 13,1% | 4,7% |
| Belçika | 2.998 | 3.157 | 3.126 | 2.916 | 4.958 | 13,4% | 3,4% |
| İspanya | 3.607 | 4.531 | 6.598 | 5.097 | 4.538 | 5,9% | 3,1% |
| İtalya | 2.772 | 3.177 | 5.655 | 3.349 | 3.387 | 5,1% | 2,3% |
| İsveç | 5.144 | 4.974 | 2.986 | 2.965 | 3.031 | -12,4% | 2,1% |
| Türkiye | 5.030 | 3.747 | 2.427 | 2.162 | 2.068 | -19,9% | 1,4% |
| Diğer Ülkeler | 48.438 | 43.821 | 35.140 | 32.665 | 28.924 | -12,1% | 20,0% |

Bu ürün grubu ticaretinde Türkiye İngiltere'nin ilk 10 ticaret ortağı arasında yer almamaktadır.

KAYNAK: ONS, HMCS, Trademap, Periskop Hesaplamaları

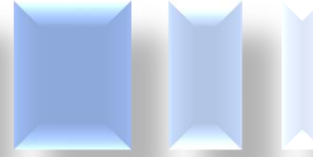
Üretim (x 1.000 GBP)



- İngiltere'deki iç giyim eşyası üretiminin büyüklüğü toptan fiyatları ile 2018 yılı itibarıyla **326,9 Milyon İngiliz Sterlini** civarındadır.
- En büyük üretim grubunu 6108 GTIP kodlu ürünler oluştururken, en az üretim 6212 GTIP Kodlu ürünlerde gerçekleşmiştir.
- İngiltere'deki iç giyim eşyası üretimi 2010 yılından bu yana azalma eğilimi içerisindedir.

KAYNAK: ONS, Periskop Hesaplamaları

Olası Yerel Rakipler



uniBU®

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

csevenm

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

Esteem
-no pause

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



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



<https://psych.london/>



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

Wolf in Sheep's Clothing

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

pjpan

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

David Nieper

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

ALICE & ASTRID

<https://aliceandastrid.com/>

molke

<https://molke.co.uk/pages/home>

Mouse to Minx®

<http://mousetominx.co.uk/>



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

Make it
British

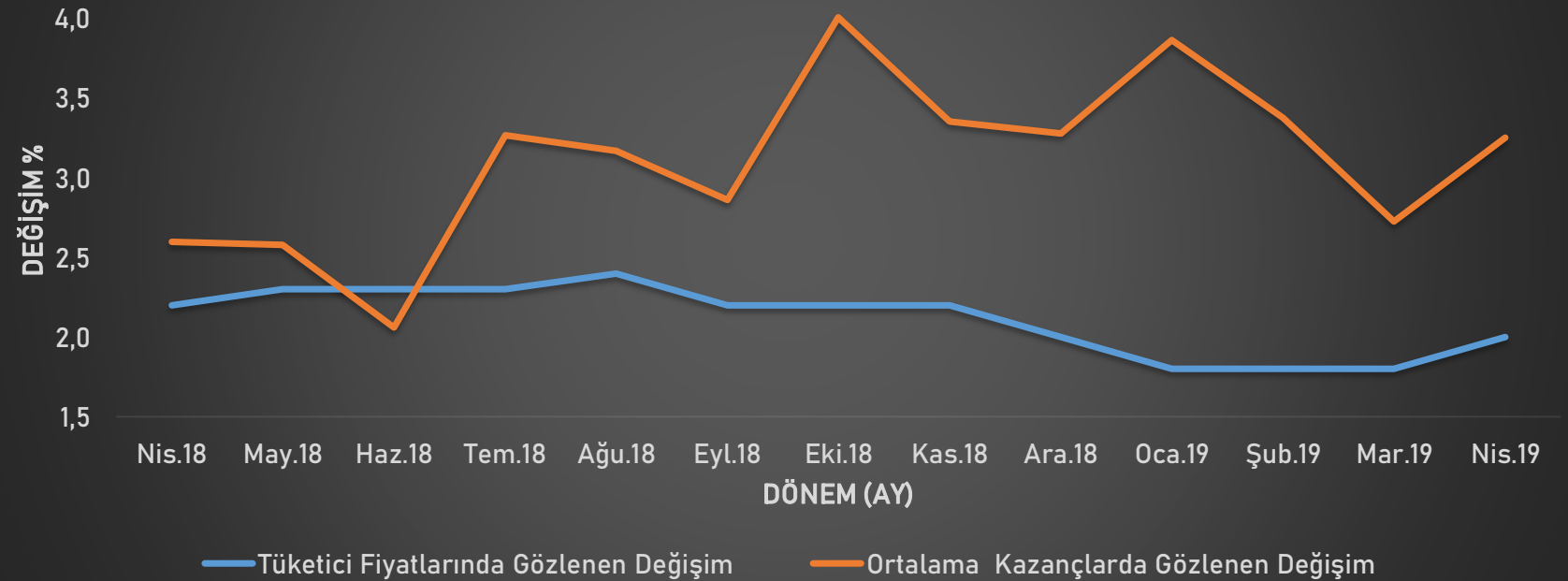


Ekonomi

İngiltere 2008 yılında girdiği büyük ekonomik sıkıntılardan sıyrılmayı başarmış gibi gözükmektedir. Her ne kadar A.B.'den ayrılışın koşulları ile ilgili belirsizlik sürse de vatandaşların harcanabilir gelirlerindeki artış enflasyondaki artışın üzerinde seyretmektedir ve harcanabilir gelirler tarihin en üst seviyesine ulaşmıştır (ONS).

Son 1 yılda harcanabilir gelirlerdeki artış enflasyonda gözlenen artışın neredeyse iki katına yaklaşmıştır. Bu da tüm belirsizliklere rağmen alım gücünün artma eğilimine işaret etmektedir.

Enflasyon Karşısında Ortalama Kazançlarda Gözlenen Değişim
(Nisan 2018-Nisan 2019, %)



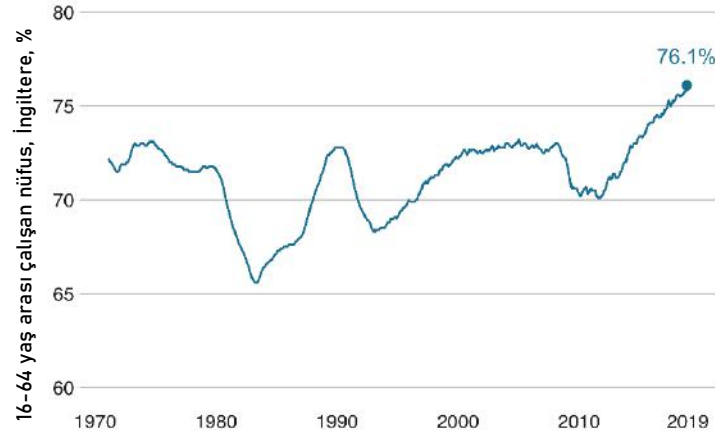
Ekonomi



İngiltere, Almanya'dan sonra Avrupa Birliği'nin ikinci büyük ekonomisidir. Ülke ekonomisinin bel kemiği bankacılık, sigorta ve danışmanlık hizmetleri başta olmak üzere hizmetler sektörüdür. Günümüzde İngiltere Gayri Safi Milli Hasılasının % 80 civarındaki bir kısmı hizmetler sektöründen oluşmaktadır. İlk sanayileşen ülke olmasına rağmen üretim sektörünün İngiliz GSMH'na katkısı sadece % 18 civarındadır. Ülkedeki üretim sektörü havacılık ve uzay, ilaç, otomotiv ve doğal kaynaklar gibi belli sayıda alanda kümelenmiştir. İngiltere'de istihdam rekor seviyelere ulaşmıştır. 2019 yılında ülkedeki işsizlik oranı son 45 yılın en düşük seviyelerindedir. Ücretler genel seviyesi son yılların en yüksek seviyesinde seyretmektedir.

İngiltere'de perakende sektörü 2018 yılı itibarıyla GSYH'nin %5,1 gibi önemli bir bölümünü oluşturmaktadır.

İngiltere 535 Milyar ABD Doları büyüklüğündeki perakende pazar büyüklüğü ile dünyanın en büyük perakende sektörlerinden birisine ev sahipliği yapmaktadır ve Avrupa'nın en büyük online perakende sektörüne sahiptir. 2008 yılında toplam perakende satışların sadece % 5'inin online gerçekleştiği ülkede 2018 yılı itibarıyla online satışların perakende sektörü içindeki payı % 18'i bir diğer deyişle 96,3 Milyar ABD Dolarını bulmuştur.



KAYNAK:
ONS

ZOBU
CONSULTING

İç Ticaret – toptan & perakende



TOPTAN
TİCARET

1

İngiltere toptan ticaret hacmi 2018 yılı sonu itibarıyla yaklaşık 848 Milyar ABD Doları büyüklüğündedir. Ülkede toptan ticaretle uğraşan toplam 75.305 şirket yaklaşık 1 milyon kişiyi istihdam etmektedir.



PERAKENDE
TİCARET

2

İngiltere'deki perakende ticaretin büyüklüğü yaklaşık 535 Milyar ABD Doları civarındadır. Ülkede perakende ticaretle uğraşan toplam 319.125 şirket yaklaşık 3 milyon kişiyi istihdam etmektedir.



SEKTÖREL
TOPTAN TİCARET

3

Konfeksiyon Sektöründeki toplam toptan ticaret hacmi yaklaşık 14 Milyar ABD Doları olup konfeksiyon sektöründe faaliyet gösteren 4.710 şirket yaklaşık 42 bin kişiyi istihdam etmektedir.



SEKTÖREL PERAKENDE
TİCARET

4

Konfeksiyon Sektöründeki perakende ticaret hacmi yaklaşık 64 Milyar ABD Doları olup, perakende konfeksiyon sektöründe faaliyet gösteren 14.420 şirket 31.740 mağazada yaklaşık 455 bin kişiyi istihdam etmektedir.

Milyar
\$

848

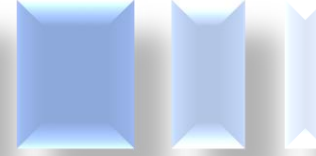
535

14

64

KAYNAK: ONS, Retail index,
Periskop hesaplamaları

İç Ticaret –perakende



İngiltere perakende sektöründeki marka kategorizasyonu beş başlık altında toplanabilir. Bunlar;



Pazarın Büyüklüğü



| GTİP Kodları | Üretim (x 1.000 ABD Doları) | İthalat (x 1.000 ABD Doları) | İhracat (x 1.000 ABD Doları) | Toptan Fiyatlar ile Pazar Büyüklüğü (x 1.000 ABD Doları) |
|--------------|-----------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|---|
| 6107 | 13.717 | 396.952 | 70.063 | 340.606 |
| 6108 | 223.978 | 716.595 | 102.089 | 838.484 |
| 6112 | 54.000 | 339.204 | 146.820 | 246.384 |
| 6207 | 11.256 | 93.469 | 26.422 | 78.303 |
| 6208 | 20.461 | 147.947 | 34.105 | 134.303 |
| 6212 | 3.549 | 575.103 | 144.508 | 434.144 |

2018, Toptan Fiyatlar ile İç Giyim Pazar Büyüklüğü
(x 1.000 ABD Doları)

2.072.224

Yılsonu stokları hesaplamalarda dikkate alınmamıştır.

Pazarın Büyüklüğü



| Milyar ABD Doları | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Erkek İç Çamaşırı | 1.566.601,34 | 1.613.599,38 | 1.670.075,36 | 1.711.827,25 | 1.764.893,89 |
| Kadın İç Çamaşırı | 4.028.403,46 | 4.149.255,56 | 4.294.479,50 | 4.401.841,49 | 4.538.298,58 |
| Diğer | 559.500,48 | 576.285,49 | 596.455,49 | 611.366,87 | 630.319,25 |
| TOPLAM | 5.595.004,80 | 5.762.854,94 | 5.964.554,87 | 6.113.668,74 | 6.303.192,47 |

- İngiltere iç giyim pazarı büyüklüğü **perakende fiyatlar** cinsinden 2019 yılı itibarıyla 6,3 Milyar ABD Dolarıdır.
- İç giyim pazarındaki en büyük ürün segmentini 4,5 Milyar ABD Doları büyüklüğü ile kadın iç çamaşırı oluşturmaktadır. Kadın iç çamaşırlarını sırasıyla erkek iç çamaşırları ve diğer ürünler takip etmektedir.

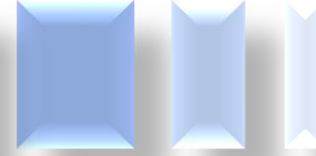
Pazar Yönü



Milyar ABD Doları

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | CAGR, % |
|-------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|--------------|
| Erkek İç Çamaşırı | 1.805.486,45 | 2.069.468,04 | 2.121.204,74 | 2.165.750,04 | 2.187.407,54 | 2.257.404,58 | 4,57% |
| Kadın İç Çamaşırı | 4.733.445,42 | 5.321.489,24 | 5.454.526,47 | 5.569.071,52 | 5.624.762,24 | 5.804.754,63 | 4,16% |
| Diğer | 636.754,81 | 739.095,73 | 757.573,12 | 773.482,16 | 781.216,98 | 806.215,92 | 4,83% |
| TOPLAM | 7.175.686,67 | 7.390.957,27 | 7.575.731,21 | 7.734.821,56 | 7.812.169,78 | 8.062.159,21 | 2,36% |

Sektörel Trendler

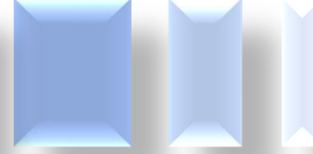


ÖNE ÇIKAN HUSUSLAR:

- İngiltere'nin 2018 yılında iç giyim ithalatı , önceki yıllara göre yavaş bir şekilde ve 5 yıllık bileşik büyüme oranları dikkate alındığında yılda ortalama % 1,6 büyüyerek yaklaşık 2,6 milyar dolar seviyesine yükselmiştir.
- Ülkedeki iç giyim eşyası üretimi 2018 yılı itibarıyla yaklaşık 327 Milyon GBP üretimden satışlara gerilemiştir. Ülkedeki üretim 2010 yılından bu yana azalma eğilimindedir.
- Pazarın önümüzdeki beş yıl boyunca % 2,36 civarında bir büyüme ile 8 Milyar ABD Dolarına ulaşacağı düşünülmektedir.
- İngiltere'ye Türkiye'den yapılan ihracat hızlı bir düşüş eğilimindedir (yıllık ortalama % 9 küçülme). Bunun önüne geçilmesi için ülkedeki pazarlama faaliyetlerine ağırlık verilmeli ve her seviyedeki (irili ufaklı) talepleri karşılayabilmek amacıyla yaygın dağıtım ağları kurmaya yönelik ilişkilerin geliştirilmesi ve işbirliklerinin kurulmasına önem verilmelidir.



Sektörel Trendler



ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

▪ İNGİLTERE KADIN İÇ GİYİM MODASI

İngiltere'de büyüyen seri üretim mallarından çok bağımsız tasarımcıların özel tasarım ürünlerine yönelme eğilimi, gelişen internet mağazacılığı moda trenlerindeki etkileşimi ve çeşitliliği arttırmıştır. Bu nedenle her sene çok sayıda moda trendi İngiltere'de vitrinlerdeki yerini almaktadır.

▪ İNGİLTERE'DE 2019 YILI KADIN İÇ ÇAMAŞIRINDA BASKIN OLAN TRENDLER:

GÖZ ALICI KADİFE

90'LARDAN BİR ESİNTİ

MÜKEMMEL TRANSPARANLIK

NEON

EXTRA ZARİF DANTEL MODASI

BOHEM

MODERN SPOR

YÜKSEK BEL ALT İÇ ÇAMAŞIRLARI

NUDE TONLAR VE SADELİK

BRALET



Sektörel Trendler

ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

İNGİLTERE KADIN İÇ GİYİM MODASI

GÖZ ALICI KADİFE; Son zamanda tekrardan vitrinlerde sıkça görmeye başladığımız kadife en çok da iç çamaşırı modasında iz bırakmaya başladı. Kadifenin tende bıraktığı zenginlik hissi İngiliz kadınlarının alışverişte daha çok kadifeye doğru yönelmesinin bir numaralı nedenlerinden biri olarak gösterilmektedir.



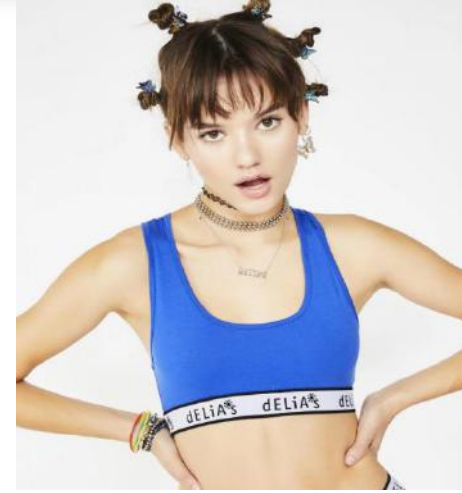
Sektörel Trendler

ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

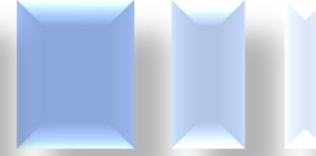
▪ 90'LARDAN BİR ESİNTİ

Son birkaç yılda gündemden hiç düşmeyen Vintage modası 2019 yılında kendisini 90'lardan hafif bir esinti ile iç çamaşırı modasında gösteriyor. Cesur renk geçişleri, çarpıcı hayvan desenleri, çamaşırların üzerine iliştirilmiş marka isimleri, dantel detaylar... Bu akımın öne çıkan özellikleri arasında yer alıyor.

Aynı zamanda bu akımda iç çamaşırları 90'lar stili aksesuarlar ile de kombin edilip tam bir 90'lar vintage görüntüsü elde etmek amaçlanıyor.



Sektörel Trendler



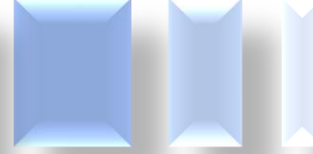
ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

▪ MÜKEMMEL TRANSPARANLIK

Bralet modasından etkilenecek ortaya çıkan bu akım beraberinde minimal düzeyde duygusallık getirmekle beraber pratik ve zarif bir görünümü yakalamak isteyen İngiliz kadınlarının tercihi. Transparanlığın cesurluğunu dengelemek için kullanılan kalıplar opak modellerdeki iç çamaşırlarına göre daha kapalı tercih ediliyor.



Sektörel Trendler



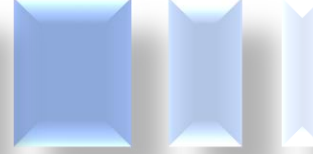
ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- NEON

Yıllardın önü arkası kesilmeden büyüyen neon trendi iç çamaşırlarında da kendini gösteriyor. Özellikle görünümlerinde biraz eğlence arayan kadınlar neon renklerdeki modelleri tercih etmekte tereddüt etmiyor.



Sektörel Trendler



ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

▪ EXTRA ZARİF DANTEL MODASI

Modası asla geçmeyen ve asla sıkıcı olmayan dantel bu sene özellikle şekerli pastel tonlarla karşımıza çıkıyor. Büyük bir klasik olarak yıllardır piyasada olan dantel doğal olarak bütün kadınlarının dolaplarının vazgeçilmez bir parçası olarak yerini alıyor.



Sektörel Trendler



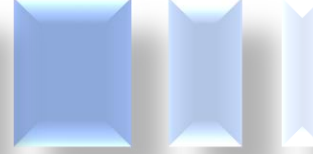
ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- BOHEM

İlkbahar ile popüleritesi iyice artan bohem stil iç çamaşırları etkisini toprak tonları, festival desenli baskılar, kurdeleler ve boncuk işlemler ile gösteriyor. Bir çift kot jeans ve üstten birkaç düğmesi açık bir gömlek ile kombinlenen bohem stilindeki braletler bu yıla damgasını vuruyor.



Sektörel Trendler



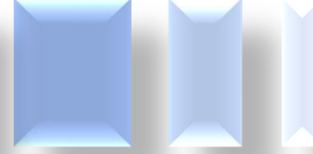
ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

MODERN SPOR

Son zamanlarda hayatımıza tekrardan giren spor-şık modası etkisini iç çamaşırlarında da sıkça gösteriyor. Elastik bantlar, birden fazla kumaş ve büyük logolarla desteklenen bu görünüm sokak modasında kadınlara extra rahatlık ve özgüven sağlıyor.



Sektörel Trendler



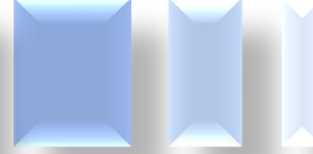
ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

▪ YÜKSEK BEL ALT İÇ ÇAMAŞIRI

Her yıl olduğu gibi bu sene de rahatlık Dünya modasında iç çamaşırı seçim faktörleri arasında birinci sırayı çekiyor. Yüksek kesim iç çamaşırları kenar kısımlarındaki yumuşak dokusu ve toparlayıcılığıyla mükemmel bir rahatlık sağlıyor.



Sektörel Trendler



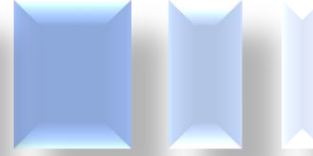
ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

▪ NUDE TONLAR VE SADELİK

Senelerdir bir vazgeçilmez olan sade iç çamaşırları bu sene İngiliz modasında nude tonlar ile kendine yer buluyor. Ten renklerine çok yakın olan bu tonlar abartılmayan bir çamaşır ve çıplaklık görüntüsü yaratmayı hedefliyor.



Sektörel Trendler



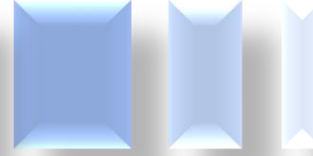
ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

▪ BRALET

Yıllardır gündemde olan bralet alıcıların yanı sıra üreticilerin de tercihi. Yapımı bir sütyene göre daha kolay ve daha ucuz olan braletler üreticilere desen ve motif denemek için daha fazla imkân sunarken moda kalıplarını yıkan, alışlagelmişin dışındaki çekici görüntüsü ve rahatlığıyla bütün kadınların gözdesi oluyor.



Sektörel Trendler



ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- **ATHLEISURE...**Şık kıyafetler ile spor parçaları bir arada kullanma ile başlayan bir moda akımı olan athleisure, 2020 yılının iç giyim trendlerinde etkisini göstermektedir. "İç giyimde görünmezlik trendi" olarak ortaya çıkan "Athleisure Bra" yumuşak ve nefes alabilen %100 pamuklu yapısı ile 2020 yaz sezonunda rahatlık ve konforu arttıran bir sütyen olacaktır. Bu yeni ürünün önemi özellikle uyku ve aktif spor yapılan zamanlarda daha belirgin olarak ortaya çıkmaktadır. Asimetrik tek askılı veya klasik tarzdaki modelleri ile geniş bir kullanıcı kitlesi tarafından tercih edilmesi beklenmektedir.



Sektörel Trendler

ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- 2019 sonbahar ve 2020 kış sezonunda kadın iç çamaşırı modasında öne çıkacak kumaşlar ve renkler;

- Pudra
- Kırmızı
- Yeşil
- Beyaz
- Yanık Portakal
- Mor



Sektörel Trendler

ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- Bu sezon kadınlar plajlarda giyecekleri yüzme kıyafetlerini basit ve kolay giyilebilir modeller arasından seçecekler. Yenilik algısını sürekli kılarak kadınları etkisi altında bırakan tasarımlar ilgi görecek. Yaygın olarak tercih edilen botanik desenlere alternatif olarak tropikal blok baskılı mayolar plajlarda boy gösterecek.



Sektörel Trendler



ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- Yeni sezonda nostalji güncel tarzlara uyarlanmaya devam edecek. Rahat klasik modeller yeni romantik öğeler ile desteklenecek. Çok yönlü kullanılan sağlıklı giysilerin popürlüğü gittikçe artmaktadır. Tasarımcılar, 1980'lerin popüler temalarını öne çıkarmak amacıyla spor modellerden ilham almakta ve vintage modelleri yaratırken kullanılmış hafif ve yumuşak elastik kumaşları kullanmaktadırlar. Sportif kesimler ve kullanılan askılar ile yüksek bel tasarımcıların öncelikli tercihleri haline gelmektedir. Yenilenen nostaljik modeller geçmişe saygılı olmakla beraber geçmişin kopyası da değildir.



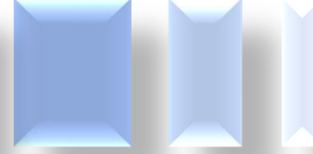
Sektörel Trendler

ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- Kadın yüzme giysileri trendlerinde 1970'lerin vintage etkisi ve günümüzün çarpıcı motiflerinin kaynaşması ile birlikte bir maksimalizm hüküm sürmektedir. Şeritler ve süper büyük çiçekler etkileyici mayo desenleri oluşturmaktadır. Turuncu, kahve rengi ve bronz gibi sıcak tonlar 1970'lerin Hippie stilini andırmaktadır. Nostaljik bir miras olarak el ile çizilmiş çiçek desenleri çekiciliğini sürdürürken tropik veya minik desenler gençlere göre daha uygun görülmektedir. Alışılmadık renklerin içindeki vahşi hayvan desenleri ise çarpıcı olarak öne çıkmaktadır. Düz şeritler de kendini ifade etmenin farklı bir yolu olmuştur.



Sektörel Trendler

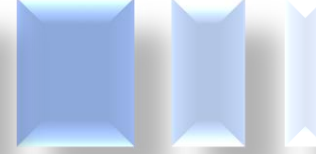


ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- 2020 Yaz sezonunda kadınlar için eğlenceli desenli pijamalar gündemde olacaktır. Eğlence dolu dans eden fareler, akrobatik aslanlar, teleskoplu kaplanlar, yumuşak kediler ve sevimli tavşanlar bu sezon pijamaların üzerini süslemektedir.



Sektörel Trendler

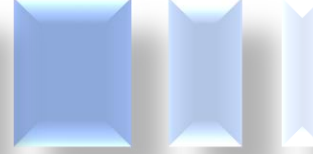


ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- İngiltere'de bu yıl pijama trendlerinde şık harflerin kullanıldığı modeller tercih edilmektedir. Yazı tiplerine ek olarak, renklere ve ölçüklere de önem verilmektedir. Gençler için pembe ağırlıklı modeller öne çıkmaktadır.



Sektörel Trendler

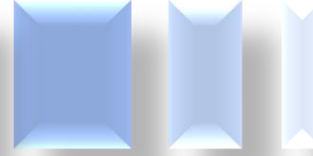


ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- 2019-2020 sezonunda pijama ve ev kıyafetlerinde dantelin ön plana çıktığı görülmektedir. Dantel ve ipeğin birbirine karıştığı, iki veya daha çok renkli, farklı kesimli lüks modeller, bu sezona damgasını vurmaktadır.



Sektörel Trendler

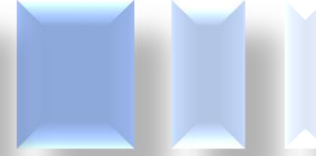


ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- Eski klasik pijama tarzı her zaman olduğu gibi yeni sezonda da varlığını devam ettiriyor. Genel olarak saf pamuklu kumaştan, uzun kollu, boru paçalı, yakalı ve düğmeli popüler bir modeldir.



Sektörel Trendler

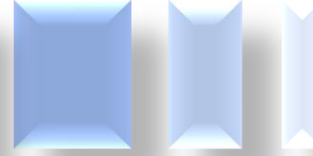


ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- Geleneksel tarzlar hala popüler olmakla birlikte, modern alternatif pijamalar daha az yaka, boynu daha iyi kapayan tarz ve düğmelerinin olmamasıyla daha fazla konfor sağladığından tercih edilmektedir.



Sektörel Trendler

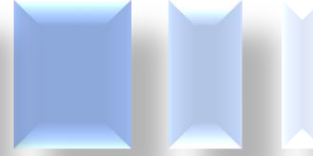


ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- Birçok insan için, uyumak için bir pijamaya 200 £ veya daha fazlasını harcama düşüncesi son derece garip gelebilir. Ama hayatın üçte birini bilinçsizce uykuda geçirme gerçeği, bazıları için bu zamanı da lüks içinde yaşama tercihini ortaya çıkarmıştır. Bir üst seviye kalite, bazı jazzy desenler ve kaşmir gibi lüks malzemeler kullanılarak elde edilmektedir.



Sektörel Trendler

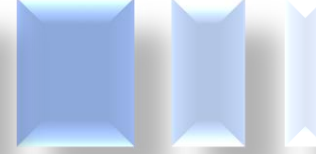


ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- Son yıllarda yaygınlaşan askeri kamuflaj trendi bu yaz etkisini iyice arttırarak plajlarda fırtına gibi esmektedir. Plajda üzerinde sadece şortla dolaşmak normalde savunmasızlık hissi verse de askeri bir etki sağlayan kamuflaj, daha erkeksi ve kendini güvende hissettirmektedir. İnce bacaklı erkeklerin daha çok tercih edebilecekleri bir modeldir. Karmaşık deseni, gözü meşgul ederek bacakları daha kütleli göstermektedir.



Sektörel Trendler

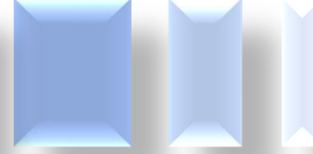


ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- Denizcileri çağrıştıran şeritli şortlar, bu sezon, şeritlerin kalınlaşması veya incilmesi, eğrilmesi, farklı yönlere dönmesi veya değişik renklere bürünmesi ile hala trend olmaya devam etmektedir.
- River Island stilisti Holly Blake "Beyaz çizgili şortlar, bu sezon erkek giyiminin en büyük mayo trendlerinden biri. Özellikle, koyu dikey çizgili yüzme şortları, bu yaz rahat ve şık bir görünüm için basit bir tişört ve flip-flop veya espadriller ile kolayca eşleştirilebileceği için trend oluyor." demektedir.



Sektörel Trendler

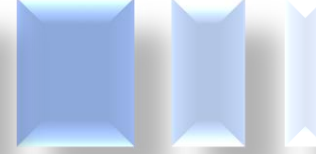


ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- Bu yaz, aynı renk ve desenli deniz şortu ve kısa gömleğin alt-üst takım olarak giyildiği bir sezon olacaktır.



Sektörel Trendler

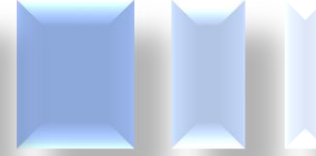


ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- Retro spor tarz ve nostaljik mayo trendleri etkisini sürdürmektedir. Bu sezon İngiltere'de tasarımcılar tarafından güncellenmiş eski okul tarzı mayoların trend olacağı bir sezon olmaktadır. Retro trend mayoların nostaljik bir güneş gözlüğü ile tamamlandığı görülmektedir.



Sektörel Trendler

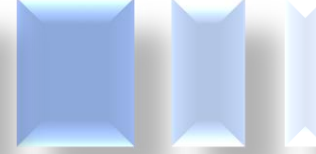


GÖRÜNÜM VE BEKLENTİLER:

- Artan kişisel harcanabilir gelirleri ile daha fazla yurtiçi ve yurtdışı seyahate çıkan İngilizler, daha kaliteli, dayanıklı ve şık ürünlerini kullanmayı tercih etmektedirler. Değişmekte olan trendler erkekler için kalıpları kırmış, daha sofistike ve renkli ürünlerin kabulünü kolaylaştırmıştır. Öte yandan sahte ve markasız ürünlerden uzaklaşarak markalı ürünlere yönelik belirgin şekilde artmaktadır.
- İngiltere'nin iç giyim pazarındaki satışların % 72-75'i kadın iç çamaşırı, % 25-28'i ise erkek iç çamaşırı kategorisinden olmaktadır.
- Make it British gibi kampanyalar ile orta sınıfa yönelik imalat da canlandırılmaya başlasa da... toplamdaki mevcut üretim iç pazar talebini karşılayacak seviyeden çok uzaktır. İç Pazar talebinin büyük kısmının alışveriş turizmi amaçlı gelen turistlerden kaynaklandığını da akılda tutmakta fayda bulunmaktadır.



Sektörel Trendler

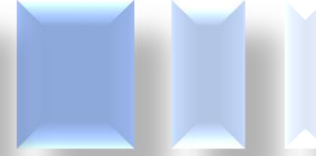


GÖRÜNÜM VE BEKLENTİLER:

- İngiltere iç giyim pazarının en büyük satıcısı M&S'dir. Firma perakende mağaza alanın %11 gibi önemli bir bölümünü iç giyim ürünlerine ayırmaktadır. Pazarda satılan ürünlerin yaklaşık % 32-34'lük bölümünü M&S dağıtmaktadır. M&S'i ASDA, Primark, Next ve Arcadia takip etmektedir.
- İngiltere pazarında en çok satış yapan iç giyim markaları ise (perakende mağazalarının kendi markaları hariç olmak üzere) Calvin Klein, Triumph ve Jockey'dir.
- Ülkedeki en büyük online iç giyim satıcıları Amazon ve Arcadia'dır.
- İngiltere iç giyim pazarının yükselen satıcıları online ticaret yerleri ve ilginç bir biçimde geleneksel süpermarketlerdir. Düşük fiyatlı seçenekleri ile süpermarketler gelecekte çok katlı mağazaların ve uzmanlaşmış satıcıların yerini alacak gibi gözükmektedir.



Sektörel Trendler

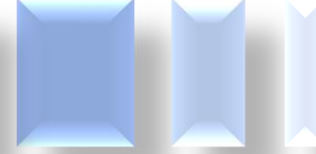


GÖRÜNÜM VE BEKLENTİLER:

- Tüm dünyada olduğu gibi online ticaretin sektördeki payı hızla artmaktadır. İngilizler dünyada en çok online alışveriş yapan ulusların başında gelmektedir. Bununla birlikte omni-channel satışların artmasına rağmen satışların perakende mağazalarında da devam edeceği beklenilmektedir.
- İngiltere iç giyim sektöründe yükselen trend «abonelik» hizmetleridir. Abonelik sisteminde müşteri her ay belli sayıda ürün alma karşılığında belli bir abonelik ücreti ödemekte, satıcı da her ay müşteriye belli sayıda ürün sevk etmektedir. Çorap ile başlayan bu trend iç giyim sektörüne doğru yayılmaya başlamıştır.
- Müşterilerin gittikçe daha bilinçli ve tasarım ürünleri almaya istekli olması, ülke içindeki ve ithal üretimi; tasarım ve kalite odaklı olma yönünde tetikleyecektir.



Sektörel Trendler



GÖRÜNÜM VE BEKLENTİLER:

- İngiltere perakende harcamasının kabaca %50'lik kısmını ülkeye gelen turistler yapmaktadır. Turizm, 2010 yılından bu yana İngiltere'de en hızlı büyüyen sektör olmuştur. 2017 yılında ülkeyi ziyaret eden yaklaşık 40 milyon ziyaretçi ülkeye 28,6 milyar pound bırakmıştır. Bu büyüme hızıyla 2028 yılında yaklaşık 39 milyar poundluk büyüklüğe ulaşacağı tahmin edilmektedir. Yapılan bir araştırmaya göre turistlerin alışverişe yönelik yaptığı harcamaların büyük kısmı kıyafete ve ayakkabıya giderken kalan kısmı aksesuarlar, küçük ev eşyaları ve hediyeliklere yönelmiştir. Perakende mağazaları ve cazibe bölgelerindeki mağazalarının çekiciliği, İngiltere'ye gelen turistlerin %81'nin alışverişe yönelmesini sağlamaktadır. İngiltere'ye gelen turistler alışveriş için 580 GBP ila 680 GBP harcama yapmaktadırlar. Bu noktada İngiltere'deki yüksek kalitedeki mağazaların turistler için her zaman bir cazibe alanı halinde olduğunu ve İngiltere'deki bu mağazalarda ürünlerini pazarlamayı başaran girişimcilerin aslında sadece İngiliz müşterilere değil, dünyanın her yerinden gelen ve alışveriş yapmaya istekli seçkin müşterilere de ulaşabileceğini söylemek mümkündür.

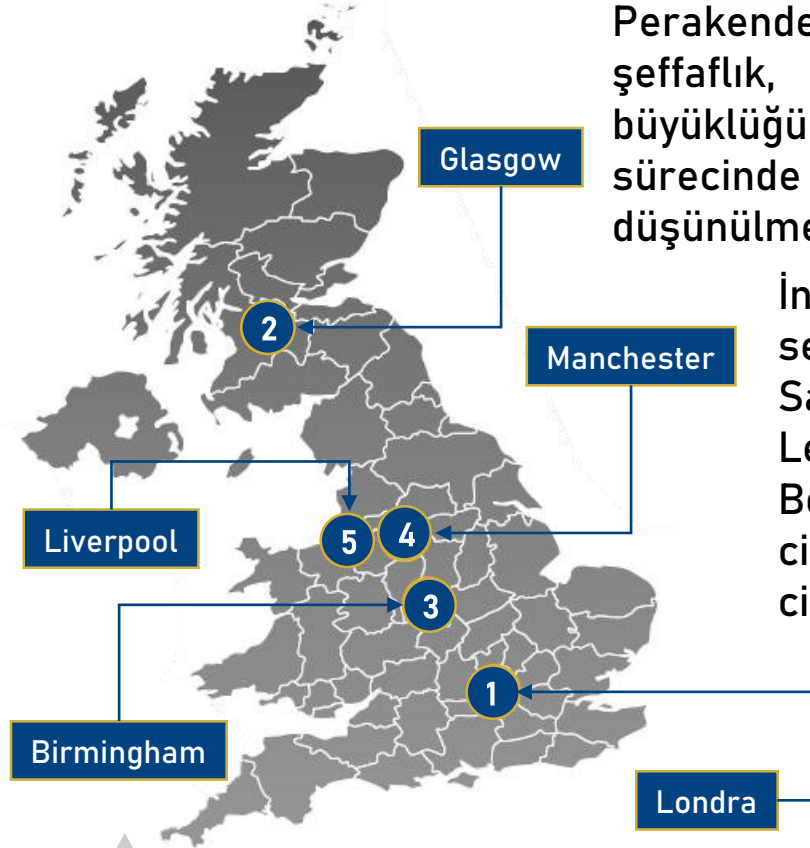


İç Ticaret –perakende

Perakende harcamalarının en çok yapıldığı İngiltere'deki 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'da gerçekleştirilen perakende harcamalarının % 47'si turistler tarafından yapılmaktadır.

Londra'nın perakende sektörü Oxford Street, Regent Street, Bond Street ve Covent Garden semtlerinde yoğunlaşmıştır. 2018 yılı için Londra'nın cazibeli perakende bölgelerinde metre² mağaza kiralari 2.250 Euro/Ay seviyesine ulaşmıştır.



Perakendenin gelişmişliği, yüksek seviyedeki şeffaflık, pazarın olgunluğu ve göreceli büyüklüğünden dolayı Londra marka olma sürecinde bir ATLAMA TAHTASI olarak düşünülmektedir.

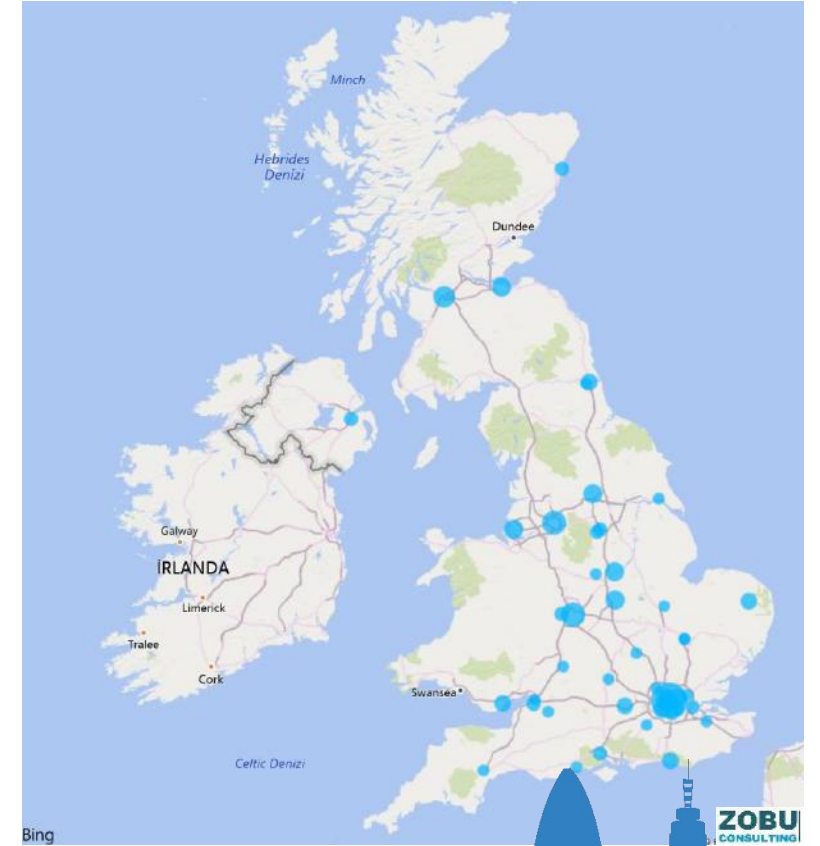
İngiltere'deki en büyük perakende sektörü şirketleri sırasıyla Tesco, Sainsbury's, Asda, Morrisons, John Lewis, Aldi, M&S, Coop, Amazon ve Boots'tur. Bu şirketlerin 2018 yılı ciroları 209 Milyar ABD doları civarındadır.

KAYNAK: BNP Paribas, Sektör temsilcileri, ONS, Retail Economics

İç Ticaret –perakende

PERAKENDE SATIŞLARIN EN YOĞUN OLDUĞU BÖLGELER

| | |
|--|------------------------------------|
| 1 Oxford Street, Londra | 26 Sheffield |
| 2 Manchester | 27 Aberdeen |
| 3 Birmingham | 28 Chelsea |
| 4 Glasgow | 29 Merry Hill Shopping Centre |
| 5 Knightsbridge, Londra | 30 Croydon |
| 6 Liverpool | 31 Plymouth |
| 7 Westfield Stratford City Shopping Centre | 32 Guildford |
| 8 Leeds | 33 Bromley |
| 9 Edinburgh | 34 MetroCentre Shopping Centre |
| 10 Leicester | 35 Cambridge |
| 11 Nottingham | 36 Hull |
| 12 Westfield London Shopping Centre | 37 Derby |
| 13 Norwich | 38 Bath |
| 14 Kingston upon Thames | 39 Watford |
| 15 Brighton | 40 Exeter |
| 16 Reading | 41 Regent Street, Londra |
| 17 Newcastle-upon-Tyne | 42 Milton Keynes |
| 18 Cardiff | 43 Covent Garden, Londra |
| 19 Belfast | 44 Cheltenham |
| 20 Trafford Shopping Centre | 45 Peterborough |
| 21 Bristol | 46 Romford |
| 22 Meadowhall Shopping Centre | 47 Oxford |
| 23 Southampton | 48 Cribbs Causeway Shopping Centre |
| 24 Bluewater Shopping Centre | 49 Castlepoint Shopping Park |
| 25 Brent Cross Shopping Centre | 50 Maidstone |



İç Ticaret –perakende

2008-2019 yılları arasında İngiltere'deki perakende sektöründe yer alan firmalar 12.997 mağazayı çeşitli nedenler ile kapatmış ve toplam perakende sektöründe 180 bin kişiye yakın bir istihdam azalması oluşmuştur.

Perakende sektöründe kapanan mağazaların %38,2'si konfeksiyon ve ayakkabı sektöründe yer almaktadır. Son 10 yıllık dönemde sektörün perakende ayağında kaybettiği istihdam toplam kaybedilen istihdamın % 29,1'ine denk gelmektedir. Diğer bir deyişle toplam 4.967 mağazada kapanmış ve 51.020 istihdam kaybı olmuştur.

Kaynak: CFRR

| | 2008-2019 | Kapanan Mağaza Sayısı (Adet) | Azalan İstihdam (Kişi) | Mağaza, Oran, % | İstihdam, Oran, % |
|-------------------------------------|-----------|---------------------------------|---------------------------|--------------------|----------------------|
| Büyük Mağaza | | 59 | 17.500 | 0,5% | 9,8% |
| Konfeksiyon Mağazası | | 3.241 | 41.620 | 24,9% | 23,3% |
| Elektrik, elektronik ve BT Mağazası | | 986 | 15.100 | 7,6% | 8,5% |
| Ayakkabı Mağazaları | | 1.726 | 10.400 | 13,3% | 5,8% |
| Müzik, DVD ve Oyun Mağazası | | 1.649 | 20.240 | 12,7% | 11,3% |
| Tekel Bayii | | 2.060 | 10.500 | 15,8% | 5,9% |
| Zincir Mağazalar | | 820 | 30.000 | 6,3% | 16,8% |
| Toptancı | | - | 4.000 | 0,0% | 2,2% |
| Oyuncak Mağazası | | 105 | 3.200 | 0,8% | 1,8% |
| Diğer* | | 2.001 | 20.716 | 15,4% | 11,6% |
| Bir Milyoncu | | 350 | 5.300 | 2,7% | 3,0% |
| Toplam | | 12.997 | 178.576 | 100,0% | 100,0% |

* Araç parçası, DIY, mobilya ve dekorasyon

İç Ticaret –perakende



2018 yılında İngiltere perakende sektöründe en fazla açılan ve kapanan mağazaların perakende alt sektörleri bazında dağılımı gösterilmektedir.



İç Ticaret –perakende

- Ülkedeki toplam perakende satışlarının % 18'i internet üzerinden yapılmaktadır. İnternet satışlarının % 54'ü mobil araçlar ile gerçekleştirilmektedir. İngiltere nüfusunun kabaca % 80'i yılda en az bir kez internet üzerinden alışveriş yapmaktadır.
- Hazırgiyim sektörü internet üzerinden satışların en hızlı büyüdüğü ikinci sektör konumundadır. Önümüzdeki beş yıllık dönemde sektörün internet üzerinden satışlarının yıllık ortalama %4,4 oranında büyüyeceği öngörülmektedir.
- 10 yılda ülkedeki internet üzerinden satışların oranı 4 kata yakın bir seviyede artmıştır. Bu artışın daha hızlanmış bir ivme ile yükseleceği düşünülmektedir.
- «Tıkla ve topla» şeklinde dağıtım gittikçe yaygınlaşmaktadır. Mağazalar gittikçe bir Showroom'a dönüşmeye başlamıştır. Bir çok zincir mağaza ve büyük mağaza müşterilerine karma satınalma deneyimleri sunmaktadır. Müşteriler online seçip mağazadan alabilmekte, mağazadan seçip online alabilmekte, online sipariş verip mağazadan ürünleri toplayabilmektedir. Yakın gelecekte mağazaların rolünün daha çok satınalma öncesi ürün deneyimi sunma şeklinde değişeceği öngörülmektedir.



İç Ticaret –perakende

- İngiltere'deki gıda harici perakende harcamalarının % 30'u Hazırgiyim sektöründe gerçekleştirilmektedir. Diğer bir deyişle perakende sektöründeki toplam harcamanın % 12'si Hazırgiyim sektöründe yapılmaktadır.
- İnternet perakendeciliği konusunda en büyük oyuncular sırasıyla %29,7 pazar payıyla Amazon, %10,8 pazar payıyla eBay ve % 6,5 pazar payıyla Sainsbury's'dir.
- 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

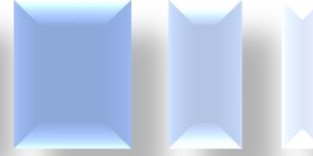
- Mobil araçlardan özellikle cep telefonundan sipariş İngiltere çapında yaygınlaşmaktadır.
- Perakendecilerin BT ve özellikle mobil satın almaya yönelik yatırımları müşteri memnuniyetinin temel kaynaklarından biri haline gelmektedir.



Sosyal Medya Perakendeciliği

- Sosyal medya üzerinden alışveriş İngiltere için göreceli yeni bir araç olsa da gün geçtikçe büyümektedir.
- 2018 yılı itibarıyla İngiltere'deki online kullanıcıların % 77'sinin sosyal medya üyelikleri bulunmaktadır ve ortalama her 12 dakikada bir bu hesaplar kontrol edilmektedir.

Satış ve Dağıtım Kanalları



John Lewis

www.johnlewis.com/

M&S

EST. 1884

www.marksandspencer.com/

SEFRIDGES & 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/

FORTNUM
& MASON
EST 1707

www.fortnumandmason.com/

HARVEY
NICHOLS

www.harveynichols.com/

the RANGE

www.therange.co.uk/

JARROLD

www.jarrold.co.uk/

Browns
LONDON SINCE 1970

www.brownsfashion.com/

BHS
BRITISH HOME STORE
LONDON 1922

www.bhs.com/

The co-operative
Central England Co-operative

www.centralengland.coop/

BEALES

www.beales.co.uk/

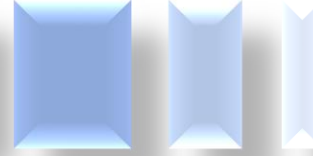
BOYES

www.boyes.co.uk/

Kıyafet ve ayakkabı da satan perakendeciler ve mağaza zincirleri

Kıyafet ve ayakkabı harici ürünlerde odaklanmış perakendeciler ve mağaza zincirleri

Satış ve Dağıtım Kanalları



Sainsbury's
live well for less

www.sainsburys.co.uk/

amazon.co.uk

www.amazon.co.uk

ASDA

www.asda.com/

ALLSAINTS

www.allsaints.eu/

TESCO

www.tesco.com/



www.jdsports.co.uk/

COOP

www.coop.co.uk/

HACKETT
LONDON

www.hackett.com/

Debenhams

www.debenhams.com/

DUCHAMP
LONDON

www.duchamlondon.com/

Dixons
Carphone

www.dixonscarphone.com/

Agent
Provocateur

www.agentprovocateur.com

Boots

www.boots.com

BURBERRY
LONDON

www.burberry.com/

Morrisons
Since 1889

www.morrisons.com

TED BAKER®
LONDON

www.tedbaker.com/

Kıyafet ve ayakkabı da satan perakendeciler ve mağaza zincirleri

Kıyafet ve ayakkabı harici ürünlerde odaklanmış perakendeciler ve mağaza zincirleri

Satış ve Dağıtım Kanalları



www.jeffbanks.co.uk/



www.barbour.com/



www.lkbennett.com/



www.bluntsshoes.com



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



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



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



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



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



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



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



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



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



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



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

Kıyafet ve ayakkabı da satan perakendeciler ve mağaza zincirleri

Kıyafet ve ayakkabı harici ürünlerde odaklanmış perakendeciler ve mağaza zincirleri

Satış ve Dağıtım Kanalları



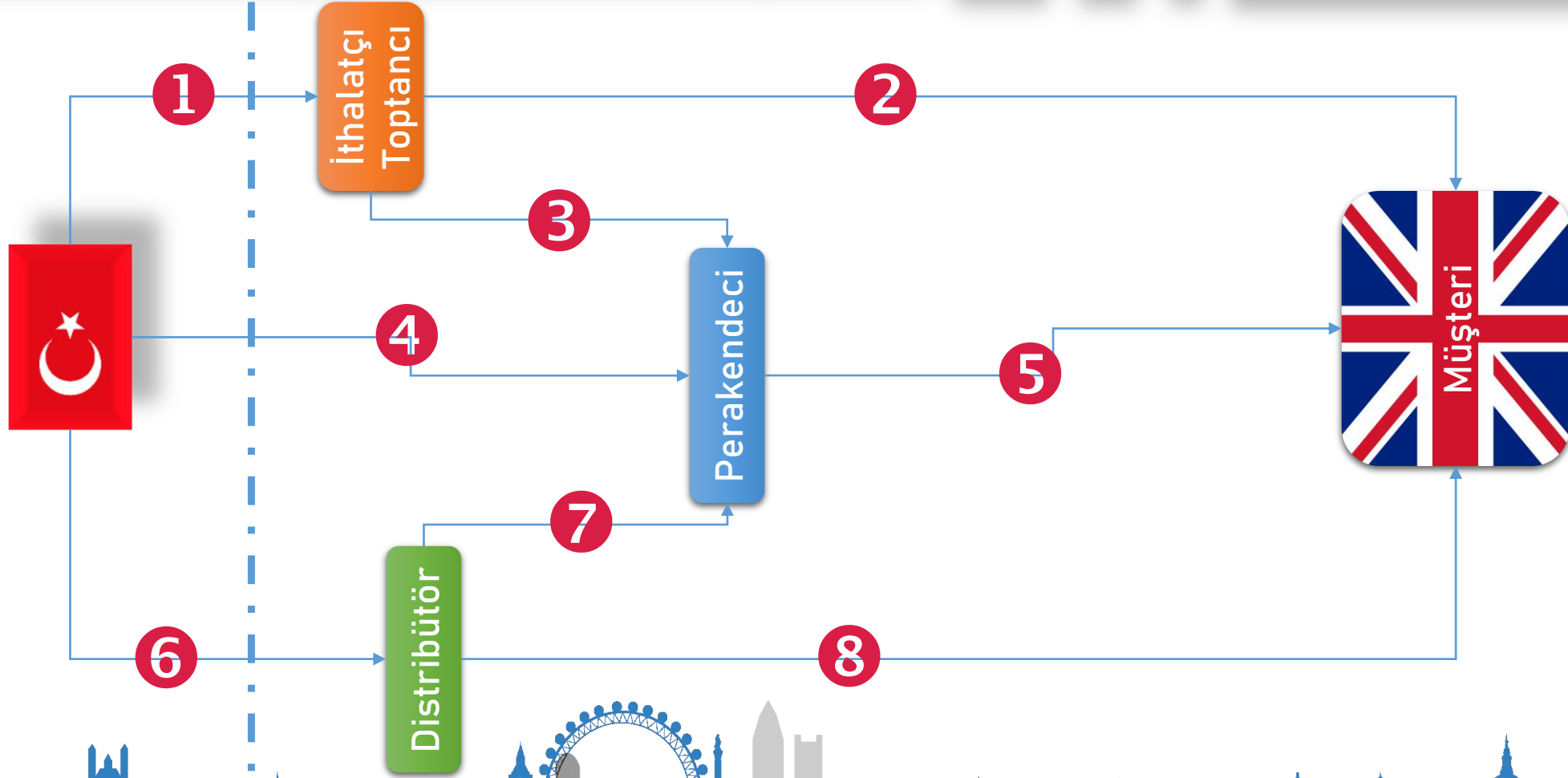
Her ne kadar online satış ve dağıtım kanallarının A.B. içinde en gelişkin olduğu pazar da olsa, İngiltere'de hazır giyim ürünlerinin en çok satıldığı dağıtım kanalı Büyük Mağazalardır.



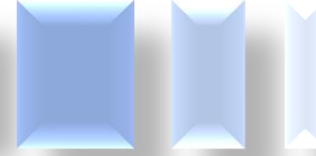
İnternet üzerinden gerçekleştirilen satışlar büyük mağazaların Pazar hakimiyetlerini tehdit ediyor gibi gözükse de büyük mağazaların ürün sergileme, deneme gibi müşteri deneyimini zenginleştirici uygulamalara giderek bu durumu lehlerine çevirdikleri gözlenmektedir.



Pazara Erişim ve Kar Marjları



Pazara Erişim ve Kar Marjları



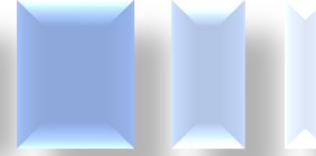
İngiltere pazarına erişim yolları bazındaki ticaretin yönü ve sektör özelinde ortalama kar marjları aşağıdadır.

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



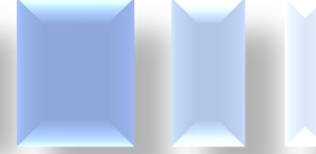
İngiltere pazarına erişim yolları bazındaki ticaretin yönü ve sektör özelinde ortalama kar marjları aşağıdadır.

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



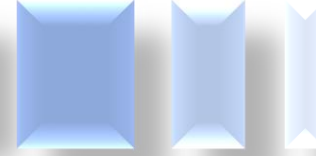
İngiltere pazarına erişim yolları bazındaki ticaretin yönü ve sektör özelinde ortalama kar marjları aşağıdadır.

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



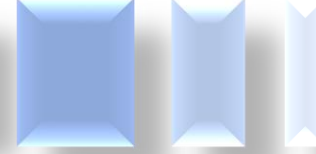
İngiltere pazarına erişim yolları bazındaki ticaretin yönü ve sektör özelinde ortalama kar marjları aşağıdadır.

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



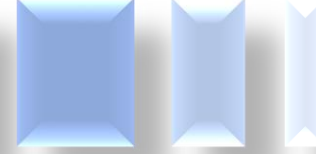
İngiltere pazarına erişim yolları bazındaki ticaretin yönü ve sektör özelinde ortalama kar marjları aşağıdadır.

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 showroamları 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.



Alternatif Fırsatlar



Sütyenler, korseler, korse kemerler, pantolon askıları, çorap bağları, jartiyerler ve benzeri eşya ve bunlar için parçalar (GTIP 6212), Erkekler ve erkek çocuklar için külotlar, slipler, gece gömlekleri, pijamalar, bornozlar, robdöşambırlar ve benzeri eşya (GTIP 6107) ve Kadınlar ve kız çocuklar için kombinezonlar, jüp veya jüponlar, slipler ve külotlar, gecelikler, pijamalar, lizözler, bornozlar, sabahlıklar ve benzeri eşya (GTIP 6108) İngiltere iç giyim pazarında Türk üreticiler için fırsat sunan segmentler olarak gözlenmektedir.

Türk ihracatçıları İngiltere'nin iç giyim ithalatının kabaca % 8,8'lik bölümünü karşılarken bu üç segmentteki ithalat içindeki payları sırasıyla % 0,9 % 2,2 ve % 2,4 olarak gerçekleşmiştir.

Söz konusu iki segmentteki ihracat performansının kategori için geçerli performans tutarına yaklaşması durumunda Türkiye'nin ihracatının toplamda 117-120 Milyon ABD Doları daha artacağı hesaplanmaktadır.



Alternatif Fırsatlar

İngiltere pazarındaki ürünlerin ortalama kar marjları bu bölümde gösterilmiştir. Brüt kar marjı çarpanı iç 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 İç Giyim Ürünleri

| | Düşük | Orta | Yüksek |
|--|-------|------|--------|
| CFR Teslimi Maliyet (GBP) | 100 | 100 | 100 |
| Gümrük Vergisi | - | - | - |
| CFR Diğer Maliyetler yükleme, iç nakliye, sigorta ve banka | 10 | 10 | 10 |
| | 110 | 110 | 110 |
| Toptancı Kar Marjı % 25 - % 30 - % 35 | 28 | 33 | 39 |
| Toptan Satış Fiyatı | 138 | 143 | 149 |
| Perakendeci Kar Marjı % 50 - % 55 - % 70 | 69 | 79 | 104 |
| Katma Değer Vergisi (% 20) | 41 | 44 | 50 |
| Tüketiciye Mal Oluş Fiyatı | 248 | 266 | 303 |
| Kar Marjı Çarpanı | 2,5 | 2,7 | 3,0 |

Etkinlikler



Düzenlenme Tarihi : 30 Temmuz - 1 Ağustos 2019
Konum : Solihull
Ziyaretçi Sayısı : 400
Katılımcı Sayısı : 80
Web Sitesi : <https://www.indxshow.co.uk/womenswear>

Şubat ve Ağustos aylarında olmak üzere yılda iki kez tekrarlanan ve bağımsız küçük perakendecilere yönelik olarak kadın kıyafeti, çanta ve ayakkabılarının sergilendiği bir fuardır.



Düzenlenme Tarihi : 16 - 18 Şubat 2020
Konum : Solihull
Ziyaretçi Sayısı : 400-500
Katılımcı Sayısı : 150
Web Sitesi : <https://www.indxshow.co.uk/intimate-apparel>

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



Düzenlenme Tarihi : 25-26 Haziran 2019
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 : 21 - 23 Temmuz 2019
Konum : Londra
Ziyaretçi Sayısı : 17.000
Katılımcı Sayısı : 1.460
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 : 4-6 Ağustos 2019
Konum : Birmingham
Ziyaretçi Sayısı : 11.000
Katılımcı Sayısı : 400
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 : 21-23 Temmuz 2019
Konum : Londra
Ziyaretçi Sayısı : -
Katılımcı Sayısı : -
Web Sitesi : <https://www.scoop-international.com/Home>

İngiltere'nin en önemli moda fuarlarından birisidir. Kadın kıyafetleri, ayakkabılar ve aksesuarlar sergilenmektedir. Üst segment ürünler için pazara girişte faydalı bir fuardır.

Etkinlikler

bira | direct

bira direct's biggest buying opportunity for bira retail members in 2017

Offers, promotions and additional discounts from product suppliers.

Make your business more **profitable** this buying season.

September Savers
Live from

29 08 17

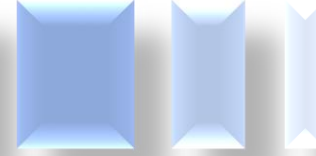
Düzenlenen ticari fuarların yanı sıra özellikle sektördeki dernekler de üyelerin birbirleri ile ve diğer tedarikçiler ile buluşmasını sağlamak amacıyla dışarıya kapalı etkinlikler düzenlemektedir.

Örnek teşkil etmesi açısından İngiliz bağımsız küçük perakendeciler derneğinin tedarikçiler ile bir araya geldiği özel bir etkinliğin duyurusu yan bölümde gösterilmiştir.

Bilgi kaynaklarında belirtilen sektörel derneklerden uygun olanlar ile uzun dönemli kurumsal ilişkilerin geliştirilmesi, birlikte etkinlik düzenlenmesi hem pazara girişi kolaylaştıracak hem de nüfuz etmeye imkan verecektir.



Bilgi Kaynakları



kelkoo

www.kelkoo.com

Farklı mağazalardaki ürünlerin fiyat karşılaştırmasına yardımcı olan bir web sitesi

**BRITISH
FASHION
COUNCIL**

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

İngiliz Moda Konseyi, ülkedeki moda sektörüne yön veren bir kurumdur.

UKWA MarketSpace

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

İngiltere lojistik depolama derneğinin depo arayanlarla müşterilerini bir araya getirmek için oluşturduğu arama motoru.

**FOR ALL THE FASHION BUSINESS
Drapers**

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

Moda ve perakende ticaret ile ilgili gelişme ve haberlerin yer aldığı güncel içeriklerle zenginleştirilmiş bir yayın

bira
the voice of independent retailers

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

İngiltere çapında gömlek de dahil olmak üzere farklı sektörlerde faaliyet gösteren 6.500 bağımsız perakendecinin üye olduğu bir dernektir.

boutique.
BUSINESS SOURCE FOR FASHION RETAILERS

<http://boutique-magazine.co.uk/>

5.000 civarındaki bağımsız küçük perakendeciye dağıtımı gerçekleştiren bir moda ürünleri dergisidir. Tedarikçiler için bir katalog bölümünde yer alma imkanı vardır.

PCIAW
PROFESSIONAL CLOTHING INDUSTRY ASSOCIATION

<https://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.

ukft

<https://www.ukft.org/>

İngiltere Moda ve Tekstil Ağı, 2.500'ün üzerinde tasarımcı, moda markası ve üreticiyi bir araya getiren bir sektör örgütüdür.



Kısaltmalar



| | | |
|--|---|--|
| CAGR (Compound Annual Growth Rate) | : | Yıllık Bileşik Büyüme Oranı |
| 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 |
| OAG (Official Aviation Guide) | : | Resmi Havacılık Kılavuzu |
| ONS (Office of National Statistics) | : | İngiltere Ulusal İstatistik Kurumu |
| PL (Private Label) | : | Fason Üretim |
| PCIAW (Professional Clothing Industry Association Worldwide) | : | Küresel Profesyonel Kıyafet Sanayisi Derneği |
| WB (World Bank) | : | Dünya Bankası |



TEŞEKKÜRLER

İSTANBUL

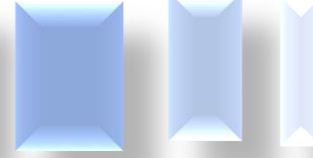
Namık Kemal Mahallesi
112 Sokak
No:38/4
Esenyurt

İZMİR

Yenigün Mahallesi
Fevzipaşa Bulvarı
No:146/803
Konak

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

Fiyatlar



FİYATLAR VE MARKA PENETRASYONU

Haziran 2019

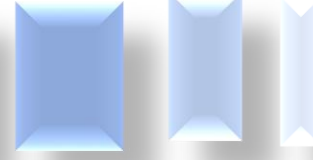




YASAL UYARILAR

Bu fiyat analizi, 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 IHKIB'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.

Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu



Bu bölümde

- Ana ürün grupları bazında ortalama perakende satış fiyatları,
- Ana ürünler bazında ortalama fiyat skalası,
- Ana ürün grupları bazında marka penetrasyonu,

Sunulmuştur.



Fiyatlar

Ürün grupları

Alt ürün grupları ve fiyat grupları bazında piyasadan elde edilmiş olan fiyat bilgisi sayısı



| TEKİL FİYAT VERİSİ | 0 - 10 GBP | 10 - 20 GBP | 20 - 50 GBP | 50 - 100 GBP | 100 - 500 GBP | 500 GBP - ve üzeri | TOPLAM |
|-----------------------|---------------|----------------|----------------|-----------------|------------------|-----------------------|---------------|
| İç Giyim | | | | | | | 12.762 |
| Erkek İç Giyim | | | | | | | 5.072 |
| Bokser | 1345 | 459 | 147 | | | | 1.951 |
| Slip | 1007 | 376 | 89 | | | | 1.472 |
| Atlet | 896 | 517 | 236 | | | | 1.649 |
| Kadın İç Giyim | | | | | | | 7.690 |
| Külot | 1675 | 897 | 345 | | | | 2.917 |
| Slip | 1107 | 768 | 211 | | | | 2.086 |
| Sütyen | 1254 | 980 | 453 | | | | 2.687 |

Erkek ve kadın iç giyim ürün grubunda grubunda toplam 12.762 perakende piyasa fiyat verisi derlenmiş, analiz edilmiştir. Yan bölümde yer alan tabloda her bir alt ürün kategorisinde kaç adet tekil fiyat verisinin piyasadan toplandığı gösterilmektedir. Ürünler toplamda 6 farklı fiyat aralığında değerlendirilmiştir.

Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu

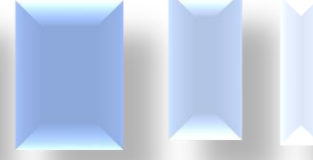


Ürün grupları

Alt ürün grupları ve fiyat grupları bazında piyasadan elde edilmiş olan ortalama perakende satış fiyatları, Haziran 2019

| ORTALAMA PERAKENDE LİSTE FİYATLARI | 0 - 10 GBP | 10 - 20 GBP | 20 - 50 GBP | 50 - 100 GBP |
|------------------------------------|------------|-------------|-------------|--------------|
| İç Giyim | | | | |
| Erkek İç Giyim | | | | |
| Bokser | 4,56 | 13,45 | 36,45 | |
| Slip | 6,14 | 15,12 | 27,68 | |
| Atlet | 5,43 | 14,35 | 31,25 | |
| Kadın İç Giyim | | | | |
| Külot | 4,12 | 14,15 | 23,10 | |
| Slip | 6,75 | 13,45 | 33,56 | |
| Sütyen | 6,89 | 12,50 | 35,76 | |

Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu



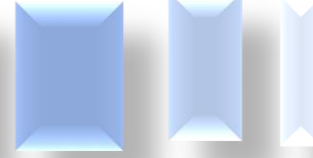
ERKEK
İÇ GİYİM



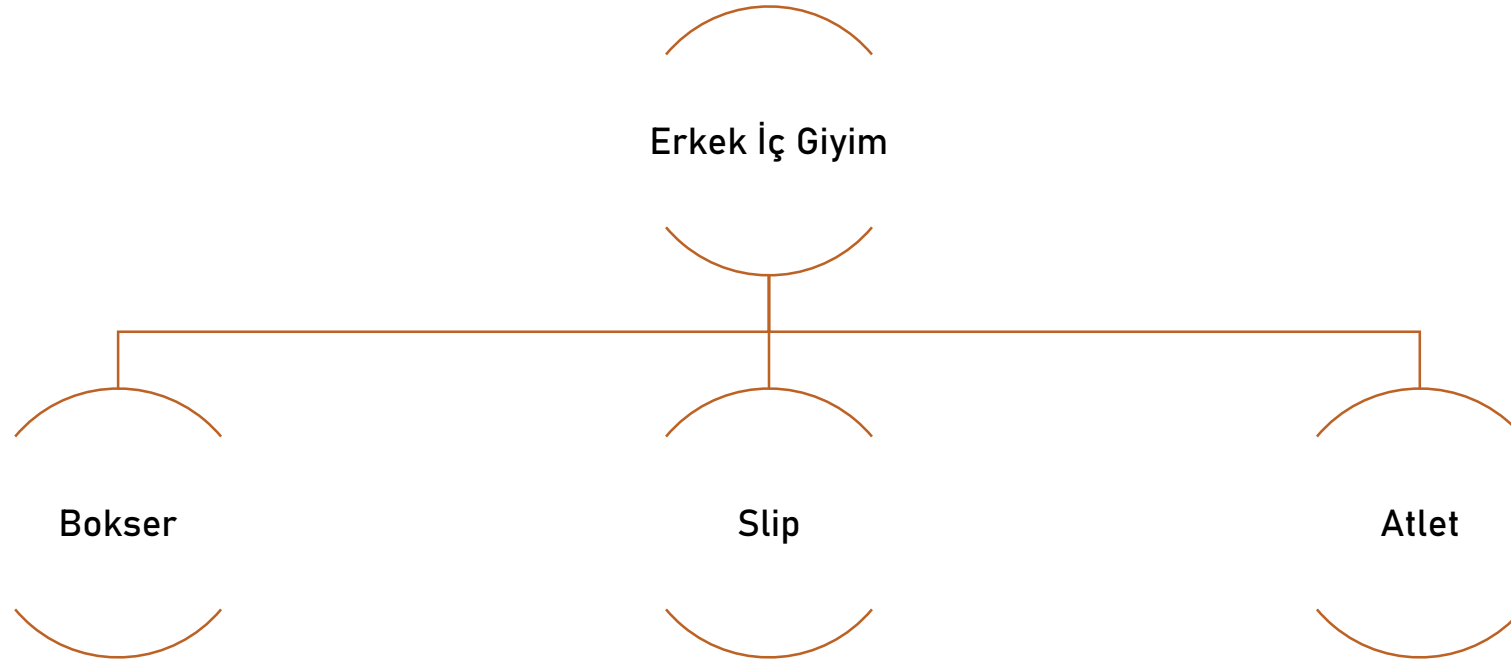
“Tüm hakları mahfuzdur © MMXIX”

ZOBU
CONSULTING

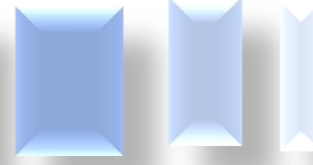
Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu



Erkek İç Giyim Ürün Grupları



Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu

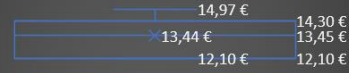


Erkek > Bokser > Ortalama Fiyatlar*

Erkek, Bokser,
0 - 9,9 GBP Fiyat Aralığındaki Ürünlerin Ortalama Fiyat
Dağılımı, Haziran 2019



Erkek, Bokser,
9,99 - 19,9 GBP Fiyat Aralığındaki Ürünlerin Ortalama Fiyat
Dağılımı, Haziran 2019

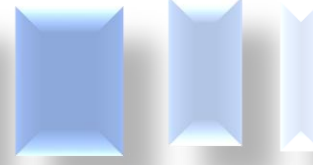


Erkek, Bokser,
19,99 - 49,9 GBP Fiyat Aralığındaki Ürünlerin Ortalama Fiyat
Dağılımı, Haziran 2019



* = Ortalama fiyatlar, belirlenmiş fiyat aralıklarındaki ürünlerin piyasada fiyat dağılımlarını göstermek üzere oluşturulmuş perakende fiyat analiz sonuçlarıdır.

Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu

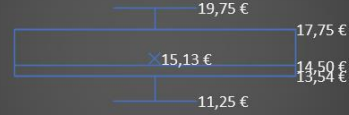


Erkek > Slip > Ortalama Fiyatlar*

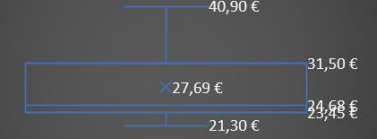
Erkek, Slip,
0 - 9,9 GBP Fiyat Aralığındaki Ürünlerin Ortalama Fiyat
Dağılımı, Haziran 2019



Erkek, Slip,
9,9 - 19,9 GBP Fiyat Aralığındaki Ürünlerin Ortalama Fiyat
Dağılımı, Haziran 2019

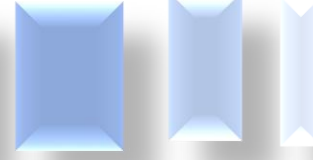


Erkek, Slip,
19,9 - 49,9 GBP Fiyat Aralığındaki Ürünlerin Ortalama Fiyat
Dağılımı, Haziran 2019



* = Ortalama fiyatlar, belirlenmiş fiyat aralıklarındaki ürünlerin piyasada fiyat dağılımlarını göstermek üzere oluşturulmuş perakende fiyat analiz sonuçlarıdır.

Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu



Erkek > Atlet > Ortalama Fiyatlar*



* = Ortalama fiyatlar, belirlenmiş fiyat aralıklarındaki ürünlerin piyasada fiyat dağılımlarını göstermek üzere oluşturulmuş perakende fiyat analiz sonuçlarıdır.



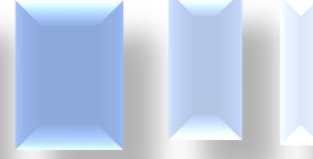
Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu

Erkek > İç Giyim > Marka Penetrasyonu*



* = Marka penetrasyonu görseli amazon.co.uk sitesindeki ilgili kategori bazındaki satılan ürünlerin marka analizlerinin kelime bulutu üreticisi ile analizi sonucu oluşturulmuştur.

Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu



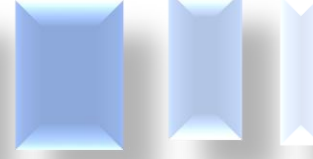
KADIN
İÇ GİYİM



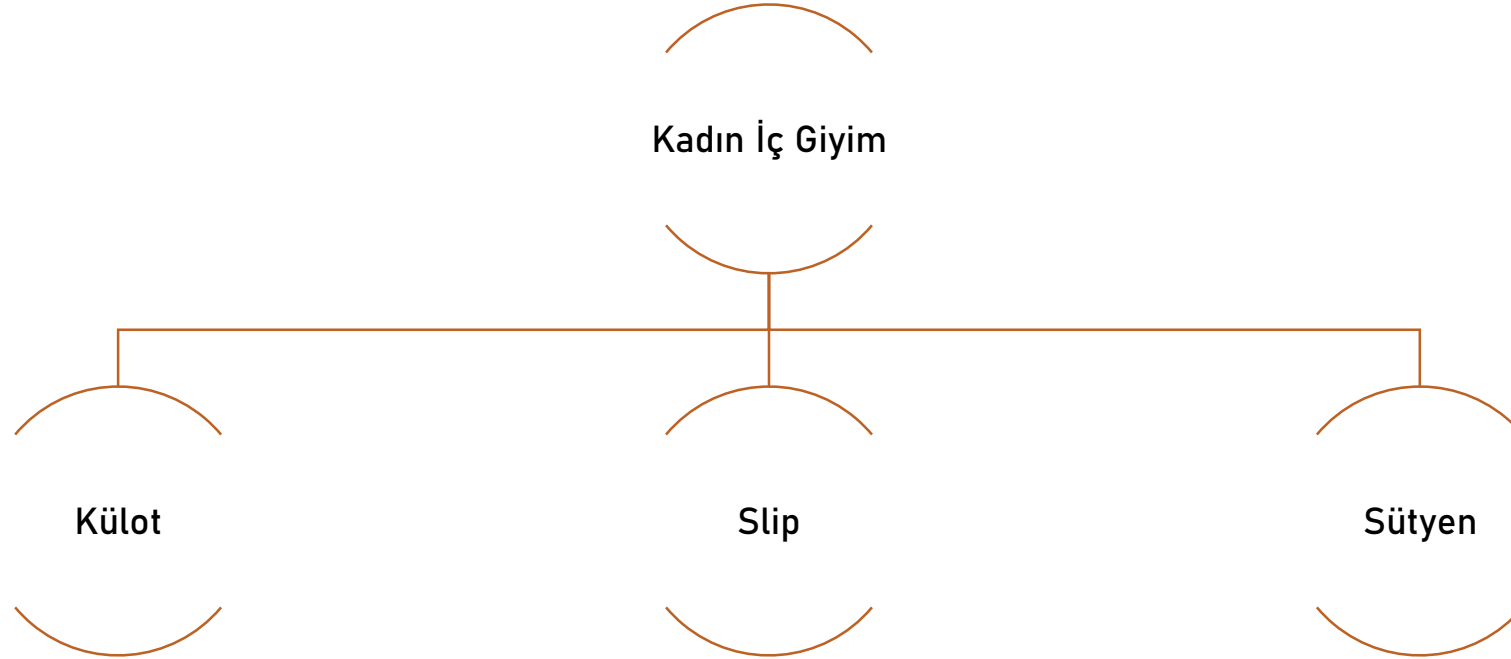
“Tüm hakları mahfuzdur © MMXIX”

ZOBU
CONSULTING

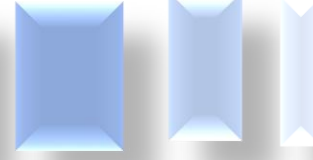
Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu



Kadın İç Giyim Ürün Grupları



Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu



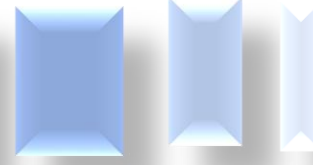
Kadın > Külot > Ortalama Fiyatlar*



* = Ortalama fiyatlar, belirlenmiş fiyat aralıklarındaki ürünlerin piyasada fiyat dağılımlarını göstermek üzere oluşturulmuş perakende fiyat analiz sonuçlarıdır.



Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu



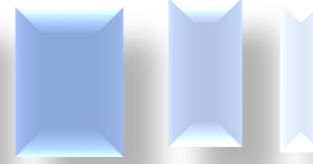
Kadın > Slip > Ortalama Fiyatlar*



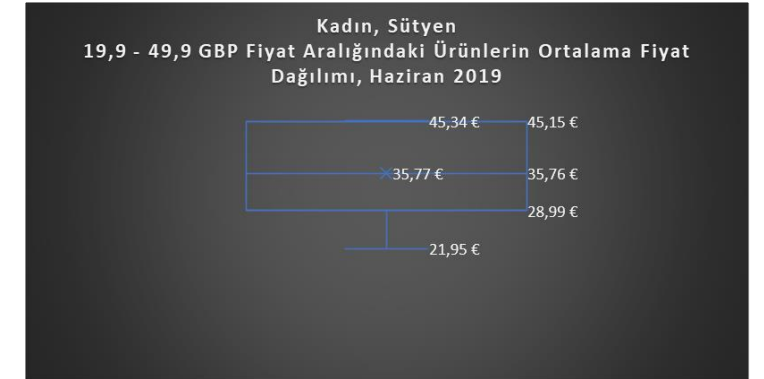
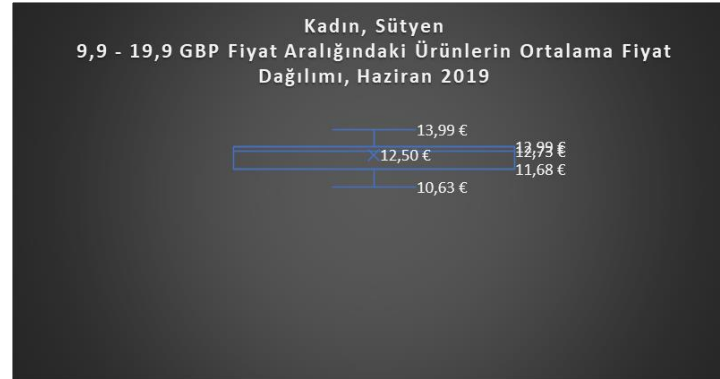
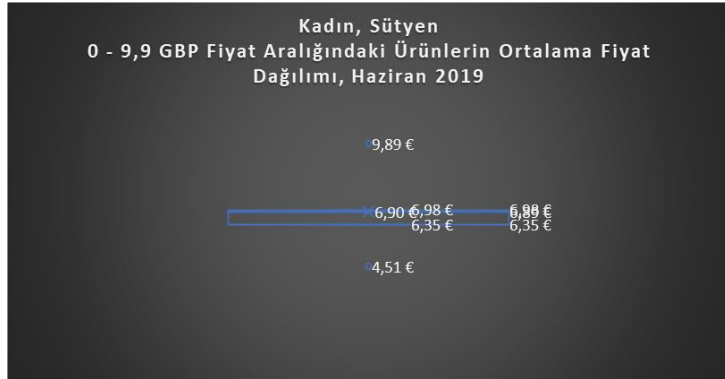
* = Ortalama fiyatlar, belirlenmiş fiyat aralıklarındaki ürünlerin piyasada fiyat dağılımlarını göstermek üzere oluşturulmuş perakende fiyat analiz sonuçlarıdır.



Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu



Kadın > Sütyen > Ortalama Fiyatlar*



* = Ortalama fiyatlar, belirlenmiş fiyat aralıklarındaki ürünlerin piyasada fiyat dağılımlarını göstermek üzere oluşturulmuş perakende fiyat analiz sonuçlarıdır.



Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu



Kadın > İç Giyim > Marka Penetrasyonu*



* = Marka penetrasyonu görseli amazon.co.uk sitesindeki ilgili kategori bazındaki satılan ürünlerin marka analizlerinin kelime bulutu üreticisi ile analizi sonucu oluşturulmuştur.

TEŞEKKÜRLER

İSTANBUL

Namık Kemal Mahallesi
112 Sokak
No:38/4
Esenyurt

İZMİR

Yenigün Mahallesi
Fevzipaşa Bulvarı
No:146/803
Konak

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