

İSPANYA



Ülke Raporu

İç Giyim. Haziran 2019

Bu pazar araştırma raporu



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



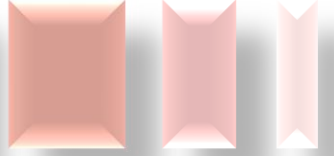
2011-1 Sayılı Pazar Araştırması ve
Pazara Giriş Desteği Hakkında
Tebliği kapsamında hazırlanmıştır.



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	▪ Toptan ve Perakende Ticaret	32
▪ Genel Bakış	6	▪ Pazar Büyüklüğü ve Yönü	34
▪ Gündelik Yaşam	10	▪ Trendler	36
▪ İş Yapma Kolaylığı	14	▪ Satış ve Dağıtım Kanalları	64
▪ Dış Ticaret	17	▪ Pazara Erişim ve Kar Marjları	69
▪ Üretim	29	▪ Pazardaki Etkinlikler	76
▪ Olası Yerel Rakipler	30	▪ Bilgi Kaynakları	78
▪ Ekonomi	31	▪ Kısaltmalar	79

Metodoloji

2018 yılı sonu itibarıyla İspanya'nın yapmış olduğu toplam iç giyim ithalatının ‰ 1 gibi oldukça küçük bir oranını karşılayan Türk ihracatçılarının bu ülkeye yönelik ihracatını artırmak için pazar bilgilerini derinleştirmek amacıyla hazırlanmış olan bu Pazar araştırması raporu

- Birincil bilgi kaynakları

İspanya'da 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

İspanya AB'nin 5.nci ve dünyanın 14.ncü büyük ekonomisidir.

14

1,3

İspanya ekonomisi 2019 yılı tahminlerine göre 1,3 Trilyon ABD Doları büyüklüğündedir.

Türkiye'nin yüzölçümünün % 65'ine sahip olan ülkenin nüfusu 46,7 milyon kişidir .

46,7

31

Kişi başına G.S.M.H. 30.631 ABD Dolarıdır.

Tüketici fiyat enflasyonun %2 seviyesindedir

2

15,5

İşsizlik oranı %15,5 seviyesindedir..

2019

Genel Bakış

İspanya

- 16 yy.'dan 19. yy'a kadar olan dönemde keşifler ve fetihlerle dolu devasa bir denizaşırı imparatorluk kurmuş olan İspanya, 20. yy'da yaşadığı iç savaş ve politik çekişmelerden çok fazla etkilenmiş ve ancak 1975 yılında diktatör Franco'nun ölümünün ardından piyasa ekonomisi ve demokrasiye geçebilmiştir.
- 1986 yılında A.B'ye katılmış olan İspanya, 17 yönetim bölgesinden oluşsa da ülkenin kuzey doğusundaki zengin Katalonya bölgesinden kaynaklanan ayrılıkçılık hareketlerinin baskısını hala hissetmektedir.
- İspanya 2018 yılında gelen 82,8 Milyon yabancı ziyaretçisi ile dünyanın ikinci büyük turizm ülkesi konumundadır. Turizm gelirleri GSMH içinde önemli bir yer tutmaktadır.
- 2.000 Km'ye yakın hızlı tren ağı ile İspanya, Çin'den sonra dünyanın en büyük hızlı tren alt yapısına sahip ülkesidir.
- Önemli bir araç üreticisi olan İspanya, AB'nin 2nci dünyanın 8nci büyük araç üreticisidir. Ülke AB'nin en büyük 3.ncü otomotiv yan sanayisine sahiptir.

Genel Bakış

İspanya

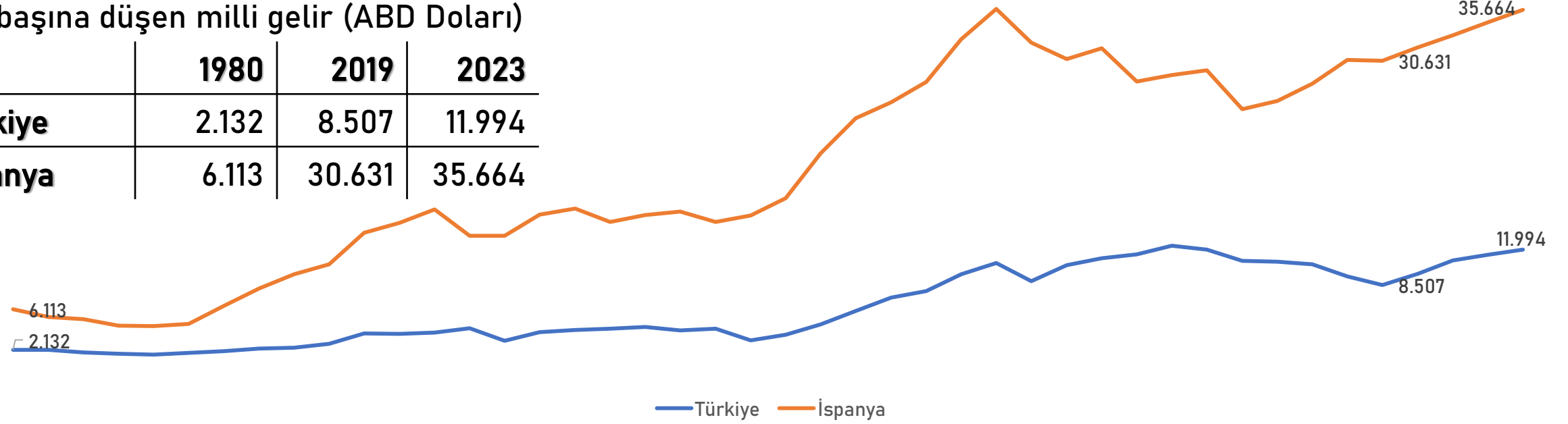
- Günümüzde İspanyolca, İngilizcenin ardından dünyada en çok konuşulan ana dil konumundadır.
- İberya yarım adasının hemen hemen % 85'lik bölümün kaplayan İspanya AB'nin ikinci büyük yüzölçümüne sahip ülkesidir.
- Dış Ticaret İspanya'nın GSMH'sinin % 65'ini oluşturmaktadır.
- İspanya, OECD ülkeleri arasında ortalama yaşam beklentisinin en uzun olduğu ikinci ülkedir. Kadınlarda beklenen ömür 85, erkeklerde beklenen ömür ise 79 yıldır. BM'nin yapmış olduğu öngörülere göre 2050 yılında dünyanın en yaşlı nüfusa sahip olan ülkesi İspanya olacaktır.
- Zengin bir kültüre sahip olan ülke dünyanın en önemli ressamlarından bazılarının (Velázquez, Goya, Picasso, Miró ve Dali) ana vatanı olduğu gibi modern anlamdaki ilk planlı şehirlerden biri olan Barcelona ve şehirle bütünleşmiş olan Gaudi'nin eserlerine de ev sahipliği yapmaktadır. Modern anlamdaki ilk roman kabul edilen Don Kişot İspanyolca yazılmıştır.
- Futbol ülke kültürünün ayrılmaz bir parçası olduğu gibi çok önemli bir ekonomik sektördür.
- Keşifler çağını ve beraberinde sömürgeciliği de başlatan pratikte Portekiz ile birlikte İspanya gibi gözükmemektedir.

Genel Bakış

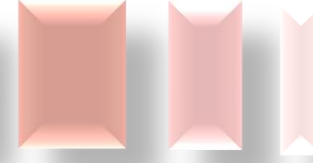
Kişibaşına düşen milli gelir (ABD Doları)

	1980	2019	2023
Türkiye	2.132	8.507	11.994
İspanya	6.113	30.631	35.664

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



Gündelik Yaşam ve Fiyatlar

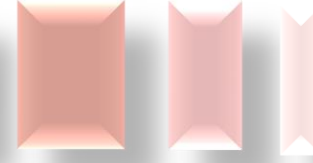


Aşağıda İstanbul ve İspanya'nın başkenti Madrid'deki bazı ürünlerin fiyat karşılaştırmaları yer almaktadır.

(1 Haziran 2019)

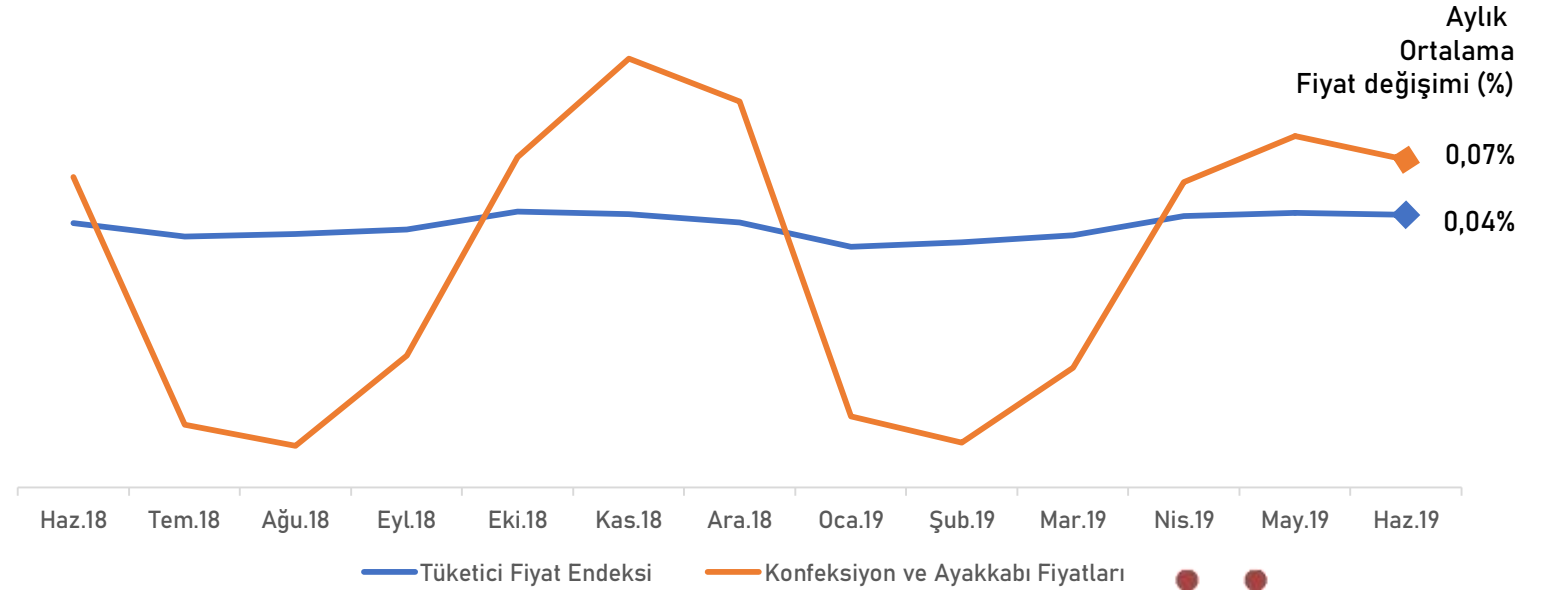
	İSTANBUL	MADRİD
2 kişi- 3 kap yemek, orta sınıf restoranda	100,00 TL	252,07 TL
Su (0,33 Litre)	1,57 TL	8,80 TL
Coca-Cola/Pepsi (0,33 Litre)	4,18 TL	11,91 TL
Benzin (1 Litre)	6,50 TL	8,38 TL
Süt (1 Litre)	4,34 TL	5,20TL
Domates (1 Kg)	6,68 TL	10,73 TL
Taksi (1 Km)	2,50 TL	6,77 TL
Peynir (1 Kg)	30,67 TL	61,64 TL
Kira - 3 yatak odalı apartman dairesi, şehir merkezinde	3.592,43 TL	10,087.36 TL
Aylık ortalama ücret	2.696,53 TL	10,614.10 TL

Gündelik Yaşam ve Fiyatlar



- Tüketici fiyat endeksi Haziran-2018 / Haziran 2019 döneminde aylık ortalama % 0,04 artmıştır.
- Aynı dönemde konfeksiyon ve ayakkabı fiyatları ise % 0,07.

Fiyat Değişimleri
Tüketici Fiyatları, 2015 = 100
(Haziran 2018 – Haziran 2019)



Kaynak: İNE

Gündelik Yaşam ve Seyahat

Türkiye'deki 2 havalimanı ile İspanya'daki 4 havalimanı arasında direkt uçuşlar bulunmaktadır. Bununla birlikte, İspanya ile Türkiye arasında gerçekleştirilen uçuşların önemli bir bölümü İspanya'da bulunan Barcelona havalimanı ile İstanbul'da bulunan Atatürk Havalimanları arasında olmuştur (OAG, 2017).

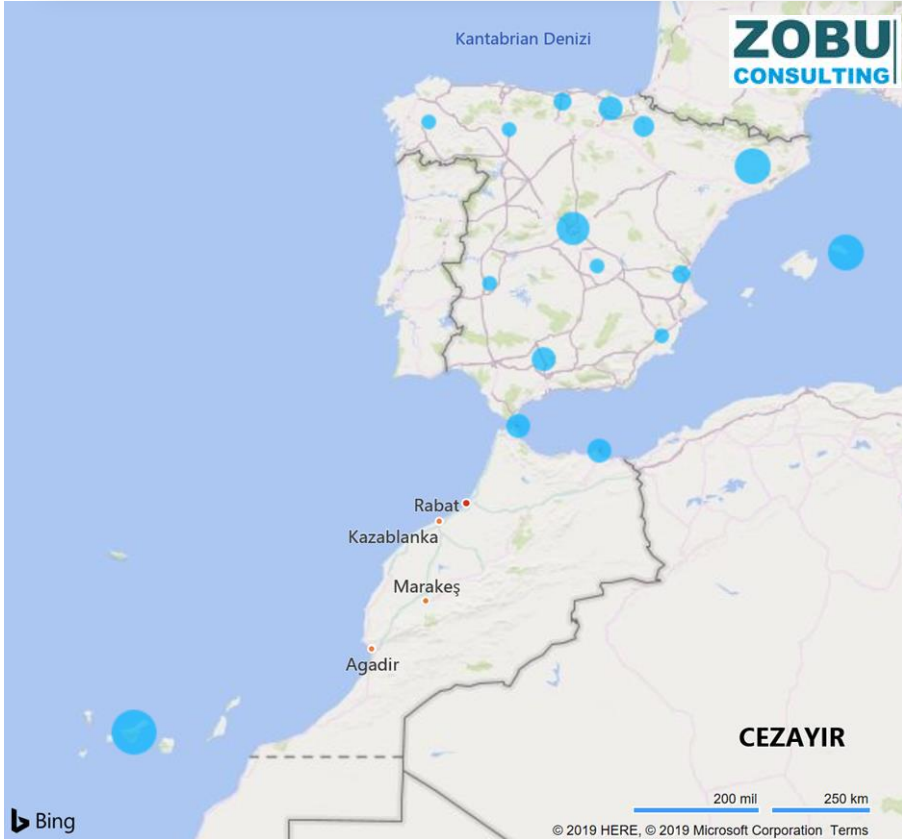
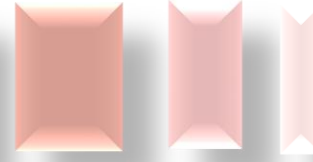


Türkiye ile İspanya arasında direkt uçuş gerçekleştiren havayolu şirketleri;



*İspanya yönüne ekonomi sınıf, gidiş dönüş
bilet fiyatları (01.06.2019)*

Gündelik Yaşam ve Seyahat



Ortalama OK gecelik konaklama ücretleri, EUR, 2018

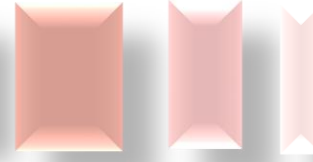
Andalucia	71,69
Aragon	56,87
Asturias	54,25
Balears	93,57
Canarias	103,64
Cantabria	62,34
Casitlla y Leon	56,72
Castilla La Mancha	55,84
Cataluna	90,09
Comunitat Valenciana	62,61

Extremadura	58,72
Galicia	56,18
Madrid	85,14
Murcia	55,32
Navarra	66,25
Pais Vasco	71,75
La Roja	67,13
Ceuta	70,69
Melilla	70,35

İSPANYA Ortalaması 68,90

Kaynak: INE

İş Yapma Kolaylığı



İTHALATIN BASİTLİĞİ (WB)

Gösterge	İspanya	Türkiye	OECD Ortalaması
İthalat için geçen ortalama süre (Saat)	-	11	8,5
İthalatın maliyeti (Dokümantasyon, ABD Doları)	-	46	100,2

Dünya Bankası'nın iş yapma kolaylığı endeksine göre 190 ülke arasında 2019 yılı itibariyle 30'ncu sırada olan İspanya, Avrupa kıtasında iş yapmanın en kolay olduğu 14'ncü ülke durumundadır. (Not: Türkiye aynı endekse göre 190 ülke arasında 43'ncü sırada yer almaktadır). İthalatın basitliği açısından ele alındığında, ülke bürokratik açıdan kolay ithalat rejimine izin vermektedir.

İş Yapma Kolaylığı

• Depolama

- Almanya depolama çözümlerinin en gelişmiş ve yaygın olduğu ülkelerdendir. Ülkenin gelişkin sanayi altyapısı depolama sektöründe de olgunlaşmış bir yapıya imkan vermektedir.
- Aşağıda 2018 yılı itibariyle İspanya'daki bazı şehirlerdeki aylık m² depo kirası ücretleri gösterilmektedir.

Aylık, m², Euro, 2018



KAYNAK: Kiralama piyasası verileri

İş Yapma Kolaylığı

• Nakliye



İstanbul-Madrid arası
Yaklaşık 1-2 gün

50 kg ağırlığında, 50 cm x 50 cm x 50 cm ölçülerinde bir yük için 435 \$ - 485 \$



İstanbul-Madrid arası
Yaklaşık 7-9 gün

80 \$ - 88 \$ /m³ veya komple kamyon olması durumunda 2.750 \$ - 3.000 \$



İstanbul-Barcelona arası yaklaşık 12 gün,

20'lik konteyner 775 \$ - 950 \$, parsiyel yük olması durumunda 5 Ton 5 m³ bir yük için 340 \$ - 380 \$

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 sektöründe faaliyet gösteren firmalar açısından İspanya 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

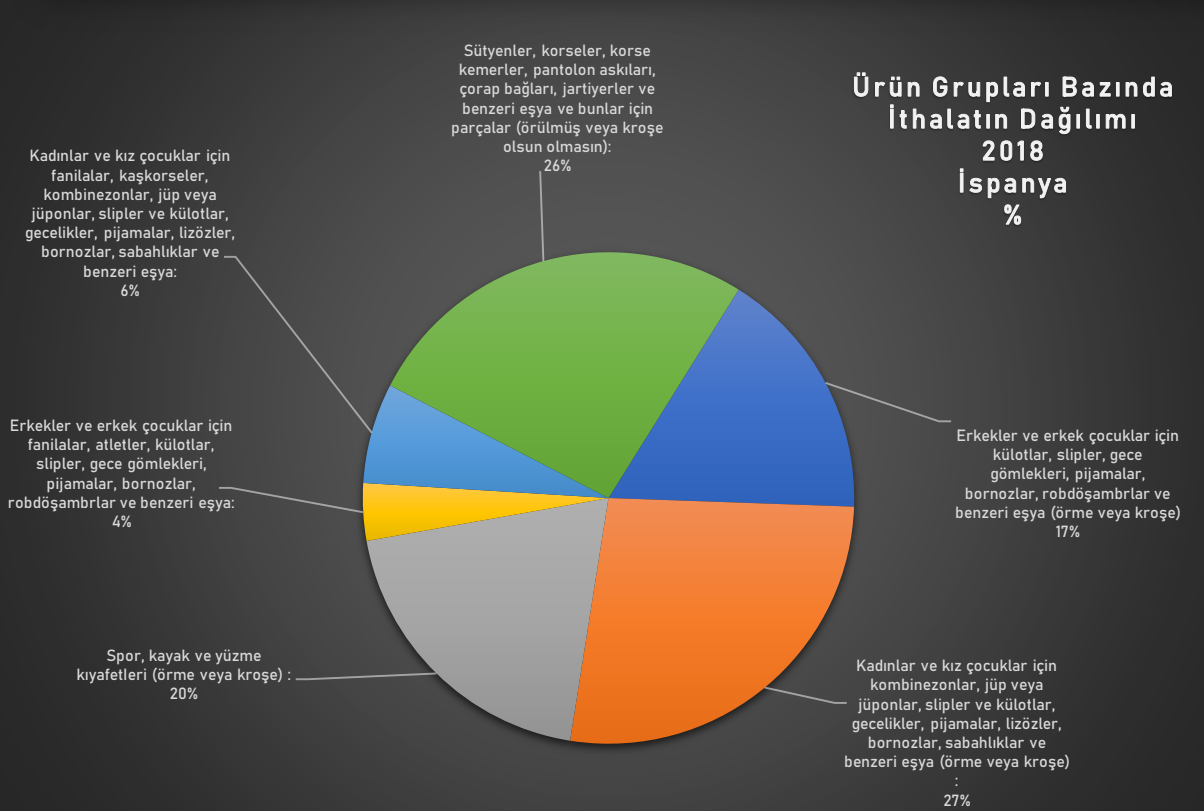
62.12



G.T.İ.P Kodlarının ayrıntılı açıklamalar için Türk Gümrük Tarife Cetvelini incelemek yeterli olacaktır.

İç Giyim için Fırsatlar

Ülke Raporu: İspanya



ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA İTHALAT, x 1.000 ABD Doları	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR
Erkekler ve erkek çocuklar için külotlar, slipler, gece gömlekleri, pijamalar, bornozlar, robdöşambırlar ve benzeri eşya (örme veya kroşe)	169.440	153.901	160.452	176.524	185.595	2,30%
Kadınlar ve kız çocuklar için kombinezonlar, jüp veya jüponlar, slipler ve külotlar, gecelikler, pijamalar, lizözler, bornozlar, sabahlıklar ve benzeri eşya (örme veya kroşe):	303.472	263.236	274.114	277.498	299.860	-0,30%
Spor, kayak ve yüzme kıyafetleri (örme veya kroşe):	244.888	206.616	203.186	206.095	219.314	-2,72%
Erkekler ve erkek çocuklar için fanilalar, atletler, külotlar, slipler, gece gömlekleri, pijamalar, bornozlar, robdöşambırlar ve benzeri eşya:	38.097	35.463	34.299	36.138	42.025	2,48%
Kadınlar ve kız çocuklar için fanilalar, kaşkorseler, kombinezonlar, jüp veya jüponlar, slipler ve külotlar, gecelikler, pijamalar, lizözler, bornozlar, sabahlıklar ve benzeri eşya:	74.304	62.699	92.819	83.353	73.476	-0,28%
Sütyenler, korseler, korse kemerler, pantolon askıları, çorap bağları, jartiyerler ve benzeri eşya ve bunlar için parçalar (örülmüş veya kroşe olsun olmasın):	292.131	263.417	264.924	282.495	292.903	0,07%
TOPLAM	1.122.332	985.332	1.029.794	1.062.103	1.113.173	-0,20%

ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TÜRKİYE'DEN YAPILAN İTHALAT, x 1.000 ABD Doları	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR
Erkekler ve erkek çocuklar için külotlar, slipler, gece gömlekleri, pijamalar, bornozlar, robdöşambırlar ve benzeri eşya (örme veya kroşe)	1.772	644	263	775	1.044	-12,39%
Kadınlar ve kız çocuklar için kombinezonlar, jüp veya jüponlar, slipler ve külotlar, gecelikler, pijamalar, lizözler, bornozlar, sabahlıklar ve benzeri eşya (örme veya kroşe):	3.541	2.205	2.163	1.403	2.568	-7,72%
Spor, kayak ve yüzme kıyafetleri (örme veya kroşe):	1.778	1.305	954	492	523	-26,36%
Erkekler ve erkek çocuklar için fanilalar, atletler, külotlar, slipler, gece gömlekleri, pijamalar, bornozlar, robdöşambırlar ve benzeri eşya:	492	831	1.321	1.046	1.092	22,06%
Kadınlar ve kız çocuklar için fanilalar, kaşkorseler, kombinezonlar, jüp veya jüponlar, slipler ve külotlar, gecelikler, pijamalar, lizözler, bornozlar, sabahlıklar ve benzeri eşya:	2.944	2.281	2.731	3.188	2.101	-8,09%
Sütyenler, korseler, korse kemerler, pantolon askıları, çorap bağları, jartiyerler ve benzeri eşya ve bunlar için parçalar (örülmüş veya kroşe olsun olmasın):	1.860	1.394	597	1.077	1.155	-11,23%
TOPLAM	12.367	8.660	8.029	7.981	8.483	-9,03%

ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TÜRKİYE'DEN YAPILAN İTHALAT, DEĞİŞİM, %	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR
Erkekler ve erkek çocuklar için külotlar, slipler, gece gömlekleri, pijamalar, bornozlar, robdöşambırlar ve benzeri eşya (örme veya kroşe)	1,0%	0,4%	0,2%	0,4%	0,6%	-14,36%
Kadınlar ve kız çocuklar için kombinezonlar, jüp veya jüponlar, slipler ve külotlar, gecelikler, pijamalar, lizözler, bornozlar, sabahlıklar ve benzeri eşya (örme veya kroşe):	1,2%	0,8%	0,8%	0,5%	0,9%	-7,44%
Spor, kayak ve yüzme kıyafetleri (örme veya kroşe):	0,7%	0,6%	0,5%	0,2%	0,2%	-24,30%
Erkekler ve erkek çocuklar için fanilalar, atletler, külotlar, slipler, gece gömlekleri, pijamalar, bornozlar, robdöşambırlar ve benzeri eşya:	1,3%	2,3%	3,9%	2,9%	2,6%	19,10%
Kadınlar ve kız çocuklar için fanilalar, kaşkorseler, kombinezonlar, jüp veya jüponlar, slipler ve külotlar, gecelikler, pijamalar, lizözler, bornozlar, sabahlıklar ve benzeri eşya:	4,0%	3,6%	2,9%	3,8%	2,9%	-7,83%
Sütyenler, korseler, korse kemerler, pantolon askıları, çorap bağları, jartiyerler ve benzeri eşya ve bunlar için parçalar (örülmüş veya kroşe olsun olmasın):	0,6%	0,5%	0,2%	0,4%	0,4%	-11,29%
TOPLAM	1,1%	0,9%	0,8%	0,8%	0,8%	-8,84%

KAYNAK: İNE, Trademap, Periskop Hesaplamaları

Dış Ticaret (x 1.000 \$)

İspanya'nın iç giyim ithalatı son beş yıllık dönemde yıllık ortalama % 0,2 bileşik büyüme oranı ile azalmıştır. İspanya küresel iç çamaşırı ithalatının % 2,85 gibi azımsanmayacak bir payına sahipken ihracatında % 0,8'ini yapmaktadır.

	İSPANYA						KÜRESEL						
	İhracat, x 1.000 ABD \$, 2018	İhracatta 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 (%)	İhracat, x 1.000 ABD \$, 2018	İhracatta 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)	57.234	10,87%	185.595	2,30%	242.829	-128.361	0,77%	2,70%	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) :	95.405	0,33%	299.860	-0,30%	395.265	-204.455	0,73%	2,56%	13.038.537	-0,06%	11.699.380	0,29%	24.737.917
Spor, kayak ve yüzme kıyafetleri (örme veya kroşe) :	70.481	1,43%	219.314	-2,72%	289.795	-148.833	1,29%	4,51%	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:	17.427	6,49%	42.025	2,48%	59.452	-24.598	1,25%	3,45%	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:	30.238	2,24%	73.476	-0,28%	103.714	-43.238	1,21%	3,30%	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):	94.823	1,51%	292.903	0,07%	387.726	-198.080	0,75%	2,40%	12.581.627	1,32%	12.194.750	1,66%	24.776.377
Toplam	365.608	2,66%	1.113.173	-0,20%	1.478.781	-747.565	0,86%	2,85%	42.444.041		39.084.616		81.528.657

KAYNAK: INE, Trademap, Periskop Hesaplamaları

Dış Ticaret (x 1.000 \$)

61.07

61.08

61.12

62.07

62.08

62.12

Açıklama	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR
İç Giyim İhracatı	329.136	283.975	319.874	322.946	365.608	2,66%
Erkekler ve erkek çocuklar için külotlar, slipler, gece gömlekleri, pijamalar, bornozlar, robdöşambırlar ve benzeri eşya (örme veya kroşe)	37.878	31.823	40.969	47.078	57.234	10,87%
Kadınlar ve kız çocuklar için kombinezonlar, jüp veya jüponlar, slipler ve külotlar, gecelikler, pijamalar, lizözler, bornozlar, sabahlıklar ve benzeri eşya (örme veya kroşe) :	94.148	85.491	99.277	92.521	95.405	0,33%
Spor, kayak ve yüzmeye kıyafetleri (örme veya kroşe) :	66.593	54.943	54.664	59.174	70.481	1,43%
Erkekler ve erkek çocuklar için fanilalar, atletler, külotlar, slipler, gece gömlekleri, pijamalar, bornozlar, robdöşambırlar ve benzeri eşya:	13.549	12.270	11.611	13.613	17.427	6,49%
Kadınlar ve kız çocuklar için fanilalar, kaşkorseler, kombinezonlar, jüp veya jüponlar, slipler ve külotlar, gecelikler, pijamalar, lizözler, bornozlar, sabahlıklar ve benzeri eşya:	27.679	21.441	25.259	27.010	30.238	2,24%
Sütyenler, korseler, korse kemerler, pantolon askıları, çorap bağları, jartiyerler ve benzeri eşya ve bunlar için parçalar (örülmüş veya kroşe olsun olmasın):	89.289	78.007	88.094	83.550	94.823	1,51%

Dış Ticaret (x 1.000 \$)

61.07

61.08

61.12

62.07

62.08

62.12

Açıklama	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR
İç Giyim İthalatı	1.122.332	985.332	1.029.794	1.062.103	1.113.173	-0,20%
Erkekler ve erkek çocuklar için külotlar, slipler, gece gömlekleri, pijamalar, bornozlar, robdöşambırlar ve benzeri eşya (örme veya kroşe)	169.440	153.901	160.452	176.524	185.595	2,30%
Kadınlar ve kız çocuklar için kombinezonlar, jüp veya jüponlar, slipler ve külotlar, gecelikler, pijamalar, lizözler, bornozlar, sabahlıklar ve benzeri eşya (örme veya kroşe) :	303.472	263.236	274.114	277.498	299.860	-0,30%
Spor, kayak ve yüzme kıyafetleri (örme veya kroşe) :	244.888	206.616	203.186	206.095	219.314	-2,72%
Erkekler ve erkek çocuklar için fanilalar, atletler, külotlar, slipler, gece gömlekleri, pijamalar, bornozlar, robdöşambırlar ve benzeri eşya:	38.097	35.463	34.299	36.138	42.025	2,48%
Kadınlar ve kız çocuklar için fanilalar, kaşkorseler, kombinezonlar, jüp veya jüponlar, slipler ve külotlar, gecelikler, pijamalar, lizözler, bornozlar, sabahlıklar ve benzeri eşya:	74.304	62.699	92.819	83.353	73.476	-0,28%
Sütyenler, korseler, korse kemerler, pantolon askıları, çorap bağları, jartiyerler ve benzeri eşya ve bunlar için parçalar (örülmüş veya kroşe olsun olmasın):	292.131	263.417	264.924	282.495	292.903	0,07%

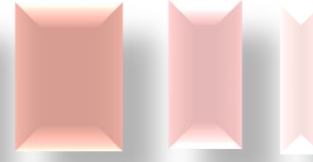
Dış Ticaret (x 1.000 \$)

Ülke Raporu: İspanya

6107

TEDARİKÇİ ÜLKELER	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR, %	PAY, %
Kategori İthalatı	169.440	153.901	160.452	176.524	185.595	2,3%	100,0%
Çin	55.655	47.261	41.490	40.797	40.570	-7,6%	21,9%
Bangladeş	19.037	20.211	21.549	24.800	30.499	12,5%	16,4%
Hollanda	11.101	11.294	14.686	16.322	21.000	17,3%	11,3%
Fransa	12.374	10.952	13.905	16.764	18.973	11,3%	10,2%
İtalya	14.801	14.839	14.173	16.542	16.256	2,4%	8,8%
Kamboçya	9.543	8.772	10.584	12.963	12.973	8,0%	7,0%
Hindistan	11.711	11.665	11.805	12.037	11.880	0,4%	6,4%
Portekiz	6.264	8.071	9.441	8.863	8.251	7,1%	4,4%
Almanya	6.698	6.765	7.489	7.674	6.398	-1,1%	3,4%
Belçika	5.970	2.144	1.756	2.899	2.618	-18,6%	1,4%
Türkiye	1.772	644	263	775	1.044	-12,4%	0,6%
Diğer Ülkeler	14.514	11.283	13.311	16.088	15.133	1,0%	8,2%

KAYNAK: INE, Trademap, Periskop Hesaplamaları



ALICI ÜLKELER	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR, %	PAY, %
Kategori İhracatı	37.878	31.823	40.969	47.078	57.234	10,9%	100,0%
Portekiz	5.918	4.580	7.588	14.087	16.030	28,3%	28,0%
Fransa	6.935	5.724	6.041	9.045	12.392	15,6%	21,7%
İtalya	4.784	2.882	3.497	5.547	6.209	6,7%	10,8%
İngiltere	787	870	1.873	1.481	2.031	26,7%	3,5%
G. Kore	19	43	32	31	2.015	220,9%	3,5%
Almanya	1.898	1.311	1.115	1.400	1.576	-4,5%	2,8%
Polonya	514	408	702	974	1.221	24,1%	2,1%
Hollanda	550	596	1.776	1.337	1.012	16,5%	1,8%
Belçika	2.413	2.065	1.692	1.155	950	-20,8%	1,7%
Meksika	522	668	740	860	869	13,6%	1,5%
Türkiye	398	252	242	347	496	5,7%	0,9%
Diğer Ülkeler	13.140	12.424	15.671	10.814	12.433	-1,4%	21,7%

Bu ürün grubu ticaretinde Türkiye İspanya'nın ilk 10 ticaret ortağı arasında yer almamaktadır. Bu grupta yer alan Bangladeş, Hollanda ve Fransa'dan yapılan ithalatın aksine Türkiye'den gerçekleştirilen ithalat tıpkı Belçika ve Çin'den gerçekleştirilen ithalat gibi azalma eğilimi göstermektedir.

Dış Ticaret (x 1.000 \$)

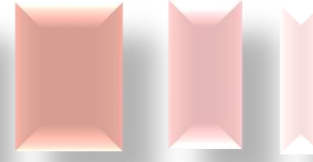
Ülke Raporu: İspanya

6108

TEDARİKÇİ ÜLKELER

	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR, %	PAY, %
Kategori İthalatı	303.472	263.236	274.114	277.498	299.860	-0,3%	100,0%
Çin	133.262	105.520	96.946	100.088	103.393	-6,1%	34,5%
Bangladeş	17.653	20.988	27.050	30.552	35.886	19,4%	12,0%
İtalya	29.309	27.686	27.133	28.594	30.646	1,1%	10,2%
Fransa	22.525	17.601	20.320	21.335	24.243	1,9%	8,1%
Hindistan	18.210	20.529	24.019	22.564	23.342	6,4%	7,8%
Kamboçya	7.582	7.322	10.562	9.625	12.750	13,9%	4,3%
Almanya	13.706	11.518	10.847	10.059	11.589	-4,1%	3,9%
Hollanda	9.383	5.909	12.963	9.803	11.160	4,4%	3,7%
Tunus	7.521	5.961	5.995	6.338	6.649	-3,0%	2,2%
Portekiz	13.791	9.186	9.415	7.357	6.341	-17,7%	2,1%
Türkiye	3.541	2.205	2.163	1.403	2.568	-7,7%	0,9%
Diğer Ülkeler	26.989	28.811	26.701	29.780	31.293	3,8%	10,4%

KAYNAK: İNE, Trademap, Periskop Hesaplamaları



ALICI ÜLKELER

	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR, %	PAY, %
Kategori İhracatı	94.148	85.491	99.277	92.521	95.405	0,3%	100,0%
Portekiz	12.859	10.690	18.385	28.053	29.026	22,6%	30,4%
İtalya	10.871	9.574	11.082	12.423	14.261	7,0%	14,9%
Fransa	14.855	10.269	12.149	13.055	12.607	-4,0%	13,2%
Tunus	4.989	4.186	5.282	5.271	5.109	0,6%	5,4%
Yunanistan	3.270	3.093	3.323	3.400	3.324	0,4%	3,5%
Polonya	1.198	1.373	1.894	2.201	2.149	15,7%	2,3%
Almanya	1.502	1.786	2.215	2.285	2.053	8,1%	2,2%
Türkiye	1.884	1.918	2.346	2.221	1.851	-0,4%	1,9%
Belçika	8.906	8.421	3.671	1.534	1.811	-32,8%	1,9%
İngiltere	493	628	1.127	1.378	1.664	35,5%	1,7%
Diğer Ülkeler	33.814	34.181	38.930	22.078	23.214	-9,0%	24,3%

Bu ürün grubu ticaretinde Türkiye İspanya'nın en önemli ticaret ortakları arasında yer almamaktadır. Türkiye'nin rekabet halinde olduğu Bangladeş, Hindistan ve Kamboçya ile kıyaslandığında ihracatta kötü bir performans sergilediği söylenebilir.

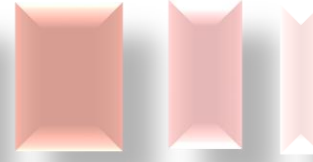
Dış Ticaret (x 1.000 \$)

Ülke Raporu: İspanya

6112

TEDARİKÇİ ÜLKELER	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR, %	PAY, %
Kategori İthalatı	244.888	206.616	203.186	206.095	219.314	-2,7%	100,0%
Çin	65.271	66.732	59.868	59.861	64.110	-0,4%	29,2%
Fransa	44.118	39.030	42.409	41.371	41.138	-1,7%	18,8%
İtalya	21.418	19.675	20.522	24.773	26.394	5,4%	12,0%
Belçika	27.236	18.916	14.661	15.185	20.496	-6,9%	9,3%
Almanya	10.093	8.159	9.352	12.640	11.615	3,6%	5,3%
Fas	952	1.481	2.826	3.899	7.419	67,1%	3,4%
Hollanda	16.800	9.650	8.563	10.048	7.398	-18,5%	3,4%
Kamboçya	5.209	4.795	5.757	5.167	6.538	5,8%	3,0%
Vietnam	19.425	4.609	6.023	4.749	4.834	-29,4%	2,2%
Bangladeş	4.471	4.575	3.125	4.735	4.263	-1,2%	1,9%
Türkiye	1.778	1.305	954	492	523	-26,4%	0,2%
Diğer Ülkeler	28.117	27.689	29.126	23.175	24.586	-3,3%	11,2%

KAYNAK: INE, Trademap, Periskop Hesaplamaları



ALICI ÜLKELER	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR, %	PAY, %
Kategori İhracatı	66.593	54.943	54.664	59.174	70.481	1,4%	100,0%
Portekiz	13.552	8.501	10.493	11.910	12.065	-2,9%	17,1%
Fransa	14.339	10.838	8.824	8.170	12.050	-4,3%	17,1%
İtalya	9.295	8.154	7.034	7.659	10.357	2,7%	14,7%
İngiltere	2.448	2.316	2.137	2.604	3.629	10,3%	5,1%
Almanya	4.090	2.963	2.830	3.582	3.178	-6,1%	4,5%
Yunanistan	1.406	1.452	1.768	2.359	2.560	16,2%	3,6%
Polonya	1.284	1.422	1.407	1.764	2.543	18,6%	3,6%
ABD	1.324	952	1.402	1.910	1.987	10,7%	2,8%
Meksika	923	1.129	1.523	1.331	1.583	14,4%	2,2%
Hollanda	1.331	860	1.108	2.266	1.539	3,7%	2,2%
Türkiye	433	652	697	1.123	1.318	32,1%	1,9%
Diğer Ülkeler	16.168	15.704	15.441	14.496	17.672	2,2%	25,1%

Bu ürün grubu ticaretinde Türkiye İspanya'nın ilk 10 ticaret ortağı arasında yer almamaktadır. Türkiye'den yapılan ihracat ülkenin genel ithalat artışı hızından daha fazla bir oranda düşmektedir.

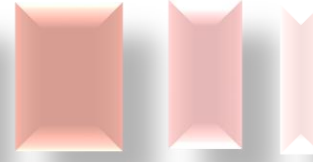
Dış Ticaret (x 1.000 \$)

6207

TEDARİKÇİ ÜLKELER	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR, %	PAY, %
Kategori İthalatı	38.097	35.463	34.299	36.138	42.025	2,5%	100,0%
Çin	8.788	10.098	8.596	6.821	8.217	-1,7%	19,6%
İngiltere	2.406	1.837	1.940	3.977	6.562	28,5%	15,6%
İtalya	1.671	2.458	3.103	5.937	5.265	33,2%	12,5%
Pakistan	4.560	3.562	4.421	4.171	4.969	2,2%	11,8%
Bangladeş	2.672	2.476	2.452	2.411	3.574	7,5%	8,5%
Hollanda	2.049	1.697	2.356	1.899	2.301	2,9%	5,5%
Portekiz	3.931	2.935	2.495	1.828	1.662	-19,4%	4,0%
Türkiye	492	831	1.321	1.046	1.092	22,1%	2,6%
Hindistan	1.657	1.043	1.037	999	1.058	-10,6%	2,5%
Fransa	2.400	810	1.054	1.089	1.024	-19,2%	2,4%
Diğer Ülkeler	7.471	7.716	5.524	5.960	6.301	-4,2%	15,0%

KAYNAK: İNE, Trademap, Periskop Hesaplamaları

Ülke Raporu: İspanya



ALICI ÜLKELER	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR, %	PAY, %
Kategori İhracatı	13.549	12.270	11.611	13.613	17.427	6,5%	100,0%
Portekiz	1.759	1.939	2.348	2.565	2.875	13,1%	16,5%
Fransa	3.222	2.304	1.671	2.302	2.247	-8,6%	12,9%
Danimarka	609	952	822	1.866	2.032	35,2%	11,7%
İspanya	473	489	420	504	1.706	37,8%	9,8%
İtalya	787	690	853	994	1.308	13,5%	7,5%
Hollanda	393	825	393	583	1.037	27,5%	6,0%
İngiltere	581	431	483	464	855	10,1%	4,9%
Almanya	980	810	474	481	555	-13,3%	3,2%
Küba	18	171	170	416	423	120,2%	2,4%
Dominik Cumhuriyeti	79	95	427	230	347	44,8%	2,0%
Türkiye	66	134	87	92	119	15,9%	0,7%
Diğer Ülkeler	4.582	3.430	3.463	3.116	3.923	-3,8%	22,5%

Bu ürün grubu ticaretinde Türkiye İspanya'nın 8nci büyük ticaret ortağı olarak yer almaktadır. Türkiye'den yapılan ihracatta gözlenen artışın hızı neredeyse ülkenin ithalatının artış hızının 10 katına ulaşmıştır.

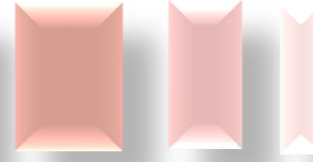
Dış Ticaret (x 1.000 \$)

6208

TEDARİKÇİ ÜLKELER

	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR,%	PAY,%
Kategori İthalatı	74.304	62.699	92.819	83.353	73.476	-0,3%	100,0%
Çin	20.431	13.135	11.018	15.602	20.046	-0,5%	27,3%
Fransa	16.600	19.106	19.005	23.503	10.447	-10,9%	14,2%
İtalya	7.267	4.945	5.865	10.897	6.005	-4,7%	8,2%
Hindistan	4.368	3.900	3.090	4.597	5.561	6,2%	7,6%
Pakistan	1.874	1.907	2.942	3.194	4.636	25,4%	6,3%
Bangladeş	86	179	1.405	3.273	4.624	170,8%	6,3%
Romanya	1.123	2.743	5.805	3.955	3.087	28,8%	4,2%
İngiltere	1.187	1.442	1.247	1.677	2.786	23,8%	3,8%
İrlanda	2.385	1.855	1.630	2.400	2.539	1,6%	3,5%
Türkiye	2.944	2.281	2.731	3.188	2.101	-8,1%	2,9%
Diğer Ülkeler	16.039	11.206	38.081	11.067	11.644	-7,7%	15,8%

KAYNAK: INE, Trademap, Periskop Hesaplamaları



ALICI ÜLKELER

	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR,%	PAY,%
Kategori İhracatı	27.679	21.441	25.259	27.010	30.238	2,2%	100,0%
İtalya	9.126	5.028	4.839	6.708	5.561	-11,6%	18,4%
Portekiz	3.635	2.274	5.029	4.137	5.380	10,3%	17,8%
Fransa	3.524	2.385	1.837	2.947	2.659	-6,8%	8,8%
Cezayir	1.081	1.725	2.161	2.285	1.886	14,9%	6,2%
Andorra	409	276	505	1.061	1.088	27,7%	3,6%
Çin	257	197	360	475	1.039	41,8%	3,4%
Türkiye	415	510	673	985	887	20,9%	2,9%
Almanya	587	761	663	779	810	8,4%	2,7%
Polonya	221	228	384	686	717	34,2%	2,4%
Fas	651	697	574	269	691	1,5%	2,3%
Diğer Ülkeler	7.773	7.360	8.234	6.678	9.520	5,2%	31,5%

Bu ürün grubu ticaretinde Türkiye İspanya'nın en büyük ticaret ortakları arasında yer almamaktadır. Bu ülkeye Türkiye'den yapılmakta olan ihracat hızla azalmaktadır.

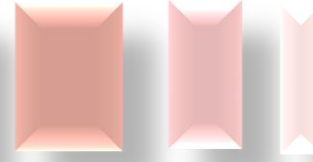
Dış Ticaret (x 1.000 \$)

Ülke Raporu: İspanya

6212

TEDARİKÇİ ÜLKELER	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR,%	PAY,%
Kategori İthalatı	292.131	263.417	264.924	282.495	292.903	0,1%	100,0%
Çin	113.867	102.411	97.243	95.716	102.498	-2,6%	35,0%
İtalya	53.119	46.064	42.266	46.253	46.858	-3,1%	16,0%
Fransa	49.670	41.154	41.887	46.528	42.945	-3,6%	14,7%
Hollanda	9.456	7.221	12.776	13.492	14.426	11,1%	4,9%
Almanya	12.802	11.866	12.926	13.592	14.243	2,7%	4,9%
Bangladeş	5.915	7.402	9.311	11.043	10.287	14,8%	3,5%
Belçika	9.397	6.145	7.560	10.321	10.228	2,1%	3,5%
Myanmar	422	1.527	1.384	2.460	6.439	97,6%	2,2%
Endonezya	4.302	3.923	3.497	4.329	6.305	10,0%	2,2%
Tunus	6.181	6.898	3.656	3.569	4.915	-5,6%	1,7%
Türkiye	1.860	1.394	597	1.077	1.155	-11,2%	0,4%
Diğer Ülkeler	25.140	27.412	31.821	34.115	32.604	6,7%	11,1%

KAYNAK: INE, Trademap, Periskop Hesaplamaları

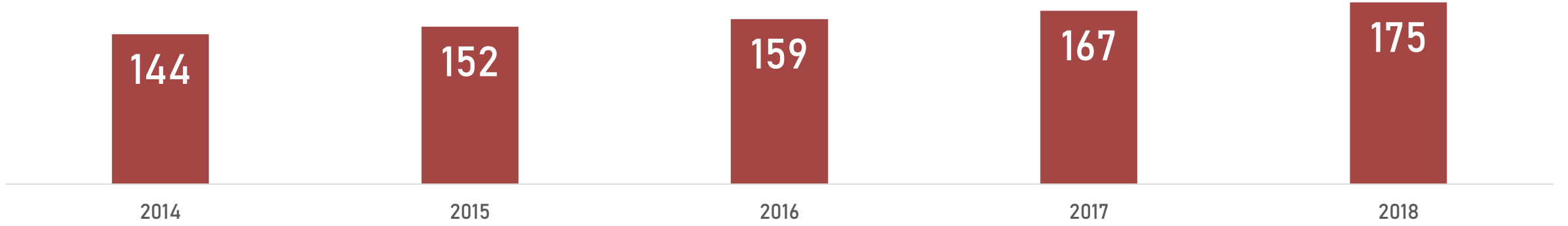


ALICI ÜLKELER	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR,%	PAY,%
Kategori İhracatı	89.289	78.007	88.094	83.550	94.823	1,5%	100,0%
Portekiz	16.836	13.246	19.222	25.871	26.903	12,4%	28,4%
İtalya	14.682	12.616	14.099	14.278	17.724	4,8%	18,7%
Fransa	14.764	10.816	13.733	9.137	12.676	-3,7%	13,4%
Yunanistan	2.921	2.735	3.026	3.029	2.990	0,6%	3,2%
Almanya	2.629	2.856	2.408	2.985	2.882	2,3%	3,0%
Polonya	1.515	1.538	1.852	2.644	2.711	15,7%	2,9%
Andorra	2.019	1.777	1.934	2.533	2.690	7,4%	2,8%
İspanya	1.261	912	1.098	1.084	2.616	20,0%	2,8%
Türkiye	2.137	3.047	2.562	2.474	2.487	3,9%	2,6%
Belçika	7.416	6.410	4.066	1.842	2.054	-27,5%	2,2%
Diğer Ülkeler	23.109	22.054	24.094	17.673	19.090	-4,7%	20,1%

Bu ürün grubu ticaretinde Türkiye İspanya'nın ilk 10 ticaret ortağı arasında yer almamaktadır. Üstelik Türkiye'den bu kategoride gerçekleştirilen ihracat her geçen yıl azalmaktadır.

Üretim

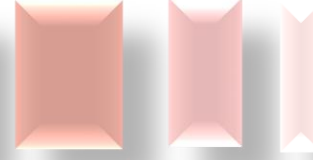
İç Giyim Sektörü, Üretimden Satışlar İspanya, 2014-2018, Milyon \$



- Sektörün üretimden satışları 2018 yılı itibarıyla 175 Milyon ABD Doları'dır.
- Sektör son 5 yılda üretimden satışlar açısından yıllık ortalama % 5 oranında büyümüştür.

KAYNAK: Eurostat, Periskop Hesaplamaları, Piyasa verileri

Olası Yerel Rakipler



creaciones
Selene

<https://creacionesselene.com/en/>

Manuela
INTIMO E COSTUMI

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

semark
LINGERIE

<https://selmarklingerie.com/es/>

300
J.VILASEGA S.A.
PAPER MILL SINCE 1714

<https://www.jvilaseca.es/?l=en>

SEA LIKE

08397 Pineda de Mar

ANDRES SARDA
Designed in Barcelona

<https://www.andressarda.com/US/en/home>

NATURANA

<https://www.naturana.com/es/Contacto.html>

PIJAMAS CUC collection

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

MANUFACTURAS ARABESCO

--

GOHER TEXTILE GROUP

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

Ekonomi

2003-2008 yılları arasında Almanya, Fransa ve İngiltere'nin toplamında fazla ev üretilen ve konut fiyatlarının % 70 arttığı İspanya'da İnşaat Balonu 2008 yılında patlamış ve ekonomi üzerinde yıkıcı etkiler bırakmıştır. 2008 yılında inşaat sektöründe başlayan daralma 2014 yılı sonuna dek sürmüştür.

2015 yılına gelindiğinde İspanya'nın GSMH'sinin yıllık büyüme oranı % 3,2 oranı ile AB ülkeleri arasındaki en büyük orana ulaşmıştır. 2014-2015 döneminde 2008-2014 arası kaybedilen GSMH'nin % 85'i tekrar elde edilmiş ve ekonomi toparlanma sürecine girmiştir.

2018 yılına gelindiğinde ülke 2008'de yaşanan krizde kaybettiklerini tekrar geri elde etmiş ve büyümesini sürdürmeye devam etmektedir. Kriz döneminde azalan ithalat ve artan işgücü verimi ve imalat sanayi rekabetçiliği ülkenin kendisini toparlamasında en büyük etken olmuşken, turizmden elde edilen gelirlerin de bu toparlanma sürecinde destek olduğunu belirtmekte fayda bulunmaktadır.

İç Ticaret – toptan & perakende

TOPTAN
TİCARET

1

İspanya toptan ticaret hacmi 2018 yılı sonu itibarıyla yaklaşık 576 Milyar ABD Doları büyüklüğündedir. Ülkede toptan ticaretle uğraşan toplam 225.576 şirket yaklaşık 1.1 milyon kişiyi istihdam etmektedir.

PERAKENDE
TİCARET

2

İspanya'daki perakende ticaretin büyüklüğü* yaklaşık 242 Milyar ABD Doları civarındadır. Ülkede perakende ticaretle uğraşan toplam 459.141 şirket yaklaşık 1,7 milyon kişiyi istihdam etmektedir.

SEKTÖREL
TOPTAN TİCARET

3

Konfeksiyon Sektöründeki toplam toptan ticaret hacmi yaklaşık 21 Milyar ABD Doları olup konfeksiyon sektöründe faaliyet gösteren 8.373 şirket yaklaşık 47 bin kişiyi istihdam etmektedir.

SEKTÖREL PERAKENDE
TİCARET

4

Konfeksiyon Sektöründeki perakende ticaret hacmi yaklaşık 22 Milyar ABD Doları olup, perakende konfeksiyon sektöründe faaliyet gösteren 50.495 şirket yaklaşık 313.465 bin kişiyi istihdam etmektedir.

* Taahhüt araçlarının satış ve servis hizmetleri dahil edilmemiştir.

Milyar
\$

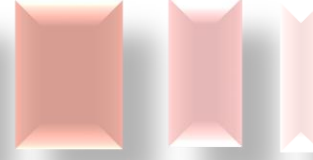
576

242

21

32

İç Ticaret –perakende



İspanya perakende sektörünün genel görünümü aşağıdaki gibi özetlenebilir;

- Kişi başına düşen 0,35 m² büyüklüğündeki perakende satış alanı ile İspanya pazarı olgun perakende pazarlardan biri olarak tanımlanmaktadır.
- 2018 İspanya'da perakende satışların zirveye ulaştığı bir yıl olmuştur. Ülkede yapılan perakende satışlar bir önceki yıla göre % 7 oranında artmıştır. En fazla artış gözlenen ürün grupları sırasına % 12,2 ile kişisel eşyalar, % 9 ile ev eşyaları ve % 5,3 ile marketlerde gerçekleştirilen gıda alışverişi olmuştur.
- E-ticaretteki artış özellikle çok katlı mağazacılığı ve diğer perakendecileri şiddetli biçimde sarsmakta ve iş yapış biçimlerini değiştirmeye zorlamaktadır. Mağazaların kira maliyetlerinin karşılanması güçlüğünün yanı sıra tüketim davranışı değişiklikleri şirketleri omni-trade'e doğru yönlendirmektedir.

Pazarın Büyüklüğü



Milyon USD

	2015	2016	2017	2018	2019
Kadın İç Giyim Ürünleri	788,8	833,0	883,8	934,1	993,0
Kadın Pijamaları	222,0	235,8	249,9	264,6	281,0
Erkek İç Giyim ürünleri	313,6	327,7	342,8	357,9	374,0
Erkek Pijamaları	81,5	85,3	88,9	93,0	97,0
Çocuk Pijama ve İç Giyim Ürünleri	42,5	43,9	46,7	46,8	48,0
Mayolar	404,8	420,6	437,4	437,9	458,0
TOPLAM	1.853,2	1.946,3	2.049,5	2.134,3	2.251,0

- İspanya iç giyim pazarı büyüklüğü **perakende fiyatlar** cinsinden 2019 yılı itibarıyla 2,25 Milyar ABD Doları'dır.
- İç giyim pazarının en büyük ürün segmenti 993 Milyon ABD Doları ile kadın iç giyim ürünleridir. Bu ürün segmentini sırasıyla mayolar ve erkek iç giyimleri takip etmektedir.

Pazar Yönü

Milyar USD	2020	2021	2022	2023	2024	2025	CAGR, %
Kadın İç Giyim Ürünleri	1.030,73	1.062,69	1.094,57	1.118,65	1.162,28	1.201,79	3,91%
Kadın Pijamaları	291,96	296,92	304,94	314,39	324,45	335,81	3,56%
Erkek İç Giyim ürünleri	384,85	396,39	407,49	420,12	432,73	445,28	3,71%
Erkek Pijamaları	99,91	102,91	104,45	106,33	109,41	111,93	2,88%
Çocuk Pijama ve İç Giyim Ürünleri	49,49	49,98	51,58	52,67	53,30	54,36	2,38%
Mayolar	472,36	486,53	503,55	512,62	527,48	539,62	3,38%
TOPLAM	2.329,29	2.395,42	2.466,59	2.524,78	2.609,65	2.688,79	3,65%

KAYNAK: Retail index, Retail Economics, HDE, Periskop hesaplamaları

Sektörel Trendler

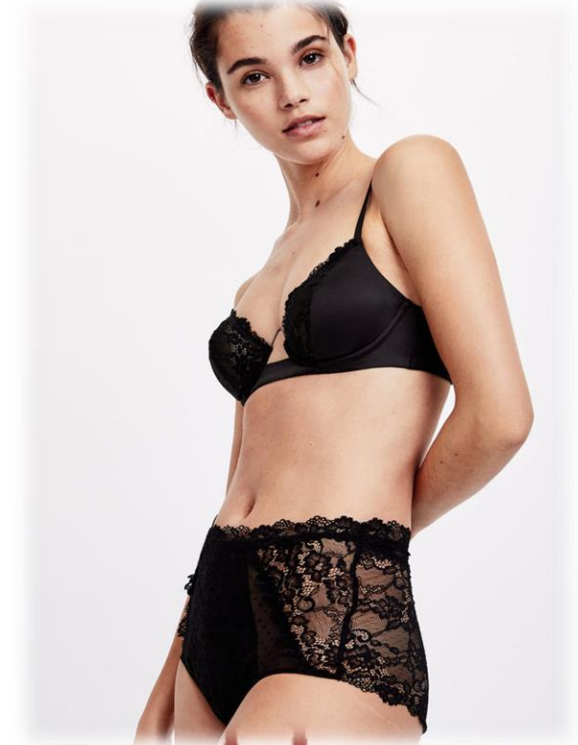
ÖNE ÇIKAN HUSUSLAR:

- İspanya'nın 2018 yılında iç giyim ithalatı , önceki yıllara göre yavaş bir ivmelenme ile azalmış ve 5 yıllık bileşik büyüme oranları dikkate alındığında yılda ortalama % 0,2 küçülerek yaklaşık 1,1 milyar dolar seviyesine yükselmiştir.
- Ülkedeki iç giyim eşyası üretimi 2018 yılı itibarıyla 175 Milyon ABD Dolarıdır. Ülkedeki üretim son 5 yılda ortalama % 5 gibi bir oranla büyümüştür. Büyüme trendinin devam edeceği öngörülmektedir.
- Pazarın önümüzdeki beş yıl boyunca % 3,7 civarında bir büyüme ile yaklaşık 2,7 Milyar ABD Dolarına ulaşacağı düşünülmektedir.
- İspanya'ya Türkiye'den yapılan ihracat (t-shirt grubu hariç tutulmak üzere) yıllık ortalama %3,2 oranında azalmaktadır. Bunun önüne geçilmesi için ülkedeki pazarlama faaliyetlerine ağırlık verilmesi ve satış kanallarının çeşitlendirilmesi gerekmektedir.

Sektörel Trendler

ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- Yüksek bel külot, bu sezonun İspanya'nın en sevilen trendleri arasındadır. Bu model beli tamamen kavradığı, bacakları daha uzun ve gösterişli gösterdiği için İspanyol kadınları tarafından tercih edilmektedir



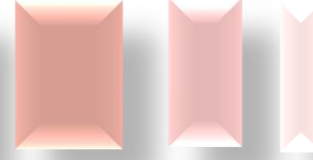
Sektörel Trendler

ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- 90'ların tarzında moda olan derin kesimli külot modellerinin 2019'da İspanya'ya tekrar geri geldiği görülmektedir.



Sektörel Trendler

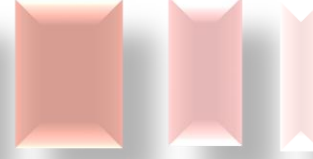


ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- Bu yıl pamuklular, iç çamaşırı tahtındaki pozisyonunu sürdürmektedir. İspanyol tüketicilere göre, pamuklu çamaşırlar, herhangi bir dantelli set ile aynı ya da daha fazla çekici olabilmektedir.



Sektörel Trendler

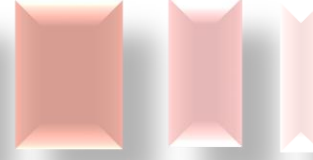


ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- İç çamaşırında çekicilik denince dantelin akla geldiği bilinse de 2019'da, İspanya'da spor detayları olan iç giyim, beklenmedik şekilde en sıcak trendlerden biri haline gelmiştir.



Sektörel Trendler



ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- Alttan geçen bant yapısı ile göğüsleri destekleyen, sporcu tipine benzer şekilde evrimleşmiş sutyenler bu sezon da oldukça modadır. En güzel yanı yumuşak ve hafif yapısıyla sanki sutyen takmamış gibi rahat ve konforlu hissettirmesidir.



Sektörel Trendler

ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- İspanya'da bu yılın modası olan hayvan baskıları pijamalara da ulaştı. Diğer birçok hayvan figürünün arasından yılan derisi, kaplan ve leopar desenleri en çok tercih edilenler olarak öne çıkmaktadır..



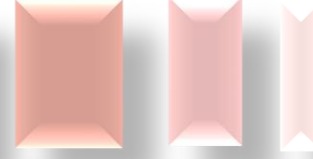
Sektörel Trendler

ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- Geçen yıl beğenilerek giyilen çiçek baskılı modellerin sona ermediği ve bu sezon da giyileceği görülmektedir. Hatta bu sezon tasarımcıların ilhamıyla çiçekler daha canlı renkler ve daha büyük ebatlarla pijamaları süslemektedir.



Sektörel Trendler



ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- Bu sezon ten rengini andıran açık pembe tonlar ve özellikle de çıplaklığı anımsatan pembe gül rengi, hafif ve yumuşak kumaşlarla kullanılmaktadır.



Sektörel Trendler

ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- Bu sezonun tercih edilen bir diğer rengi de sadeliği simgeleyen düz beyaz tonlardır. İpek ve pamuk gibi yumuşak kumaşlarla kullanılmaktadır.



Sektörel Trendler

ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- Farklı stillerdeki şeritler ve askılarla birlikte tasarlanmış olarak sırtı açıkta bırakan elbise tarzı gecelikler, bu sezonun tercih edilen trendleri arasındadır.



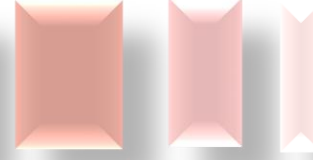
Sektörel Trendler

ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- Son birkaç sezondur trend olan bağlar ve kuşaklar, bu sezon pijama ve ev kıyafetlerinde de görülmeye başlamıştır.



Sektörel Trendler

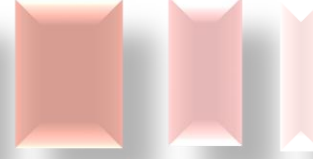


ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- Kısa ve şortlu pijama modelleri, bu sezonun moda desenleri ve renkleri ile birlikte yumuşak dokulu kumaşlarla tercih edilmektedir. Dinlenmek için konforlu bir seçenektir.



Sektörel Trendler

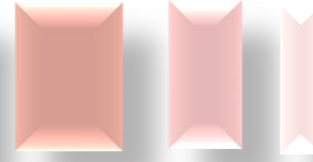


ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- Tulum tarzı pijamalar özellikle kış mevsiminde tercih edilen rahat ve konforlu bir alternatif olarak bu sezonun trendleri arasında yer almaktadır.



Sektörel Trendler



ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- 2020'de sırtı açık mayolar çekicilik ve şıklığın bir ifadesi olacaktır. Bu modelin ana unsuru arka kısımda bulunan derin kesimli alandır. Bu model, uzun boylu ve ince yapıları kızlar için daha uygun görülmektedir.



- Özellikle yüzmeye yönelik tasarlanmış kapalı modeller ise hafif ve çabuk kuruyan materyalden imal edilmektedir.
- 2020 trendleri arasında yer alan tankini plaj kıyafetlerinin farklı bir tasarımıdır. Bir bikini altı ve bir üst parçadan oluşmaktadır. Üst parça, sarkan uzun şeritler, askılı bir atlet veya derin kesimli ve dökümlü bir formda olabilmektedir. Altlar ise klasik bir slip model veya şorttan oluşmaktadır. Slip model gençler için şortlu model ise daha olgunlar için uygun görülmektedir.

Sektörel Trendler

ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- İki parçalı mayolar ya da bikiniler bronzlaşmış kadınlar tarafından tercih edilecektir. Üstlerde farklı kesimler tasarlanmış olmasına rağmen üçgen şekli daha fazla talep görecektir.
- Bando modelleri de güneşlenme için uygun olduklarından oldukça popüler olacaktır. Klasik plaj giysileri ile kombine edilebilir veya ayrı parçalar olarak da kullanılabilirler. Bu modelin ayrı bir güzelliği de göğsü desteklemesi sayesinde yüzerken veya dalarken düşmesi söz konusu değildir.



Sektörel Trendler

ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- 2020'de etekli modeller, yeni modellerin trend olmasına rağmen ilgi çekmeye devam edecektir. Bu model iki versiyona sahiptir. Birinde etek çıkarılabilir iken diğerinde etek sabittir, çıkarılamaz. Bu plaj kıyafeti oldukça çekici olduğundan beğeni toplamaktadır. Etek boyu modellere göre değişiklik göstermektedir.
- Derin kesimli modeller ise minimum oranda kumaş kullanımı ile çekici bir hava yakalamaktadırlar. İki küçük şerit göğsü kapatırken slip alt da oldukça minimaldir. Vücudun küçük bir kısmını kapatan bu modelleri giyen kadınlar maksimum oranda bronzlaşma sağlamayı hedeflemektedirler.



Sektörel Trendler

ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- Beyaz plaj giysisi diğerlerine nazaran daha etkileyici bir görünüme sahip olsa da çabuk kirlenebilmesi veya sararması ihtimali göz önünde bulundurularak temiz sularda kullanılmaktadır.
- Yanık bronz bedenin güzelliğini ortaya çıkaran sarı renk de 2020 sezonunda yine en çok tercih edilen renklerden biri olacaktır.



Sektörel Trendler

ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- 2020 deniz şortları trendlerinde renkler, düz mayolarda, sarı, pembe, turuncu veya turkuaz gibi flor tonlarında canlı ve neşeli olacak.



Sektörel Trendler

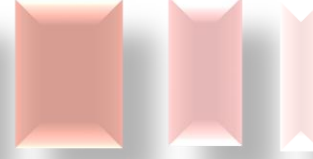
ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- Klasik şeritli modeller 2020'de plajlarda görülmeye devam edecek ancak bu şeritler daha kalın bloklar ve farklı geometrik şekillerde de görülecektir.



- Tabii orijinal ve çarpıcı bir şeyler talep edenlerin tercihi ise canlı ve neşeli baskı ve desenler olacaktır. Bunların arasında da rengarenk batik boyamalar, kamufrajlar, minik geometrik figürlerden botanik unsurlara kadar uzanan imajlar yer alacaktır.

Sektörel Trendler



ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- 2020 trendlerinde görülen retro etkisinin kısa şortlarla plajlarda hissedileceği açıktır. Modellerde de klasik kesimler ve Retro spor şortları tarzı baskın olacaktır. Tabii ki uzun sörf tarzı da görülebilecektir.



Sektörel Trendler

ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- Uzun Gömlekler; Bu model klasikler arasındaki en orijinal ve çarpıcı pijama olarak değerlendirilebilir. Uzun şeritli poplin bir gömleğe benzemektedir. Bu pijamalar, on dokuzuncu yüzyıl boyunca ve yirminci yüzyılın başlarında kullanılan modelleri anımsatmaktadır. Yakası düğmeli modern stildeki bu pijamalarda mavi hâkim renk olarak öne çıkmaktadır.



Sektörel Trendler

ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- Tüm zamanların tercih edilen modeli iki parçalı pantolon ceket tarzı pijama, evde rahatlamak ve yatak kıyafeti olarak hala en çok talep edilen pijamalar arasında yer almaya devam etmektedir. Deniz mavisi bu klasik model düğmeli ve yakalı bir ceket tarzı üst ve boru paçalı bir alttan oluşmaktadır. Yaka ve kenar kısımlar beyaz bir şeritle detaylandırılmış ve şık bir görünüm sağlanmıştır



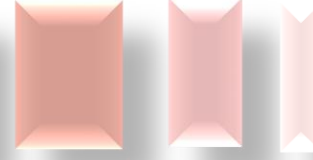
Sektörel Trendler

ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- Pijamada öne çıkan bir diğer trend ise yakası düğmeli uzun kollu bir üst ve uzun bir alttan oluşan takımdır. Bu model maksimum rahatlık isteyenler için ideal bir seçim olacaktır. Bu takım seti, üstte ve altta farklı iki ton mavinin karışımı şeklinde kombine edilebildiği gibi, üst düz mavi iken alt kareli veya desenli olarak da kullanılabilir.



Sektörel Trendler



ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- Bokserlar; Kısa ya da uzun bokser şortlar geçen yıllarda da olduğu gibi bu sezonda da en çok tercih erkek iç çamaşırı modeli olmuştur. Renkler ve imal edildiği materyal tercihlerde belirleyici olmaktadır. Pamuklu modeller Jean tarzı pantolonlarla giymek için idealdir. Lateks ve diğer akrilik materyalden imal edilenler daha tutkulu bir tarz isteyenlere uygundur.



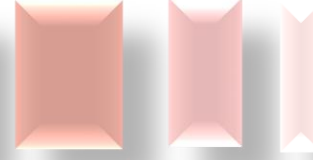
Sektörel Trendler

ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- Suspansuar; Birkaç yıl öncesine dek sadece profesyonel sporcular tarafından kullanılan suspansuarlar artık iç çamaşırı olarak erkekler tarafından da iç çamaşırı olarak tercih edilmeye başlanmıştır. Birçok imalatçı ve Andrew Christian gibi tasarımcı kendi tarzları ile güncelleştirdikleri suspansuarları pazara sunmuşlardır. Günümüzde erkekler arasında popülerliğini gittikçe arttıran suspansuar hiç şüphesiz önümüzdeki sezonlarda da trend olmaya devam edecektir. Suspansuarın arka kısmındaki bantlar kalçaları kaldırmaya ve daha çekici bir görünüm sağlamaya yardımcı olmakla beraber aynı zamanda oldukça rahat bir kullanım da sağlamaktadır.



Sektörel Trendler



ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- Slip külotlar; Klasik kesim slip külotlar her dönemde olduğu gibi bu sezon da tercih edilmeye devam ediyor. Canlı ve farklı renk seçenekleri ve sağlıklı materyaller kullanılarak yenilenen modeller sağladıkları rahatlıkla trend olmaktadır.

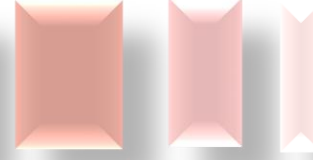


Sektörel Trendler

GÖRÜNÜM VE BEKLENTİLER:

- İspanya iç pazarında ayakkabı ve deri ürünlerinin ardından toplam satışların içinde online satışların payı en yüksek ikinci kategori yıllık % 9,2 ile Hazırgiyim sektörü ürünleri olmuştur. Gerek toplam satışlar içindeki payı gerekse büyüme hızı perakendecileri online satış altyapılarını güçlendirmeye teşvik etmektedir.
- İspanyollar hanehalkı gelirlerinin % 4,4'ünü hazır giyim ve konfeksiyon ürünlerine harcamaktadırlar. Bu AB ortalaması olan % 4,9'un altında bir orandır.
- İspanya'daki tüketimin önemli bir bölümü ülkeyi ziyaret eden turistler tarafından gerçekleştirilmektedir. Geçmiş yıllarda turizm İspanyol moda endüstrisi için bir dışa açılma aracı olarak kullanılmıştır.
- Ülkedeki kişi başına tüketim harcaması yıllık 17.000 ABD Doları seviyesindedir.

İç Ticaret –perakende



İspanya'daki kişi başına perakende harcamasının seviyesi 6.000 ABD Dolarıdır. Perakende harcamalarının en çok yapıldığı şehirler Barcelona, Bilbao, Madrid, Malaga, Palma De Mallorca, Sevilla, Valencia ve Zaragoza'dır.

Ülkedeki gıda dışı en önemli perakendeciler Inditex Group (Zara, Bershka, Massimo Dutti, Pull & Bear, Stradivarius, Lefties, Uterqüe, Oysho, Zara Home), Mango, El Corte Inglés, Cortefiel Group (Cortefiel, Springfield, Pedro del Hierro), Desigual, H&M, Primark, C&A, Media Markt, IKEA, Decathlon ve Leroy Merlin'dir.



İç Ticaret –perakende

2018 Yılı itibarıyla İspanya'nın m² cinsinden en yüksek mağaza kirasına sahip bölgeler sırasıyla aşağıda listelenmiştir.

Şehir	Bölge	M ² Kira ücreti
Barcelona	Avenida Diagonal, Las Ramblas, Passeig de Gracia, Pelai, Portaferriça, Portal del Angel, Rambla Catalunya	76-226 €
Bilbao	Ercilla, Gran Via Don Diego Lopez de Haro, Rodriguez Arias	190 €
Madrid	Fuencarral, Goya, Gran Via, Ortega y Gasset, Preciados, Serrano	75-225 €

KAYNAK: BNP Paribas, CBRE, Periskop Hesaplamaları



İç Ticaret –perakende

2018 Yılı itibarıyla İspanya'nın m² cinsinden en ekonomik kirasına sahip bölgeler sırasıyla aşağıda listelenmiştir.

Şehir	Bölge	M ² Kira ücreti
Malaga	Marques de Larios, Puerto Banus	165 €
Palma de Mallorca	Alexandre Rossello, Borne, Jaime III, San Miguel, San Nicolas, Union	85 €
Sevilla	Calle Nueva, Calle O Donnell, Calle Rioja, Calle Sierpes, Calle Tetuan y Velazquez	100 – 150 €
Valencia	Colon Street, Jorge Juan Street, Juan de Austria Street, Paseo de Ruzafa, Poeta Querol Street / Marqués de Dos Aguas	117 €

KAYNAK: BNP Paribas, CBRE, Periskop Hesaplamaları



İç Ticaret –perakende

- İspanya'daki Hazırgiyim sektörünün perakende satışlarının yaklaşık % 9,2'si online kanallar üzerinden gerçekleştirilmektedir.
- İspanya'daki en büyük online hazır giyim satıcısı Amazon'dur.
- İspanya'daki çoklu kanal deneyimi sunan perakendeci sayısı gün geçtikçe artmaktadır.



Çoklu-Kanal

- İspanya'daki perakendeciler online kanallardaki etkinliklerini sürekli artırmaktadır. İspanya 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 dağıtımı yaygınlaşmaktadır.



Mobil Perakendecilik

- Mobil araçlardan özellikle cep telefonundan sipariş Almanya 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 Almanya için göreceli yeni bir araç olsa da gün geçtikçe büyümektedir.
- 2018 yılı itibarıyla İspanya'daki internet kullanıcılarının % 72'si online alışveriş yapmakta ve kripto paralar da dahil olmak üzere her türlü dijital ödeme aracını daha fazla kullanmak istemektedirler.

Satış ve Dağıtım Kanalları



ZARA
COLLECTION 19

<https://www.zara.com/es/en/>

privalia

<https://es.privalia.com/public/>

amazon.es
Prueba Prime

<https://www.amazon.es/>

SUPERCOR

<http://www.supercor.es/supercor/>

OYSHO

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

stradivarius

<https://www.stradivarius.com/es/>

zalando

<https://www.zalando.es/>

TENDAM
GLOBAL FASHION RETAIL

<https://www.tendam.es/en/home/>

El Corte Inglés

<https://www.elcorteingles.es/>

EROSKI
50 contigo

<https://supermercado.eroski.es/>

(Sfera)

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

consum
diferente!

<https://www.consum.es/>

MANGO

<https://shop.mango.com/>

Diagonal
Mar

<https://www.diagonalmarcentre.es/en/>

MERCADONA
TRUSTWORTHY SUPERMARKETS

<https://www.mercadona.es/en>

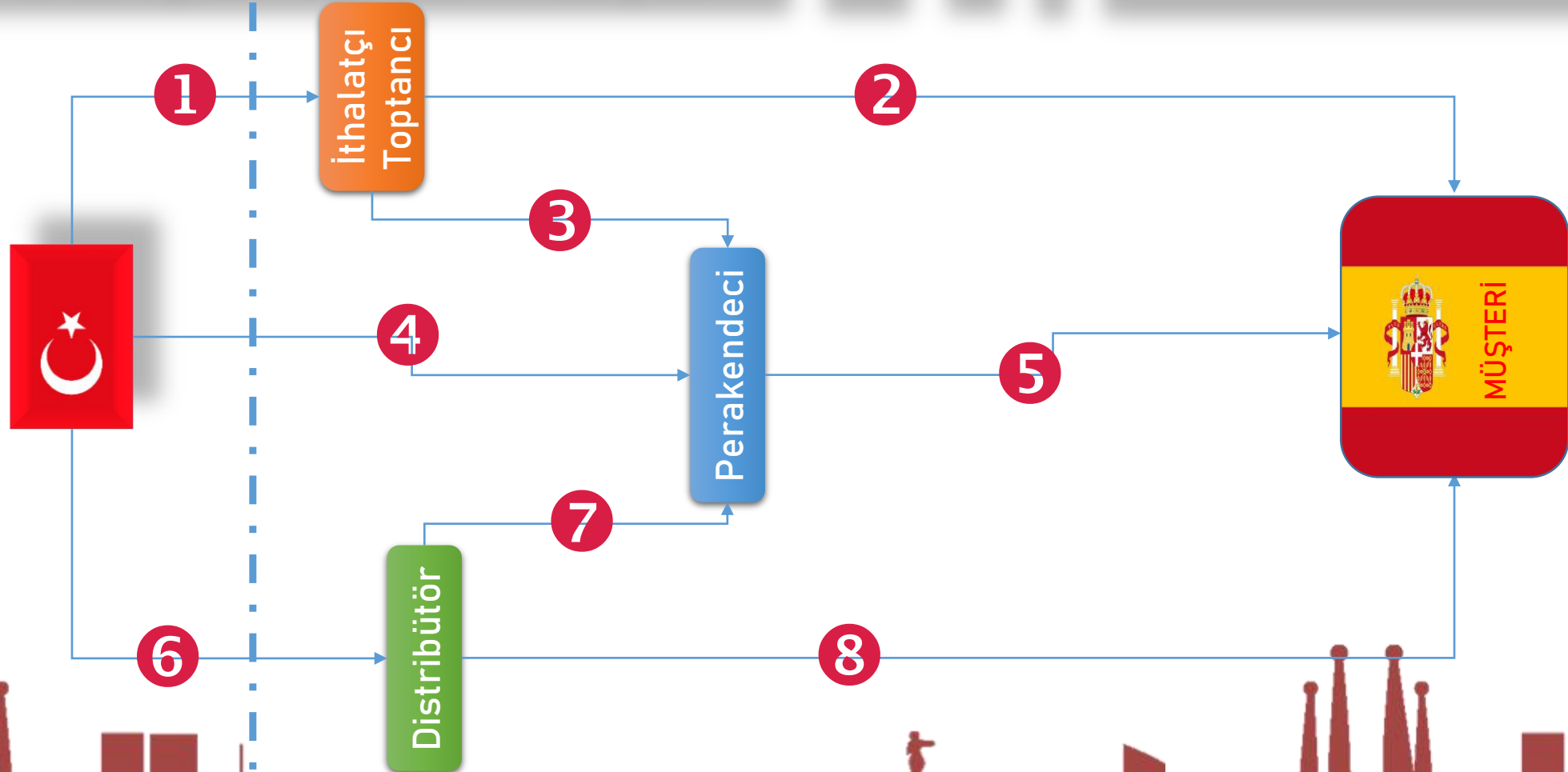
Bershka

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

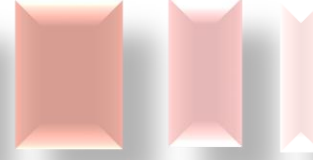
Kıyafet ve ayakkabı da satan perakendeciler ve mağaza zincirleri

Kıyafet ve ayakkabı harici ürünlerde odaklanmış perakendeciler ve mağaza zincirleri

Pazara Erişim ve Kar Marjları



Pazara Erişim ve Kar Marjları

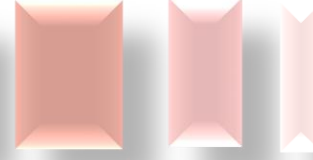


İspanya pazarına erişim yolları bazındaki ticaretin yönü aşağıdadır.

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

İspanya'da 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. Toptancıların çoğunlukla bu girişimde çok da başarılı olamadığı düşünülmektedir.

Pazara Erişim ve Kar Marjları

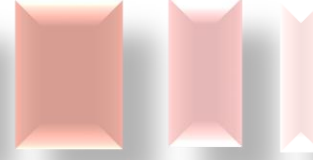


İspanya pazarına erişim yolları bazındaki ticaretin yönü aşağıdadır.

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

İspanya'da 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

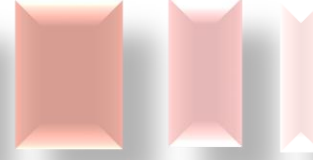


İspanya pazarına erişim yolları bazındaki ticaretin yönü aşağıdadır.

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

İhracatçının İspanya'da 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. Bu durumda iki alternatif kar marjı söz konusu olmaktadır.

Pazara Erişim ve Kar Marjları

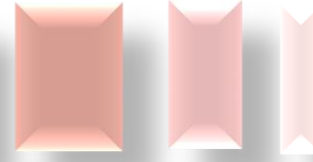


İspanya pazarına erişim yolları bazındaki ticaretin yönü aşağıdadır.

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

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

Pazara Erişim ve Kar Marjları



İspanya pazarına erişim yolları bazındaki ticaretin yönü aşağıdadır.

Pazara erişim yolu 5: İhracatçı > Distribütör > Müşteri ⑥⑧

İspanya'da 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.

Pazara Erişim ve Kar Marjları

İspanya pazarındaki ürünlerin ortalama kar marjları bu bölümde gösterilmiştir. Brüt kar marjı çarpanı 2,0 ila 2,6 arasında ürünlerin talep durumları, marka vb etkenlere göre değişmektedir.

Tabloda da gösterildiği gibi ihracatçılar orta ve yüksek ürün segmentindeki ürünleri doğrudan pazarlaması için yeterli hareket alanına sahiptir. Pazar özellikle bu iki segmentteki ürünler açısından oldukça cazip gözükmektedir.

	Fiyat Segmentine Göre İç Giyim Ürünleri		
	Düşük	Orta	Yüksek
CFR Barcelona Teslimi Maliyet (Euro)	100	100	100
Gümrük Vergisi	-	-	-
CFR Diğer Maliyetler	7	7	7
yükleme, iç nakliye, sigorta ve banka	107	107	107
Toptancı Kar Marjı % 20 - % 25 - % 30	21	27	32
Toptan Satış Fiyatı	128	134	139
Perakendeci Kar Marjı % 40 - % 50 - % 65	51	67	90
Katma Değer Vergisi (% 21)	38	42	48
Tüketiciye Mal Oluş Fiyatı	217	243	277
Kar Marjı Çarpanı	2,0	2,3	2,6

Etkinlikler



Düzenlenme Tarihi : Şubat - Eylül 2020
Konum : Madrid
Ziyaretçi Sayısı : 12.285
Katılımcı Sayısı : 396
Web Sitesi : http://www.ifema.es/momad_01/



Düzenlenme Tarihi : Eki.20
Konum : Madrid
Ziyaretçi Sayısı : 9.647
Katılımcı Sayısı : 219
Web Sitesi : <https://www.ifema.es/1001bodas>

Şubat ve Eylül aylarında olmak üzere yılda iki kez tekrarlanan ve uluslararası katılıma da açık bir fuardır.

Gelinlik ve iç giyim ürünlerinin de sergilendiği, uluslararası katılıma açık bir etkinliktir.



Düzenlenme Tarihi : Nis.20
Konum : Barcelona
Ziyaretçi Sayısı : 6.001
Katılımcı Sayısı : 175
Web Sitesi : <http://www.barcelonabridalweek.com/>

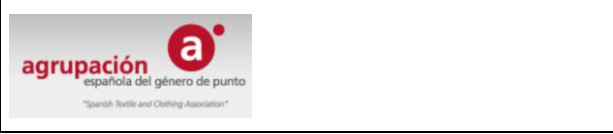
Gelinlik ve iç giyim ürünlerinin de sergilendiği, uluslararası katılıma açık bir etkinliktir.

Etkinlikler

İspanya konfeksiyon pazarında başarılı olabilmek için sadece fuar katılımı yeterli değildir. Bu pazarda kalıcı başarı sağlayabilmek ve sadece yıkıcı fiyat rekabeti dışında kalabilmek için

1. Pazarda yerel dil olan İspanyolca ve Katalanca iletişim kurmak,
2. Ürün ve koleksiyonları alıcılara hızlı sunabilmek ve duyurabilmek için sosyal medya destekli bir show-room altyapısı ile
3. Müşteri ile kesintisiz birebir temas kurabilecek bir temsilci (şirketin kendi personeli olabileceği gibi temsilciliğini üstlenebilecek bir aracı) ile çalışmak gerekmektedir.

Bilgi Kaynakları



<http://www.agrupaciontextil.org/>
İspanya Tekstil ve Hazırgiyim derneği, sektör ve gelişmeler hakkında bilgi kaynağıdır. İstatistik bilgiler ve Pazar gelişmeleri ile ilgili haberler takip edilebilir.



<https://www.cgac.es/>
İspanya'da ülke pazarına giriş yapmak isteyen firmalara aracılık hizmeti veren ticari acentaların üye olduğu ve ticari acentalar ile bağlantı kurmaya izin vere bir dernektir.



<http://creadores.org/en/>
Moda tasarımcılarının olduğu derneğin sayfaları vasıtası ile İspanyol modasındaki gelişmeler ve eğilimler takip edilebilir.

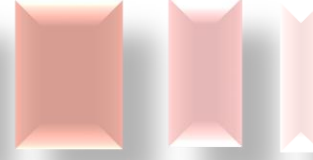


<http://www.aedecc.com/>
İspanya'daki perakende AVM'lerinin üye olduğu sektörler ve perakende satışların seyri ile ilgili bilgi alınabilecek olan derneğin sayfasıdır.



<http://directory.camaras.org/>
GTIP veya ürün ismiyle İspanya'daki ithalatçı ve ihracatçı bilgilerine ulaşmaya izin veren faydalı bir arama motorudur.

Kısaltmalar



AI (Artificial Intelligence)	:	Yapay Zeka
CAGR (Compound Annual Growth Rate)	:	Yıllık Bileşik Büyüme Oranı
CFRR (The Centre for Retail Research)	:	Perakende Araştırmaları Merkezi
INE (Instituto Nacional de Estadística)	:	Ulusal İstatistik Enstitüsü
IMF (International Monetary Fund)	:	Milletlerarası Para Fonu
LDC (Local Data Company)	:	Yerel Veri Şirketi
OAG (Official Aviation Guide)	:	Resmi Havacılık Kılavuzu
WB (World Bank)	:	Dünya Bankası

TEŞEKKÜRLER

İSTANBUL

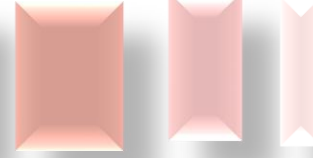
Namık Kemal Mahallesi
112 Sokak
No:38/4
Esenyurt

İZMİR

Yenigün Mahallesi
Fevzipaşa Bulvarı
No:146/803
Konak

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

Fiyatlar



FİYATLAR VE MARKA PENETRASYONU

Haziran 2019

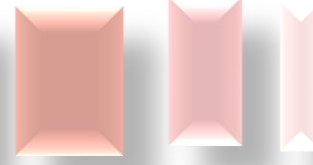




YASAL UYARILAR

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 EUR	10 - 20 EUR	20 - 50 EUR	50 - 100 EUR	100 - 500 EUR	500 EUR - ve üzeri	TOPLAM
İç Giyim							7.007
Erkek İç Giyim							3.922
Bokser	765	342	163	27			1.297
Slip	815	409	67	14			1.305
Atlet	823	386	90	21			1.320
Kadın İç Giyim							3.085
Külöt	615	327	183	14			1.139
Slip	548	412	121	9			1.090
Sütyen	379	378	87	12			856

Erkek ve kadın iç giyim ürün grubunda grubunda toplam 7.007 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 EUR	10 - 20 EUR	20 - 50 EUR	50 - 100 EUR
İç Giyim				
Erkek İç Giyim				
Bokser	5,73	14,56	33,54	77,13
Slip	4,45	16,21	32,65	56,34
Atlet	6,08	15,42	34,71	63,25
Kadın İç Giyim				
Külöt	5,84	15,41	31,65	52,99
Slip	5,69	16,75	34,50	63,45
Sütyen	6,32	13,56	32,89	61,12

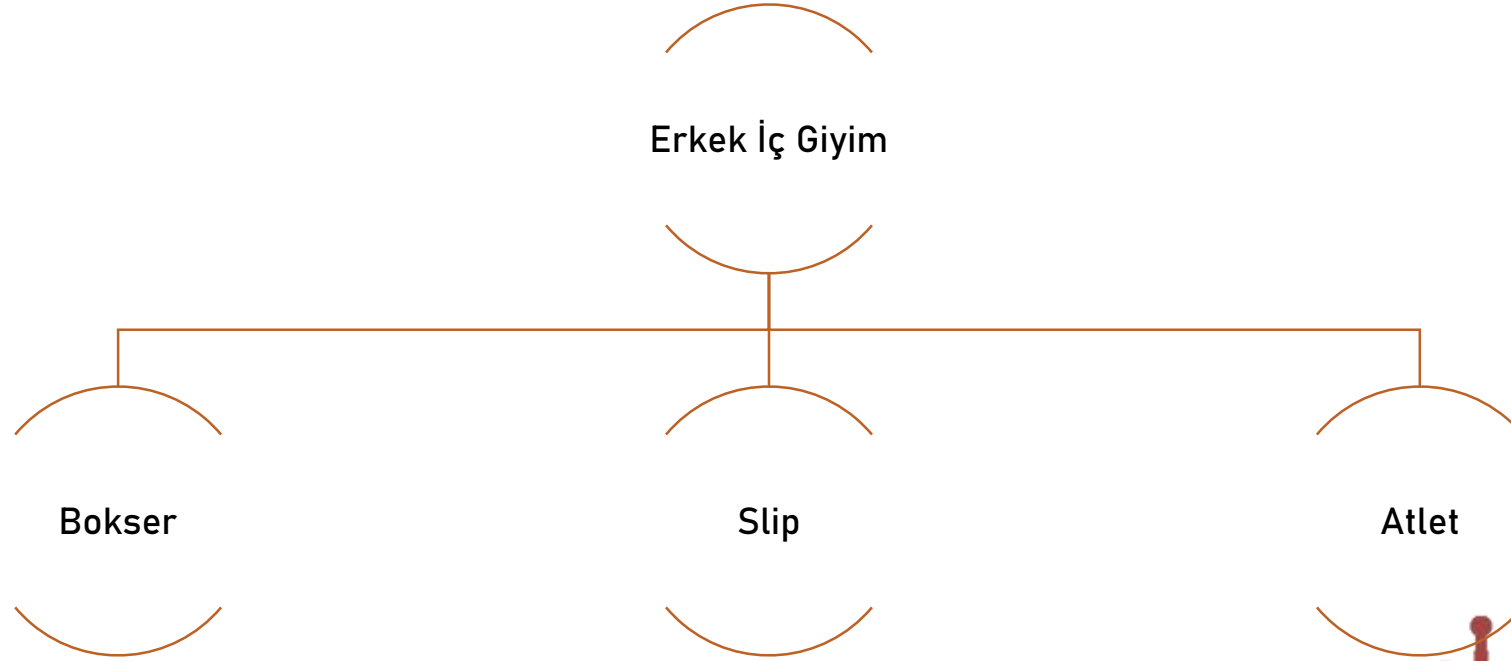
Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu



ERKEK
İÇ GİYİM

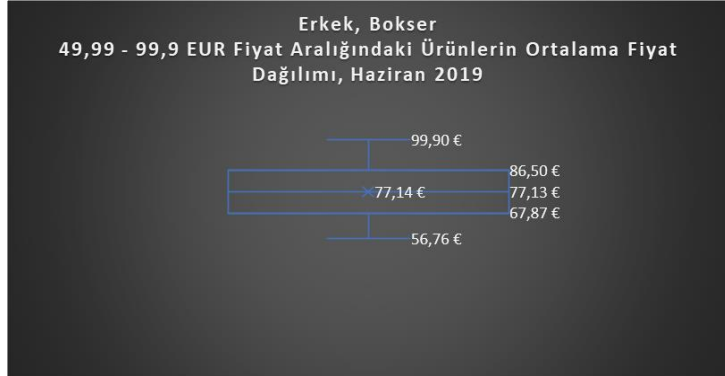
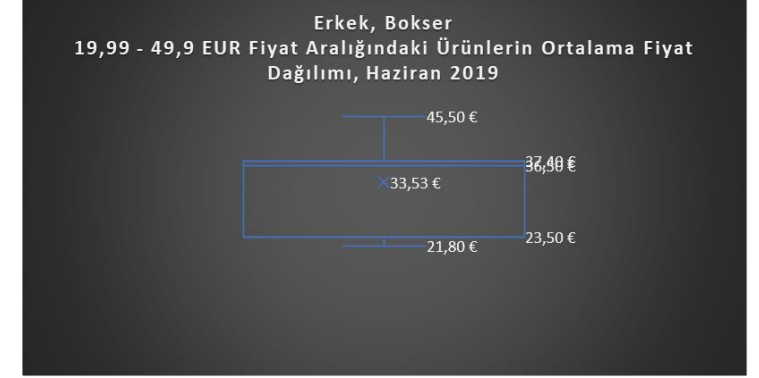
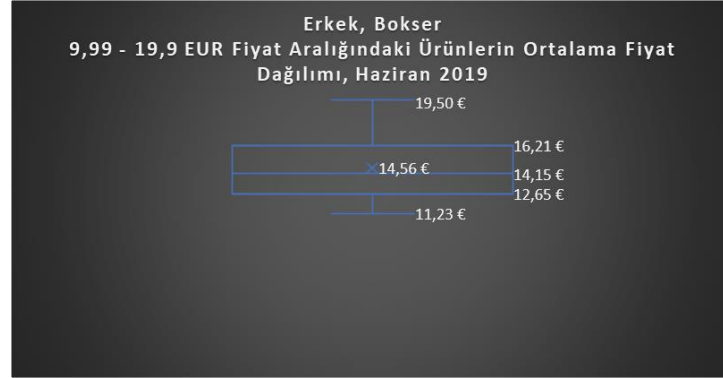
Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu

Erkek İç Giyim Ürün Grupları



Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu

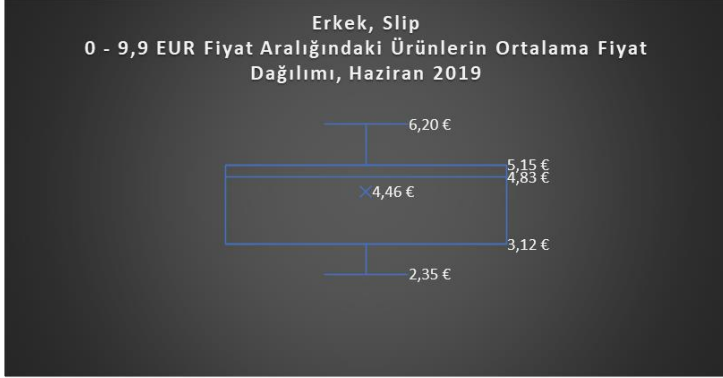
Erkek > Bokser > Ortalama Fiyatlar*



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

Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu

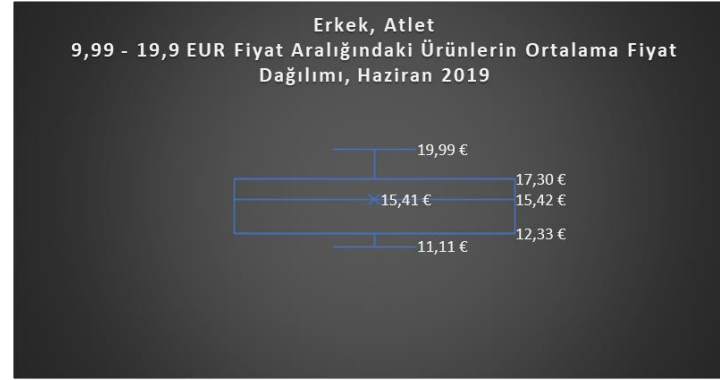
Erkek > Slip > Ortalama Fiyatlar*



* = 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.

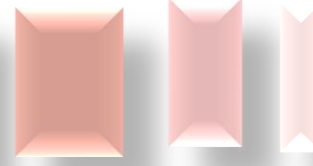
Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu

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.

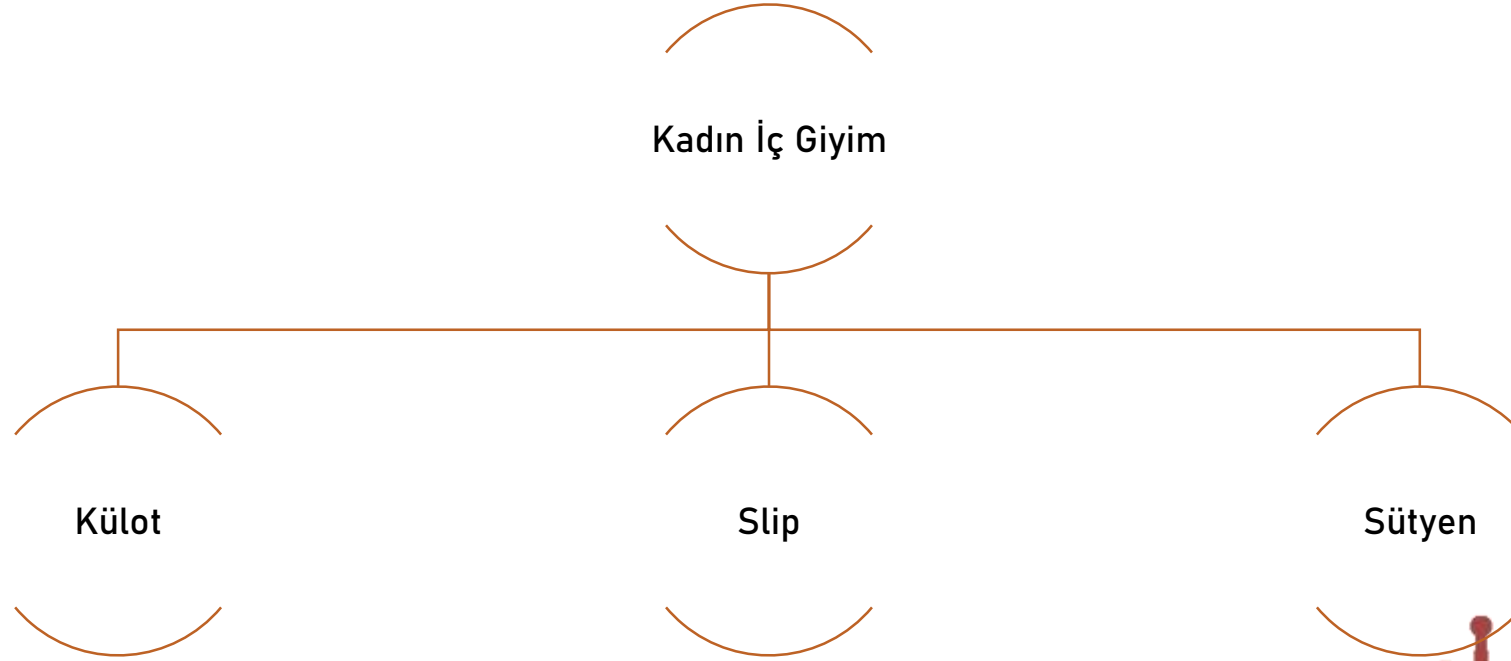
Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu



KADIN İÇ GİYİM

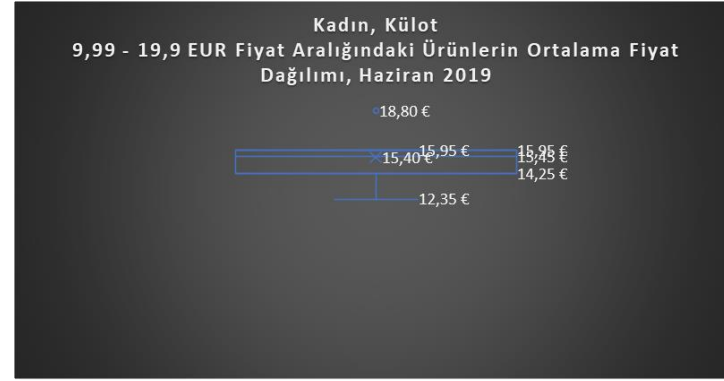
Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu

Kadın İç Giyim Ürün Grupları



Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu

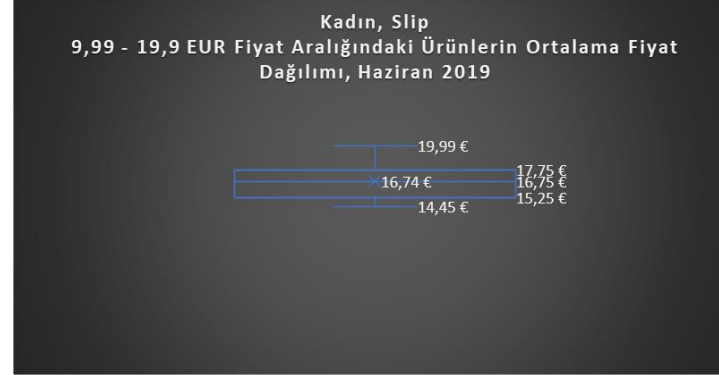
Kadın > KÜlot > Ortalama Fiyatlar*



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

Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu

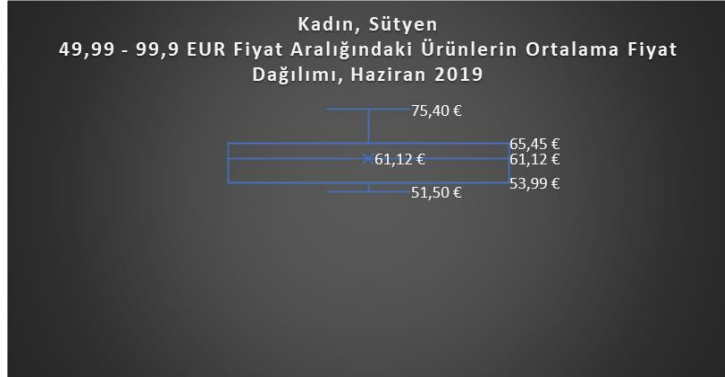
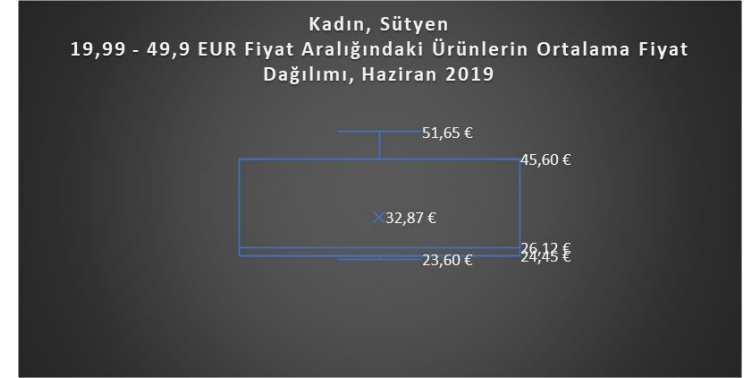
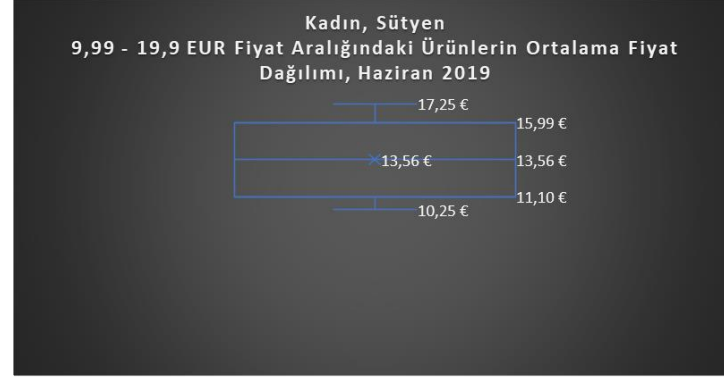
Kadın > Slip > Ortalama Fiyatlar*



* = 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