

T.C.  
ABU DHABI BÜYÜKELÇİLİĞİ  
TİCARET MÜŞAVİRLİĞİ

Abu Dhabi, 09 /09/2008

Sayı : B.02.1.DTM.3.AD.01.101/298  
Konu : Pazar Araştırması

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ  
GENEL SEKRETERLİĞİNE

İlgi: 02.09.2008 tarih ve 10854 sayılı yazınız.

Birlikleri yurt dışı tanıtım ve yeni pazarlar bulma faaliyetleri kapsamında hedef ülke olarak belirlenen Birleşik Arap Emirlikleri'ne yönelik yapılabilecek etkinlikler, katılınabilecek fuarlar ve diğer alternatif pazarlama araçları hakkında Müşavirliğimizden talep edilen bilgi notu ekte gönderilmektedir.

Bilgilerini rica ederim.

Akin GÜNYA  
Ticaret Müşaviri

Ek. 1 (3 syf. Bilgi notu)

Sn. Büyükelçi  
Sn. Usta  
29.9.08  
49, 444, 46, E4  
F9/9

İSTANBUL  
TEKSTİL VE KONFEKSİYON  
İHRACATÇI BİRLİKLERİ  
GENEL SEKRETERLİĞİ  
09-09-2008  
KAYIT NO: 45926  
ULUS - 1598  
U14-428

Turkish Embassy  
Al Rowdah Arcn  
26th Str Villa N.440 POB.3204  
Abu Dhabi-United Arab Emirates

U6-724

Tel : 971 2 - 443 32 61  
Fax : 971 2 - 443 00 71  
dtabud@gmail.com

## ABU DHABI TİCARET MÜSAVİRLİĞİ

### **BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ TEKSTİL VE KONFEKSİYON PİYASASINDA MEVCUT DURUM VE PAZARA GİRİŞE YÖNELİK STRATEJİ VE TANITIM AKTİVİTELERİ HAKKINDA BİLGİ NOTU**

2008 yılı itibariyle 5 milyon gibi nispeten küçük bir nüfusu olmasına rağmen yerli halkının yüksek satın alma gücü nedeniyle Birleşik Arap Emirlikleri özellikle lüks tüketim ürünleri dahil olmak üzere büyüyen bir iç Pazar yapısına sahiptir. Bölgede hızla gelişen iş olanakları ve yatırımlarla bağlantılı olarak ortaya çıkan göç nedeniyle yükselen nüfus yanında dinamik turizm sektörü iç pazar tüketimini doğrudan olumlu olarak etkilemektedir.

Diğer taraftan ülke nüfusunun %80-85'inin buraya çalışmak amacıyla gelmiş yabancılardan oluştuğu ve çoğunluğu Hindistan, Pakistan, Sri Lanka ve Filipin gibi G.Asya ülkeleri vatandaşı olan sözkonusu göçmen nüfusun gelir düzeyinin düşüklüğü nedeniyle daha ziyade ucuz ürünleri tercih etmekte oldukları hususu dikkate alınmalıdır. Bunun yanında ülkenin yerli halkı ve üst gelir grubuna dahil göçmen yabancılar ise fiyat seviyesi gözeteneksizin uluslararası bilinirliği olan marka ürünleri daha fazla tercih etmektedirler.

Dubai ve Abu Dhabi Emirlikleri bölgenin turizm merkezi olma hedefi doğrultusunda önemli alt yapı yatırımları yapmaktadırlar. Dubai emirliği yıllık 6.5-7 milyon, Abu Dhabi ise 2 milyon turist ağırlamakla beraber her iki merkezin de sektörde ileriki yıllara yönelik çok iddialı hedefleri bulunmaktadır. Bu anlamda, BAE'deki özellikle alışveriş ağırlıklı turizm hareketi tekstil konfeksiyon sektörüne yönelik önemli potansiyel oluşturmaktadır.

Dubai'nin gerekli liman ve lojistik altyapısını tesis etmesi yanında, Körfez bölgesi. Ortadoğu, G.Asya ve D.Afrika ülkeleri arasında yer alan stratejik konumunun getirdiği avantajlar nedeniyle re-eksport ticareti de ön plana çıkarak gelişmiştir. Anılan emirlik BAE'nin ithalatının önemli bölümünü re-eksport ticareti yoluyla üçüncü ülkelere satmaktadır.

Özellikle ham madde dahil tekstil konfeksiyon ticaretinde neredeyse tamamıyla dışarıya bağımlı olan BAE, ithalatta gümrük vergilerini oldukça düşük tutmuş olmakla beraber, coğrafi konumunun da etkisiyle çok sayıda ülkenin ihracatında hedef Pazar haline gelmiş. dolayısıyla piyasada özellikle ÇHC ve Hindistan başta olmak üzere dünyanın pek çok ülkesinden ürün bulunmakta ve kaydadeğer fiyat rekabeti mevcuttur.

Perakende mağazacılık dahil, yabancıların doğrudan yatırım ve faaliyetleri konusunda ülkenin yerel mevzuatı gereği. şirket kuruluşunda ve acenta anlaşmaları yapılması esnasında zorunlu olarak tek yerel ortakla çalışmak gibi ticari aktiviteleri zorlaştırıcı ve yerine göre kısıtlayıcı bir durum sözkonusudur.

Yukarıda kısaca özetlenen BAE pazarının yapısı dikkate alındığında Türk tekstil ve konfeksiyon ürünleri açısından mevcut durum ve açılım imkanları hakkında değerlendirmemiz şöyledir:

1. Özellikle çok ucuz fiyatlarla satılan Uzak Doğu ve G.Asya menşeli malların hitap ettiği kitle dışında bırakıldığında, BAE pazarında Türk ürünlerinin hitap edebileceği nüfus oldukça sınırlıdır. Dış turizm hareketi mevcut pazara dahil edildiğinde ülkedeki potansiyel müşteri kitlesine ancak kaliteli ve markalı ürünlerle ulaşmak mümkün bulunmaktadır.

2. Markalı ürünler için pazara giriş stratejisi, doğru seçilmiş kuvvetli bir yerel ortakla beraber perakende mağazacılık dahilinde ülkede bizzat veya franchising yoluyla ürün pazarlaması yapmaktır.

3. Ucuz ürün kategorisi için ihracat şansı oldukça düşük bulunmakla beraber re-eksport olanakları çevre pazarlara ulaşmak açısından bir alternatif olabilir.

4. Uluslararası fuarlara katılmak potansiyel müşterilere ulaşmak açısından alternatif bir yöntem olmakla beraber, marka ürün kategorisi için özellikle yerel gruplarla ortaklık oluşturmak doğrudan ziyaret ve kişisel temaslarla yapılan pazarlama ile mümkün bulunmaktadır.

5. Firma ürün-marka veya sektör tanıtımı için medya alternatifleri içinde en etkili yazı medyadır.

6. Türk ürünlerinin ihracatı anlamında mevcut tablo incelendiğinde sektörün ihracatının yıllar itibariyle fazla bir artış göstermediği 60-70 milyon ABD Doları civarında seyrettiği, sözkonusu toplam içinde miktarsal olarak hazır giyimin ön planda olduğu (%70), sırasıyla tekstil hammaddeleri ile ayakkabı ve ev tekstilinin anılan grubu takip ettiği görülmektedir. Gelişme potansiyeli açısından bakıldığında ise hazır giyim yanında özellikle turizm sektöründeki otel alt yapı yatırımları dikkate alındığında ev tekstili ürünlerinin şansı yüksek görülmektedir. Ayakkabı sektörü ihracatımız açısından, sınırlı olarak değerlendirilebilecek yerel talebin moda ve tercih yönünden kendine has özelliği nedeniyle, mevcut ticaretin geliştirilmesi daha vadeli ve zor görülmektedir.

7. Alternatif pazarlama faaliyetleri açısından, potansiyel yerel firmalar ile sektörü temsil eden (seçilmiş) ihracatçılarımızı bir araya getiren, butik heyetlerin tasarlanması; iş görüşmelerinin doğrudan BAE firmalarını iş yerlerinde ziyaret şeklinde gerçekleştirilmesi; organizasyonun defile, toplu tanıtım yemeği türü etkinliklerle desteklenmesinde yarar bulunmaktadır.

#### ÜLKEDEKİ ÖNEMLİ FUARLAR

Abu Dhabi			
VENUE	EXHIBITION NAME	PERIODS	DATES
Abu Dhabi International Exhibition Centre (Adnec)	LEATHER AND FOOTWEAR MIDDLEAST	once a year	7.12 - 9.12 2009
Abu Dhabi International Exhibition Centre (Adnec)	THE BRIDE SHOW 2009	once a year	19.01 - 21.01 2009
Abu Dhabi International Exhibition Centre (Adnec)	FASHION EXPO ARABIA	once a year	7.12 - 9.12 2009

**Dubai**

<b>VENUE</b>	<b>EXHIBITION NAME</b>	<b>PERIODS</b>	<b>DATES</b>
<i>Dubai World Trade Centre</i>	<b>MOTEXHA</b> <i>The Middle East's Largest Garments, Textiles, Leather &amp; Fashion Accessories Trade Exhibition</i>	once a year	<b>31.03 - 02.04 2008</b>
<i>Dubai World Trade Centre</i>	<b>PRESTIGE</b> <i>International Trade Fair for Upper to High End Fashion Lifestyle Brands</i>	once a year	<b>OCTOBER 2009</b>
<i>Dubai World Trade Centre</i>	<b>THE BRIDE SHOW DUBAI</b> <i>Wedding Fair</i>	once a year	<b>FEBRUARY 2009</b>