

HAZIR GIYİM & KONFEKSİYON SEKTÖRLERİ AÇISINDAN

FRANSA



TEMEL EKONOMİK GÖSTERGELER GENEL VE SEKTÖREL BİLGİLER



İTKİB GENEL SEKRETERLİĞİ
AR & GE ve MEVZUAT ŞUBESİ

MAYIS 2012

2011 TRADEMAP / İTC VE
2012 EKONOMİ BAKANLIĞI BİLGİ SİSTEMİ
VERİLERİ İLE DERLENMİŞTİR

HAZIR GİYİM & KONFEKSİYON SEKTÖRLERİ AÇISINDAN FRANSA

İÇİNDEKİLER

I. FRANSA HAKKINDA GENEL BİLGİLER	3
Giriş	3
Temel Göstergeler.....	4
Nüfus Yapısı.....	5
Ekonomi	6
Sanayi	7
Ulaşım	8
Fransa Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü	9
Fransa Hazırgiyim ve Konfeksiyon Pazarı	10
Dağıtım Kanalları.....	12
Pazara Giriş ve Pazarlama.....	13
Fransız İş Kültürünün Temel Noktaları.....	14
II. FRANSA DIŞ TİCARETİ.....	15
Yıllar İtibariyle Genel İhracat ve İthalat	15
En Çok İhraç Edilen Ürünler.....	15
En Çok İthal Edilen Ürünler	16
En Çok İhracat Yapılan Ülkeler	17
En Çok İthalat Yapılan Ülkeler	18
III. FRANSA'NIN HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON DIŞ TİCARETİ.....	19
Fransa'nın Hazırgiyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti.....	19
Fransa'nın En Çok Hazırgiyim ve Konfeksiyon İthalatı Yaptığı Ülkeler	19
Fransa'nın En Çok İthal Ettiği Hazırgiyim ve Konfeksiyon Ürünleri.....	20
Fransa'nın Tekstil Dış Ticareti.....	21
IV. TÜRKİYE – FRANSA DIŞ TİCARET İLİŞKİLERİ.....	22
Türkiye - Fransa Genel Dış Ticareti	22
Türkiye'nin Genel Ticaretinde Fransa'nın Yeri.....	27
Türkiye'nin Hazırgiyim ve Konfeksiyon Ticaretinde Fransa'nın Yeri	29
Türkiye – Fransa Hazırgiyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti.....	32
V. FAYDALI ADRESLER.....	38
VI. KAYNAKÇA.....	39

HAZIR GİYİM & KONFEKSİYON SEKTÖRLERİ AÇISINDAN FRANSA

I. FRANSA HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Giriş

Fransa, Avrupa ve dünya tarihinde sahip olduğu önemli yerin yanı sıra Avrupa Birliği'nin bugünlere gelmesinde oynadığı rol ile de Avrupa'nın en önemli ülkelerinden biridir. Fransa, coğrafi konumu itibariyle Avrupa Birliği'nin merkezinde yer almakta olup Birliğin diğer ülkelerinde bulunan önemli sanayi ve ticaret noktalarına ulaşımında ideal bir kavşak noktası niteliğini taşımaktadır. Güneyden İtalya'nın sanayi merkezi olan Po ovasını, kuzey batıda İngiltere'deki sanayi merkezlerini, yine güneyden İspanya'nın Katalan bölgesinden güneydoğuda İtalya'nın ortasına kadar uzanan Akdeniz bölgesini birleştiren kavşakta yer almaktadır.

Fransa harita üzerinde 6 kenarlı bir çokgene benzer. Bu, kenarlardan ikisiyle kıtanın gövdesine, bir üçüncüsüyle İber Yarımadası'na bitişir. Geri kalan üç kenardan birisi Akdeniz'e, ikincisi Atlas Okyanusu'na, üçüncüsü ise bu Okyanus'un kenar denizi olan Manş Denizi'ne ve biraz da Kuzey Denizi'ne dayanır. Fransa'nın coğrafi konumu, deniz ve kara ulaşımının gelişmesine önemli kolaylık sağlamaktadır.

Ülke, Belçika, Lüksemburg, Almanya, İsviçre, İtalya, Monako, Andorra ve İspanya ile komşu olup, Manş denizinde Dover Boğazı'ndan açılan denizaltı tüneli ile İngiltere ile karayolu bağlantısına sahiptir.

Fransa, uluslararası hava ve deniz taşımacılığı ile turizm açısından da ileridir. İş gezileri için gelenler dâhil, yıllık ağırladığı 80 milyondan fazla turistle Fransa, dünyada en çok ziyaret edilen ülkedir.

Fransa, 17. yüzyılın ikinci yarısından bu yana dünya genelinde uluslararası ilişkiler alanında önde gelen ülkelerden olmuştur. 18. ve 19. yüzyıllar arasında, Fransa dönemin en büyük sömürge imparatorluklarından birini kurmuştur. Bu dönemlerde Fransa'nın sınırları Batı Afrika'dan, Güneydoğu Asya'ya kadar uzanmış, etki ettiği bölgelerdeki toplumların kültür ve siyasetlerinde belirgin izler bırakmıştır.

Fransa genelinde ılıman iklim tipi hâkimken Atlas Okyanusu kıyılarında okyanus iklimi, Akdeniz kıyıları boyunca ise Akdeniz iklimi hakimdir. Kışın Fransa'nın orta kesiminden gelen soğuk ve kuru rüzgârlar (mistral), Rhone vadisi boyunca eserek sıcaklığı düşürür, iç kısımlara doğru Paris havzasında karasal etkiler görülür. Kışı soğuk ve karlı geçer; kış ile yaz mevsimi arasında sıcaklık farkı artar. Yüksek dağlarda özellikle Pireneler'de

ise kışı çok soğuk ve karlı geçen iklim hüküm sürer. Fransa'nın doğu yarısında ise karasal iklim hâkim olup yazlar sıcak, kışlar soğuk geçer. En fazla yağış yaz aylarında görülür. Fransa'nın batısından doğusuna doğru kışlar daha şiddetli geçer. Fransa'nın güneydoğusunda Akdeniz iklimi hâkimdir. Yazlar sıcak ve kurak kışlar ılık ve yağışlı geçer. Burada dağların kıyıya paralel olması yüzünden Akdeniz iklimi ülkenin iç kesimlerinde fazla hissedilmemektedir. Bununla beraber Rhone vadisi boyunca ve hatta Pirene Dağları'nın kuzeyindeki ovalarda yer yer bu iklimin etkisi görülür.

Fransa'da siyasi yapı olarak yarı-başkanlık sistemi uygulanmaktadır. Cumhurbaşkanı'nın yetkileri geniş olup, 5 yıllık bir süre için doğrudan seçilir. Cumhurbaşkanı yürütmenin devamını sağlamakla yükümlü olup bu kapsamda Bakanlar Kuruluna başkanlık eder, başbakanın atamasını yapar, dış ilişkiler ve savunmaya ilişkin en kritik alanda sorumluluğu üstlenir, uluslararası anlaşmaları imzalar ve orduyu yönetir. Başbakan ise gündeme ilişkin diğer konulardaki faaliyetleri yönlendirir.

Fransız Parlamentosu (Assemblée Nationale) Fransa'nın ana yasama organıdır. Milletvekilleri 5 yıllık süre için doğrudan halkoyu ile seçilir. Senatörler ise Parlamento tarafından 9 yıllığına seçilmektedir. Senato seçimleri her 3 yılda bir yapılır ve her seçimde senatonun üçte biri yenilenir. Senato'nun yasama gücü sınırlıdır: Senato ile Parlamento arasında anlaşmazlık olması durumunda son söz Parlamento'ya aittir. Parlamento'nun gündemini belirlemede hükümetin önemli rolü bulunmaktadır.

Fransa, Birleşmiş Milletler'in kurucu üyelerindedir ve elinde bulundurduğu koşulsuz veto hakkıyla Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi'nin de daimi üyelerinden biri konumundadır. Dünya Ticaret Örgütü, Pasifik Topluluğu ve Hint Okyanusu Komisyonu'nun da üyesidir. Fransa, ayrıca Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü'nün (OECD), UNESCO'nun ve Interpol'ün genel merkezlerine ev sahipliği yapmaktadır.

Fransa'nın dış ilişkileri büyük ölçüde kurucu üyesi olduğu Avrupa Birliği politikalarınca şekillenmektedir. Avrupa'da her zaman etkili bir güç olan Fransa, 1960'larda De Gaulle döneminde İngiltere'nin Avrupa Birliği'ne girmemesi için politika gütmüşken, 1990'larda ise yeniden birleşen Almanya'yla yakın ilişkiler geliştirme yoluna gitmiştir.

Temel Göstergeler

Fransa dünyanın beşinci büyük ekonomisidir. Fransa özellikle havacılık ve uzay, nükleer sanayii, bina ve bayındırlık işleri, plastik sanayii, kozmetik sanayii, lüks eşya ve moda ile tarımsal ürünlerde önde gelmektedir. 2011 yılsonu verileri itibariyle; 65 milyonu aşan nüfusu ve 1,3 trilyon dolarlık dış

ticaret hacmiyle büyük bir ticari güç konumundadır. Aşağıda verilen temel ekonomik göstergeler, Fransa ekonomisinin gücünü ortaya koymaktadır.

Resmi Adı	Fransa Cumhuriyeti
Başkenti	Paris
Yüzölçümü	643,427 km²
Nüfus	65,5 milyon (2011)
Ortalama Yaşam Süresi	81,2
Para Birimi	Euro (€)
Kişi Başına Milli Gelir (Satın Alma Paritesi)	35.000 \$ (2011)
Sektörlere Göre GSMH	Tarım % 1,7 Sanayi % 18,5 Hizmet % 79,8
Faal İşgücü	29,6 milyon
İşsizlik Oranı	% 10 (2012 Şubat)
Sektörlere Göre İşgücü	Tarım % 3,8 Sanayi % 24,3 Hizmet % 71,8
Toplam İhracat	595,8 milyar \$ (2011)
Toplam İthalat	714,6 milyar \$ (2011)
Başlıca İhracat Ürünleri	Makine, uçak, plastik, kimyasal ürünler, eczacılık ürünleri, demir ve çelik, içecekler.
Başlıca İthalat Ürünleri	Makine ve ekipmanları, taşıt araçları, ham petrol, uçak, plastik, kimya.

Nüfus Yapısı

2011 yılı verilerine göre Fransa'nın nüfusu, 65 milyonun üzerindedir. Nüfusun %77'sinden fazlası kentlerde yaşamakta olup ülkenin en büyük

kentsel yerleşim merkezi toplam ülke nüfusunun % 16'sını barındıran Paris'tir. Paris'ten sonra en kalabalık kentler Marsilya, Lyon, Toulouse ve Nice'dir.

Toplam nüfusun %16,8'i 65 yaşın üzerinde, % 64,7'si 15-64 yaş, %18,5'i ise 0-14 yaş aralığındadır.

Fransa diğer Batı Avrupa ülkeleri ile karşılaştırıldığında görece olarak daha yüksek bir doğum oranına sahip olmasına rağmen yine de 2011 yılı nüfus artış hızı ancak % 0,5 oranındadır.

Ülkenin nüfus artışında ülkeye gelen göçmenlerin payı da vardır. Gelen göçmenlerin büyük kısmı Fransız vatandaşlığına geçmektedirler. Göçmen nüfus içerisinde en büyük paya sahip olanlar gruplar ise sırasıyla Portekiz, Cezayir ve Fas kökenli kişilerdir. Fransa'da % 4 oranında Türk nüfus olduğu tahmin edilmektedir.

Son yapılan tahminlere göre Fransa'da ortalama yaşam süresi kadınlar için 85, erkekler için ise 78 yaş civarındadır.

Ekonomi

Fransa, dünyada ekonomik yönden gelişmiş ülkeler arasındadır. 2. Dünya Savaşı'ndan sonra yapılan planlarla, sanayileşmeye önem verilmiş, devlet tarafından gerekli olan sanayi tesisleri kurulmuştur. Son yıllarda siyasi ve ekonomik dönüşüm sağlanmış; devlet eli ile ülkede kurulan demir ve deniz yolları, hava limanları, telefon, televizyon ile petrol şirketleri özelleştirilmiştir. Bu durum Fransa'nın kalkınmasında önemli rol oynamıştır.

Fransa ekonomik gücünü tarımsal kaynaklar, geniş sanayi altyapısı ve kalifiye işgücünden almaktadır. Son yıllarda yeni iş yaratımı hizmet sektöründe yoğunlaşmaktadır.

Fransa doğrudan yabancı yatırım yapmak için en çok tercih edilen ülkeler arasında olmasının yanı sıra yabancı firmaların genel merkezlerini konumlandırmak için tercih ettiği ülkelerden birisidir.

Fransız ekonomisinin 1990'lı yıllardan bu yana en önemli ekonomik sorunları sırasıyla, düşük büyüme hızı, özellikle uluslararası rekabet çerçevesinde üretim maliyetlerinin yüksekliği nedeniyle üretimin üçüncü ülkelerde gerçekleştirilmesinin artırdığı işsizlik, bütçe açıkları ve sosyal güvenlik sistemi açıklarıdır. Ekonomide kamunun payının büyük olması, vergi politikaları ve işçiler için düzenlenmiş yüksek hak ve menfaatler son yıllarda büyüme ve istihdam üzerinde olumsuz etki yaratmaktadır. İşsizlik yükselmiş, emeklilik sistemi ve sağlık harcamaları kamu maliyesinin dengesini bozmaya başlamıştır. Fransa ekonomisinin mali sürdürülebilirliğe ulaşması için işsizliği azaltması ve yüksek büyüme oranlarını yakalaması gerekmektedir.

Fransa ekonomisi, 2008 yılından başlayan ve reel ekonomiyi etkisi altına alan global krizden etkilenmiş ve sonuçta iç ve dış talep azalmış, işsizlik artmaya devam etmiştir. 2009 yılı boyunca ekonomik canlanmanın sağlanması için ülkede talep artırıcı tedbirler alınmıştır. Fransız ekonomisi 2010 yılında toparlanmaya başlamış ve % 1,6 büyüme gerçekleşmiştir.

Fransa ekonomisinin 2011 yılının 4. çeyrek döneminde geçen yılın aynı dönemine göre % 1,4 büyüdüğü kaydedilmiştir. Bilindiği gibi Fransa yılın 3. çeyrek döneminde % 1,5 büyüme göstermişti.

Fransa ekonomisinin 2011 yılı genelinde ise % 1,7 büyüdüğü tahmin edilmektedir.

Fransa 2012 yılının ilk çeyrek döneminde ise % 0,3 büyüme göstermiştir.

Güncel IMF tahminlerine göre Fransa ekonomisinin 2012 yılında % 0,5 büyümesi beklenmektedir.

Ekonominin önemli göstergelerinden sanayi üretiminde 2012 yılı Şubat ayında geçen yılın aynı dönemine göre % 1,3 düşüş gerçekleşirken, Mart ayında ise % 1,2 düşüş meydana gelmiştir. Ülke çapında perakende satışlar Şubat ayında bir önceki yılın aynı ayına göre % 0,8 artış gösterirken, Mart ayında ise % 2,7 artış göstermiştir.

Fransa'da işsizlik oranı Mart ayında Şubat ayına göre değişmeyerek % 10 seviyesinde gerçekleşmiştir.

AB'de başta Yunanistan olmak üzere aşırı borçlu ülkelerin neden olduğu ekonomik ve siyasi kriz, diğer AB ülkeleri gibi Fransa'yı da tehdit etmektedir. Üstelik Fransız bankalarının elinde yüksek miktarda başta Yunanistan olmak üzere İtalya ve İspanya gibi mali sıkıntı yaşayan ülkelere ait kamu tahvilleri ve riskli özel sektör alacakları mevcuttur.

Sanayi

Fransa, Avrupa'nın iktisadi açıdan güçlü ülkelerinden biridir. Tarım ürünleri bolluğu ve çeşitliliği ile Avrupa Birliği içinde birinci sırada yer almasının yanı sıra, sanayisi oldukça güçlü bir ülkedir. Sanayi sektörü istihdam ve katma değer olarak ülkenin yaklaşık %20'sini karşılamaktadır.

Fransa'nın imalat sanayi, beş ana bölgede yoğunlaşmış durumdadır. Paris ve çevresi çok çeşitli sanayi dallarının çekim bölgesi olurken Lyon çevresi ve Saint-Etienne'de kimya endüstrisi, tarihsel olarak kömür ve tekstile dayalı Nord-Pas-de-Calais bölgesinde alüminyum, çelik ve motorlu taşıtlar, Toulouse ve çevresinde uzay ve havacılık endüstrisi yoğunlaşmış durumdadır.

1980'lerin başından beri diğer pek çok gelişmiş ülkede olduğu gibi Fransa'da da, sanayi sektörünün milli gelirdeki payı azalmaya başlamıştır. Bu durum, şirketlerin bünyesinde bulunan araştırma, bakım, eğitim, lojistik gibi hizmetlerin daha çok dışarıdan temin edilmeye başlanmasıyla izah edilmektedir.

Fransız sanayii, birçok sektörde Dünya çapında ilk sıralarda yer almaktadır:

-Otomotiv sektörü çok gelişmiştir.

-Fransız plastik sanayii dünyada üst sıralarda yer almaktadır.

-Telekomünikasyon sektöründe faaliyet gösteren Fransız firmaları dünyanın önde gelen şirketleri arasında yer almaktadır.

-Hava ve uzay sanayinde EADS adıyla faaliyet gösteren grup Fransa, Almanya ve İspanya firmalarının birleşmesiyle oluşmuştur. Dünyanın bu alandaki en önemli firmalarından birisidir.

-Fransa dünya kozmetik ve parfüm pazarının önemli bir kısmına hâkim ve en büyük ihracatçı konumundadır.

Ulaşım

31.840 kilometrelik uzunluğuyla Fransa demiryolu ağı, Batı Avrupa'nın en gelişmişidir. Eurotunnel Shuttle ile birlikte Eurostar, Manş Tüneli'nde işleyerek Fransa ile İngiltere'yi birbirine bağlar. Bunun yanı sıra Fransa, Andorra dışındaki tüm komşularına demiryolu ağıyla bağlıdır. Şehir içi ve şehirlerarası ulaşım da yeraltı demiryolu sistemleri ve otobüs hatlarını tamamlayan tramvay hatları oldukça gelişmiştir.

Fransa'da ayrıca uzunluğu toplamda 893.300 kilometreyi bulan bir karayolu ağı da bulunmaktadır. Başkent Paris ve çevresi en yoğun yol ve otoyol ağıyla örülmüş durumdadır ve ülkenin hemen her köşesiyle doğrudan bağlantısı bulunmaktadır. Fransa'daki yollarda ayrıca komşu ülkeler Belçika, İspanya, Andorra, Monako, İsviçre, Almanya ve İtalya'daki kentlerden gelen yoğun bir de uluslararası trafik vardır.

Fransa'da 478 adet havaalanı bulunmaktadır. Paris dolaylarındaki Charles de Gaulle Uluslararası Havalimanı ülkedeki en işlek ve en önemli hava ulaşım merkezidir. Bu havalimanı ülkenin emtia ve yolcu ulaşımında en yoğun trafiği üstlenen merkezidir ve Paris'i dünyanın hemen hemen tüm büyük kentlerine bağlar. Air France, ülkenin ulusal ve resmî havayolu kurumu olmasına karşın ülkede pek çok sayıda yerli ve yabancı ulaşım firması da faaliyet gösterir.

Öte yandan, 10 adet büyük ölçekli limana sahip olan Fransa'nın en büyük limanı Marsilya'da bulunur ve bu liman aynı zamanda Akdeniz'deki en büyük liman olma özelliğini taşır. 14.932 kilometre uzunluğundaki suyolu ağı Fransa'da ulaşımın bir başka türüdür. Midi Kanalı aracılığıyla Akdeniz ve Atlas Okyanusu, Garonne Nehri'nden birbirine bağlanır.

Fransa Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü

Bilindiği üzere Fransa, tekstil ve hazır giyim alanında moda ve markanın en önemli ülkelerinden birisidir. Öte yandan, son 10-12 yıllık dönemde üretimin başka ülkelere kayması ile birlikte Fransa'da daha çok moda, marka, tasarım alanında faaliyet gösteren firmalar ayakta kalabilmiştir. Bunun yanı sıra, mevcut firmalar üretim anlamında katma değeri yüksek olan teknik tekstillere yönelmektedirler.

Son 10 yıllık dönemde tekstil ve hazır giyim sektöründeki uluslararası rekabetten dolayı, Fransa tekstil ve hazır giyim piyasasında önemli istihdam azalmaları meydana gelmiş, üretim başta Kuzey Afrika (Tunus-Fas) olmak üzere, Doğu Avrupa ve Çin gibi dünyanın çeşitli bölgelerine kaymıştır.

Avrupa Birliği ülkeleri arasında Fransa hazır giyim ve konfeksiyon perakende sektörü, Almanya ve İngiltere'den sonra üçüncü sırada gelmektedir. Hazırgiyim ve konfeksiyon sektörü, son yıllarda ülke ekonomisinin durgun bir seyir izlemesinden olumsuz etkilenmektedir. Bunun yanı sıra global düzeydeki rekabetin fiyatlar üzerindeki etkisi nedeniyle de Fransa hazır giyim perakende sektörü durağan bir görünüm sergilemektedir.

Ülkede hazır giyim ve konfeksiyon perakende sektörünü son yıllarda büyük miktarlardaki dağıtım, fiyat indirimleri ve zincir mağazaların kendi markaları ile satışları şekillendirmektedir. Bütün sektörlerde olduğu gibi hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe de daha küçük olan bağımsız mağazalar, büyük zincir mağazalar, hipermarketler ve indirim mağazaları karşısında zor zamanlar geçirmekte ve pazar payı kaybetmektedirler. Bu durumun sebeplerinden birisi, büyük mağazaların daha uygun fiyatlarla ürünler sunabilmesidir. Söz konusu mağazalar, tedarikçilerinden büyük miktarlarda satın alım yaptıkları için pazarlık güçlerini kullanarak daha düşük fiyatlardan alım yapmaktadırlar.

Eviden katalogla ve online olarak satışların hızla artması ile birlikte Fransa'daki hazır giyim ve konfeksiyon perakende sektöründeki satışların % 10'undan fazlası bu yolla yapılırken, sosyal medyanın da (facebook, twitter v.b.) satış kanalı olarak kullanılmaya başlanmasıyla online satışların payı gittikçe artmaktadır. Uzaktan satış yöntemini seçen firmalar gün geçtikçe artmış ve Fransa'nın önemli hazır giyim firmaları da ürünlerini online ve katalog satışların yanısıra sosyal medya üzerinden de satışa sunmaya başlamışlardır.

Fransa Hazırgiyim ve Konfeksiyon Pazarı

Uluslararası danışmanlık firması Nielsen tarafından Turquality projesi çerçevesinde hazırlanan 'Fransa Hazırgiyim Pazarı' ile 'Fransa Tüketici Davranışları ve Tüketim Yapısı' raporlarından derlenen bilgilere göre, hazır giyim alt segmentleri arasında bayan hazır giyim hacim ve satış geliri olarak en büyük alt sektördür. Hazır giyim segmentinde en gözde ürün grupları kadınlar için "üstler" yani bluzlar, polo gömlekler ve pamuklu kazaklar olurken, erkekler için ise tişörtler, polo ve diğer gömleklerdir.

Yine aynı raporlara göre, Fransa her ne kadar Avrupa ve dünya giyim modasının trend belirleyici merkez ülkesi olmaya devam etmekteyse de, günümüzde iç tüketimin büyük bölümü ithalatla karşılanmaktadır. Fransız tüketicisinin büyük bölümü için hazır giyim kavramı öncelikle ulaşılabilirlik ve markalar, daha sonra ise zevk ve gereklilik olarak tanımlanmaktadır.

Fransızlar alışverişi seven bir halktır. Zira kimi Fransız için zorunluluk, kimi için de ikincil bir iş olan alışveriş, ister hafta içi ister hafta sonu olsun başta Paris olmak üzere Fransa'da günlük yaşantının bir parçasıdır. Alışveriş sıklıkla hobi olarak veya gezintinin bir parçası olarak yapılırken, Fransızlar yıl boyunca, özellikle de büyük bir motivasyon kaynağı olan, yok sayamayacakları indirim dönemlerinde kıyafet alışverişi yaptıklarını ifade etmektedirler.

Fransız kadınları genelde alışverişe yalnız gitmeyi tercih ederken, erkekler ve gençlerin çoğu ise biriyle beraber çıkmayı tercih etmektedir. Fransa'nın mağaza dolu sokakları sayesinde sonunda satın alma gerçekleşse de gerçekleşme de vitrin bakmak her an için mümkündür. Tüketiciler ayrıca kitle iletişim araçlarıyla da motive olmaktadır (İnternet, dergiler, ilanlar).

Marka Fransız tüketici için tanıdık bir kavramdır. Fransızlar hazır giyim pazarında markayı giysinin kalitesine, kaliteyi ise dayanıklılıkla tanımlarken, markayı stil, fiyat aralığı, kalite seviyesi ve de imaj ile ilişkilendirmektedir. Dolayısıyla Fransızlar markaları lüks sınıftan alt sınıfa kadar sıralıyabilmekte ve genellikle markayı, satın alma durumuna özel, alınan giysinin çeşidine göre seçmektedirler.

Fransa, hazır giyim tarzları açısından günlük giyimden lüks giyime kadar büyük çeşitlilik göstermektedir. Giyim tarzı olarak Fransızların büyük bölümü şartlar ne olursa olsun rahat giysiler ve denim pantolon tercih ederken, hava koşulları, yaş ve cinsiyetten bağımsız olarak kürk, suni deri ve naylon gibi bazı malzemeler pek tercih edilmemektedir.

Yazın giyilen temel giysiler erkekler için tişört, askılı tişört, denim pantolon, şort/bermuda, kadınlar içinse elbiseler olurken, kışın tercih edilen giysiler ise süveterler, montlar, denim pantolonlar ve kadınlar için ayrıca da eşarplardır.

Fransız tüketicisi için hazır giyim alışverişinde satın almayı tetikleyen motive edici unsurların başında indirim dönemleri gelmektedir. Hazır giyim alışverişlerinin önemli bölümü yaz ve kış sezonlarının indirim dönemleri sırasında olurken, sezon değişimlerinde de giysileri yeni sezona uygun hale getirmek için satın alma yapılabilmektedir. Ayrıca, kutlamalar ve özel günler (doğum günleri, düğünler, Noel, vb.) giyim ürünlerini yenileme ve satın alma için önemli sebepler arasında yer almaktadır. Son olarak ekonomik durum ve paranın varlığı (maaşların ödendiği aybaşı/sonu) da satın almaları artıran diğer bir unsur olarak göze çarpmaktadır.

Fransa Moda Enstitüsü IFM (Institut de la Mode) verilerine göre Fransa giyim pazarı 2011 yılının ilk yarısında % 6,1 daralmış bulunmaktadır. Bu dönemde giyim ithalatında bir miktar artış olurken, yerli üretim ise azalmaya devam etmektedir.

Fransa hazır giyim ve konfeksiyon pazarında ürün grupları bazında pantolon ve şortlar önemli bir yer tutmaktadır. 2010 yılında 7,8 milyar € olarak tahmin edilen Fransa pantolon ve şortlar pazarının 2/3'lük bölümünü bayan pantolon ve şortları oluştururken, bayan pantolon ve şort ürün gamının büyük bölümünü günlük giyim oluşturmaktadır. Erkek pantolon ve şort ürün pazarının büyük bölümü ise formal ve klasik pantolonlardan oluşmaktadır. Bu ürün grubunda sosyal sorumluluk içeren etik üretim önem kazanmakta olup, tüketiciler fair trade kapsamında üretilen pamuklu kot pantolonlar ile organik pamukla üretilen ürünlere giderek artan biçimde ilgi göstermektedirler.

Fransa hazır giyim ve konfeksiyon pazarının diğer önemli bir segmenti de gömlekler ve bluzlar olup, 2010 yılında bu ürün grubundan 4,3 milyar € tüketim yapıldığı tahmin edilmektedir. 2008-2009 dönemindeki ekonomik kriz, Fransız tüketicisini daha ucuz ürünlere yöneltmiş olup, gömlek ve bluz pazarının büyük bölümünü bayan ürünleri oluşturmaktadır. Bayan gömleklerinde doğal soft renklerin yanısıra baskılı (çiçek, hayvan, soyut v.b.) parlak renkler de tercih edilmektedir. Ofis ve işyerlerinde giyilen gömleklerde renk, kesim ve dizayn, tüketici için fiyat ve markadan daha önemlidir.

Fransa tişört pazarı 2010 yılı için 2,8 milyar € olarak tahmin edilmektedir. Bu ürün grubunda da ekonomik sıkıntılar, Fransız tüketicisini daha ucuz ürünlere yöneltmektedir. Tişört ürün grubunda da bayanlar erkeklere göre daha fazla tüketim yapmakta ve tişörtleri sadece kot pantolonlarla değil, etek, mücevher ve diğer aksesuarlarla da kombin etmektedirler. Tişört Fransız kadınlarının gardrobunda önemli bir yere sahiptir. Basic tipi nispeten daha ucuz tişörtler ise gençler arasında daha yaygındır.

Fransa iç giyim, uyku kıyafetleri ve çorap (bodywear) pazarı 2010 yılı itibarıyla yıllık 4,4 milyar € tüketim hacmine sahip canlı bir pazardır. Fransa, AB içinde Almanya, İtalya ve İngiltere'den sonra en büyük 4. bodywear

pazarıdır. Pazarın büyük bölümü kadın ürünlerinden oluşsa da, Fransız erkekleri de özellikle iç giyim tüketimine önem vermektedir. Fransa bodywear pazarının en büyük bölümünü iç giyim harcamaları oluştururken, bu ürün grubunu sırasıyla çoraplar ile gece kıyafetleri ve ev giysileri takip etmektedir.

Fransa bebek kıyafetleri pazarı 2010 yılı itibariyle yıllık 689 milyon € tüketim hacmine sahip ama hızla büyüyen diğer canlı bir pazardır. Fransa bebek kıyafetleri pazarı AB içinde en önemli pazar olup, ülkenin doğurganlık ve nüfus artışında diğer AB üyelerinden daha yüksek oranlara sahip olması da pazarı daha da canlı hale getirmektedir. Fransız kadınlarının eskiye oranla daha ileri yaşlarda bebek sahibi olması da bebelere harcanan parayı yukarı çekmektedir.

Dağıtım Kanalları

Fransa dağıtım kanalları büyük departman mağazalarından küçük şahıs işletmelerine kadar çeşitlilik göstermektedir. Son yıllarda dağıtım kanalları Fransa'da ürün satmayı etkileyebilecek bazı değişimler geçirmektedir.

KOBİ konumunda bulunan ve Fransa'nın toptan ve perakende ticaretinin büyük çoğunluğunu kapsayan aile işletmeleri, indirimli fiyatlarla satış yapan hipermarketler ve büyük perakende zincirleri karşısında pazar kaybetmektedirler. Bunun yanı sıra posta ile yapılan satışlar, internet satışları ve zincir mağazaların satışları yüksek oranlarda büyümektedir.

Hazırgiyim perakende pazarı uzmanlaşmış zincir mağazalarının (Specialty Chains) kontrolündedir. Bu grupta yeralan büyük uzmanlaşmış mağazalar, (Large Specialized Stores) Fransa genelinde belirli bir sektörde bir çok ürünü bir arada rekabetçi fiyat seviyelerinde sunan mağazalardır.

Hipermarketler, minimum 2500 m² satış alanı bulunan mağazalar olarak tanımlanmaktadır. Bu mağazalar uygun fiyatlarla 25.000 ile 40.000 çeşit ürünü satışa sunarlar ve bunların 20.000-35.000 adeti gıda dışı olarak tanımlanan ürünlerdir. Genellikle banliyölerde kurulmuştur.

Süpermarketler ise hipermarketlerden biraz daha küçük olan mağazalara verilen isimdir. Süpermarketler 400 m² ile 2500 m² arasında satış alanı bulunan, toplamda 3000-3500 çeşit ürün satışa sunan ve bunlardan 1500 adete kadar olanları gıda dışı ürünlerden oluşan mağazalardır.

Çok katlı mağazalar (department store) ise süpermarketlerden daha küçük olmakla birlikte genellikle daha kaliteli ürünler satmaktadır. Bu mağazaları her bölümün ayrı yönetimi ve çalışanları olan ve farklı mallar satan büyük perakende satış mağazası olarak tanımlamak mümkündür. Son zamanlarda bu mağazalar orta ve üstü fiyatlı ürünler dışındaki alanlarda pazar

payı kaybetmektedirler. Çok katlı mağazaların perakende giyim pazarındaki payları son yıllarda gerilemektedir.

Pazara Giriş ve Pazarlama

Fransa tekstil ve hazır giyim pazarına giriş olarak farklı yöntemlerden birisi veya aynı anda bir kaçını seçilebilir. Bunlardan bazıları satış mümessilleri kullanmak, distribütör kullanmak veya şube açmak olabilir. Satış mümessilleri, perakendecilerle veya son kullanıcılara yönelik ürünlerinizin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini gerçekleştirmektedir. Mümessillerin talep ettikleri komisyon oranları %15-20 arasındadır. Ayrıca bunun dışında temsil masrafları için sık sık ücret talep etmektedirler. Mümessillerin çalışma düzenleri Fransız yasaları ile düzenlenmiş bulunmaktadır.

Eğer bir Türk firması Fransız mümessil ile çalışma ilişkisini sözleşmede belirtilen tarihten önce sonlandırmak isterse, öncelikle mümessil, bu durumdan haberdar edilmeli ve performansını geliştirmesi için fırsat tanınmalıdır. Firma bu fırsatı verdikten sonra halen sözleşmeyi sonlandırmak istiyorsa mümessilin tüm satış bilgilerini kendinde saklama hakkı bulunmaktadır. Ayrıca bu tip durumlarda firmalar genellikle mümessile bir tazminat ödemek durumunda kalabilirler, bu tazminat mümessilin gelecekteki olası satışlardan alacağı komisyonu karşılamak üzere verilmektedir. Firma satış bilgilerini ücret karşılığında mümessilden satın alabilir ancak bu tip bilgiler için genellikle çok yüksek ücret talep etmektedirler.

Distribütörler, ürünleri üreticiden satın alarak üzerine kredi riski, satış sonrası servisler, nakliye ücretleri gibi masrafları karşılamak üzere % 30-40 arası oranlarda fiyatın üzerine eklemeye yapmaktadırlar. Ayrıca distribütörler katma değer vergisini de ödemektedirler. Mümessillerde olduğu gibi distribütörler ile de sözleşme yapmak gerekmektedir. Buna bağlı olarak, sözleşme tarihinden önce iş akdi fesih edilmek istenirse bir tazminat ödenmesi gerekmektedir. Distribütörler genellikle pazar araştırma bilgilerini üretici firmalarla paylaşmak zorunda değildirler. Bu yüzden firmalarımızın distribütör seçerken, kendi amaç ve hedeflerini anlayan ve buna uygun yapıda olan distribütörleri seçmeleri önem kazanmaktadır. Distribütörler çoğunlukla siparişlerinin ücretini 90 gün içinde ödemektedirler.

Şube açmanın üreticiye birçok avantajı bulunmaktadır. Dağıtım üzerinde daha çok kontrol, pazardaki değişim ve ihtiyaçları daha çabuk tespit ederek adapte olabilmek, personelin eğitimi üzerinde doğrudan etki edebilme bunlardan bazılarıdır. Birçok avantajının bulunmasına rağmen şube açmak ciddi miktarda parasal yatırım gerektirmektedir. Bunun yanı sıra yabancı bir ülkede personel çalıştırmak ve vergi mevzuatına uymak gibi birçok sorumluluğu da beraberinde getirmektedir.

Fransız İş Kültürünün Temel Noktaları

Fransa ile başarılı bir şekilde iş yapmanın en önemli şartlarından birisi de Fransız sosyal ve iş kültürünü anlamak ve buna uygun davranışlar sergilemektir. Fransa pazarında başarılı olmak için dikkat edilmesi gereken unsurlar aşağıda özetlenmektedir.

Fransızlar için 10-15 dakikalık gecikme çok önemli değildir; ancak, randevularınıza zamanında gelmenizi ve dakik olmanızı beklerler.

Fransız firmalarında hiyerarşi vardır ve karar alıcı pozisyonda bulunan kişiler astları üzerinde otorite sahibidir. Son kararı en yüksek mevkide bulunan yetkili vermektedir. Bu yüzden iş yapılan kişilerin sadece aracı olup olmadığının mutlaka farkında olunması gerekmektedir.

Fransızlar özel hayat ile iş hayatı arasındaki ayırımı büyük önem vermektedirler. Bu ayırımı özen göstermeniz beklenir.

İş toplantıları selamlaşma, el sıkışma ve kartvizitlerin değişimi ile başlar. Ayrılırken el sıkışmaya özen gösterilmesi önem taşımaktadır. Ev sahibi konumunda bulunan kişi, yemeğin ileri zamanlarında iş konularını açar. İş konularını açmak için tatlı servisi yapılanaya kadar beklemek daha uygun olacaktır.

Fransızlar giyiminizi sosyal statünüzün ve göreceli başarınızın bir yansıması olarak algılayacaktır. İş veya sosyal durumlarını içeren giyinme erkek ve bayan için resmiyeti ifade eder. Giyinme seçenekleriniz yeni modayı ve stili yansıtmalıdır. En iyi, kaliteli ve sade bir tarzda giyinmek doğru olacaktır.

Erkekler özellikle kışın ve kuzey bölgelerini ziyaret ederken koyu elbiselerini giymelidir. Kadınlar basit fakat şık giyinmelidir. Çok basit aksesuarlar ile kendilerini daha şık gösterebilme şansına sahip olabilirler.

İlk görüşmelerde genellikle bilgi paylaşılır ve görüş alışverişinde bulunulur. Son kararı verme aşaması sonraki görüşmelere bırakılır.

Görüşmelerde ailevi ve kişisel konuları tartışmaktan kaçınılmalıdır. Fransızlar, görüşmeye gelmeden önce bütün maddeleri detayları ile incelemek için çok meşgul olacaktır. Sonuçta bir cevap almadan önce epeyce beklemek gerektiği hatırd tutulmalıdır. Eğer görüşmeleriniz çıkmaz bir noktaya ulaşırsa, Fransız iş ortağınız pozisyonunu muhafaza etmek için nazik bir şekilde bekleyecektir. Genellikle fikirlerinde kullanılan mantığın alt edildiğini görmedikçe görüşmelerinde taviz vermeyecektir.

II. FRANSA DIŞ TİCARETİ

Yıllar İtibariyle Genel İhracat ve İthalat

2011 yılında Fransa'nın genel ihracatı 595,8 milyar dolar, genel ithalatı ise 714,6 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2007 yılından 2011 yılına kadarki beş yıllık süreçte Fransa'nın dış ticaretine ilişkin veriler aşağıdaki tabloda izlenebilir.

Tablodan da görüleceği üzere 2009 yılında tüm dünyayı etkileyen küresel krizin Fransa'nın dış ticaretinin küçülmesine yol açmıştır. 2008 yılına göre 2009 yılında Fransa'nın ihracatı %21,9 gerilerken, ithalatı %22,2 oranında küçülmüştür. 2010 yılında ise Fransa'nın ihracatı ve ithalatı sırasıyla %10,2 ile %10,9 ile birbirine oldukça yakın oranlarda artmıştır. 2011 yılında ise genel ihracat %16,4 oranında artarken, genel ithalat %19,3 oranında artmıştır.

FRANSA'NIN GENEL DIŞ TİCARETİ				
Birim 1000 ABD \$				
YILLAR	İHRACAT	DEĞİŞİM %	İTHALAT	DEĞİŞİM %
2007	539.730.712	-	611.364.435	-
2008	594.504.995	10,1	695.004.283	13,7
2009	464.112.811	-21,9	540.502.283	-22,2
2010	511.651.043	10,2	599.171.506	10,9
2011	595.794.435	16,4	714.635.977	19,3

Kaynak: Trademap / ITC

En Çok İhraç Edilen Ürünler

2011 yılında Fransa'nın en fazla ihraç ettiği ürünler Fası 84 kapsamındaki nükleer reaktörler, kazanlar, makineler, Fası 87 kapsamındaki motorlu kara taşıtları, Fası 88'de yer alan hava ve uzay taşıtları ile bunların aksam ve parçaları, Fası 85 kapsamındaki elektrikli makine ve cihazlar ile Fası 30 kapsamındaki eczacılık ürünleridir. Söz konusu ürünlere ilişkin rakamsal bilgiler aşağıdaki tabloda verilmektedir.

FRANSA'NIN EN ÇOK İHRAC ETTİĞİ ÜRÜNLER			
İLK 5 ÜRÜN GRUBU / 2011			
<i>Birim: 1.000 \$</i>			
FASIL NO	TANIM	DEĞER \$	PAY %
84	NÜKLEER REAKTÖRLER, KAZANLAR, MAKİNALAR	67.189.501	11,3
87	MOTORLU KARA TAŞITLARI	53.459.768	9,0
88	HAVA TAŞITLARI, UZAY TAŞITLARI	49.739.393	8,3
85	ELEKTRİKLİ MAKİNA VE CİHAZLAR	48.013.095	8,1
30	ECZACILIK ÜRÜNLERİ	32.827.861	5,5
	TOPLAM	595.794.435	100,0
<i>Kaynak: Trademap / ITC</i>			

En Çok İthal Edilen Ürünler

Fransa'nın en çok ithal ettiği ürünlerin başında Fası 27 kapsamındaki mineral yakıtlar gelmektedir. Fası 84 kapsamındaki nükleer reaktörler, kazanlar, makineler, Fası 87 kapsamındaki motorlu kara taşıtları, Fası 85'de yer alan elektrikli makine ve cihazlar, ile Fası 88'de yer alan hava taşıtları, uzay taşıtları diğer en fazla ithal edilen ürünler olarak sıralanmaktadır.

FRANSA'NIN EN ÇOK İTHAL ETTİĞİ ÜRÜNLER			
İLK 5 ÜRÜN GRUBU / 2011			
<i>Birim: 1.000 \$</i>			
FASIL NO	TANIM	DEĞER \$	PAY %
27	MİNERAL YAKITLAR, MİNERAL YAĞLAR	114.408.424	16,0
84	NÜKLEER REAKTÖRLER, KAZANLAR, MAKİNALAR	76.145.023	10,7
87	MOTORLU KARA TAŞITLARI	64.755.795	9,1
85	ELEKTRİKLİ MAKİNA VE CİHAZLAR	60.857.028	8,5
88	HAVA TAŞITLARI, UZAY TAŞITLARI	27.538.107	3,9
	TOPLAM	714.635.977	100,0
<i>Kaynak: Trademap / ITC</i>			

En Çok İhracat Yapılan Ülkeler

2011 yılı itibariyle Fransa'nın en çok ihracat gerçekleştirdiği ülke Almanya'dır. Anılan dönemde Almanya'ya 97,5 milyar dolarlık ihracat yapılmışken İtalya, İspanya, Belçika ve İngiltere Fransa'nın ihracatının yoğunluklu olarak yöneldiği diğer ülkelerdir.

Fransa'nın en çok ihracat yaptığı ilk 20 ülkeye toplam ihracatın % 75,6'sı yönelmiş durumdadır.

Türkiye Fransa'nın en fazla ihracat yaptığı 12. ülkedir. 2011 yılında bu ülkeden Türkiye'ye 9,3 milyar dolar değerinde ihracat gerçekleştirilmiştir.

En fazla ihracat yapılan 20 ülkeye ilişkin veriler aşağıdaki tabloda görülebilir.

FRANSA'NIN EN ÇOK İHRACAT YAPTIĞI ÜLKELER				
Birim:1000 \$				
	2010	2011	DEĞİŞİM %	PAY %
ALMANYA	82.988.674	97.531.845	17,5	16,4
İTALYA	41.337.649	47.950.578	16,0	8,0
İSPANYA	37.979.640	43.347.425	14,1	7,3
BELÇİKA	38.471.537	43.270.009	12,5	7,3
İNGİLTERE	34.343.828	39.009.638	13,6	6,5
A.B.D	29.230.606	32.233.799	10,3	5,4
HOLLANDA	21.333.764	25.381.344	19,0	4,3
ÇİN	14.551.262	18.673.478	28,3	3,1
İSVİÇRE	15.054.310	18.179.974	20,8	3,1
RUSYA	8.319.019	10.353.821	24,5	1,7
POLONYA	7.849.806	9.534.977	21,5	1,6
TÜRKİYE	8.303.271	9.338.587	12,5	1,6
JAPONYA	7.793.299	9.020.503	15,7	1,5
CEZAYİR	6.933.296	8.004.811	15,5	1,3
İSVEÇ	6.694.274	7.921.410	18,3	1,3
SİNGAPUR	6.662.972	7.129.048	7,0	1,2
HONG KONG	5.578.555	6.103.152	9,4	1,0
FAS	5.281.155	5.965.214	13,0	1,0
G.KORE	4.252.815	5.831.503	37,1	1,0
PORTEKİZ	5.547.469	5.668.380	2,2	1,0
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	388.507.201	450.449.496	15,9	75,6
DÜNYA TOPLAMI	511.651.043	595.794.435	16,4	100,0

Kaynak: Trademap / ITC

En Çok İthalat Yapılan Ülkeler

2011 yılında Fransa'nın en çok ithalat gerçekleştirdiği ülkelerin başında, 133,5 milyar dolarlık ithalat ile Almanya gelmektedir. Belçika, İtalya, Hollanda ve İspanya bu ülkeyi takip etmektedir.

Türkiye, Fransa'nın en fazla ithalat yaptığı 17. ülke olarak sıralanmaktadır. 2011 yılında Türkiye'den 7,1 milyar dolarlık ithalat gerçekleştirilmiş olup Fransa'nın Türkiye'den yaptığı ithalat 2010 yılına kıyasla %0,3 oranında azalmıştır.

Fransa'nın en fazla ithalat yaptığı 20 ülkeye ait veriler, aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

FRANSA'NIN EN ÇOK İTHALAT YAPTIĞI ÜLKELER				
Birim:1.000 \$				
	2010	2011	DEĞİŞİM %	PAY %
ALMANYA	103.433.888	133.487.551	29,1	18,7
BELÇİKA	46.993.292	79.219.471	68,6	11,1
İTALYA	44.971.003	53.888.981	19,8	7,5
HOLLANDA	25.188.401	52.841.812	109,8	7,4
İSPANYA	37.184.798	46.370.341	24,7	6,5
İNGİLTERE	25.974.017	35.727.023	37,5	5,0
ÇİN	48.872.682	34.332.950	-29,8	4,8
A.B.D	35.234.556	30.296.497	-14,0	4,2
İSVİÇRE	14.600.135	18.494.225	26,7	2,6
RUSYA	16.136.083	18.452.677	14,4	2,6
POLONYA	9.124.190	11.302.537	23,9	1,6
İSVEÇ	7.474.162	8.815.965	18,0	1,2
ÇEK CUMHURİYETİ	6.640.401	8.591.011	29,4	1,2
İRLANDA	7.745.398	8.470.339	9,4	1,2
JAPONYA	11.719.338	7.812.777	-33,3	1,1
AVUSTURYA	5.876.263	7.227.711	23,0	1,0
TÜRKİYE	7.159.650	7.136.584	-0,3	1,0
KAZAKİSTAN	4.246.123	7.124.898	67,8	1,0
PORTEKİZ	5.579.444	6.672.351	19,6	0,9
NORVEÇ	6.490.585	6.523.660	0,5	0,9
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	470.644.409	582.789.361	23,8	81,6
DÜNYA TOPLAMI	599.171.506	714.635.977	19,3	100,0

Kaynak: Trademap / ITC

III. FRANSA'NIN HAZIRGIYİM VE KONFEKSİYON DIŞ TİCARETİ

Fransa'nın Hazırgiyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti

2007-2011 yılları arası beş yıllık dönemde Fransa'nın hazırgiyim ve konfeksiyon dış ticareti incelendiğinde 2009 yılında hem ihracat hem de ithalatta azalış görülmektedir. 2010 yılında ihracat %0,9 oranında azalırken, ithalat %3,3 oranında artmıştır. 2011 yılında ise Fransa'nın hazırgiyim ve konfeksiyon ihracatı %15,3 oranında artarken, hazırgiyim ve konfeksiyon ithalatı %15,8 oranında artmıştır.

Değer olarak 2011 yılı sonunda Fransa'nın hazırgiyim ve konfeksiyon ihracatı 11,5 milyar dolar, ithalatı ise 26,3 milyar dolar olmuştur.

FRANSA'NIN HAZIRGIYİM VE KONFEKSİYON DIŞ TİCARETİ				
Birim 1000 ABD \$				
YILLAR	İHRACAT	DEĞİŞİM %	İTHALAT	DEĞİŞİM %
2007	10.869.473	-	22.079.472	-
2008	11.674.140	7,4	24.381.520	10,4
2009	10.060.667	-13,8	21.959.541	-9,9
2010	9.971.058	-0,9	22.685.907	3,3
2011	11.495.594	15,3	26.274.328	15,8

Kaynak: Trademap / ITC

Fransa'nın En Çok Hazırgiyim ve Konfeksiyon İthalatı Yaptığı Ülkeler

2011 yılı itibariyle Fransa'nın en fazla hazırgiyim ve konfeksiyon ithal ettiği ilk 10 ülke Çin, Belçika, İtalya, Almanya, Bangladeş, İspanya, Tunus, Hindistan, Türkiye ve Hollanda olarak sıralanmaktadır.

Tablodan da görüleceği üzere Türkiye Fransa'nın en çok hazırgiyim ve konfeksiyon ithal ettiği dokuzuncu ülke konumundadır. Türkiye, Fransa hazırgiyim ve konfeksiyon pazarından % 3,9 oranında pay almaktadır.

FRANSA'NIN EN ÇOK HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI YAPTIĞI ÜLKELER				
Birim:1000 \$				
	2010	2011	DEĞİŞİM %	PAY %
ÇİN	7.606.475	6.141.786	-19,3	23,4
BELÇİKA	620.328	3.362.634	442,1	12,8
İTALYA	1.905.321	2.326.888	22,1	8,9
ALMANYA	625.637	1.896.364	203,1	7,2
BANGLADEŞ	1.423.225	1.364.526	-4,1	5,2
İSPANYA	295.652	1.287.117	335,3	4,9
TUNUS	1.255.769	1.223.252	-2,6	4,7
HİNDİSTAN	1.211.699	1.144.084	-5,6	4,4
TÜRKİYE	1.442.331	1.035.441	-28,2	3,9
HOLLANDA	228.848	983.602	329,8	3,7
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	16.615.285	20.765.694	25,0	79,0
DÜNYA TOPLAMI	22.685.907	26.274.328	15,8	100,0

Kaynak: Trademap / ITC

Fransa'nın En Çok İthal Ettiği Hazırgiyim ve Konfeksiyon Ürünleri

2011 yılında Fransa'nın ithal ettiği hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri incelendiğinde, dünyadan en fazla 6204 G.T.İ.P başlıklı kadınlar ve kız çocukları için dokuma kumaştan takım elbiseler, takımlar, ceketler, blazerler, etekler, pantolonlar ithal ettiği tespiti yapılmıştır. En çok ithal ettiği diğer ürünler olarak kazaklar ve süveterler, erkekler ve erkek çocukları için takım elbiseler, erkek ve erkek çocuklar için dokuma pantolon, ceket ve takım elbiseler, tişörtler ve fanilalar ile kadınlar ve kız çocukları için örme takım elbiseler, takımlar, ceketler, blazerler, etekler, pantolonlar olarak sıralanmaktadır.

FRANSA'NIN EN ÇOK İTHAL ETTİĞİ HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON ÜRÜNLERİ			
2011			
Birim 1000 \$			
DÖRTLÜ GTİP NO	TANIM	DEĞER \$	PAY
6204	KADINLAR VE KIZ ÇOCUKLAR İÇİN TAKIM ELBİSELER, TAKIMLAR, CEKETLER, BLAZERLER, ELBİSELER, ETEKLER, PANTOLON ETEKLER, PANTOLONLAR, ASKILI VE ÜST ÖN PARÇALI TULUMLAR, KISA PANTOLONLAR VE ŞORTLAR (YÜZME KIYAFETLERİ HARİÇ):	3.364.970	12,8
'6110	KAZAKLAR, SÜVETERLER, HIRKALAR, YELEKLER VE BENZERİ EŞYA (ÖRME) :	3.183.117	12,1
6203	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUKLAR İÇİN TAKIM ELBİSELER, TAKIMLAR, CEKETLER, BLAZERLER, PANTOLONLAR, ASKILI VE ÜST ÖN PARÇALI TULUMLAR, KISA PANTOLONLAR VE ŞORTLAR (YÜZME KIYAFETİ HARİÇ) :	2.266.390	8,6
6109	TİŞÖRTLER, FANİLALAR, ATLETLER, KAŞKORSELER VE DİĞER İÇ GIYIM EŞYASI (ÖRME) :	2.251.507	8,6
'6104	KADINLAR VE KIZ ÇOCUKLAR İÇİN TAKIM ELBİSELER, TAKIMLAR, CEKETLER, BLAZERLER, ELBİSELER, ETEKLER, PANTOLON ETEKLER, PANTOLONLAR, ASKILI VE ÜST ÖN PARÇALI TULUMLAR, KISA PANTOLONLAR VE ŞORTLAR (ÖRME) (YÜZME KIYAFETLERİ HARİÇ):	1.176.092	4,5
	FRANSA'NIN TOPLAM KONFEKSİYON İTHALATI	26.274.328	100,0

Kaynak: ITC - Trademap

Fransa'nın Tekstil Dış Ticareti

2009 yılında %24,8 oranında azalan Fransa tekstil ihracatı, 2010 yılında yükselişe geçerek %2,5 oranında artışla 4,9 milyar dolar olmuştur. 2011 yılında ise Fransa'nın tekstil ihracatı %11,6 oranında artarak 5,5 milyar dolara ulaşmıştır. Fransa'nın tekstil ithalatı ise 2011 yılında bir önceki yıla kıyasla %16,6 oranında artarak 5,6 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

FRANSA'NIN TEKSTİL DIŞ TİCARETİ				
Birim 1000 ABD \$				
YILLAR	İHRACAT	DEĞİŞİM %	İTHALAT	DEĞİŞİM %
2007	6.685.819	-	6.188.873	-
2008	6.336.453	-5,2	5.992.654	-3,2
2009	4.767.872	-24,8	4.491.287	-25,1
2010	4.888.315	2,5	4.829.121	7,5
2011	5.453.563	11,6	5.632.939	16,6

Kaynak: Trademap / ITC

IV. TÜRKİYE – FRANSA DIŞ TİCARET İLİŞKİLERİ

Türkiye - Fransa Genel Dış Ticareti

Fransa, Türkiye'nin en fazla ticari ilişkide bulunduğu AB ülkelerinden biridir. İki ülke arasındaki genel dış ticaret hacmi (genel ihracat + ithalat) 2011 yılında 16 milyar dolar düzeyinde olmuş; 2012 yılının Ocak-Mart döneminde ise 3,8 milyar doları geçmiştir. 2012 yılının Ocak-Mart dönemi itibarıyla Fransa, Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı 5. ülke ve en fazla ithalat yaptığı 7. ülkedir. İki ülke arasındaki ticaret, Fransa lehine gelişim göstermektedir.

2011 yılında 134,9 milyar dolar değerinde gerçekleşen Türkiye genel ihracatında, Fransa'nın 6,8 milyar dolar ile %5'lik bir payı bulunmaktadır. 2011 yılında Türkiye'nin genel ihracatı 2010 yılına kıyasla %18,4 oranında artarken, Fransa'ya ihracat %12,4 oranında artmıştır. Bu durumda Fransa'nın Türkiye genel ihracatından aldığı pay, 2010 yılında %5,3 iken, 2011 yılında %5'e düşmüştür.

2012 yılının Ocak-Mart döneminde, Türkiye genel ihracatı 2011 yılının ilk üç ayına kıyasla %12,6 oranında artışla 35,4 milyar dolar olmuş, Fransa'ya ihracat ise %3,7 oranında düşüşle 1,6 milyar dolara gerilemiştir. Genel ihracatta yaşanan artışa karşılık Fransa'ya ihracatta yaşanan düşüş, bu ülkenin Türkiye'nin genel ihracatındaki payının %4,5'e gerilemesine yol açmıştır. Fransa, Türkiye'nin ihracat yaptığı 227 ülke içerisinde Almanya, Irak, İngiltere ve İtalya'nın ardından beşinci sıradadır.

İthalat söz konusu olduğunda, 2011 yılında 240,8 milyar dolar değerinde olan Türkiye genel ithalatında, Fransa'dan yapılan 9,2 milyar dolarlık ithalatın payı, %3,8 olarak hesaplanmaktadır. 2011 yılında 2010 yılına kıyasla Fransa'dan ithalatın artış oranı %12,9'dur ki; bu oran %29,8 olan genel ithalat artışının altında kalmıştır. Bu durumda da Fransa'dan yapılan ithalatın Türkiye'nin genel ithalatındaki payı azalmıştır.

2012 yılının Ocak-Mart döneminde ise, Türkiye'nin Fransa'dan genel ithalatı 2011 yılının eş dönemine kıyasla %1,5 oranında azalmış ve 2,2 milyar dolar olmuştur. İlk üç aylık dönemde Türkiye'nin genel ithalatında ise %0,7'lik azalma görülmüş, Fransa'dan ithalatın genel ithalattaki payı %4'e gerilemiştir. Bu pay, 2011 yılının Ocak-Mart döneminde %4,1 idi. Fransa, 2012 yılının Ocak-Mart döneminde Türkiye'nin ithalat yaptığı 226 ülke arasında Rusya Federasyonu, Çin, Almanya, İran, ABD ve İtalya'nın ardından 7. sırada yer almaktadır.

2011 yılında yaklaşık 16 milyar dolar olan Türkiye-Fransa dış ticaret hacminin 1,3 milyar ile %8'lik kısmını hazır giyim ve konfeksiyon dış ticareti oluşturmaktadır.

Türkiye'nin Fransa ile dış ticaretini, hazır giyim ve konfeksiyon ticaretiyle birlikte değerlendiren bir tablo, aşağıda yer almaktadır.

TÜRKİYE - FRANSA TİCARİ İLİŞKİLERİ						
Birim: \$						
	2010	2011	DEĞİŞİM	2011	2012	DEĞİŞİM
	YILLIK	YILLIK	%	OCAK - MART	OCAK - MART	%
FRANSA'YA İHRACAT	6.054.499.243	6.805.899.479	12,4	1.645.247.801	1.583.808.167	-3,7
TÜRKİYE GENEL İHRACAT	113.979.451.826	134.915.251.953	18,4	31.420.455.466	35.366.693.115	12,6
FRANSA'NIN PAYI %	5,3	5,0		5,2	4,5	
FRANSA'DAN İTHALAT	8.176.599.761	9.229.545.366	12,9	2.273.214.705	2.240.093.825	-1,5
TÜRKİYE GENEL İTHALAT	185.541.036.698	240.838.853.376	29,8	56.068.330.253	55.690.726.314	-0,7
FRANSA'NIN PAYI %	4,4	3,8		4,1	4,0	
FRANSA'YA HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI	1.162.014.577	1.252.485.445	7,8	323.307.175	278.533.973	-13,8
TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI	12.854.444.401	14.203.999.262	10,5	3.884.476.956	3.910.663.514	0,7
FRANSA'NIN PAYI %	9,0	8,8		8,3	7,1	
FRANSA'DAN HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI	20.645.033	23.860.760	15,6	6.616.480	4.863.973	-26,5
TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI	2.016.595.151	2.696.131.771	33,7	783.184.255	621.901.063	-20,6
FRANSA'NIN PAYI %	1,0	0,9		0,8	0,8	

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Mayıs 2012

Türkiye'nin Fransa'ya genel ihracatı, 2001 yılından 2011 yılına kadar yıllık bazda %3,7 ile %32,4 arasında değişen oranlarda artmış, 2009 yılında küresel ekonomik krizin etkisi ile %6,2 oranında azalmış, 2010 yılında da %2,5 ile düşüş devam etmiştir. 2001 yılında 1,9 milyar dolar olan ihracat, 2011 yılında üç katından fazla artarak 6,8 milyar dolara yükselmiştir. Türkiye'den Fransa'ya 2012 yılının Ocak-Mart döneminde ise 2011 yılının eş dönemine kıyasla %3,7 oranında düşüşle, 1,6 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirilmiştir.

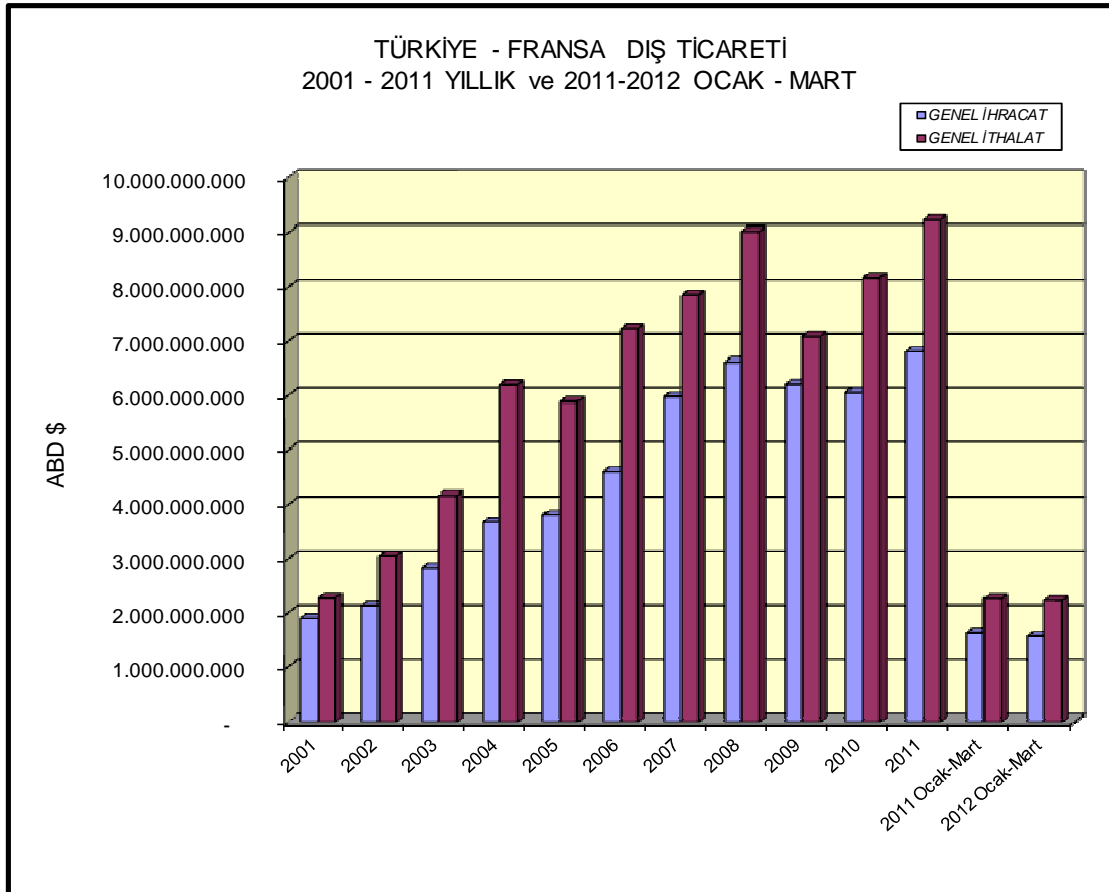
2001 yılından 2011 yılına kadarki son on bir yıl içerisinde Türkiye'den Fransa'ya yapılan ihracatın yıllık ortalama artış oranı %14,4 olarak hesaplanmaktadır. Yıllık artışlara bakıldığında Fransa'ya ihracatta 2003 yılı %32,4 ile en yüksek ihracat artışının görüldüğü yıl olmuştur. 2004 ve 2007 yıllarındaki %29,8 oranında artışlar da, diğer yüksek oranlı artışlar olarak dikkat çekmektedir.

2001 yılından 2012 yılının Mart ayı sonuna kadar olan süreçte, Türkiye ile Fransa arasında dış ticarete ilişkin veriler, aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

TÜRKİYE - FRANSA DIŞ TİCARETİ

Birim: \$				
YILLAR	GENEL İHRACAT	YILLIK DEĞİŞİM (%)	GENEL İTHALAT	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2001	1.895.290.371	-	2.283.939.322	-
2002	2.134.575.384	12,6	3.052.706.492	33,7
2003	2.826.140.554	32,4	4.164.120.125	36,4
2004	3.668.417.719	29,8	6.201.348.126	48,9
2005	3.805.760.031	3,7	5.887.816.578	-5,1
2006	4.604.349.258	21,0	7.239.952.633	23,0
2007	5.974.462.389	29,8	7.849.708.540	8,4
2008	6.617.511.162	10,8	9.022.015.247	14,9
2009	6.208.800.845	-6,2	7.091.795.276	-21,4
2010	6.054.499.243	-2,5	8.176.599.761	15,3
2011	6.805.899.479	12,4	9.229.545.366	12,9
2011 Ocak-Mart	1.645.247.801		2.273.214.705	
2012 Ocak-Mart	1.583.808.167	-3,7	2.240.093.825	-1,5

Kaynak Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Mayıs 2012



Diğer yandan, 2001 yılında 2,3 milyar dolar olan Fransa'dan ithalatın değeri, 2011 yılı sonu itibariyle yaklaşık dört kat artarak 9,2 milyar dolara yükselmiştir. Yıllar itibariyle ithalatta, 2005 yılında %5,1'lik ve 2009 yılında %21,4'lük düşüşler, diğer yıllarda ise %8,4 ile %48,9 arasında değişen oranlarda artışlar görülmektedir. 2002, 2003 ve 2004 yıllarında Fransa'dan ithalatta %30'un üzerinde nispeten yüksek oranlarla artış olmuştur. 2012 Ocak-Mart dönemindeki ise Türkiye'nin Fransa'dan ithalatı %1,5 oranında azalarak 2,2 milyar dolar düzeyinde olmuştur. Fransa'dan ithalatın 2001-2011 yılları arasında hesaplanan yıllık ortalama artış oranı %16,7 düzeyindedir. Bu oran, yıllık ortalama ihracat artış oranından (%14,4) yüksek olup, iki ülke arasındaki ticaret Fransa lehine gelişmeye devam etmektedir.

Türkiye'nin Fransa'ya ihracatı tüm maddeler itibariyle incelendiğinde, 2012 Ocak-Mart döneminde en fazla ihraç edilen mamullerin başında 87 03 GTİP başlıklı binek otomobillerin geldiği görülmektedir. 87 04 GTİP başlıklı eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar, 87 08 GTİP başlıklı kara taşıtları için aksam ve parçalar, 85 28 GTİP başlıklı monitörler, projektörler ve televizyon alıcı cihazları ile 61 09 GTİP başlıklı örme t-shirt, fanila, diğer iç giyim eşyası, diğer önde gelen ihracat kalemlerindedir.

Fransa'ya en fazla ihraç edilen ilk yirmi ürün grubunun sekizi, hazır giyim ve konfeksiyon mamulleridir.

İki ülke arasındaki genel ticaret, ithal edilen ürünler detayında incelendiğinde ise, 88 02 GTİP başlıklı diğer hava taşıtları ve uzay araçları, 87 08 GTİP başlıklı kara taşıtları için aksam ve parçalar, 87 03 GTİP başlıklı binek otomobiller, 27 10 GTİP başlıklı petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar ve 30 04 GTİP başlıklı tedavide/korunmada kullanılmak üzere hazırlanan dozlandırılmış ilaçlar, 2012 Ocak-Mart döneminde en fazla ithal edilen ürünler olarak görülmektedir.

Türkiye'nin Fransa'ya en fazla ihraç ettiği mamuller ile bu ülkeden en fazla ithal ettiği ürünlerin birer listesi aşağıda yer almaktadır.

TÜRKİYE'DEN FRANSA'YA GENEL İHRACAT					
EN FAZLA İHRAÇ EDİLEN İLK 20 ÜRÜN					
Birim: ABD \$					
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2011	2012	2011 / 2012	TOPLAMDA
		OCAK - MART	OCAK - MART	DEĞİŞİM %	PAY %
8703	BİNEK OTOMOBİLLERİ VE ESAS İTİBARIYLA İNSAN TAŞIMAK ÜZERE İMAL EDİLMİŞ DİĞER MOTORLU TAŞITLAR (YARIŞ)	299.455.348	241.891.822	- 19	15,3
8704	EŞYA TAŞIMAYA MAHSUS MOTORLU TAŞITLAR	137.802.692	103.153.387	- 25	6,5
8708	KARAYOLU TAŞITLARI İÇİN AKSAM, PARÇA VE AKSESUARLAR	78.922.868	93.953.926	19	5,9
8528	MONİTÖRLER VE PROJKTÖRLER, TELEVİZYON ALICI CİHAZLARI	59.291.896	78.361.878	32	4,9
6109	TİŞÖRTLER, FANİLALAR, ATLETLER, KAŞKORSELER VE DİĞER İÇ GİYİM EŞYASI (ÖRME)	63.224.111	57.713.009	- 9	3,6
0802	DİĞER KABUKLU MEYVELER (TAZE/KURUTULMUŞ) (KABUĞU ÇIKARILMIŞ/SOYULMUŞ)	30.108.021	45.609.907	51	2,9
8418	BUZDOLAPLARI, DONDURUCULAR VE DİĞER SOĞUTUCU VE DONDURUCU CİHAZLAR VE ISI POMPALARI	39.591.187	44.581.048	13	2,8
8702	10 VEYA DAHA FAZLA KİŞİ TAŞIMAYA MAHSUS (ŞÜRÜCÜ DAHİL) MOTORLU TAŞITLAR	39.709.644	38.705.158	- 3	2,4
6204	KADINLAR VE KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, ELBİSE, ETEK, PANTOLON ETEK, VB.(YÜZM)	34.000.937	32.282.693	- 5	2,0
6110	KAZAK, SÜVETER, HIRKA, YELEK VB. EŞYA (ÖRME)	27.878.499	26.746.159	- 4	1,7
6302	YATAK ÇARŞAFI, MASA ÖRTÜLERİ, TUVALET VE MUTFAK BEZLERİ	32.575.759	25.048.946	- 23	1,6
6205	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUKLAR İÇİN GÖMLEKLER	19.821.306	19.558.018	- 1	1,2
8536	GERİLİMİ 1000 VOLTU GEÇMEYEN ELEKTRİK DEVRESİ TEÇHİZATI (ANAHTARLAR, RÖLELER, SİGORTALAR, FIŞLER, KU	3.769.576	18.986.049	404	1,2
8516	ELEKTRİKLİ SU ISITICILARI, ELEKTROTERMİK CİHAZLAR, ORTAM ISITICILARI, SAÇ VE EL KURUTUCULARI, ÜTÜLER	17.692.932	18.113.585	2	1,1
6115	KÜLOTLU ÇORAPLAR, TAYTLAR, KISA VE UZUN KONÇLU ÇORAPLAR, SOKETLER (VARİS ÇORAPLARI DAHİL) VE PATİK ÇO	28.006.106	17.768.947	- 37	1,1
4011	KAUÇUKTAN YENİ DİŞ LASTİKLER	15.643.639	17.577.121	12	1,1
8511	MOTÖRLERDE KULLANILAN ELEKTRİKLİ ATEŞLEME VEYA HAREKET ETTİRME TERTİBAT VE CİHAZLARI (ATEŞLEME-DİN	4.741.724	17.473.645	269	1,1
8422	BULAŞIK, ŞİŞE VB YIKAMA VE KURUTMA MAKİNALARI, ŞİŞE, KUTU ÇUVAL VB DOLDURMA, ETİKETLEME MAKİNALARI,	13.102.798	16.853.525	29	1,1
6203	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, PANTOLON, TULUM VE ŞORT (YÜZME KİY	16.655.115	16.483.768	- 1	1,0
6104	KADIN VE KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, ETEK, PANTOLON, TULUM VE ŞORT (ÖRME)(YÜZ	15.828.382	16.026.496	1	1,0
	İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI	977.822.540	946.889.087	- 3	59,8
	FRANSA'YA GENEL İHRACAT	1.645.247.801	1.583.808.167	- 4	100,0
	İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %	59	60		

Kaynak Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Mayıs 2012

TÜRKİYE'NİN FRANSA'DAN GENEL İTHALATI					
EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK 20 ÜRÜN					
Birim:ABD \$					
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2011 OCAK - MART	2012 OCAK - MART	2011 / 2012 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
8802	HELİKOPTERLER, UÇAKLAR VB; UZAY ARAÇLARI (UYDULAR DAHİL), UZAY ARAÇLARINI FIRLATICI ARAÇLAR VE YÖRÜN	138.699.446	245.251.852	77	10,9
8708	KARAYOLU TAŞITLARI İÇİN AKSAM, PARÇA VE AKSESUARLAR	237.477.310	186.552.824	- 21	8,3
8703	BİNEK OTOMOBİLLERİ VE ESAS İTİBARIYLA İNSAN TAŞIMAK ÜZERE İMAL EDİLMİŞ DİĞER MOTORLU TAŞITLAR (YARIŞ)	150.820.477	101.757.465	- 33	4,5
2710	PETROL YAĞLARI VE BİTÜMENLİ MINERALLERDEN ELDE EDİLEN YAĞLAR	5.008.629	81.672.779	1.531	3,6
3004	TEDAVIDE VEYA KORUNMADA KULLANILMAK ÜZERE HAZIRLANAN İLAÇLAR (DOZLANDIRILMIŞ)	93.725.292	74.533.408	- 20	3,3
7225	DİĞER ALAŞIMLI ÇELIKTEN YASSI HADDE MAMULLERİ (GENİŞLİĞİ 600 MM.VEYA DAHA FAZLA)	63.559.090	66.889.546	5	3,0
7204	DÖKME DEMİRİN, DEMİRİN VEYA ÇELİĞİN DÖKÜNTÜ VE HURDALARI VEYA BUNLARIN ERİTİLMESİ İLE ELDE DİLMİŞ KÜ	26.677.472	62.169.702	133	2,8
8704	EŞYA TAŞIMAYA MAHSUS MOTORLU TAŞITLAR	40.513.002	50.457.142	25	2,3
7208	DEMİR VEYA ALAŞIMSIZ ÇELIKTEN YASSI HADDE ÜRÜNLERİ (GENİŞLİK >= 600 MM) (SICAK HADDELENMİŞ) (KAPLANM)	28.649.786	48.794.579	70	2,2
0102	CANLI BÜYÜKBAŞ HAYVANLAR (AT, EŞEK, KATIR VE BARDOLAR HARİÇ)		46.905.338	#DIV/0!	2,1
9032	OTOMATİK KONTROL VE AYAR ALET VE CİHAZLARI	53.548.288	46.746.035	- 13	2,1
8407	KIVILCIM İLE ATEŞLEMELİ İÇTEN YANMALI DOĞRUSAL VEYA DÖNER PİSTONLU MOTORLAR (PATLAMALI MOTOR)	44.901.240	33.916.520	- 24	1,5
8536	GERİLİMİ 1000 VOLTU GEÇMEYEN ELEKTRİK DEVRESİ TEÇHİZATI (ANAHTARLAR, RÖLELER, SİGORTALAR, FİŞLER, KU	32.122.301	28.169.203	- 12	1,3
8409	SADECE VEYA ESAS İTİBARIYLA 84.07 VEYA 84.08 POZİSYONLARINDAKİ MOTORLARIN AKSAM VE PARÇALARI	43.827.670	27.471.410	- 37,32	1,2
8413	SIVILAR İÇİN POMPALAR (ÖLÇÜ TERTİBATI OLSUN OLMASIN) VE SIVI ELEVATÖRLERİ	20.550.782	26.191.519	-	1,2
3808	HAŞARAT ÖLDÜRÜCÜ, DEZENFEKTE EDİCİ, ZARARLILARI YOK EDİCİ,SÜRGÜNLERİ ÖNLEYİCİ, BİTKİLERİN BÜYÜMESİNİ	20.127.073	23.856.041	19	1,1
3901	ETİLEN POLİMERLERİ (İLK ŞEKİLLERDE)	19.119.395	23.751.278	24	1,1
8421	SANTRİFÜJLER; SIVILARIN VEYA GAZLARIN FİTRE EDİLMESİNE VEYA ARITILMASINA MAHSUS MAKİNA VE CİHAZLAR	29.764.012	21.089.643	- 29	0,9
3811	VURUNTUYU ÖNLEYİCİ, OKSİDASYONU DURDURUCU MÜSTAHZARLAR, PEPTİZAN KATKILAR, AŞINMAYI ÖNLEYİCİ KATKILA	21.698.767	19.928.416	- 8	0,9
3904	VİNİL KLÖRÜR VEYA DİĞER HALOJENLENMİŞ OLEFİNLERİN POLİMERLERİ (İLK ŞEKİLLERDE)	27.280.084	19.836.966	- 27	0,9
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		1.098.070.116	1.235.941.666	13	55,2
FRANSA'DAN GENEL İTHALAT		2.273.214.705	2.240.093.825	- 1	100,0
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		48	55		

Kaynak Ekonomi Bakanlığı, Bilgi Sistemi / Mayıs 2012

Türkiye'nin Genel Ticaretinde Fransa'nın Yeri

2012 yılının Ocak-Mart döneminde Türkiye'den dünyanın dört bir yanında 226 ülkeye 35,4 milyar dolarlık ihracat ve 210 ülkeden 55,7 milyar dolarlık ithalat yapılmıştır. Fransa en fazla ihracat yapılan ülkeler sıralamasında Almanya, Irak, İngiltere ve İtalya'nın ardından beşinci sıradadır.

Fransa'ya 2012 Ocak-Mart döneminde %3,7 düşüşle 1,6 milyar dolarlık ihracat yapılmıştır. Bu ülkenin Türkiye genel ihracatından aldığı pay %4,5'dir.

İthalat boyutunda ise, Fransa, Rusya Federasyonu, Çin Halk Cumhuriyeti, Almanya, İran, ABD ve İtalya'nın ardından yedinci büyük tedarikçi ülkedir. 2012 Ocak-Mart döneminde Fransa'dan yapılan ithalat %1,5 oranında düşüşle 2,3 milyar dolardan 2,2 milyar dolara gerilemiştir. Genel ithalatta Fransa'dan yapılan ithalatın payı %4 düzeyindedir.

Fransa'nın Türkiye genel ihracatında ve ithalatında yerini gösteren tablolar aşağıda verilmektedir.

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA İHRACAT YAPTIĞI ÜLKELER				
Birim: ABD \$				
ÜLKELER	2011 OCAK - MART	2012 OCAK - MART	2011 / 2012 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
ALMANYA	3.324.768.132	3.378.087.644	2	9,6
IRAK	1.760.634.165	2.479.947.614	41	7,0
İNGİLTERE	1.832.761.728	2.126.940.404	16	6,0
İTALYA	2.107.448.290	1.636.537.660	- 22	4,6
FRANSA	1.645.247.801	1.583.808.167	- 4	4,5
RUSYA FEDERASYONU	1.411.029.087	1.523.836.096	8	4,3
A.B.D.	1.111.060.544	1.461.674.660	32	4,1
İRAN	889.133.517	1.164.493.531	31	3,3
B.A.E.	1.012.417.634	1.067.407.121	5	3,0
İSPANYA	977.807.314	968.600.811	- 1	2,7
MISIR	496.329.283	917.862.910	85	2,6
HOLLANDA	762.827.455	873.395.007	14	2,5
SUUDİ ARABİSTAN	542.080.651	856.572.331	58	2,4
İSVİÇRE	352.221.333	664.714.296	89	1,9
BELÇİKA	643.615.564	627.546.806	- 2	1,8
ROMANYA	669.427.442	619.653.902	- 7	1,8
ÇİN	467.241.662	562.144.688	20	1,6
AZERBAYCAN	402.688.313	561.543.667	39	1,6
İSRAIL	579.125.713	555.851.053	- 4	1,6
LİBYA	264.321.144	526.297.970	99	1,5
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	21.252.186.772	24.156.916.338	14	68,3
TÜRKİYE'NİN TOPLAM İHRACATI	31.420.455.466	35.366.693.115	13	100,0
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	68	68		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Mayıs 2012

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA İTHALAT YAPTIĞI ÜLKELER

Birim: ABD \$				
ÜLKELER	2011 OCAK - MART	2012 OCAK - MART	2011 / 2012 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
RUSYA FEDERASYONU	5.771.040.426	6.094.630.000	6	10,9
ÇİN	5.008.071.791	5.052.938.129	1	9,1
ALMANYA	5.104.029.840	4.822.117.972	- 6	8,7
İRAN	2.421.715.234	3.691.475.672	52	6,6
A.B.D.	4.164.117.508	3.555.980.631	- 15	6,4
İTALYA	3.131.983.208	3.064.058.351	- 2	5,5
FRANSA	2.273.214.705	2.240.093.825	- 1	4,0
İSPANYA	1.464.290.464	1.400.129.705	- 4	2,5
HİNDİSTAN	1.410.815.638	1.360.206.790	- 4	2,4
İNGİLTERE	1.358.873.305	1.355.534.467	- 0	2,4
GÜNEY KORE	1.452.386.706	1.301.436.051	- 10	2,3
UKRAYNA	1.373.193.366	1.092.116.635	- 20	2,0
HOLLANDA	871.302.334	1.032.167.496	18	1,9
SUUDİ ARABİSTAN	830.975.556	913.629.200	10	1,6
BELÇİKA	989.909.541	866.014.092	- 13	1,6
JAPONYA	888.538.187	864.078.428	- 3	1,6
KAZAKİSTAN	955.678.972	832.533.942	- 13	1,5
POLONYA	871.010.093	754.588.660	- 13	1,4
ROMANYA	990.322.819	747.903.951	- 24	1,3
CEZAYİR	632.333.017	728.161.000	15	1,3
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	41.963.802.710	41.769.794.997	- 0	75,0
TÜRKİYE'NİN TOPLAM İTHALATI	56.068.330.253	55.690.726.314	- 1	100,0
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	75	75		

Kaynak Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Mayıs 2012

Türkiye'nin Hazırgiyim ve Konfeksiyon Ticaretinde Fransa'nın Yeri

Türkiye, 2010 yılına ilişkin olarak Dünya Ticaret Örgütü tarafından açıklanan istatistiklere göre, 352 milyar dolar tutarındaki dünya hazır giyim ve konfeksiyon ticaretinde %3,6'lık payı ile 5. en büyük tedarikçidir. Benzer şekilde, 251 milyar dolar değerinde dünya tekstil ticaretinde ise yine %3,6 payı ile 8. büyük tedarikçi durumundadır. Uluslararası pazarlarda en önemli tekstil ve konfeksiyon tedarikçilerinden biri olan Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyon ticareti açısından Fransa, "geleneksel" partnerlerden biridir.

Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon dış ticaretine ilişkin 2012 Ocak-Mart üç aylık verilere göre Fransa, Almanya, İngiltere ve İspanya'nın ardından en fazla ihracat yapılan 4.ülkedir. 2012 Ocak-Mart döneminde Fransa'ya yapılan hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı, 2011 Ocak-Mart dönemine kıyasla %13,8 oranında azalarak 278,5 milyon dolara gerilemiştir. Fransa'ya yapılan hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının Türkiye toplam hazır giyim ve konfeksiyon ihracatından aldığı pay %7,1'dir.

2012 Ocak-Mart döneminde Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında Fransa'nın konumunu gösteren tablo aşağıda verilmektedir.

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON				
İHRAC ETTİĞİ ÜLKELER				
<i>Birim: ABD \$</i>				
ÜLKELER	2011 OCAK - MART	2012 OCAK - MART	2011 / 2012 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
ALMANYA	1.017.444.754	888.656.572	- 13	22,7
İNGİLTERE	483.390.192	483.192.685	- 0	12,4
İSPANYA	301.211.975	337.895.165	12	8,6
FRANSA	323.307.175	278.533.973	- 14	7,1
HOLLANDA	214.691.064	208.617.350	- 3	5,3
İTALYA	221.626.347	203.897.407	- 8	5,2
DANİMARKA	129.602.930	120.617.230	- 7	3,1
A.B.D.	100.261.176	104.647.016	4	2,7
RUSYA FEDERASYONU	80.149.507	102.232.566	28	2,6
BELÇİKA	109.576.233	98.525.980	- 10	2,5
İRAK	53.231.291	85.758.232	61	2,2
İSVEÇ	86.338.587	73.362.109	- 15	1,9
POLONYA	30.499.383	58.976.687	93	1,5
SUUDİ ARABİSTAN	29.402.214	48.507.098	65	1,2
UKRAYNA	20.191.870	44.722.271	121	1,1
İSRAİL	35.876.818	42.635.945	19	1,1
İSVİÇRE	34.460.155	40.800.503	18	1,0
KAZAKİSTAN	26.976.246	37.635.226	40	1,0
ÇEK CUMHURİYETİ	36.664.275	35.647.216	- 3	0,9
CEZAYİR	15.171.288	34.648.968	128	0,9
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	3.350.073.480	3.329.510.199	- 1	85,1
TÜRKİYE'NİN TOPLAM KONFEKSİYON İHRACATI	3.884.476.956	3.910.663.514	1	100,0
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	86	85		

Kaynak Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Mayıs 2012

Fransa, hazır giyim ve konfeksiyon ticaretinde Türkiye için oldukça önemli bir pazar olmakla birlikte, belli miktarda hazır giyim ve konfeksiyon

ithalatının da yapıldığı bir ülkedir. 2012 Ocak-Mart döneminde Fransa'dan 4,9 milyon dolar değerinde hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı yapılmıştır.

İthalat 2011 Ocak-Mart dönemine kıyasla %26,5 oranında azalmıştır. En fazla ithalat yapılan ülkeler arasında Fransa yirminci sıradadır. Türkiye'nin toplam hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı içerisinde Fransa'dan yapılan ithalatın payı ise %0,8 düzeyindedir.

Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında, Fransa'nın yerini gösteren istatistikî tablo aşağıda verilmektedir.

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON				
İTHAL ETTİĞİ ÜLKELER				
<i>Birim: ABD \$</i>				
ÜLKELER	2011 OCAK - MART	2012 OCAK - MART	2011 / 2012 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
ÇİN	267.017.113	192.616.283	- 28	31,0
BANGLADEŞ	169.766.030	144.623.254	- 15	23,3
İTALYA	39.858.248	39.530.396	- 1	6,4
HİNDİSTAN	58.625.775	33.532.344	- 43	5,4
MISIR	13.905.510	20.831.929	50	3,3
VIETNAM SOSYALİST	24.680.598	15.434.047	- 37	2,5
İSPANYA	14.064.109	13.025.100	- 7	2,1
PAKİSTAN	24.850.979	12.176.124	- 51	2,0
ENDONEZYA	15.467.115	10.185.158	- 34	1,6
FAS	10.945.904	9.545.047	- 13	1,5
SRİ LANKA	25.739.968	9.395.165	- 63	1,5
ALMANYA	8.898.199	8.946.316	1	1,4
BULGARİSTAN	6.219.948	8.701.079	40	1,4
KAMBOÇYA	5.275.333	8.049.685	53	1,3
MERSİN SERBEST BÖ	5.698.542	7.601.506	33	1,2
GÜRCİSTAN	4.602.984	7.364.059	60	1,2
ROMANYA	6.195.858	7.081.469	14	1,1
PORTEKİZ	6.827.032	6.813.648	- 0	1,1
İNGİLTERE	5.127.279	5.764.830	12	0,9
FRANSA	6.616.480	4.863.973	- 26	0,8
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	720.383.004	566.081.412	- 21	91,0
TÜRKİYE'NİN TOPLAM KONFEKSİYON İTHALATI	783.184.255	621.901.063	- 21	100,0
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	92	91		

Kaynak Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Mayıs 2012

Türkiye – Fransa Hazırgiyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti

Türkiye’den Fransa’ya 2011 yılında 1,3 milyar dolarlık hazır giyim ve konfeksiyon mamulü ihraç edilmiş ve 23,9 milyon dolarlık da ithalat yapılmıştır. İhracat %7,8 oranında artarken, ithalat %15,6 oranında artmıştır. Fransa’nın Türkiye toplam hazır giyim ve konfeksiyon ihracatındaki payı %8,8, ithalatındaki payı ise %0,9’dur.

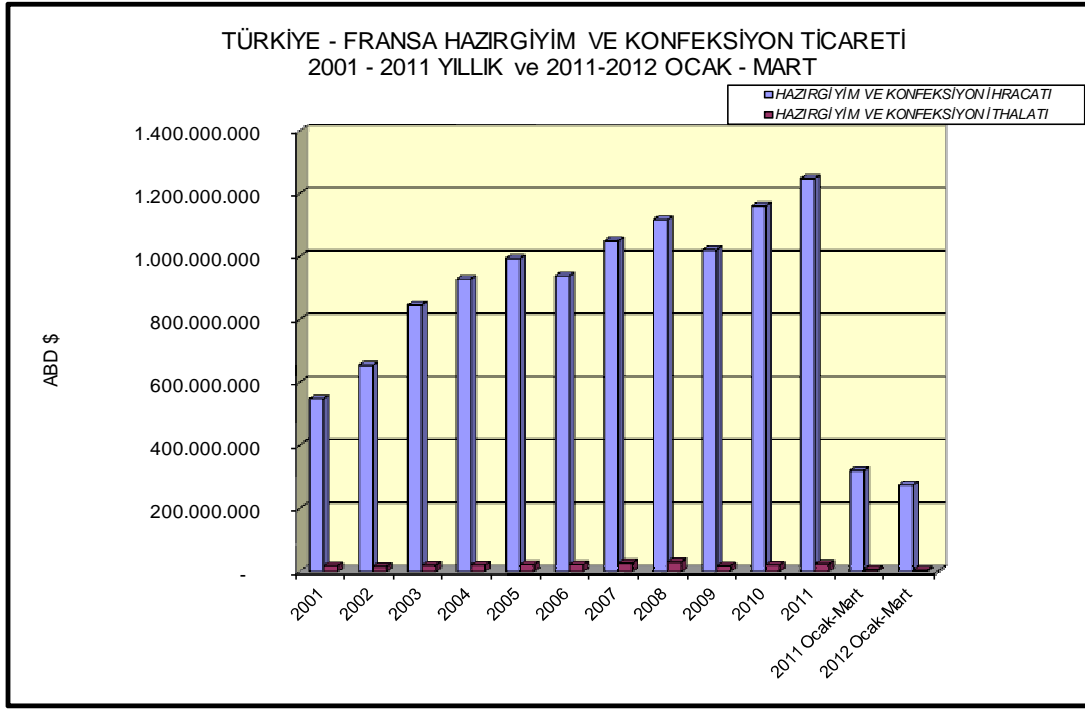
2012 Ocak-Mart üç aylık dönemde ise Fransa’ya 278,5 milyon dolarlık hazır giyim ve konfeksiyon ihraç edilmiş, 4,9 milyon dolarlık ithalat yapılmıştır. Fransa’nın bu dönemde Türkiye toplam ihracatındaki payı %7,1, ithalatındaki payı ise %0,8’dir.

2001 yılından 2011 yılına kadarki on bir yıllık süreçte, Türkiye’den Fransa’ya hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında, sadece 2006 yılında %5,5’lik ve 2009 yılında %8,8’lik düşüşler olmuş, diğer tüm yıllarda ise %6,3 ile %29,1 arasında değişen oranlarda artışlar kaydedilmiştir. Oransal olarak ihracat artışının en yüksek olduğu yıl %29,1’lik artışın görüldüğü 2003 yılıdır. 2010 yılında küresel ekonomik krizin etkilerinin hafiflemesi ile Fransa’ya hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında %13,7’lik artış olmuştur. 2001 yılından 2011 yılına yıllık ortalama ihracat artışı %9,1’dir. 2012 Ocak-Mart döneminde ise Türkiye’den Fransa’ya ihracat %13,8 oranında azalma göstermiş ve 278,5 milyon dolar olmuştur.

2001 yılından 2012 Mart ayı sonuna kadar Türkiye’nin Fransa ile hazır giyim ve konfeksiyon ticaretine ilişkin veriler, aşağıdaki tablodan izlenebilir.

TÜRKİYE - FRANSA HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON TİCARETİ				
Birim: \$				
YILLAR	HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)	HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2001	550.263.418	-	18.307.749	-
2002	658.832.905	19,7	15.979.425	-12,7
2003	850.328.499	29,1	20.328.718	27,2
2004	930.894.914	9,5	20.856.548	2,6
2005	995.339.789	6,9	22.282.803	6,8
2006	940.549.563	-5,5	21.973.055	-1,4
2007	1.053.967.139	12,1	26.282.527	19,6
2008	1.120.028.204	6,3	30.122.037	14,6
2009	1.021.637.106	-8,8	17.668.098	-41,3
2010	1.162.014.577	13,7	20.645.033	16,8
2011	1.252.485.445	7,8	23.860.760	15,6
2011 Ocak-Mart	323.307.175		6.616.480	
2012 Ocak-Mart	278.533.973	-13,8	4.863.973	-26,5

Kaynak Ekonomi Bakanlığı, Bilgi Sistemi / Mayıs 2012



Türkiye'nin hazırgiyim ve konfeksiyon ithalatı açısından bakıldığında Fransa en fazla ithalat yapılan 20. ülke pozisyonundadır. Fransa'dan hazırgiyim ve konfeksiyon ithalatı rakamsal olarak ihracata kıyasla oldukça küçük kalmaktadır. 2011 yılında %15,6 oranında artışla 23,9 milyon dolarlık ithalat yapılmış, Türkiye'nin hazırgiyim ve konfeksiyon ithalatında Fransa'nın payı %0,9 olmuştur. 2012 yılının Ocak-Mart döneminde ise Fransa'dan %26,5'lik düşüşle 4,9 milyon dolarlık ithalat gerçekleştirilmiş, Türkiye'nin hazırgiyim ve konfeksiyon ithalatında pay %0,8 olarak hesaplanmıştır.

2001 yılından 2011 yılına kadar Türkiye'nin Fransa'dan hazırgiyim ve konfeksiyon ithalatına bakıldığında, 2002 yılında %12,7 oranında, 2006 yılında %1,4 oranında ve 2009 yılında %41,3 oranında düşüşler, diğer yıllarda %2,6 ile %27,2 arasında değişen oranlarda artışlar olduğu görülmektedir. Son on bir yıl için yıllık ortalama ithalat artış oranı %4,8'dir.

2012 Ocak-Mart döneminde Türkiye'den Fransa'ya en fazla ihraç edilen hazırgiyim ve konfeksiyon mamullerinin başında 61 09 GTİP başlıklı örme t-shirt, fanila ve benzerleri gelmektedir. Fransa'ya yapılan hazırgiyim ve konfeksiyon ihracatının %20,7'lik kısmını diğer bir deyişle beşte birini oluşturan bu ürünlerin ihracatı, 2011 Ocak-Mart dönemine kıyasla %9 oranında azalarak 63,2 milyon dolardan 57,7 milyona gerilemiştir.

62 04 GTİP başlıklı bayan dokuma takım, takım elbise, ceket ve benzeri giysiler, 61 10 GTİP başlıklı örme kazak, süveter, hırka, yelek vb. eşya, 63 02 GTİP başlıklı yatak çarşafı, masa örtüsü ve tuvalet ve mutfak bezleri, 62 05

GTİP başlıklı erkekler ve erkek çocuklar için gömlekler en fazla ihraç edilen diğer hazır giyim ve konfeksiyon mamulleridir.

2012 Ocak-Mart döneminde Türkiye'den Fransa'ya 62 04 GTİP başlıklı bayan dokuma takım, takım elbise, ceket ve benzeri giysilerin ihracatı %5 oranında düşerek 34 milyon dolardan 32,3 milyon dolara, 61 10 GTİP başlıklı örme kazak, süveter ve benzeri giysilerin ihracatı %4 oranında düşerek 27,9 milyon dolardan 26,7 milyon dolara, 63 02 GTİP başlıklı yatak çarşafı, masa örtüsü ve tuvalet ve mutfak bezlerinin ihracatı %23 oranında düşerek 32,6 milyon dolardan 25 milyon dolara, 62 05 GTİP başlıklı erkekler ve erkek çocuklar için gömlekler ise %1 oranında düşüşle 19,8 milyon dolardan 19,6 milyon dolara gerilemiştir.

En fazla ihraç edilen ilk yirmi ürün grubu içerisinde, 14 ürün grubunda %1 ile %48 arasında değişen oranlarda düşüşler kaydedilirken, diğer 6 ürün grubunda %0,3 ile %62 arasında değişen oranlarda artış kaydedilmiştir.

62 12 GTİP başlıklı sütyen, korse, korse kemer, pantolon askısı, çorap bağı, jartiyer vb. eşya ve bunlar için parçaların ihracatı oransal olarak 2012 Ocak-Mart döneminde Fransa'ya ihracatı en fazla artan konfeksiyon ürünleri olmuştur. Bu ürün grubunda ihracat, 2011 Ocak-Mart dönemine kıyasla %62 oranında artarak değer bazında 1,8 milyon dolardan 2,9 milyon dolara yükselmiştir. 62 11 GTİP başlıklı spor, kayak ve yüzme kıyafetleri ihracatında kaydedilen %42'lik artış ve 61 12 GTİP başlıklı diğer örme spor, kayak ve yüzme kıyafetleri ihracatında kaydedilen %41'lik artış, diğer yüksek oranlı artışlar olarak dikkat çekmektedir.

Fransa'ya ihracatı en fazla azalan ürün grubu ise 63 04 GTİP başlıklı (94.04 pozisyonundakiler hariç) diğer mefruşat eşyasıdır. Bu ürünlerin ihracatı 2012 Ocak-Mart döneminde 2011'in aynı dönemine kıyasla %48 oranında azalarak ihracat değeri 4,1 milyon dolardan 2,2 milyon dolara düşmüştür. İhracatı %42 oranında azalarak 15,4 milyon dolardan 8,9 milyon dolara gerileyen 61 06 GTİP başlıklı kadınlar ve kız çocuklar için örme bluz ve gömlekler, ihracatı %41 oranında düşüşle 3,3 milyon dolardan 1,9 milyon dolara gerileyen 61 14 GTİP başlıklı diğer örme giyim eşyaları ve ihracatı %37 düşüşle 28 milyon dolardan 17,8 milyon dolara gerileyen 61 15 GTİP başlıklı külotlu çoraplar, taytlar, kısa ve uzun konçlu çoraplar, soketler (varis çorapları dâhil) ve patikler, ihracatta düşüş kaydedilen diğer ürün gruplarındandır.

Aşağıdaki tabloda, Türkiye'den Fransa'ya en fazla ihraç edilen hazır giyim ve konfeksiyon mamulleri ile bu ürün gruplarının toplam ihracattaki payları verilmektedir.

TÜRKİYE'DEN FRANSA'YA HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI					
EN FAZLA İHRAÇ EDİLEN İLK 20 ÜRÜN					
Birim: ABD \$					
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2011 OCAK - MART	2012 OCAK - MART	2011 / 2012 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
6109	TİŞÖRTLER, FANİLLER, ATLETLER, KAŞKORSELER VE DİĞER İÇ GİYİM EŞYASI (ÖRME)	63.224.111	57.713.009	- 9	20,7
6204	KADINLAR VE KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, ELBİSE, ETEK, PANTOLON ETEK, VB.(YÜZM)	34.000.937	32.282.693	- 5	11,6
6110	KAZAK, SÜVETER, HIRKA, YELEK VB. EŞYA (ÖRME)	27.878.499	26.746.159	- 4	9,6
6302	YATAK ÇARŞAFI, MASA ÖRTÜLERİ, TUVALET VE MUTFAK BEZLERİ	32.575.759	25.048.946	- 23	9,0
6205	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUKLAR İÇİN GÖMLEKLER	19.821.306	19.558.018	- 1	7,0
6115	KÜLOTLU ÇORAPLAR, TAYTLAR, KISA VE UZUN KONÇLU ÇORAPLAR, SOKETLER (VARİS ÇORAPLARI DAHİL) VE PATİK ÇO	28.006.106	17.768.947	- 37	6,4
6203	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, PANTOLON, TULUM VE ŞORT (YÜZME KIY	16.655.115	16.483.768	- 1	5,9
6104	KADIN VE KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, ETEK, PANTOLON, TULUM VE ŞORT (ÖRME)(YÜZ	15.828.382	16.026.496	1	5,8
6305	EŞYA AMBALAJINDA KULLANILAN TORBA VE ÇUVAL	13.106.392	10.611.118	- 19	3,8
6106	KADINLAR VE KIZ ÇOCUKLAR İÇİN BLUZLAR, GÖMLEKLER, GÖMLEK -BLUZLAR (ÖRME)	15.404.169	8.899.655	- 42	3,2
6206	KADINLAR VE KIZ ÇOCUKLAR İÇİN BLUZLAR, GÖMLEKLER VE GÖMLEK-BLUZLAR	11.999.657	8.067.765	- 33	2,9
6105	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUKLAR İÇİN GÖMLEKLER (ÖRME)	5.370.338	5.384.072	0	1,9
6108	KADIN VE KIZ ÇOCUK İÇİN KOMBINEZON, JÜP VEYA JÜPON, SLİP VE KÜLOT, GECELİK, PİJAMA, LİZÖZ, BORNOZ VB	5.697.729	4.821.714	- 15	1,7
6103	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUKLAR İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, PANTOLON, TULUM VE ŞORT (ÖRME)(Y	3.429.619	4.613.057	35	1,7
6208	KADINLAR VE KIZ ÇOCUK İÇİN FANİLA, KAŞKORSE, KOMBINEZON, JÜP VEYA JÜPON, SLİP VE KÜLOT, GECELİK, PİJ	4.831.053	3.219.694	- 33	1,2
6212	SÜTYEN, KORSE, KORSE KEMER, PANTOLON ASKISI, ÇORAP BAĞI, JARTİYER VB. EŞYA VE BUNLAR İÇİN PARÇALAR	1.794.792	2.902.726	62	1,0
6304	DİĞER MEFRUŞAT EŞYASI (94.04 POZİSYONUNDAKİLER HARİÇ)	4.135.067	2.165.807	- 48	0,8
6112	SPOR, KAYAK VE YÜZME KIYAFETLERİ (ÖRME)	1.481.465	2.091.922	41	0,8
6114	DİĞER GİYİM EŞYASI (ÖRME)	3.307.919	1.940.551	- 41	0,7
6211	SPOR, KAYAK VE YÜZME KIYAFETLERİ; DİĞER GİYİM EŞYASI	1.102.610	1.562.163	42	0,6
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		309.651.025	267.908.280	- 13	96,2
FRANSA'YA HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI		323.307.175	278.533.973	- 14	100,0
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		96	96		

Kaynak Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Mayıs 2012

Fransa'dan hazır giyim ve konfeksiyon ithalatına bakıldığında, Türkiye'nin bu ülkeden en fazla ithal ettiği konfeksiyon ürünlerinin başında 62 04 GTİP başlıklı bayan dokuma takım elbise, takım, ceket, pantolon, elbise, etek gibi giysiler ile 63 07 GTİP başlığı altında yer alan diğer hazır eşyaların geldiği görülmektedir.

2012 Ocak-Mart döneminde Fransa'dan Türkiye'ye %17 düşüşle 1,6 milyon dolarlık 62 04 GTİP başlıklı bayan dokuma takım elbise, takım, ceket, pantolon, elbise, etek gibi giysi ve %72 azalışla 330 bin dolarlık 63 07 GTİP başlığı altında yer alan diğer hazır eşyalar ithal edilmiştir. Fransa'dan hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında 62 04 GTİP başlıklı giysilerin payı %32,5 ve 63 07 GTİP başlıklı eşyaların payı %6,8'dir.

%45 ithalat azalışı ile 319,8 bin dolarlık ithalat yapılan 61 10 GTİP başlıklı kazak, süveter ve benzeri giysiler, %62 artışla 291,5 bin dolarlık ithalat yapılan 62 03 GTİP başlıklı erkekler ve erkek çocuk için takım elbise, takım, ceket, blazer, pantolon, tulum ve şortlar ile %44 azalışla 250,3 bin dolarlık ithalat yapılan 61 09 GTİP başlıklı örme tişörtler, fanilalar, atletler, kaşkorseler ve diğer iç giyim eşyası, Fransa'dan ithalatın diğer önde gelen kalemlerindedir.

En fazla ithal edilen ilk yirmi ürün grubu içerisinde 9 ürün grubunda ithalat artarken, 11 ürün grubunda ithalat azalmıştır. İthalatı oransal olarak en fazla artan mamuller, 63 03 GTİP başlıklı perdeler ve iç storlar; perde ve yatak farbelaları (%1856 artış), 62 08 GTİP başlıklı kadınlar ve kız çocuk için fanila, kaşkorse, kombinezon, jüp veya jupon, slip ve külot, gecelik ve pijamalar (%1078 artış) ve 61 15 GTİP başlıklı külotlu çoraplar, taytlar, kısa ve uzun konçlu çoraplar, soketler (varis çorapları dahil) ve patiklerdir (%338 artış).

Fransa'dan ithalatı en yüksek oranlı azalan hazır giyim ve konfeksiyon mamulleri ise, %72 düşüş görülen 63 07 GTİP başlıklı diğer hazır eşya ile %63,3 düşüş görülen 63 05 GTİP başlıklı eşya ambalajında kullanılan torba ve çuvallardır.

2012 Ocak-Mart döneminde Fransa'dan Türkiye'ye en fazla ithal edilen hazır giyim ve konfeksiyon mamulleri aşağıdaki tablodan izlenebilir.

TÜRKİYE'NİN FRANSA'DAN HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI					
EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK 20 ÜRÜN					
Birim:ABD \$		2011	2012	2011 / 2012	TOPLAMDA
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	OCAK - MART	OCAK - MART	DEĞİŞİM %	PAY %
6204	KADINLAR VE KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, ELBİSE, ETEK, PANTOLON ETEK, VB.(YÜZM	1.909.178	1.582.482	- 17	32,5
6307	DİĞER HAZIR EŞYA (ELBİSE PATRONLARI DAHİL)	1.160.444	330.111	- 72	6,8
6110	KAZAK, SÜVETER, HIRKA, YELEK VB. EŞYA (ÖRME)	576.670	319.807	- 45	6,6
6203	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, PANTOLON, TULUM VE ŞORT (YÜZME KIY	180.287	291.485	62	6,0
6109	TİŞÖRTLER, FANİLALAR, ATLETLER, KAŞKORSELER VE DİĞER İÇ GİYİM EŞYASI (ÖRME)	443.217	250.346	- 44	5,1
6104	KADIN VE KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, ETEK, PANTOLON, TULUM VE ŞORT (ÖRME)(YÜZ	333.846	235.563	- 29	4,8
6302	YATAK ÇARŞAFI, MASA ÖRTÜLERİ, TUVALET VE MUTFAK BEZLERİ	137.202	177.986	30	3,7
6208	KADINLAR VE KIZ ÇOCUK İÇİN FANİLA, KAŞKORSE, KOMBİNEZON, JÜP VEYA JÜPON, SLİP VE KÜLOT, GECELİK, PJ	15.061	177.462	1.078	3,6
6215	BOYUN BAĞI, POPYON VE KRAVAT	64.136	170.301	166	3,5
6303	PERDELER VE İÇ STORLAR; PERDE VE YATAK FARBELALARI	7.772	151.994	1.856	3,1
6214	ŞALLAR, EŞARPLAR, FULARLAR, KAŞKOLLAR, PEÇELER, DUVAKLAR VB EŞYA	88.135	130.262	48	2,7
6206	KADINLAR VE KIZ ÇOCUKLAR İÇİN BLUZLAR, GÖMLEKLER VE GÖMLEK-BLUZLAR	205.159	129.540	- 37	2,7
6106	KADINLAR VE KIZ ÇOCUKLAR İÇİN BLUZLAR, GÖMLEKLER, GÖMLEK -BLUZLAR (ÖRME)	112.802	99.055	- 12	2,0
6114	DİĞER GİYİM EŞYASI (ÖRME)	19.991	86.629	333	1,8
6115	KÜLOTLU ÇORAPLAR, TAYTLAR, KISA VE UZUN KONÇLU ÇORAPLAR, SOKETLER (VARİS ÇORAPLARI DAHİL) VE PATİK ÇO	19.064	83.450	338	1,7
6105	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUKLAR İÇİN GÖMLEKLER (ÖRME)	57.352	79.358	38,4	1,6
6205	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUKLAR İÇİN GÖMLEKLER	100.922	78.720	- 22	1,6
6211	SPOR, KAYAK VE YÜZME KIYAFETİERİ; DİĞER GİYİM EŞYASI	122.336	68.339	- 44	1,4
6305	EŞYA AMBALAJINDA KULLANILAN TORBA VE ÇUVAL	143.951	52.831	- 63,3	1,1
6304	DİĞER MEFRUŞAT EŞYASI (94.04 POZİSYONUNDAKİLER HARİÇ)	47.465	44.292	- 7	0,9
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		5.744.990	4.540.013	- 21	93,3
FRANSA'DAN HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI		6.616.480	4.863.973	- 26	100,0
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		87	93		

Kaynak Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Mayıs 2012

V. FAYDALI ADRESLER

T.C. Paris Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği

Tel: 00 33 1 45 25 29 63

Fax: 00 33 1 45 24 27 14

Web: www.musavirlikler.gov.tr

E-mail: paris@ekonomi.gov.tr <mailto:dt.paris@free.fr>

Fransa Ankara Büyükelçiliği Ticaret Ataşeliği

Tel: (312) 468 24 39

Web: <http://www.missioneco.org/turquie/>

İstanbul Fransa Başkonsolosluğu

Tel: (212) 334 87 30

Web: <http://www.consulfrance-istanbul.org/>

Türk-Fransız Ticaret Derneği (İstanbul)

Tel: (212) 249 29 55

Fax: (212) 252 51 75

Union Française des Industries de l'Habillement – UFIH (Fransa Konfeksiyon ve Hazırgiyim Birliği)

Tel: 00 33 1 44 55 66 60

Fax: 00 33 144 55 66 66

E-mail: secretariatufih@lamodefrancaise.org

Web: <http://www.lamodefrancaise.org>

VI. KAYNAKÇA

- Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi.
- International Trade Center Ticaret Veri Bankası,
<http://www.trademap.org/>
- Country Briefings: France, The Economist,
<http://www.economist.com/countries/France>
- Fransa Yatırım Ajansı
<http://www.investinfrance.org/France/>
- Doing Business in France - French Social and Business Culture–
Communicaid Group
- Ekonomi Bakanlığı İhracat Bilgi Platformu, Ülke Masaları, Fransa.

İTKİB GENEL SEKRETERLİĞİ
AR & GE ve Mevzuat Şubesi
Mayıs 2012

** İTKİB Genel Sekreterliği kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz.*