

HAZIR GİYİM VE DERİ SEKTÖRLERİ AÇISINDAN

FRANSA



TEMEL EKONOMİK GÖSTERGELER GENEL VE SEKTÖREL BİLGİLER



İTKİB GENEL SEKRETERLİĞİ
AR & GE ve MEVZUAT ŞUBESİ

ARALIK 2012

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

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	9
Fransa Deri ve Deri Ürünleri Pazarı	12
Dağıtım Kanalları.....	14
Pazara Giriş ve Pazarlama.....	14
Fransız İş Kültürünün Temel Noktaları.....	15
II. FRANSA DIŞ TİCARETİ.....	17
Yıllar İtibariyle Genel İhracat ve İthalat	17
En Çok İhraç Edilen Ürünler.....	17
En Çok İthal Edilen Ürünler	18
En Çok İhracat Yapılan Ülkeler	18
En Çok İthalat Yapılan Ülkeler	20
III. FRANSA'NIN HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON DIŞ TİCARETİ.....	21
Fransa'nın Hazırgiyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti.....	21
Fransa'nın En Çok Hazırgiyim ve Konfeksiyon İthalatı Yaptığı Ülkeler	22
Fransa'nın En Çok İthal Ettiği Hazırgiyim ve Konfeksiyon Ürünleri.....	23
Fransa'nın Tekstil Dış Ticareti.....	24
IV. DÜNYA DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ TİCARETİNDE FRANSA'NIN YERİ .	25
Başlıca Deri Ürünleri İhracatçısı Ülkeler İçinde Fransa'nın Yeri	25
Başlıca Deri Ürünleri İthalatçısı Ülkeler İçinde Fransa'nın Yeri.....	25
V. FRANSA'NIN DERİ SEKTÖRÜ DIŞ TİCARETİ	27
Fransa'nın İthal Ettiği Deri Ürünleri	27
Fransa'nın Deri ve Deri Ürünleri İthal Ettiği Ülkeler.....	28
VI. TÜRKİYE – FRANSA DIŞ TİCARET İLİŞKİLERİ.....	30
Türkiye - Fransa Genel Dış Ticareti	30
Türkiye'nin Genel Ticaretinde Fransa'nın Yeri.....	36
Türkiye'nin Hazırgiyim ve Konfeksiyon Ticaretinde Fransa'nın Yeri	37
Türkiye – Fransa Hazırgiyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti.....	39
Türkiye – Fransa Deri ve Deri Mamulleri Dış Ticareti	45
Türkiye'nin Deri ve Deri Mamulleri Ticaretinde Fransa'nın Yeri	48
VII. FAYDALI ADRESLER	51
VIII. KAYNAKÇA.....	52

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 hâkimdir. 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 politikalarınınca 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. Fransa, 65 milyonu aşan nüfusu ve 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 (2012 yılı tahmini)
Ortalama Yaşam Süresi	81,5
Para Birimi	Euro (€)
Kişi Başına Milli Gelir (Satın Alma Paritesi)	35,100 \$ (2011)
GSYH Büyüme Hızı	% 1,7 (2011)
Sektörlere Göre GSMH	Tarım % 1,8 Sanayi % 18,7 Hizmet % 79,5
Faal İşgücü	29,5 milyon
İşsizlik Oranı	% 10,7 (2012 Ekim)
Sektörlere Göre İşgücü	Tarım % 3,8 Sanayi % 24,3 Hizmet % 71,8
Toplam İhracat	581,5 milyar \$ (2011)
Toplam İthalat	700,9 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

2012 yılı tahmini verilerine göre Fransa'nın nüfusu yaklaşık 65,5 milyon düzeyindedir. Nüfusun %77,4'ü 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 % 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 84, erkekler için 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 delokalizasyonun (uluslararası rekabet çerçevesinde üretim maliyetlerinin yüksekliği nedeniyle üretimin üçüncü ülkelerde gerçekleştirilmesi) 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 yılının son çeyreğinde başlayan ve reel ekonomiyi etkisi altına alan küresel krizden etkilenmiş ve sonuçta iç ve

dış talep azalmış, işsizlik artmaya devam etmiştir. 2009 yılı boyunca ekonomik canlanmanın sağlanması için ülkede talep artırıcı tedbirler alınırken, ekonomi 2010 yılında toparlanmaya başlamış ve % 1,6 büyüme gerçekleşmiştir. Fransa ekonomisinde 2011 yılında ise % 1,7 büyüme kaydedilmiştir.

Fransa ekonomisi 2012 yılının ilk çeyrek döneminde % 0,2 büyürken, yılın 2. çeyrek döneminde de % 0,1 büyüme göstermiştir. 3. çeyrek dönemde de ancak % 0,1 büyüyen ekonominin yıl genelinde ancak % 0,1 büyüme gerçekleştireceği öngörülmektedir.

Güncel tahminlere göre Fransa ekonomisinin 2013 yılında da ancak % 0,3 – 0,4 aralığında büyümesi beklenmektedir, zira 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.

Avrupa'nın başlıca sanayi altyapılarından birine sahip olan Fransa'da sanayi üretimi 2012 yılı bir önceki yılın aynı dönemine göre Eylül ayında % 2,4 düşerken, Ekim ayında ise % 3 gerilemiştir.

Fransa'da işsizlik oranı Eylül ayında % 10,8 seviyesinde gerçekleşirken, Ekim ayında ise % 10,7 seviyesinde kaydedilmiştir.

Fransa genelinde perakende satışlarda Eylül ayında geçen yılın aynı dönemine göre % 0,8 artış kaydedilirken, Ekim ayında ise % 0,7 büyüme kaydedilmiştir.

Öte yandan, Fransa'da hükümetin kemer sıkma politikalarıyla birlikte 2013 yılı bütçesinden 30 milyar € tasarruf etme planının vergileri artırmasından ve hane halkı gelirleri ile tüketimi olumsuz etkilemesinden ve dolayısıyla ihracat sektörlerimizin bu ülkeye yaptığı ihracatların olumsuz etkilenmesinden endişe edilmektedir.

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.

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 sıralayabilmekte 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 hazır giyim ve konfeksiyon pazarında ürün grupları bazında pantolon ve şortlar önemli bir yer tutmaktadır. Yıllık 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, bu ürün grubundan yıllık 4,3 milyar € tüketim yapıldığı tahmin edilmektedir. Ekonomik kriz, Fransız tüketicisini daha ucuz ürünlere yöneltmiş olup, gömlek ve bluz pazarının büyük bölümünü bayan ürünleri oluşturmaktadır. Bayan gömleklerinde doğal soft renklerin yanı sıra 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 yıllık 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 gardırobunda önemli bir yere sahiptir. Basic tipi nispeten daha ucuz tişörtler ise gençler arasında daha yaygındır.

Fransa iç giyim, uyku kıyafetleri ve çorap (bodywear) pazarı 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 yıllık yaklaşık 700 milyon € tüketim hacmine sahip ama hızla büyüyen 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 pazarı daha da canlı hale getirmektedir. AB'nin yıllık bebek kıyafetleri ithalatında Fransa'nın payı % 23

olup, Fransa bu oran ile % 22 paya sahip olan İngiltere ve % 12 paya sahip olan İtalya'nın önünde en büyük paya sahip ülkedir. Fransız kadınlarının eskiye oranla daha ileri yaşlarda bebek sahibi olması da bebelere harcanan parayı yukarı çekmektedir.

Fransa hazır giyim ve konfeksiyon pazarıyla ilgili hazırlanan diğer bir rapora göre ise Fransa'da giyim ve moda trendlerini eskiden beri daha çok kadın tüketiciler takip ederken, Fransız erkekler de son yıllarda görünüşlerine verdikleri önemin artmasına paralel olarak giyim ve moda daha çok önem vermekte ve son trendleri daha yakından takip etmektedirler. Başta 18-35 yaş aralığındaki çalışan genç kentli nüfus olmak üzere, erkek tüketiciler giderek daha fazla kendi giyim alışverişlerini kendileri yapmaktadırlar. Erkek tüketiciler, giyim alışverişi yapan kadınlara göre daha az fiyatla ve daha çok kaliteyle ilgilenmekte ve doğal olarak daha çok para harcamaktadırlar.

İnternet kullanımının yaygınlaşması ve özellikle genç nüfusun sosyal medyayı giderek daha fazla kullanması sonucunda online giyim ve aksesuar satışları da son dönemde hızla artmaktadır. Online 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 yükselmektedir. 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.

Öte yandan online ve sosyal medya üzerinden yapılan satışların artmasında alışverişe vakit ayıramayan veya mağaza mağaza gezmeyi sevmeyen tüketicinin online alışverişi tercih etmesi kadar, internet alışveriş sitelerinin ciddi indirimler ile promosyon ve kampanyalar düzenleyerek tüketicileri cezbetmesi de etkili olmaktadır.

Fransa Deri ve Deri Ürünleri Pazarı

Fransa, AB içinde en önemli deri ve deri ürünleri pazarları arasında yer almaktadır. Fransa deri sektörü, ham ve işlenmiş deri üretiminde AB ve dünya çapında önde gelen ülkelere biri olmasına rağmen, deri konfeksiyon, saraciye ve ayakkabı gibi nihai deri tüketim ürünlerinde ise pazarın % 80'i başta Asya ülkeleri menşeli ürünler olmak üzere ithal ürünlerden oluşmaktadır. Yerli deri ve deri ürünleri üretiminde son yıllardaki düşüşe paralel olarak oluşan boşluk giderek daha fazla Çin ve diğer Asya ülkeleri menşeli ürünlerle doldurulmaktaysa da üst kalite pahalı ürünlerde ise yerli üst kalite Fransız markaları (Louis Vuitton, Hermes, Chanel, Longchamp v.b.) ile İtalyan deri ürünlerinin hâkimiyeti devam etmektedir. Yarı işlenmiş / bitmiş deri segmentinde ise önemli üreticilerden biri olan Fransa, işlenmiş deri üretiminin büyük bölümünü ihraç etmektedir.

Fransa deri ve deri ürünleri pazarıyla ilgili diğer çarpıcı bir bilgi de dünya çapında üne sahip lüks Fransız deri ürünleri markaları başta Japonya, ABD ve Dubai gibi lüks tüketim iştahı yüksek pazarlar sayesinde ayakta dururken, Fransa'nın kendi pazarı ise ironik biçimde giderek daha fazla Çin ve diğer Asya ülkelerinde üretilen ürünlerin istilasına altına girmesidir. Üretimlerinin büyük bölümünü ihraç eden büyük lüks markalardan farklı olarak deri ve deri ürünleri sektöründe üretim yapan küçük ve orta ölçekli (KOBİ) Fransız firmaları ise daha çok iç piyasada Asya menşeli malları tercih etmeyen orta ve orta-üst kalite ürün müşterisi tüketicilere üretim yapmaktadırlar.

Fransa genelinde deri ve deri ürünleri tüketiminde en üst sırayı ayakkabı tüketimi almaktadır. Fransızların yıllık ayakkabı tüketimi 360 milyon çift ve perakende değeri 8,2 milyar € olarak hesaplanmaktadır. Bu rakamlarla Fransa, Almanya'dan sonra AB içinde ikinci büyük ayakkabı pazarıdır.

Fransa ayakkabı pazarının % 51'ini günlük ayakkabılar oluştururken, işyerlerinde giderek daha çok günlük, casual ayakkabılar da giyilmektedir. Spor ayakkabılar pazarın % 20'sini oluştururken, daha çok işyerlerinde ve ofislerde giyilen formal ayakkabılar % 22, gece ayakkabıları ise yaklaşık % 8 pazar payına sahiptir.

Fransa ayakkabı pazarında satılan ürünlerin % 55'ini kadın ürünleri oluştururken, erkek ayakkabılarının payı % 26,3, çocuk ayakkabılarının payı ise % 18,8 düzeyindedir. Kadınların iş hayatındaki rollerinin artması, ayakkabı tüketimini de etkilerken, bir çok kadın tüketici hem ofiste hem hafta sonları giyebilecekleri şık ve kaliteli ayakkabıları tercih etmektedir. Erkekler ise ayakkabı alışverişlerini kadınlara göre daha fazla indirim dönemlerinde yapmaktadırlar.

Fransa deri ürünleri pazarının diğer önemli bir alt grubu bavul, çanta ve saracıye ürünleri olup, bu ürün segmentinde yıllık 1,65 milyar € değerinde tüketim hacmi mevcuttur. Bu ürün grubunda en büyük pay % 43 ile bayan el çantalarına aitken, bavullar ise % 20 paya sahiptir. Cüzdanlar, kartlıklar, cep telefonu kılıfları gibi ufak deri aksesuarları pazarın % 16'sını oluştururken, kemerler ise % 8 paya sahiptir. Evrak çantaları ise Fransa deri ürünleri pazarının % 7'sini oluşturmaktadır.

2008-2009 döneminde ekonomik sıkıntılar Fransız halkının tüketim alışkanlıklarını da etkilemiş olup, deri ürünleri tüketimi de bu durumdan etkilenmiştir. Bu dönemde tatil ve seyahat harcamalarını kısan Fransızların bavul ve seyahat eşyası tüketimi azalırken, 2011-2012 döneminde tüketimin tekrar arttığı kaydedilmektedir.

Fransa deri ve deri ürünleri pazarının diğer önemli bir ürün grubu deri konfeksiyon olup, bu ürün grubunda yıllık 815 milyon € harcama yapıldığı tahmin edilmektedir. Fransa, İtalya, Almanya ve İngiltere'nin ardından AB içinde 4. büyük deri konfeksiyon pazarıdır. Öte yandan, son yıllarda deri

konfeksiyon harcamalarındaki artış, ortalama giyim harcamaları artışının altında kalmaktadır, zira ekonomik sıkıntılar ve ağırlaşan hayat koşulları deri konfeksiyon ürünlerini nispeten lüks tüketim haline getirirken, Hindistan, Pakistan ve Çin gibi ülkelerden gelen ucuz ve düşük kalite ürünler de daha çok tercih edilmektedir.

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 yer alan 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 hazırgiyim pazarına giriş olarak farklı yöntemlerden birisi veya aynı anda bir kaç 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 bir çok 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 hatırdaki tutulmalıdır. Eğer görüşmeleriniz çıkmaz bir noktaya ulaşırsa, Fransız iş ortağınız pozisyonunu muhafaza etmek için nazik bir şekilde bekleyecektir.

II. FRANSA DIŞ TİCARETİ

Yıllar İtibariyle Genel İhracat ve İthalat

Fransa 2011 yılı itibariyle 1,3 trilyon dolar değerinde dış ticaret hacmine sahiptir. 2011 yılında Fransa'nın genel ihracatı 581,5 milyar dolar, genel ithalatı ise 700,9 milyar dolar olarak geręekleŐmiştir. 2007 yılından 2011 yılına kadarki beş yıllık sũreęte Fransa'nın dış ticaretine ilişkin veriler aşağıdaki tabloda izlenebilir.

Tablodan da gũrũleceęi ũzere 2009 yılında tũm dũyayı etkileyen kũresel krizin Fransa'nın dış ticaretinin kũęũlmesine yol aęmıŐtır. 2008 yılına gũre 2009 yılında Fransa'nın ihracatı %21,9 gerilerken, ithalatı %22,2 oranında kũęũlmũŐtũr. 2010 yılında Fransa'nın ihracatı ve ithalatı sırasıyla %10,2 ile %10,9 ile birbirine oldukęa yakın oranlarda artmıştır. 2011 yılında ise ihracatı %13,7 oranında artarken, ithalatı %17 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	581.541.871	13,7	700.851.646	17,0

Kaynak: Trademap / ITC

En ok İhraç Edilen ũrũnler

2011 yılında Fransa'nın en fazla ihraç ettiği ũrũnler Fasil 84 kapsamındaki nũkleer reaktũrler, kazanlar, makineler, Fasil 87 kapsamındaki motorlu kara taşıtları, Fasil 88'de yer alan hava ve uzay taşıtları ile bunların aksam ve parçaları, Fasil 85 kapsamındaki elektrikli makine ve cihazlar ile Fasil 30 kapsamındaki eczacılık ũrũnleridir. Sũz konusu ũrũnlere 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	66.389.056	11,4
87	MOTORLU KARA TAŞITLARI	53.103.272	9,1
88	HAVA TAŞITLARI, UZAY TAŞITLARI	49.813.519	8,6
85	ELEKTRİKLİ MAKİNA VE CİHAZLAR	47.589.590	8,2
30	ECZACILIK ÜRÜNLERİ	32.911.112	5,7
	TOPLAM	581.541.871	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 ve 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	114.781.169	16,4
84	NÜKLEER REAKTÖRLER, KAZANLAR, MAKİNALAR	77.463.959	11,1
87	MOTORLU KARA TAŞITLARI	64.219.141	9,2
85	ELEKTRİKLİ MAKİNA VE CİHAZLAR	59.929.002	8,6
88	HAVA TAŞITLARI, UZAY TAŞITLARI	27.269.761	3,9
	TOPLAM	700.851.646	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 96,2 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 % 76,5'i yönelmiş durumdadır.

Türkiye Fransa'nın en fazla ihracat yaptığı 11. 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	96.159.772	15,9	16,5
İTALYA	41.337.649	47.480.207	14,9	8,2
İSPANYA	37.979.640	42.281.252	11,3	7,3
BELÇİKA	38.471.537	41.857.923	8,8	7,2
İNGİLTERE	34.343.828	38.470.727	12,0	6,6
A.B.D	29.230.606	32.468.181	11,1	5,6
HOLLANDA	21.333.764	24.888.279	16,7	4,3
ÇİN	14.551.262	18.716.062	28,6	3,2
İSVİÇRE	15.054.310	18.229.359	21,1	3,1
RUSYA FED.	8.319.019	10.352.855	24,4	1,8
TÜRKİYE	8.303.271	9.320.123	12,2	1,6
POLONYA	7.849.806	9.229.120	17,6	1,6
JAPONYA	7.793.299	9.065.226	16,3	1,6
CEZAYİR	6.933.296	8.004.663	15,5	1,4
İSVEÇ	6.694.274	7.792.695	16,4	1,3
SİNGAPUR	6.662.972	7.146.291	7,3	1,2
HONG KONG	5.578.555	6.107.903	9,5	1,1
FAS	5.281.155	5.965.043	12,9	1,0
KORE	4.252.815	5.823.176	36,9	1,0
BREZİLYA	4.731.103	5.551.080	17,3	1,0
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	387.690.835	444.909.937	14,8	76,5
DÜNYA TOPLAMI	511.651.043	581.541.871	13,7	100,0

Kaynak: Trademap / ITC

En Çok İthalat Yapılan Ülkeler

2011 yılında Fransa'nın en çok ithalat gerçekleştirdiği ülkelerin başında, 118,6 milyar dolarlık ithalat ile Almanya gelmektedir. Çin, Belçika, İtalya ve İspanya bu ülkeyi takip etmektedir.

Türkiye, Fransa'nın en fazla ithalat yaptığı 16. ülke olarak sıralanmaktadır. 2011 yılında Türkiye'den 8,2 milyar dolarlık ithalat gerçekleştirilmiş olup Fransa'nın Türkiye'den yaptığı ithalat 2010 yılına kıyasla %14,2 oranında artmıştır.

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	118.607.821	14,7	16,9
ÇİN	48.872.682	56.189.433	15,0	8,0
BELÇİKA	46.993.292	54.401.746	15,8	7,8
İTALYA	44.971.003	50.752.112	12,9	7,2
İSPANYA	37.184.798	41.946.532	12,8	6,0
A.B.D	35.234.556	39.589.908	12,4	5,6
İNGİLTERE	25.974.017	30.586.202	17,8	4,4
HOLLANDA	25.188.401	30.107.760	19,5	4,3
RUSYA FED.	16.136.083	19.348.521	19,9	2,8
İSVİÇRE	14.600.135	16.081.472	10,1	2,3
JAPONYA	11.719.338	12.995.887	10,9	1,9
POLONYA	9.124.190	10.684.601	17,1	1,5
NORVEÇ	6.490.585	9.451.824	45,6	1,3
İRLANDA	7.745.398	9.001.000	16,2	1,3
İSVEÇ	7.474.162	8.369.019	12,0	1,2
TÜRKİYE	7.159.650	8.173.127	14,2	1,2
ÇEK CUM.	6.640.401	8.130.847	22,4	1,2
KAZAKİSTAN	4.246.123	7.170.152	68,9	1,0
PORTEKİZ	5.579.444	6.623.482	18,7	0,9
HİNDİSTAN	5.470.427	6.531.107	19,4	0,9
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	470.238.573	544.742.553	15,8	77,7
DÜNYA TOPLAMI	599.171.506	700.851.646	17,0	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

2011 yılında dünyada en fazla hazırgiyim ve konfeksiyon ithalatı gerçekleştiren ilk 10 ülke içinde Fransa'nın yeri ve toplamda aldığı pay, aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Fransa 2011 yılında dünya hazırgiyim ve konfeksiyon ithalatında 26,3 milyar dolar ithalat değeri ve %5,9'luk pay ile beşinci sırada yer almaktadır.

DÜNYA HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATÇILARI ARASINDA FRANSA - 2011			
	ÜLKE	İTHALAT - 1000 \$	% PAY
1	ABD	93.980.133	21,1
2	ALMANYA	42.964.285	9,7
3	JAPONYA	34.895.542	7,9
4	İNGİLTERE	27.101.000	6,1
5	FRANSA	26.274.328	5,9
6	İTALYA	18.946.497	4,3
7	İSPANYA	17.071.720	3,8
8	HONG KONG	16.475.019	3,7
9	HOLLANDA	12.191.920	2,7
10	BELÇİKA	10.023.009	2,3
	İLK 10 ÜLKE TOP.	299.923.453	67,5
	DÜNYA TOPLAMI	444.375.536	100,0

Kaynak: ITC - Trademap

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 KİYAFETLERİ 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 KİYAFETİ HARİÇ) :	2.266.390	8,6
6109	TİŞÖRTLER, FANİLLER, ATLETLER, KAŞKORSELER VE DİĞER İÇ GİYİM 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 KİYAFETLERİ 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. DÜNYA DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ TİCARETİNDE FRANSA'NIN YERİ

Başlıca Deri Ürünleri İhracatçısı Ülkeler İçinde Fransa'nın Yeri

Dünya'nın en çok deri ihracatı yapan ülkeleri arasında Fransa 9,8 milyar dolar dolarlık ihracatı ile beşinci sırada yer almaktadır. Fransa'nın deri ihracatındaki payı % 5,2 olarak hesaplanmıştır.

Dünya'nın en büyük deri ve deri ürünleri ihracatçılarına dair veriler aşağıdaki tabloda detaylı olarak görülebilir.

DÜNYADA EN ÇOK DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRAÇ EDEN İLK 10 ÜLKE				
Birim: 1.000 \$				
	2010	2011	DEĞİŞİM %	PAY %
ÇİN	58.879.549	71.667.108	21,7	37,7
İTALYA	19.882.412	24.299.686	22,2	12,8
HONG KONG	15.258.255	16.571.558	8,6	8,7
VIETNAM	6.334.287	11.045.316	74,4	5,8
FRANSA	7.790.814	9.871.612	26,7	5,2
ALMANYA	7.119.315	9.066.504	27,4	4,8
A.B.D	5.508.118	6.390.910	16,0	3,4
BELÇİKA	5.045.754	5.727.165	13,5	3,0
HOLLANDA	3.743.671	5.286.563	41,2	2,8
İSPANYA	4.084.584	5.175.268	26,7	2,7
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	133.646.759	165.101.690	23,5	87,0
DÜNYA TOPLAMI	186.591.443	224.653.022	20,4	118,3

Kaynak: Trademap / ITC

Başlıca Deri Ürünleri İthalatçısı Ülkeler İçinde Fransa'nın Yeri

Dünya'nın en büyük deri ürünleri ithalatçısı ABD'dir. Fransa, 11,6 milyar dolar değerindeki deri ürünleri ithalatı ile altıncı sırada yer almaktadır. Fransa'nın deri ithalatı 2011 yılında % 17,3 oranında artmış ve payı %5,3 olarak hesaplanmıştır.

Dünya'nın en büyük deri ve deri ürünleri ithalatçılarına ait veriler aşağıdaki tablodan görülebilir.

DÜNYADA EN ÇOK DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İTHAL EDEN İLK 10 ÜLKE

Birim: 1.000 \$

	2010	2011	DEĞİŞİM %	PAY %
A.B.D	33.387.512	36.376.546	9,0	16,6
HONG KONG	15.315.600	17.242.006	12,6	7,8
ALMANYA	12.669.490	15.228.177	20,2	6,9
İTALYA	12.301.473	14.745.375	19,9	6,7
JAPONYA	10.379.217	11.644.363	12,2	5,3
FRANSA	9.890.313	11.599.517	17,3	5,3
ÇİN	8.816.894	10.909.967	23,7	5,0
İNGİLTERE	8.602.991	9.376.554	9,0	4,3
İSPANYA	5.039.886	5.937.727	17,8	2,7
RUSYA FED.	5.163.506	5.640.674	9,2	2,6
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	121.566.882	138.700.906	14,1	63,1
DÜNYA TOPLAMI	187.920.369	219.707.996	16,9	100,0

Kaynak: Trademap / ITC

V. FRANSA'NIN DERİ SEKTÖRÜ DIŞ TİCARETİ

Fransa deri ve deri ürünleri ticareti alanında dünyanın önde gelen oyuncularından biridir.

FRANSA'NIN DERİ-DERİ MAMÜLLERİ DIŞ TİCARETİ				
Birim: 1000 \$				
YILLAR	DERİ-DERİ MAMÜLLERİ İHRACATI	DEĞİŞİM %	DERİ-DERİ MAMÜLLERİ İTHALATI	DEĞİŞİM %
2007	6.939.659		9.418.101	
2008	7.583.257	9,3	10.096.722	7,2
2009	6.792.972	-10,4	8.999.150	-10,9
2010	7.790.814	14,7	9.890.313	9,9
2011	9.871.612	26,7	11.599.517	17,3

Kaynak: Trademap / ITC

Fransa deri ürünleri ithalatı 2011 yılında, 2010 yılına kıyasla % 17,3 oranında artarak 11,6 milyar dolar olurken, deri ürünleri ihracatı ise % 26,7 oranında artarak 9,9 milyar dolara ulaşmıştır.

Fransa'nın İthal Ettiği Deri Ürünleri

2011 yılında Fransa'nın ithal ettiği deri ve deri ürünleri içerisinde en büyük payı 6,8 milyar dolar ithalat değerine ulaşan ayakkabılar almaktadır. Ayakkabıların Fransa'nın toplam deri ve deri ürünleri ithalatındaki pazar payı % 58,3'tür. Fransa'nın ayakkabı ithalatı 2011 yılında % 12,6 artmıştır.

Fransa'nın en fazla ithal ettiği ikinci deri ürünü ise % 31,1 pazar payı ile saraciye ürünleridir. Bu ürün grubunda Fransa dünyadan 3,6 milyar dolar değerinde ithalat gerçekleştirmektedir. Saraciye ürünleri ithalatı 2011 yılında % 25,5 oranında artmıştır.

Fransa'nın yarı işlenmiş/bitmiş deri/işlenmiş kürk deri ithalatı ise 2011 yılında 608,4 milyon dolar olmuştur. Bu ürün grubunun toplam deri ürünleri ithalatındaki payı % 5,2'dir.

Fransa'nın deri giyim ve kürk giyim ithalatı ise 2011 yılında % 8,7 oranında artarak 473,5 milyon doları aşmıştır.

Fransa'nın ham deri ve ham kürk ithalatı toplamı ise 153,2 milyon dolar olmuştur. Söz konusu ürün grubunun payı %1,3'tür. İthalat değeri 2011 yılında 2010 yılına kıyasla %34,5 gibi yüksek bir oranda artmıştır.

Dünyanın önde gelen deri ithalatçısı ülkelerinden birisi olan Fransa'nın 2010 ve 2011 yıllarında dünyadan yaptığı deri ve deri ürünleri ithalatının detayları aşağıdaki tabloda verilmektedir.

FRANSA DERİ ve AYAKKABI İTHALATI (1000 \$)					
DÖRTLÜ	DÖRTLÜ ADI	2010	2011	TOPLAM DERİ'DE % PAY	11/10 Değişim
4101-4103	HAM DERİ	100.238	142.599	1,2	42,3%
4301	HAM KÜRK	13.656	10.608	0,1	-22,3%
	HAM DERİ + HAM KÜRK TOPLAMI	113.894	153.207	1,3	34,5%
4104-4115	YARI İŞLENMİŞ/BİTMİŞ DERİ	433.683	563.975	4,9	30,0%
4302	İŞLENMİŞ KÜRK	33.874	44.403	0,4	31,1%
	YARI İŞLENMİŞ/BİTMİŞ DERİ + İŞLENMİŞ KÜRK TOPLAMI	467.557	608.378	5,2	30,1%
4203.10	DERİ GİYİM	341.559	360.486	3,1	5,5%
4303-4304	KÜRK GİYİM EŞYASI	93.976	113.042	1,0	20,3%
	DERİ GİYİM + KÜRK GİYİM TOPLAMI	435.535	473.528	4,1	8,7%
4201-4202-4203.21/29/30/40-4204-4206	SARACİYE TOPLAMI	2.874.333	3.607.420	31,1	25,5%
64	AYAKKABI TOPLAMI	5.998.723	6.756.946	58,3	12,6%
	GENEL DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ TOPLAMI	9.890.313	11.599.517	100,0	17,3%

Kaynak: Trademap

Fransa'nın Deri ve Deri Ürünleri İthal Ettiği Ülkeler

Dünyanın en büyük deri pazarlarından birisi olan Fransa'nın en büyük tedarikçisi Çin'dir. Fransa, 2011 yılında, 2010 yılına kıyasla % 15,1 artışla bu ülkeden 3,5 milyar doların üzerinde deri ürünü ithal etmiştir. Ucuz işgücü ve hammaddeye sahip olan Çin, tek başına Fransa deri pazarının % 30,5'ine hakimdir.

Fransa'nın en fazla deri ürünü ithal ettiği bir diğer ülke İtalya'dır. Fransa, İtalya'dan %27,2 artışla 2,7 milyar doların üzerinde deri ve deri ürünleri ithal etmiştir. İtalya'nın payı %23,4'tür. Fransa deri ve deri ürünleri pazarından Vietnam % 6,3, İspanya % 6,1 ve Portekiz de % 4,7 oranında pay almaktadır.

Türkiye, Fransa deri pazarında sadece %0,8 pay alabilmektedir. 2011 yılında 2010 yılına kıyasla Fransa'nın Türkiye'den yaptığı deri ithalatı %17,3 oranında artmıştır. 2011 yılında Türkiye'nin, pazar payı 2010 yılına göre aynı kalmıştır.

Aşağıdaki tabloda Fransa'nın en büyük 5 deri tedarikçisi ve Türkiye'nin 2011 yılında pazardan aldıkları paylar görülebilir.

FRANSA'NIN DERİ (41,42,43,64) İTHALAT RAKAMI (1000 DOLAR)				
EN ÇOK İTHALAT YAPILAN İLK 5 ÜLKE VE TÜRKİYE				
ÜLKE ADI	2010	2011	DEĞİŞİM %	PAY %
ÇİN	3.075.111	3.538.160	15,1	30,5
İTALYA	2.137.694	2.718.762	27,2	23,4
VİETNAM	647.763	735.391	13,5	6,3
İSPANYA	596.915	705.867	18,3	6,1
PORTEKİZ	485.504	542.438	11,7	4,7
İLK 5 ÜLKE TOPLAMI	6.942.987	8.240.618	18,7	71,0
TÜRKİYE	75.576	88.655	17,3	0,8
TOPLAM İTHALAT	9.890.313	11.599.517	17,3	100,0

Kaynak: Trademap

VI. 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-Eylül döneminde ise 11 milyar doları bulmuştur. 2012 yılının Ocak-Eylül dönemi itibarıyla Fransa, Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı 8. ülke ve en fazla ithalat yaptığı 7. ülkedir. İki ülke arasındaki ticaret, Fransa lehine gelişim göstermektedir.

2011 yılında 135 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 %18,5 oranında artarken, Fransa'ya ihracat %12,5 oranında artmıştır. Bu durumda Fransa'nın Türkiye genel ihracatından aldığı pay, 2010 yılında %5,3 iken, 2011 yılında %5'e düşmüştür.

2012 yılının Ocak-Eylül ilk dokuz aylık döneminde, Türkiye genel ihracatı 2011 yılının ilk dokuz ayına kıyasla %13,7 oranında artışla 113 milyar dolar olmuş, Fransa'ya ihracat ise %11,9 oranında düşüşle 4,5 milyar dolara gerilemiştir. Genel ihracat artarken Fransa'ya ihracatın azalması, bu ülkenin Türkiye'nin genel ihracatındaki payının %4'e gerilemesine yolaçmıştır. Fransa, Türkiye'nin ihracat yaptığı 237 ülke içerisinde Almanya, İran, Irak, İngiltere, Birleşik Arap Emirlikleri, Rusya Federasyonu ve İtalya'nın ardından sekizinci sıradadır.

İthalat sözkonusu 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-Eylül döneminde ise, Türkiye'nin Fransa'dan genel ithalatı 2011 yılının eş dönemine kıyasla %8,6 oranında azalmış ve 6,4 milyar dolar olmuştur. İlk dokuz aylık dönemde Türkiye'nin genel ithalatının daha düşük oranlı (%2,9 oranında) azalması dolayısıyla, Fransa'dan ithalatın genel ithalattaki payı %3,6'ya gerilemiştir. Bu pay, 2011 yılının Ocak-Eylül döneminde %3,9 idi. Fransa, 2012 yılının Ocak-Eylül döneminde Türkiye'nin ithalat yaptığı 232 ülke arasında Rusya Federasyonu, Çin, Almanya, ABD, İtalya ve İran'ın ardından 7. sırada yer almaktadır.

Türkiye'nin Fransa ile dış ticareti içerisinde, hazır giyim ve konfeksiyon ticaretinin dikkate değer bir yeri bulunmaktadır. 2011 yılında 16 milyar dolar

olan Türkiye-Fransa dış ticaret hacminin 1,4 milyar ile %8,9'luk kısmını, diğer bir ifade ile onda birine yakın bir kısmını hazır giyim ve konfeksiyon dış ticareti oluşturmaktadır. Fransa Türk deri ve deri mamulleri için de önemli bir pazardır. 2011 yılında 1,4 milyar dolarlık Türkiye deri ve deri mamulleri ihracatının %6,5'lik kısmı Fransa'ya yapılmıştır.

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

TÜRKİYE - FRANSA TİCARİ İLİŞKİLERİ						
Birim: \$	2010 YILLIK	2011 YILLIK	DEĞİŞİM %	2011 OCAK - EYLÜL	2012 OCAK - EYLÜL	DEĞİŞİM %
FRANSA'YA İHRACAT	6.054.499.243	6.808.752.927	12,5	5.158.464.842	4.544.262.764	-11,9
TÜRKİYE GENEL İHRACAT	113.883.219.184	134.954.361.571	18,5	99.443.638.510	113.022.733.780	13,7
FRANSA'NIN PAYI %	5,3	5,0		5,2	4,0	
FRANSA'DAN İTHALAT	8.176.599.761	9.229.603.423	12,9	7.013.763.197	6.413.709.640	-8,6
TÜRKİYE GENEL İTHALAT	185.544.331.852	240.833.236.364	29,8	181.679.257.545	176.500.222.803	-2,9
FRANSA'NIN PAYI %	4,4	3,8		3,9	3,6	
FRANSA'YA HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI	1.162.014.577	1.254.151.336	7,9	984.577.778	763.263.138	-22,5
TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI	14.205.917.174	15.664.973.824	10,3	11.950.055.405	11.733.355.345	-1,8
FRANSA'NIN PAYI %	8,2	8,0		8,2	6,5	
FRANSA'DAN HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI	20.645.033	23.860.760	15,6	18.314.625	13.566.214	-25,9
TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI	2.704.270.671	3.165.992.434	17,1	2.548.377.381	1.887.683.972	-25,9
FRANSA'NIN PAYI %	0,8	0,8		0,7	0,7	
FRANSA'YA DERİ VE DERİ MAMULLERİ İHRACATI	82.383.265	93.811.450	13,9	70.388.192	57.904.116	-17,7
TÜRKİYE DERİ VE DERİ MAMULLERİ İHRACATI	1.327.832.000	1.440.411.000	8,5	1.074.949.000	1.182.846.000	10,0
FRANSA'NIN PAYI %	6,2	6,5		6,5	4,9	
FRANSA'DAN DERİ VE DERİ MAMULLERİ İTHALATI	35.331.931	52.600.182	48,9	40.426.825	37.511.088	-7,2
TÜRKİYE DERİ VE DERİ MAMULLERİ İTHALATI	1.623.715.455	2.178.251.539	34,2	1.738.575.166	1.667.040.577	-4,1
FRANSA'NIN PAYI %	2,2	2,4		2,3	2,3	

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, Bilgi Sistemi / Kasım 2012

Türkiye'nin Fransa'ya genel ihracatı, 2000 yılından 2009 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 %2,5 ile düşüş devam etmiş, 2011 yılında ise toparlanarak %12,5 artışa geçmiştir. 2000 yılında 1,7 milyar dolar olan ihracat, 2011 yılında dört katına çıkarak 6,8 milyar dolara yükselmiştir. Türkiye'den Fransa'ya 2012 yılının Ocak-Eylül döneminde ise 2011 yılının eş dönemine kıyasla %11,9 oranında düşüşle, 4,5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirilmiştir.

2000 yılından 2011 yılına kadarki son oniki 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

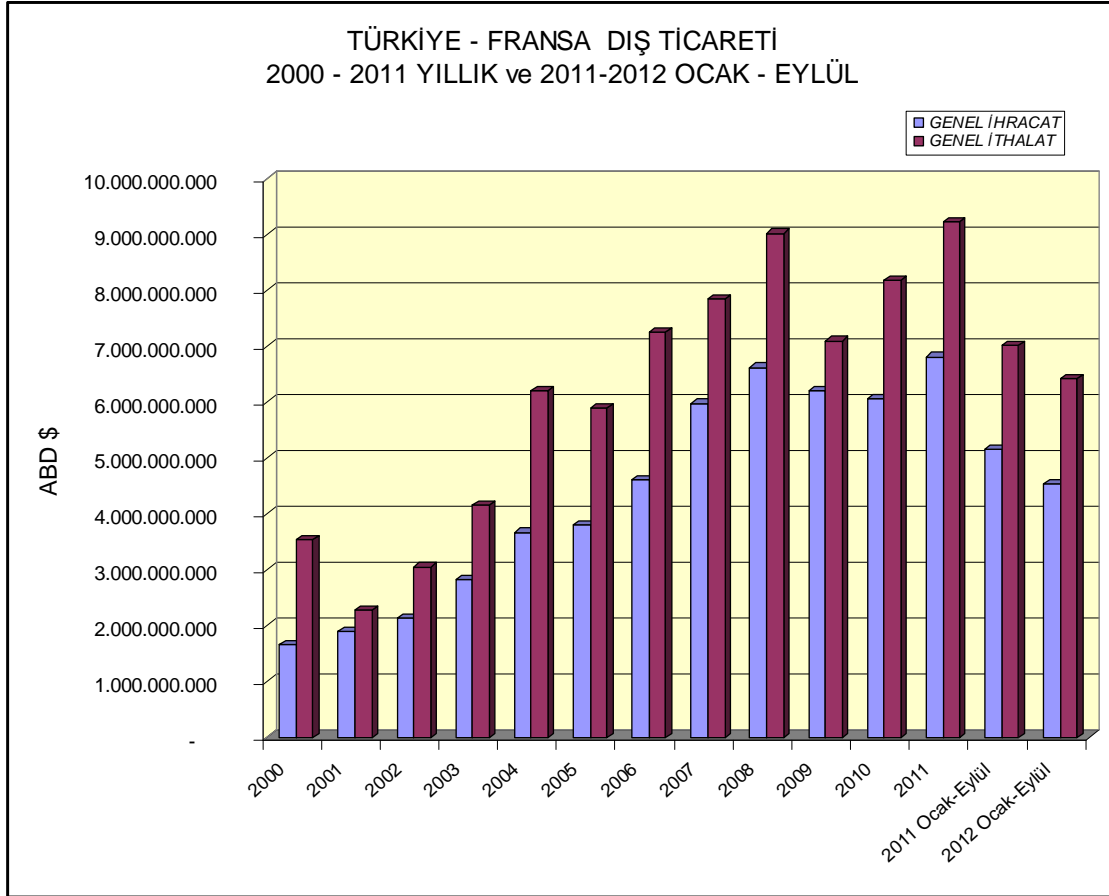
yıllarındaki %29,8 oranında artışlar da, diğer yüksek oranlı artışlar olarak dikkat çekmektedir. 2012 Ocak-Eylül dönemi ise en yüksek oranlı ihracat düşüşünün olduğu dönem olarak görülmektedir.

2000 yılından 2012 yılının Eylül 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 (%)
2000	1.656.968.347	-	3.531.817.965	-
2001	1.895.290.371	14,4	2.283.939.322	-35,3
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	6.808.752.927	12,5	9.229.603.423	12,9
2011 Ocak-Eylül	5.158.464.842		7.013.763.197	
2012 Ocak-Eylül	4.544.262.764	-11,9	6.413.709.640	-8,6

Kaynak Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Kasım 2012

Diğer yandan, 2000 yılında 3,5 milyar dolar olan Fransa'dan ithalatın değeri, 2011 yılı sonu itibariyle hemen hemen üç katına çıkarak 9,2 milyar dolara yükselmiştir. Yıllar itibariyle ithalatta, 2001 yılında %35,3'lük, 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-Eylül döneminde Fransa'dan ithalat %8,6 oranında azalarak 6,4 milyar dolar düzeyinde olmuştur. Fransa'dan ithalatın 2000-2011 yılları arasında hesaplanan yıllık ortalama artış oranı %12 düzeyindedir. Bu oran, yıllık ortalama ihracat artış oranının (%14,4) altında kalmakla birlikte, iki ülke arasındaki ticaret Fransa lehine gelişmeye devam etmektedir.



Türkiye'nin Fransa'ya ihracatı tüm maddeler itibariyle incelendiğinde, 2012 Ocak-Eylül 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, 87 02 GTİP başlıklı toplu halde yolcu taşımaya mahsus motorlu taşıtlar ve 85 28 GTİP başlıklı monitörler, projektörler ve televizyon alıcı cihazları, diğer önde gelen ihracat kalemlerindedir.

Fransa'ya en fazla ihraç edilen ilk yirmi ürün grubunun yedisi, 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, 30 04 GTİP başlıklı tedavide/korunmada kullanılmak üzere hazırlanan dozlandırılmış ilaçlar ve 72 04 GTİP başlıklı dökme demirin, demirin veya çeliğin döküntü ve hurdaları, 2012 Ocak-Eylül 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 \$					
G TİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2011 OCAK - EYLÜL	2012 OCAK - EYLÜL	2011 / 2012 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
8703	BİNEK OTOMOBİLLERİ VE ESAS İTİBARIYLA İNSAN TAŞIMAK ÜZERE İMAL EDİLMİŞ DİĞER MOTORLU TAŞITLAR (YARIŞ)	827.057.559	707.094.881	- 15	15,6
8704	EŞYA TAŞIMAYA MAHSUS MOTORLU TAŞITLAR	421.928.819	274.479.521	- 35	6,0
8708	KARAYOLU TAŞITLARI İÇİN AKSAM, PARÇA VE AKSESUARLAR	235.881.625	247.538.317	5	5,4
8702	10 VEYA DAHA FAZLA KİŞİ TAŞIMAYA MAHSUS (SÜRÜCÜ DAHİL) MOTORLU TAŞITLAR	196.849.533	202.278.781	3	4,5
8528	MONİTÖRLER VE PROJEKTÖRLER, TELEVİZYON ALICI CİHAZLARI	174.053.282	162.605.984	- 7	3,6
6109	TIŞÖRTLER, FANİLLER, ATLETLER, KAŞKORSELER VE DİĞER İÇ GİYİM EŞYASI (ÖRME)	192.207.159	159.396.906	- 17	3,5
8418	BUZDOLAPLARI, DONDURUCULAR VE DİĞER SOĞUTUCU VE DONDURUCU CİHAZLAR VE ISI POMPALARI	143.864.314	137.076.711	- 5	3,0
802	DİĞER KABUKLU MEYVELER (TAZE/KURUTULMUŞ) (KABUĞU ÇIKARILMIŞ/SOYULMUŞ)	112.468.112	135.868.638	21	3,0
6204	KADINLAR VE KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, ELBİSE, ETEK, PANTOLON ETEK, VB.(YÜZM)	88.947.123	80.599.670	- 9	1,8
6302	YATAK ÇARŞAFI, MASA ÖRTÜLERİ, TUVALET VE MUTFAK BEZLERİ	98.678.117	70.429.130	- 29	1,5
6110	KAZAK, SÜVETER, HIRKA, YELEK VB. EŞYA (ÖRME)	93.000.813	69.874.516	- 25	1,5
8516	ELEKTRİKLİ SU ISITICILARI, ELEKTROTERMİK CİHAZLAR, ORTAM ISITICILARI, SAÇ VE EL KURUTUCULARI, ÜTÜLER	62.471.944	60.606.020	- 3	1,3
6115	KÜLOTLU ÇORAPLAR, TAYTLAR, KISA VE UZUN KONÇLU ÇORAPLAR, SOKETLER (VARİS ÇORAPLARI DAHİL) VE PATİK ÇO	97.787.892	56.623.007	- 42	1,2
8536	GERİLİMİ 1000 VOLTU GEÇMEYEN ELEKTRİK DEVRESİ TEÇHİZATI (ANAHTARLAR, RÖLELER, SİGORTALAR, FIŞLER, KU	14.420.517	54.162.372	276	1,2
6205	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUKLAR İÇİN GÖMLEKLER	59.649.263	53.931.864	- 10	1,2
8511	MOTORLARDA KULLANILAN ELEKTRİKLİ ATEŞLEME VEYA HAREKET ETTİRME TERTİBAT VE CİHAZLARI (ATEŞLEME-DİN	19.882.352	48.030.358	142	1,1
3920	PLASTİKTEN DİĞER LEVHA, PLAKA, ŞERİT, FİLM, FOLYE (GÖZENEKSİZ)	53.052.362	47.414.517	- 11	1,0
8422	BULAŞIK, ŞİŞE VB YIKAMA VE KURUTMA MAKİNALARI, ŞİŞE, KUTU ÇUVAL VB DOLDURMA, ETİKETLEME MAKİNALARI,	44.893.743	47.139.294	5	1,0
6203	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, PANTOLON, TULUM VE ŞORT (YÜZME KİY	52.986.830	47.073.352	- 11	1,0
8544	İZOLE EDİLMİŞ TELLER, KABLOLAR VE DİĞER ELEKTRİK İLETKENLER; TEK TEK KAPLANMIŞ LİFLERDEN OLUŞAN FİBE	41.760.820	44.639.020	7	1,0
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		3.031.842.179	2.706.862.859	- 11	59,6
FRANSA'YA GENEL İHRACAT		5.158.464.842	4.544.262.764	- 12	100,0
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		59	60		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Kasım 2012

TÜRKİYE'NİN FRANSA'DAN GENEL İTHALATI					
EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK 20 ÜRÜN					
Birim: ABD \$		2011	2012	2011 / 2012	TOPLAMDA
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	OCAK - EYLÜL	OCAK - EYLÜL	DEĞİŞİM %	PAY %
8802	HELİKOPTERLER, UÇAKLAR VB; UZAY ARAÇLARI (UYDULAR DAHİL), UZAY ARAÇLARINI FIRLATICI ARAÇLAR VE YÖRÜN	457.400.649	621.983.424	36	9,7
8708	KARAYOLU TAŞITLARI İÇİN AKSAM, PARÇA VE AKSESUARLAR	669.538.910	517.417.533	- 23	8,1
8703	BİNEK OTOMOBİLLERİ VE ESAS İTİBARIYLA İNSAN TAŞIMAK ÜZERE İMAL EDİLMİŞ DİĞER MOTORLU TAŞITLAR (YARIŞ)	470.586.033	348.385.591	- 26	5,4
3004	TEDAVİDE VEYA KORUNMADA KULLANILMAK ÜZERE HAZIRLANAN İLAÇLAR (DOZLANDIRILMIŞ)	270.995.169	221.857.564	- 18	3,5
7204	DÖKME DEMİRİN, DEMİRİN VEYA ÇELİĞİN DÖKÜNTÜ VE HURDALARI VEYA BUNLARIN ERİTİLMESİ İLE ELDE DİLMİŞ KÜ	104.464.849	180.083.167	72	2,8
7225	DİĞER ALAŞIMLI ÇELİKTE YASSI HADDE MAMULLERİ (GENİŞLİĞİ 600 MM.VEYA DAHA FAZLA)	188.298.301	168.861.946	- 10	2,6
102	CANLI BÜYÜKBAŞ HAYVANLAR (AT, EŞEK, KATIR VE BARDOLAR HARIÇ)	9.629.972	143.477.213	1.390	2,2
2710	PETROL YAĞLARI VE BİTÜMENLİ MİNERALLERDEN ELDE EDİLEN YAĞLAR	95.664.850	139.183.242	45	2,2
9032	OTOMATİK KONTROL VE AYAR ALET VE CİHAZLARI	149.485.302	119.384.084	- 20	1,9
8704	EŞYA TAŞIMAYA MAHSUS MOTORLU TAŞITLAR	141.130.440	109.046.086	- 23	1,7
7208	DEMİR VEYA ALAŞIMSIZ ÇELİKTE YASSI HADDE ÜRÜNLERİ (GENİŞLİK >= 600 MM) (SICAK HADDELENMİŞ) (KAPLANM	98.456.019	106.120.120	8	1,7
8407	KIVILCIM İLE ATEŞLEMELİ İÇTEN YANMALI DOĞRUSAL VEYA DÖNER PİSTONLU MOTORLAR (PATLAMALI MOTOR)	121.653.833	100.056.850	- 18	1,6
3904	VİNİL KLORÜR VEYA DİĞER HALOJENLENMİŞ OLEFİNLERİN POLİMERLERİ (İLK ŞEKİLLERDE)	52.009.106	87.530.211	68	1,4
2909	ETERLER, ETER-ALKOLLER, ETER FENOLLER, FENOLLER, PEROKSİTLER VE BUNLARIN TÜREVLERİ	23.092.638	80.224.941	247,40	1,3
8536	GERİLİMİ 1000 VOLTU GEÇMEYEN ELEKTRİK DEVRESİ TEÇHİZATI (ANAHTARLAR, RÖLELER, SİGORTALAR, FİŞLER, KU	94.347.807	74.678.365	-	1,2
8409	SADECE VEYA ESAS İTİBARIYLA 84.07 VEYA 84.08 POZİSYONLARINDAKİ MOTORLARIN AKSAM VE PARÇALARI	106.142.895	70.168.226	- 34	1,1
8413	SIVILAR İÇİN POMPALAR (ÖLÇÜ TERTİBATI OLSUN OLMASIN) VE SIVI ELEVATÖRLERİ	73.876.908	66.779.140	- 10	1,0
3811	VURUNTUYU ÖNLEYİCİ, OKSİDASYONU DURDURUCU MÜSTAHAZARLAR, PEPTİZAN KATKILAR, AŞINMAYI ÖNLEYİCİ KATKILA	64.867.959	66.558.341	3	1,0
8421	SANTRİFÜJLER; SIVILARIN VEYA GAZLARIN FİLTRE EDİLMESİNE VEYA ARITILMASINA MAHSUS MAKİNA VE CİHAZLAR	79.621.131	64.816.622	- 19	1,0
8701	TRAKTÖRLER	80.553.015	62.027.405	- 23	1,0
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		3.351.815.786	3.348.640.071	- 0	52,2
FRANSA'DAN GENEL İTHALAT		7.013.763.197	6.413.709.640	- 9	100,0
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		48	52		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Kasım 2012

Türkiye'nin Genel Ticaretinde Fransa'nın Yeri

2012 yılının Ocak-Eylül döneminde Türkiye'den dünyanın dört bir yanında 237 ülkeye 113 milyar dolarlık ihracat ve yine 232 ülkeden 176,5 milyar dolarlık ithalat yapılmıştır. Fransa en fazla ihracat yapılan ülkeler sıralamasında Almanya, İran, Irak, İngiltere, Birleşik Arap Emirlikleri, Rusya Federasyonu ve İtalya'nın ardından sekizinci sıradadır. Fransa'ya 2012 Ocak-Eylül döneminde %12 düşüşle 4,5 milyar dolarlık ihracat yapılmıştır. Bu ülkenin Türkiye genel ihracatından aldığı pay %4'tür.

İthalat boyutunda ise, Fransa, Rusya Federasyonu, Çin, Almanya, ABD, İtalya ve İran'ın ardından yedinci büyük tedarikçi ülkedir. 2012 Ocak-Eylül döneminde Fransa'dan yapılan ithalat %9 oranında azalarak 7 milyar dolardan 6,4 milyar dolara gerilemiştir. Genel ithalatta Fransa'dan yapılan ithalatın payı %3,6 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 - EYLÜL	2012 OCAK - EYLÜL	2011 / 2012 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
ALMANYA	10.454.245.565	9.823.541.025	- 6	8,7
İRAN	2.620.679.574	9.002.312.218	244	8,0
IRAK	5.805.854.191	7.791.259.132	34	6,9
İNGİLTERE	5.946.222.907	6.218.889.609	5	5,5
B.A.E.	2.702.641.329	5.986.758.470	122	5,3
RUSYA FEDERASYONU	4.329.442.529	4.899.799.098	13	4,3
İTALYA	6.080.981.533	4.634.130.131	- 24	4,1
FRANSA	5.158.464.842	4.544.262.764	- 12	4,0
A.B.D.	3.316.456.068	4.144.885.369	25	3,7
SUUDİ ARABİSTAN	2.058.112.907	2.899.543.396	41	2,6
MISIR	1.977.266.364	2.766.666.261	40	2,4
İSPANYA	2.979.340.112	2.724.770.110	- 9	2,4
HOLLANDA	2.469.826.763	2.373.693.469	- 4	2,1
ÇİN	1.762.601.916	1.953.892.589	11	1,7
AZERBAYCAN	1.451.723.299	1.867.827.106	29	1,7
ROMANYA	2.105.175.852	1.813.808.839	- 14	1,6
İSRAİL	1.807.869.761	1.743.961.326	- 4	1,5
BELÇİKA	1.861.728.104	1.721.326.167	- 8	1,5
LİBYA	515.950.237	1.503.962.032	191	1,3
POLONYA	1.291.482.342	1.373.257.288	6	1,2
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	66.696.066.195	79.788.546.399	20	70,6
TÜRKİYE'NİN TOPLAM İHRACATI	99.443.638.510	113.022.733.780	14	100,0
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	67	71		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı / Bilgi Sistemi / Kasım 2012

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA İTHALAT YAPTIĞI ÜLKELER				
Birim: ABD \$				
ÜLKELER	2011	2012	2011 / 2012	TOPLAMDA
	OCAK - EYLÜL	OCAK - EYLÜL	DEĞİŞİM %	PAY %
RUSYA FEDERASYONU	16.699.054.041	19.587.263.960	17	11,1
ÇİN	16.571.436.409	15.709.580.693	- 5	8,9
ALMANYA	17.502.985.926	15.674.811.582	- 10	8,9
A.B.D.	12.366.738.854	11.206.211.298	- 9	6,3
İTALYA	10.288.329.875	10.151.432.114	- 1	5,8
İRAN	9.491.364.580	9.781.887.653	3	5,5
FRANSA	7.013.763.197	6.413.709.640	- 9	3,6
HİNDİSTAN	4.838.582.065	4.491.575.315	- 7	2,5
İSPANYA	4.670.862.829	4.376.061.244	- 6	2,5
İNGİLTERE	4.347.333.603	4.117.461.568	- 5	2,3
GÜNEY KORE	4.642.866.573	4.088.790.251	- 12	2,3
İSVİÇRE	4.237.705.707	3.781.481.338	- 11	2,1
UKRAYNA	3.753.473.105	3.318.034.047	- 12	1,9
SUUDİ ARABİSTAN	2.471.654.391	3.275.827.439	33	1,9
B.A.E.	1.220.399.294	2.950.136.197	142	1,7
HOLLANDA	3.063.991.466	2.725.507.615	- 11	1,5
BELÇİKA	3.012.933.669	2.712.073.667	- 10	1,5
JAPONYA	3.077.535.580	2.678.544.118	- 13	1,5
ROMANYA	2.939.046.493	2.448.334.827	- 17	1,4
YUNANİSTAN	1.980.156.637	2.421.658.765	22	1,4
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	134.190.214.294	131.910.383.331	- 2	74,7
TÜRKİYE'NİN TOPLAM İTHALATI	181.679.257.545	176.500.222.803	- 3	100,0
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	74	75		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Kasım 2012

Türkiye'nin Hazırgiyim ve Konfeksiyon Ticaretinde Fransa'nın Yeri

Türkiye, Dünya Ticaret Örgütü tarafından açıklanan en son 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-Eylül dokuz aylık verilere göre, Fransa Almanya, İngiltere ve İspanya'nın ardından en fazla ihracat yapılan 4.ülkedir. 2012 Ocak-Eylül döneminde Fransa'ya yapılan hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı, 2011 Ocak-Eylül

dönemine kıyasla %22 oranında azalarak 763,3 milyon dolara düşmüştür. Fransa'ya yapılan hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının Türkiye toplam hazır giyim ve konfeksiyon ihracatından aldığı pay %6,5'tir.

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

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRAÇ ETTİĞİ ÜLKELER				
Birim: ABD \$				
ÜLKELER	2011 OCAK - EYLÜL	2012 OCAK - EYLÜL	2011 / 2012 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
ALMANYA	3.078.341.800	2.549.621.532	- 17	21,7
İNGİLTERE	1.499.603.697	1.614.210.759	8	13,8
İSPANYA	1.026.746.634	1.054.005.456	3	9,0
FRANSA	984.577.778	763.263.138	- 22	6,5
HOLLANDA	661.659.552	625.677.995	- 5	5,3
İTALYA	630.966.638	537.115.465	- 15	4,6
DANİMARKA	354.802.573	363.387.297	2	3,1
A.B.D.	325.431.177	335.485.829	3	2,9
BELÇİKA	316.000.468	281.728.780	- 11	2,4
RUSYA FEDERASYONU	225.188.261	273.520.810	21	2,3
IRAK	172.127.861	273.029.747	59	2,3
İSVEÇ	228.242.363	213.145.201	- 7	1,8
POLONYA	120.232.089	208.180.477	73	1,8
SUUDİ ARABİSTAN	123.698.092	178.576.247	44	1,5
UKRAYNA	86.673.440	127.378.794	47	1,1
İSRİL	112.708.618	126.687.941	12	1,1
KAZAKİSTAN	66.673.953	118.550.239	78	1,0
ROMANYA	116.917.688	117.015.327	0	1,0
İSVİÇRE	106.806.200	109.919.225	3	0,9
CEZAYİR	63.726.158	100.879.686	58	0,9
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	10.301.125.040	9.971.379.945	- 3	85,0
TÜRKİYE'NİN TOPLAM KONFEKSİYON İHRAÇATI	11.950.055.405	11.733.355.345	- 2	100,0
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	86	85		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Kasım 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-Eylül döneminde Fransa'dan 13,6 milyon dolar değerinde hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı yapılmıştır.

İthalat 2011 Ocak-Eylül dönemine kıyasla %26 oranında azalmıştır. İthalat yapılan toplam 137 ülke arasında Fransa yirminci sıradadır. Türkiye'nin toplam hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı içerisinde Fransa'dan yapılan ithalatın payı ise %0,7 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 - EYLÜL	2012 OCAK - EYLÜL	2011 / 2012 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
ÇİN	925.356.009	638.871.913	- 31	33,8
BANGLADEŞ	595.208.103	423.869.490	- 29	22,5
İTALYA	114.452.845	107.907.730	- 6	5,7
HİNDİSTAN	160.238.448	86.677.271	- 46	4,6
MISIR	51.080.564	68.264.179	34	3,6
VİETNAM SOSYALİST	72.364.177	45.335.620	- 37	2,4
İSPANYA	45.759.744	38.862.924	- 15	2,1
PAKİSTAN	61.128.441	38.092.026	- 38	2,0
FAS	34.374.411	29.332.691	- 15	1,6
MERSİN SERBEST BÖ	18.419.253	28.011.899	52	1,5
ENDONEZYA	41.044.319	27.181.594	- 34	1,4
ALMANYA	29.749.969	26.334.709	- 11	1,4
SRİ LANKA	64.458.211	26.079.411	- 60	1,4
KAMBOÇYA	22.150.710	25.636.829	16	1,4
BULGARİSTAN	21.747.319	22.262.775	2	1,2
ROMANYA	18.359.512	21.626.711	18	1,1
GÜRCİSTAN	15.047.669	21.532.465	43	1,1
PORTEKİZ	20.687.652	20.753.483	0	1,1
İNGİLTERE	18.083.049	17.872.489	- 1	0,9
FRANSA	18.314.625	13.566.214	- 26	0,7
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	2.348.025.030	1.728.072.423	- 26	91,5
TÜRKİYE'NİN TOPLAM KONFEKSİYON İTHALATI	2.548.377.381	1.887.683.972	- 26	100,0
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	92	92		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Kasım 2012

Türkiye – Fransa Hazır giyim 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 %7,9 oranında artarken, ithalat %15,6 oranında artmıştır. Türkiye toplam hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında pay %8 ve ithalatında pay %0,8'dir.

2012 Ocak-Eylül dokuz aylık dönemde ise Fransa'ya 763,3 milyon dolarlık hazır giyim ve konfeksiyon ihraç edilmiş, 13,6 milyon dolarlık ithalat yapılmıştır. Türkiye toplam ihracatında pay %6,5 ve ithalatında pay %0,7'dir.

2000 yılından 2012 yılının Eylül ayı sonuna kadar ele alınan oniki yılı aşkın süreçte, Türkiye'den Fransa'ya hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında, 2006 yılında %5,5'lik, 2009 yılında %8,8'lik ve 2012 Ocak-Eylül döneminde %22,5'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. 2000 yılından 2011 yılına yıllık ortalama ihracat artışı %9,3'tür. 2012 Ocak-Eylül döneminde ise Türkiye'den Fransa'ya ihracat %22,5 oranında düşüşle 763,3 milyon dolar olmuştur.

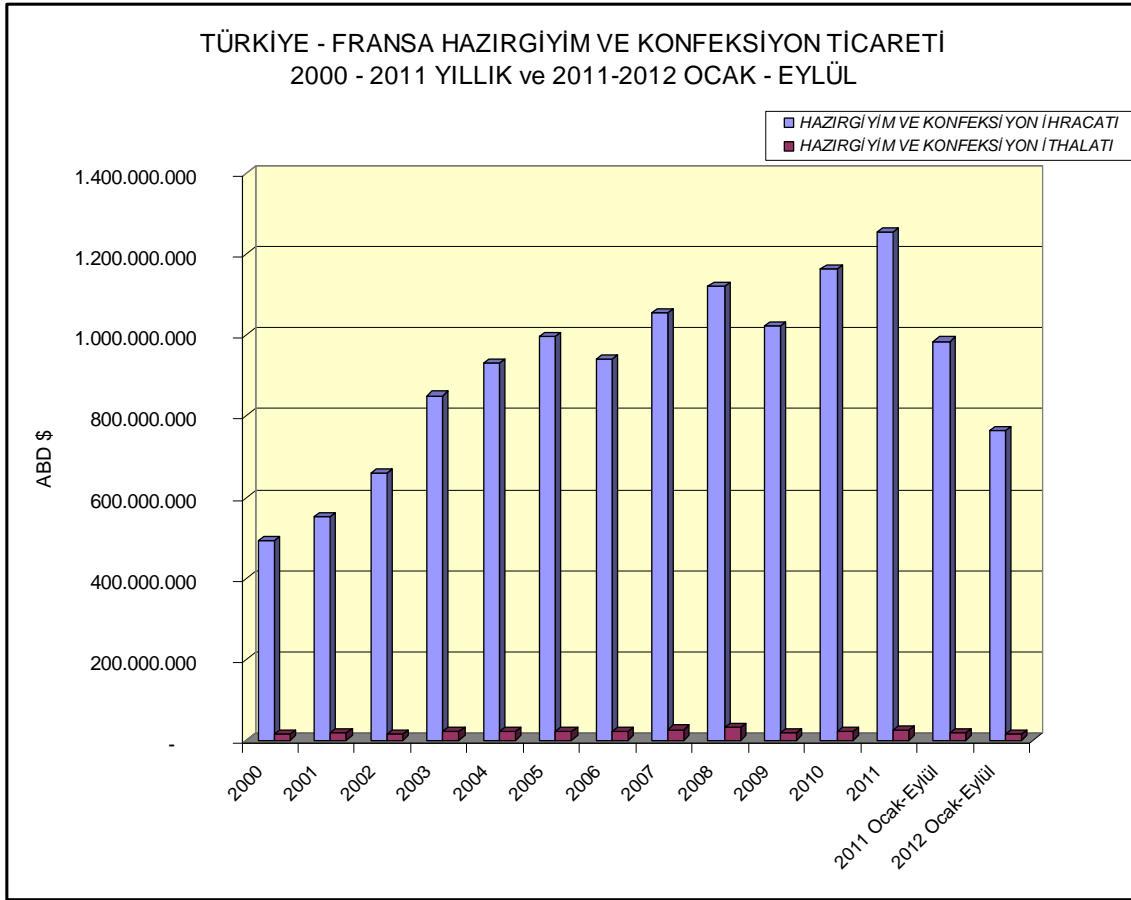
2000 yılından 2012 Eylül ayı sonuna kadar Türkiye'nin Fransa ile hazır giyim ve konfeksiyon ticaretine ilişkin veriler, aşağıdaki tablodan izlenebilir.

TÜRKİYE - FRANSA HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON TİCARETİ				
Birim: \$				
YILLAR	HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)	HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2000	492.494.130	-	14.790.195	-
2001	550.263.418	11,7	18.307.749	23,8
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	1.254.151.336	7,9	23.860.760	15,6
2011 Ocak-Eylül	984.577.778		18.314.625	
2012 Ocak-Eylül	763.263.138	-22,5	13.566.214	-25,9

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Kasım 2012

Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı açısından bakıldığında Fransa ithalat yapılan toplam 137 ülke arasında en fazla ithalat yapılan yirminci ülke pozisyonundadır. Fransa'dan hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı rakamsal olarak ihracata kıyasla oldukça küçük kalmaktadır. 2011 yılında %15,6 oranında artışla 23,9 milyon dolarlık ithalat yapılmıştır. Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında Fransa'nın payı %0,8'dir. 2012 yılının Ocak-Eylül döneminde ise Fransa'dan %25,9'luk düşüşle 13,6 milyon dolarlık

ithalat gerçekleştirilmiş, Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında pay %0,7 olarak hesaplanmıştır.



2000 yılından 2011 Eylül ayı sonuna kadar Türkiye'nin Fransa'dan hazır giyim ve konfeksiyon ithalatına bakıldığında, 2002 yılında %12,7 oranında, 2006 yılında %1,4 oranında, 2009 yılında %41,3 oranında ve 2012 Ocak-Eylül döneminde %25,9'luk düşüşler, diğer yıllarda %2,6 ile %27,2 arasında değişen oranlarda artışlar olduğu görülmektedir. Son oniki yıl için yıllık ortalama ithalat artış oranı %6,5'tir.

2012 Ocak-Eylül döneminde Türkiye'den Fransa'ya en fazla ihraç edilen hazır giyim ve konfeksiyon mamullerinin başında 61 09 GTİP başlıklı örme t-shirt, fanila ve benzerleri gelmektedir. Fransa'ya yapılan hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının %20,9'luk kısmını diğer bir deyişle beşte birinden fazlasını oluşturan bu ürünlerin ihracatı, 2011 Ocak-Eylül dönemine kıyasla %17 oranında azalarak 192,2 milyon dolardan 159,4 milyona düşmüştür.

62 04 GTİP başlıklı bayan dokuma takım, takım elbise, ceket ve benzeri giysiler, 63 02 GTİP başlıklı yatak çarşafı, masa örtüsü ve tuvalet ve mutfak bezleri, 61 10 GTİP başlıklı örme kazak, süveter ve benzeri giysiler ve 61 15

GTİP başlıklı külotlu ve şoset çoraplar, diğer en fazla ihraç edilen hazır giyim ve konfeksiyon mamulleridir.

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 - EYLÜL	2012 OCAK - EYLÜL	2011 / 2012 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
6109	TIŞÖRTLER, FANİLALAR, AT LETLER, KAŞKORSELER VE DİĞER İÇ GIYIM EŞYASI (ÖRME)	192.207.159	159.396.906	- 17	20,9
6204	KADINLAR VE KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, ELBİSE, ETEK, PANTOLON ETEK, VB.(YÜZM	88.947.123	80.599.670	- 9	10,6
6302	YATAK ÇARŞAFI, MASA ÖRTÜLERİ, TUVALET VE MUTFAK BEZLERİ	98.678.117	70.429.130	- 29	9,2
6110	KAZAK, SÜVETER, HIRKA, YELEK VB. EŞYA (ÖRME)	93.000.813	69.874.516	- 25	9,2
6115	KÜLOTLU ÇORAPLAR, TAYTLAR, KISA VE UZUN KONÇLU ÇORAPLAR, SOKETLER (VARİS ÇORAPLARI DAHİL) VE PATİK ÇO	97.787.892	56.623.007	- 42	7,4
6205	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUKLAR İÇİN GÖMLEKLER	59.649.263	53.931.864	- 10	7,1
6203	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, PANTOLON, TULUM VE ŞORT (YÜZME KIY	52.986.830	47.073.352	- 11	6,2
6104	KADIN VE KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, ETEK, PANTOLON, TULUM VE ŞORT (ÖRME)(YÜZ	45.131.466	40.745.545	- 10	5,3
6305	EŞYA AMBALAJINDA KULLANILAN TORBA VE ÇUVAL	40.425.140	32.443.678	- 20	4,3
6106	KADINLAR VE KIZ ÇOCUKLAR İÇİN BLUZLAR, GÖMLEKLER, GÖMLEK -BLUZLAR (ÖRME)	40.662.168	21.672.249	- 47	2,8
6206	KADINLAR VE KIZ ÇOCUKLAR İÇİN BLUZLAR, GÖMLEKLER VE GÖMLEK-BLUZLAR	29.987.841	19.509.814	- 35	2,6
6103	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUKLAR İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, PANTOLON, TULUM VE ŞORT (ÖRME)(Y	10.915.996	15.128.620	39	2,0
6108	KADIN VE KIZ ÇOCUK İÇİN KOMBİNEZON, JÜP VEYA JÜPON, SLİP VE KÜLOT, GECELİK, PİJAMA, LİZÖZ, BORNOZ VB	20.810.568	14.031.553	- 33	1,8
6105	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUKLAR İÇİN GÖMLEKLER (ÖRME)	14.181.232	12.874.370	- 9	1,7
6208	KADINLAR VE KIZ ÇOCUK İÇİN FANİLA, KAŞKORSE, KOMBİNEZON, JÜP VEYA JÜPON, SLİP VE KÜLOT, GECELİK, PİJ	16.280.867	9.121.088	- 44	1,2
6304	DİĞER MEFRUŞAT EŞYASI (94.04 POZİSYONUNDAKİLER HARİÇ)	11.178.943	6.155.495	- 45	0,8
6212	SÜTYEN, KORSE, KORSE KEMER, PANTOLON ASKISI, ÇORAP BAĞI, JARTİYER VB. EŞYA VE BUNLAR İÇİN PARÇALAR	6.248.454	6.013.686	- 4	0,8
6107	ERKEK VE ERKEK ÇOCUK İÇİN KÜLOTLAR, SLİPLER, GECE GÖMLEKLERİ, PİJAMALAR, BORNOZLAR, ROBDÖŞAMBRLAR VE	5.947.527	5.271.111	- 11	0,7
6111	BEBEK İÇİN GIYIM EŞYASI VE AKSESUARİ (ÖRME)	6.916.536	5.245.191	- 24	0,7
6303	PERDELER VE İÇ STORLAR; PERDE VE YATAK FARBELALARI	5.865.765	4.830.394	- 18	0,6
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		937.809.700	730.971.239	- 22	95,8
FRANSA'YA HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI		984.577.778	763.263.138	- 22	100,0

2012 Ocak-Eylül döneminde Türkiye'den Fransa'ya 62 04 GTİP başlıklı bayan dokuma takım, takım elbise, ceket ve benzeri giysilerin ihracatı %9 oranında azalarak 88,9 milyon dolardan 80,6 milyon dolara gerilemiştir. 63 02 GTİP başlıklı yatak çarşafı, masa örtüsü ve tuvalet ve mutfak bezlerinin ihracatı %29 oranında azalarak 70,4 milyon dolara düşerken, 61 10 GTİP başlıklı örme kazak, süveter ve benzeri giysilerin ihracatı %25 düşüşle 69,9 milyon dolara ve 61 15 GTİP başlıklı külotlu ve şoset çorapların ihracatı %42 oranında azalarak 56,6 milyon dolara gerilemiştir.

En fazla ihraç edilen ilk yirmi ürün grubu içerisinde, sadece bir ürün grubunda 61 03 GTİP başlıklı erkek örme takım elbise, ceket, pantolon ve benzeri giysilerin ihracatında %39 oranında artış olurken, diğer ondokuz ürün grubunda ihracat %4 ile %47 arasında değişen oranlarda azalmıştır.

61 06 GTİP başlıklı bayan örme gömlek ve bluzler 2012 Ocak-Eylül döneminde Fransa'ya ihracatı en yüksek oranlı azalan konfeksiyon ürünleri olmuştur. Bu ürün grubunda ihracat, 2011 Ocak-Eylül dönemine kıyasla %47 oranında düşüşle değer bazında 40,7 milyon dolardan 21,7 milyon dolara gerilemiştir. İhracatı %45'lik düşüşle 11,2 milyon dolardan 6,2 milyon dolara inen 63 04 GTİP başlıklı diğer mefruşat eşyası, ihracatı %44'lük düşüşle 16,3 milyon dolardan 9,1 milyon dolara gerileyen 62 08 GTİP başlıklı bayan dokuma fanila, kombinezon, slip, külot, gecelik ve pijamalar, ihracatta yüksek oranlı düşüş kaydedilen diğer ürün gruplarıdır.

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 61 10 GTİP başlığı altında yer alan örme kazak, süveter, hırka, yelek ve benzeri giysilerin geldiği görülmektedir.

2012 Ocak-Eylül döneminde Fransa'dan Türkiye'ye %25 düşüşle 4,4 milyon dolarlık 62 04 GTİP başlıklı bayan dokuma takım elbise, takım, ceket, pantolon, elbise, etek gibi giysi ve %21 düşüşle 1,1 milyon dolarlık 61 10 GTİP başlığı altında yer alan örme kazak, süveter, hırka, yelek ve benzeri giysiler ithal edilmiştir. Fransa'dan hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında 62 04 GTİP başlıklı giysilerin payı %32,3 ve 61 10 GTİP başlıklı kazakların payı %7,8'dir.

%32 düşüş ile 828,1 bin dolarlık ithalat yapılan 61 09 GTİP başlıklı örme t-shirt, fanila ve benzeri giysiler, %65 düşüşle 749,7 bin dolarlık ithalat yapılan 63 07 GTİP başlıklı diğer hazır eşyalar ile %45 artışla 663,7 bin dolarlık ithalat yapılan 62 03 GTİP başlıklı erkek dokuma takım elbise, takım, ceket, blazer, pantolon ve benzeri giysiler, Fransa'dan ithalatın diğer önde gelen kalemlerindedir.

2012 Ocak-Eylül 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 - EYLÜL	OCAK - EYLÜL	DEĞİŞİM %		PAY %
6204	KADINLAR VE KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, ELBİSE, ETEK, PANTOLON ETEK, VB.(YÜZM	5.811.286	4.381.171	-	25	32,3
6110	KAZAK, SÜVETER, HIRKA, YELEK VB. EŞYA (ÖRME)	1.340.696	1.062.923	-	21	7,8
6109	TİŞÖRTLER, FANİLALAR, ATLETLER, KAŞKORSELER VE DİĞER İÇ GİYİM EŞYASI (ÖRME)	1.218.195	828.054	-	32	6,1
6307	DİĞER HAZIR EŞYA (ELBİSE PATRONLARI DAHİL)	2.165.221	749.740	-	65	5,5
6203	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, PANTOLON, TULUM VE ŞORT (YÜZME KIY	456.652	663.720		45	4,9
6104	KADIN VE KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, ETEK, PANTOLON, TULUM VE ŞORT (ÖRME)(YÜZ	1.028.399	628.854	-	39	4,6
6305	EŞYA AMBALAJINDA KULLANILAN TORBA VE ÇUVAL	391.339	526.631		35	3,9
6202	KADIN VE KIZ ÇOCUK İÇİN MANTO, KABAN, KOLSUZ CEKET, PELERİN, ANORAKLAR (KAYAK CEKETLERİ DAHİL), RÜZG	616.367	415.725	-	33	3,1
6206	KADINLAR VE KIZ ÇOCUKLAR İÇİN BLUZLAR, GÖMLEKLER VE GÖMLEK-BLUZLAR	1.073.060	409.273	-	62	3,0
6105	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUKLAR İÇİN GÖMLEKLER (ÖRME)	141.329	333.639		136	2,5
6302	YATAK ÇARŞAFI, MASA ÖRTÜLERİ, TUVALET VE MUTFAK BEZLERİ	485.333	330.201	-	32	2,4
6214	ŞALLAR, EŞARPLAR, FULARLAR, KAŞKOLLAR, PEÇELER, DUVAKLAR VB EŞYA	227.381	296.075		30	2,2
6215	BOYUN BAĞI, POPYON VE KRAVAT	224.987	264.480		18	1,9
6106	KADINLAR VE KIZ ÇOCUKLAR İÇİN BLUZLAR, GÖMLEKLER, GÖMLEK -BLUZLAR (ÖRME)	418.157	260.642	-	38	1,9
6205	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUKLAR İÇİN GÖMLEKLER	380.282	249.660	-	34	1,8
6208	KADINLAR VE KIZ ÇOCUK İÇİN FANILA, KAŞKORSE, KOMBINEZON, JÜP VEYA JÜPON, SLIP VE KÜLOT, GECELİK, PİJ	36.618	206.153		463,0	1,5
6306	VAGON VE MAVNA ÖRTÜLERİ, TENTE VE DIŞ STORLAR; ÇADIR; KAYIKLARA, DENİZ VEYA KARA TAŞITLARINA MAHSUS Y	177.858	187.929		6	1,4
6303	PERDELER VE İÇ STORLAR; PERDE VE YATAK FARBELALARI	34.086	187.549		450	1,4
6114	DİĞER GİYİM EŞYASI (ÖRME)	29.708	164.440		453,5	1,2
6217	GIYİM EŞYASININ DİĞER HAZIR AKSESUARİ; GIYİM EŞYASININ VEYA GIYİM EŞYASI AKSESUARININ PARÇALARI	122.234	153.445		26	1,1
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		16.379.188	12.300.304	-	25	90,7
FRANSA'DAN HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI		18.314.625	13.566.214	-	26	100,0
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		89	91			

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Kasım 2012

En fazla ithal edilen ilk yirmi ürün grubu içerisinde 10 ürün grubunda ithalat artarken, 10 ürün grubunda ithalat azalmıştır. İthalatı oransal olarak en fazla artan mamuller, 62 08 GTİP başlıklı bayan dokuma fanila, kombinezon,slip, külot, gecelik ve pijamalar (%463 artış), 61 14 GTİP başlıklı diğer örme giyim eşyası (%453,5 artış), 63 03 GTİP başlıklı perdeler ve iç storlar ile perde ve yatak farbelaları (%450 artış) ve 61 05 GTİP başlıklı erkekler için örme gömleklendir (%136 artış)

Fransa'dan ithalatı en yüksek oranlı azalan hazır giyim ve konfeksiyon mamulleri ise, %65 düşüş görülen 63 07 GTİP başlıklı diğer hazır eşyalar, %62 düşüş görülen 62 06 GTİP başlıklı bayan dokuma bluz ve gömleklere ile %39 düşüş olan 61 04 GTİP başlıklı bayan örme takım elbise, ceket, pantolon, blazer, etek ve elbiselerdir.

Türkiye – Fransa Deri ve Deri Mamulleri Dış Ticareti

Deri ve deri ürünleri açısından, Fransa Türkiye'nin beşinci büyük ihracat pazarıdır. 2011 yılında Türkiye'den Fransa'ya 93,8 milyon dolarlık deri ve deri mamulü ihraç edilmiş, ihracat bir önceki yıla göre %13,9 oranında artmıştır. Aynı yıl Fransa'dan %48,9 artışla 52,6 milyon dolarlık da deri ve deri ürünü ithal edilmiştir. İki ülke arasındaki deri ve deri mamulleri ticaret hacmi (ihracat+ithalat) 2011 yılında 146,4 milyon dolar olmuştur. Ticaretin gelişimi Türkiye lehinedir.

Diğer yandan, 2012 Ocak-Eylül döneminde Türkiye'den Fransa'ya 57,9 milyon dolar değerinde deri ve deri mamulü ihraç edilmiş, ihracat 2011 Ocak-Eylül dönemine kıyasla %17,7 oranında azalmıştır. Yılın ilk dokuz ayı içerisinde Fransa'dan deri ve deri mamulleri ithalatı %7,2 oranında düşüşle 37,5 milyon dolara gerilemiştir

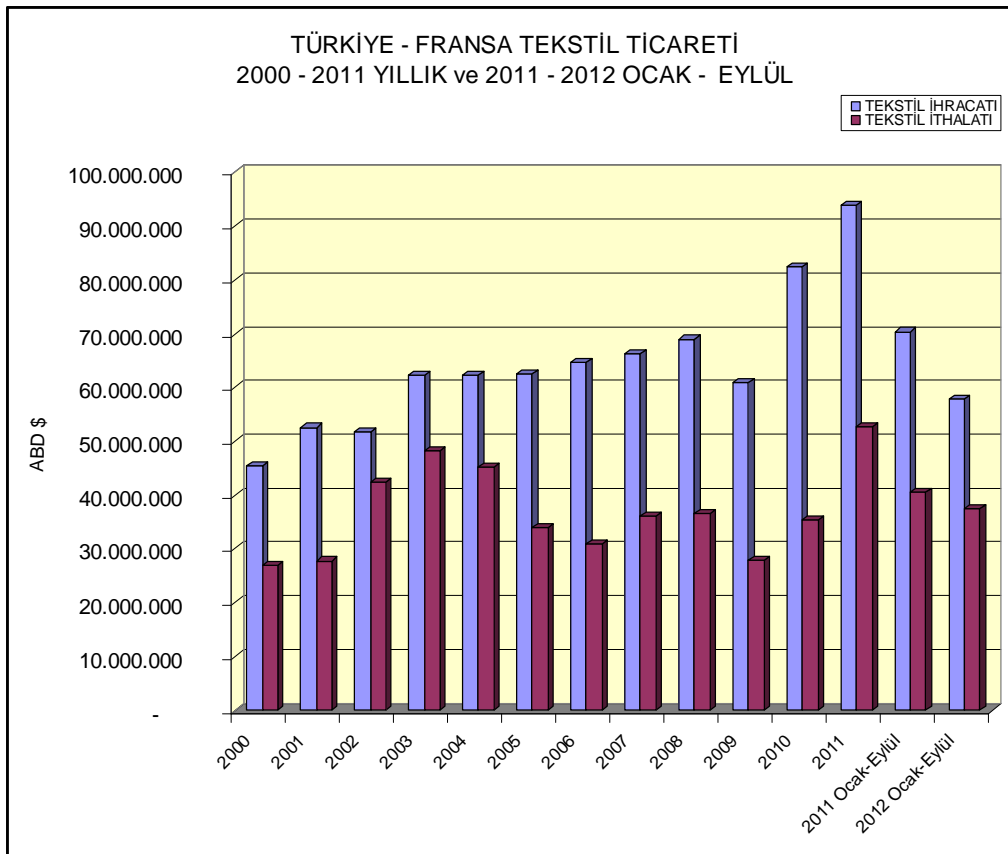
Türkiye ile Fransa arasındaki deri ve deri mamulleri ticaretinin seyrine 2000 yılından 2012 yılının Eylül sonuna kadar olan süreçte bakıldığında, 2000 yılında 45,5 milyon dolar değerinde olan Fransa'ya deri ve deri mamulleri ihracatının, 2011 yılında iki katına çıkarak 93,8 milyon dolara ulaştığı görülmektedir. 2012 yılının ilk dokuz ayında ise Fransa'ya deri ve deri ürünleri ihracatı, 2011 yılının eş dönemine kıyasla % 17,7 oranında azalarak 57,9 milyon dolar olmuştur.

Diğer yandan, 2000 yılında 27 milyon dolar değerinde olan Fransa'dan deri ve deri mamulleri ithalatı, 2011 yılında yaklaşık iki katına çıkarak 52,6 milyon dolara yükselmiştir. 2012 yılının Ocak-Eylül döneminde ise bir önceki yılın aynı dönemine göre Fransa'dan deri ve deri mamulleri ithalatı %7,2 oranında düşüşle 37,5 milyon dolar olmuştur.

2000 yılından 2012 yılının Eylül ayı sonuna kadar, Türkiye ile Fransa arasındaki deri ve deri mamulleri ticaretini, yıllık değişimlerle birlikte gösteren bir tablo ve grafik aşağıda verilmektedir.

TÜRKİYE - FRANSA DERİ ve DERİ MAMULLERİ TİCARETİ				
Birim: \$				
YILLAR	DERİ ve DERİ MAMULLERİ İHRACATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)	DERİ ve DERİ MAMULLERİ İTHALATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2000	45.489.000	-	26.980.091	-
2001	52.560.000	15,5	27.773.479	2,9
2002	51.835.000	-1,4	42.464.009	52,9
2003	62.358.000	20,3	48.230.467	13,6
2004	62.353.000	0,0	45.253.597	-6,2
2005	62.545.000	0,3	33.902.900	-25,1
2006	64.706.000	3,5	30.946.826	-8,7
2007	66.194.000	2,3	36.083.459	16,6
2008	68.979.000	4,2	36.538.275	1,3
2009	60.810.000	-11,8	27.820.778	-23,9
2010	82.383.265	35,5	35.331.931	27,0
2011	93.811.450	13,9	52.600.182	48,9
2011 Ocak-Eylül	70.388.192		40.426.825	
2012 Ocak-Eylül	57.904.116	-17,7	37.511.088	-7,2

Kaynak Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Kasım 2012



Türkiye'den Fransa'ya yapılan deri ve deri mamulleri ihracatına temel ürün grupları itibarıyla bakılacak olursa, 2012 yılının Ocak-Eylül döneminde en fazla ihraç edilen ürün grubu deri giyim olmuştur. Deri giyim ürün grubundan 2012 yılı Ocak-Eylül döneminde yapılan ihracat, 2011 yılının aynı dönemine göre %15,2 oranında azalarak 21,8 milyon dolara gerilemiştir. 2012 yılı Ocak-Eylül döneminde Fransa'ya yapılan deri ve deri ürünleri ihracatında deri giyim ürün grubunun payı % 37,6 olarak hesaplanmaktadır.

Fransa'ya yapılan deri ve deri ürünleri ihracatının diğer önemli kalemi olan kürk giyim ürün grubundan 2012 yılı Ocak-Eylül döneminde yapılan ihracat, 2011 yılının aynı dönemine göre % 8,6 oranında azalarak 15,3 milyon dolara düşmüştür. Fransa'ya yapılan deri ve deri ürünleri ihracatında kürk giyim ürün grubunun payı anılan dönem için %26,5 olarak hesaplanmaktadır.

2012 Ocak-Eylül döneminde Fransa'ya yapılan deri ve deri ürünleri ihracatında saraciye eşyaları %13,2 pay ile üçüncü en fazla ihraç edilen ürün grubudur. 2011 Ocak-Eylül dönemine kıyasla saraciye ihracatı %4,2 oranında artışla 7,7 milyon doları bulmuştur. Bu ürün gruplarını takiben %35,7 düşüşle 6,2 milyon dolarlık ihracat yapılan ayakkabılar ve %46,7 düşüşle 4,1 milyon dolarlık ihracat yapılan yarı işlenmiş/bitmiş deriler, diğer önde gelen ihracat kalemlerindedir. Ayakkabıların Fransa'ya yapılan deri ve deri ürünleri ihracatında payı %10,7 ve yarı işlenmiş/bitmiş derilerin payı %7'dir.

Aşağıdaki tabloda Fransa'ya deri ve deri ürünleri ihracatına ilişkin temel ürün grupları itibarıyla istatistikî veriler yer almaktadır.

TÜRKİYE'DEN FRANSA'YA YAPILAN DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI										
Birim: \$	GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2010 YILLIK	2011 YILLIK	2011 TOPLAM DERİ'DE % PAY	2010/2011 DEĞİŞİM %	2011 OCAK - EYLÜL	2012 OCAK-EYLÜL	2012 TOPLAM DERİ'DE % PAY	2011/2012 DEĞİŞİM %
	4101-4103	HAM DERİ	0	0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
	4301	HAM KÜRK	0	0	0,0	0,0	0	16.722	0,0	0,0
		HAM DERİ + HAM KÜRK TOPLAMI	0	0	0,0	0,0	0	16.722	0,0	0,0
	4104-4115	YARI İŞLENMİŞ/BİTMİŞ DERİ	9.859.750	10.615.871	11,3	7,7	7.639.059	4.073.269	7,0	-46,7
	4302	İŞLENMİŞ KÜRK	1.693.183	4.004.800	4,3	136,5	3.288.522	2.848.306	4,9	-13,4
		YARI İŞLENMİŞ/BİTMİŞ DERİ + İŞLENMİŞ KÜRK TOPLAMI	11.552.933	14.620.671	15,6	26,6	10.927.581	6.921.575	12,0	-36,7
	4203.10	DERİ GİYİM	34.784.510	37.172.162	39,6	6,9	25.696.734	21.780.977	37,6	-15,2
	4303-4304	KÜRK GİYİM EŞYASI	11.625.121	21.638.314	23,1	86,1	16.764.044	15.325.358	26,5	-8,6
		DERİ GİYİM + KÜRK GİYİM TOPLAMI	46.409.631	58.810.476	62,7	26,7	42.460.778	37.106.335	64,1	-12,6
	4201-4202-4203.21/29/30/40-4204-4205-4206	SARACİYE TOPLAMI	8.089.662	9.220.082	9,8	14,0	7.341.112	7.648.969	13,2	4,2
	64	AYAKKABI TOPLAMI	16.331.039	11.160.221	11,9	-31,7	9.658.721	6.210.515	10,7	-35,7
		FRANSA'YA DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI	82.383.265	93.811.450	100,0	13,9	70.388.192	57.904.116	100,0	-17,7

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıt Rakamları

Türkiye'nin 2012 yılının Ocak-Eylül döneminde Fransa'dan ithal ettiği deri ve deri mamullerine temel ürün grupları itibarıyla bakıldığında, ithalatın en büyük kaleminin ham deri ürün grubu olduğu görülmektedir. Bu ürün grubundan 2012 yılı Ocak-Eylül döneminde 2011 yılının Ocak-Eylül dönemine kıyasla %5,6 oranında düşüşle 16,6 milyon dolarlık ithalat gerçekleştirilmiştir. Ham deri ürün grubu, Fransa'dan yapılan toplam deri ve deri ürünleri ithalatında %44,3 paya sahiptir.

Fransa'dan yapılan deri ve deri ürünleri ithalatında ikinci büyük ürün grubu %0,4 oranında artışla 14,8 milyon dolar değerinde ithalat yapılan saraciye eşyalarıdır. Ürün grubunun toplam ithalatta payı %39,4 olarak hesaplanmıştır. Yarı işlenmiş/bitmiş deriler ithalatın üçüncü önemli ürün grubudur. Bu ürün grubunda ithalat %29,5 oranında azalarak 4,1 milyon dolardan 2,9 milyon dolara gerilemiştir.

Aşağıdaki tabloda Fransa'dan deri ve deri ürünleri ithalatına ilişkin temel ürün grupları itibarıyla istatistik veriler yer almaktadır.

TÜRKİYE'NİN FRANSA'DAN YAPTIĞI DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İTHALATI									
Birim: \$									
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2010 YILLIK	2011 YILLIK	2011 TOPLAM DERİ'DE % PAY	2010/2011 DEĞİŞİM %	2011 OCAK - EYLÜL	2012 OCAK-EYLÜL	2012 TOPLAM DERİ'DE % PAY	2011/2012 DEĞİŞİM %
4101-4103	HAM DERİ	10.535.487	21.190.958	40,3	101,1	17.586.403	16.603.040	44,3	-5,6
4301	HAM KÜRK	0	0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
	HAM DERİ + HAM KÜRK TOPLAMI	10.535.487	21.190.958	40,3	101,1	17.586.403	16.603.040	44,3	-5,6
4104-4115	YARI İŞLENMİŞ/BİTMİŞ DERİ	4.457.363	6.490.534	12,3	45,6	4.077.065	2.873.985	7,7	-29,5
4302	İŞLENMİŞ KÜRK	837.209	1.066.163	2,0	27,3	981.937	948.109	2,5	-3,4
	YARI İŞLENMİŞ/BİTMİŞ DERİ + İŞLENMİŞ KÜRK TOPLAMI	5.294.572	7.556.697	14,4	42,7	5.059.002	3.822.094	10,2	-24,4
4203.10	DERİ GİYİM	608.192	1.014.326	1,9	66,8	752.076	831.647	2,2	10,6
4303-4304	KÜRK GİYİM EŞYASI	353.334	843.553	1,6	138,7	604.607	473.938	1,3	-21,6
	DERİ GİYİM + KÜRK GİYİM TOPLAMI	961.526	1.857.879	3,5	93,2	1.356.683	1.305.585	3,5	-3,8
4201-4202-4203.21/29/30/40-4204-4205-4206	SARACİYE TOPLAMI	16.918.110	20.121.344	38,3	18,9	14.724.362	14.779.936	39,4	0,4
64	AYAKKABI TOPLAMI	1.622.236	1.873.304	3,6	15,5	1.700.375	1.000.433	2,7	-41,2
	FRANSA'DAN DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İTHALATI	35.331.931	52.600.182	100,0	48,9	40.426.825	37.511.088	100,0	-7,2

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Kasım 2012

Türkiye'nin Deri ve Deri Mamulleri Ticaretinde Fransa'nın Yeri

2012 yılının Ocak-Eylül döneminde, Türkiye'den özel faturalı ihracat dahil 179 ülkeye 1.2 milyar dolarlık deri ve deri mamulleri ihracatı yapılmıştır. 2011 yılının eş dönemine kıyasla ihracat dolar bazında %10 oranında artmıştır. Fransa Türkiye'den deri ve deri mamulleri ihrac edilen ülkeler içinde Rusya Federasyonu, İtalya, Almanya ve Irak'ın ardından beşinci büyük pazar konumundadır. 2012 Ocak-Eylül döneminde Türkiye'den Fransa'ya 57,9 milyon dolarlık deri ve deri mamulü ihraç edilmiş, ihracat 2011 yılının eş

dönemine kıyasla %18 oranında azalmıştır. Fransa'nın Türkiye toplam deri ve deri mamulleri ihracatında payı %4,9'dur.

Türkiye'den en fazla deri ve deri mamulleri ihraç edilen ülkeler, değişimler ve paylar aşağıdaki tabloda verilmektedir.

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA DERİ VE DERİ MAMULLERİ İHRAÇ ETTİĞİ ÜLKELER				
Birim: ABD \$				
ÜLKELER	2011 OCAK - EYLÜL	2012 OCAK - EYLÜL	2011 / 2012 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
RUSYA FEDERASYONU	221.433.554	296.232.960	34	25,0
İTALYA	109.704.749	100.233.296	- 9	8,5
ALMANYA	98.629.324	82.909.322	- 16	7,0
IRAK	46.390.427	58.302.975	26	4,9
FRANSA	70.388.192	57.934.990	- 18	4,9
İNGİLTERE	48.042.213	48.871.049	2	4,1
UKRAYNA	32.035.829	44.941.787	40	3,8
SUUDİ ARABİSTAN	23.121.744	35.444.897	53	3,0
HONG KONG	35.752.735	35.181.148	- 2	3,0
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	32.452.683	33.558.439	3	2,8
ABD	17.431.094	22.528.238	29	1,9
KAZAKİSTAN	31.415.565	21.308.250	- 32	1,8
İSPANYA	26.454.570	17.271.995	- 35	1,5
HOLLANDA	18.831.265	15.881.744	- 16	1,3
BULGARİSTAN	14.480.257	14.993.708	4	1,3
AVUSTURYA	12.661.721	14.281.936	13	1,2
KIRGIZİSTAN	6.968.436	12.078.867	73	1,0
LİBYA	1.793.385	11.375.002	534	1,0
ROMANYA	13.752.136	11.154.962	- 19	0,9
AZERBAYCAN	7.812.465	11.009.745	41	0,9
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	869.552.343	945.495.311	9	79,9
TÜRKİYE'NİN TOPLAM DERİ VE DERİ MAMULLERİ İHRACATI	1.074.949.000	1.182.846.000	10	100,0
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	81	80		

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları / Kasım 2012

Dünyanın önde gelen deri ve deri mamulleri ihracatçılarından biri olan Türkiye, aynı zamanda önemli bir deri ve deri mamulleri ithalatçısıdır. 2012 yılının Ocak-Eylül döneminde Türkiye'ye 141 farklı ülkeden 1,7 milyar dolar değerinde deri ve deri mamulü ithal edilmiştir. İthalat 2011 yılının eş dönemine kıyasla %4 oranında azalmıştır, ancak dolar bazında halen ihracattan yüksektir. Fransa, Türkiye'nin deri ve deri ürünleri ithal ettiği 141 ülke içinde Çin, İtalya, Vietnam, İspanya, Endonezya ve Hindistan'ın ardından yedinci tedarikçi durumundadır.

2012 Ocak-Eylül döneminde Fransa'dan Türkiye'ye 37,5 milyon dolar değerinde deri ve deri mamulü ithal edilmiş, ithalat 2011 yılının eş dönemine

kiyasla %7 oranında azalmıştır. Fransa'dan yapılan ithalatın Türkiye toplam deri ve deri mamulleri ithalatında payı %2,3 olarak hesaplanmaktadır.

2012 yılının ilk dokuz ayında Türkiye toplam deri ve deri ürünleri ithalatının %36,6'lık bölümü Çin'den, %12'si İtalya'dan ve %6,5'i Vietnam'dan yapılmıştır. Çin'den ithalat %4 oranında azalırken, İtalya'dan ithalat %2 oranında ve Vietnam'dan ithalat %11 oranında artmıştır.

Türkiye'nin en fazla deri ve deri mamulleri ithal ettiği ülkeleri gösteren bir tablo aşağıda verilmektedir.

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA DERİ VE DERİ MAMULLERİ				
İTHAL ETTİĞİ ÜLKELER				
<i>Birim: ABD \$</i>				
ÜLKELER	2011 OCAK - EYLÜL	2012 OCAK - EYLÜL	2011 / 2012 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
ÇİN	638.723.476	610.436.986	- 4	36,6
İTALYA	197.300.359	200.762.722	2	12,0
VİETNAM SOSYALİST	97.405.273	108.571.349	11	6,5
İSPANYA	107.844.508	106.307.026	- 1	6,4
ENDONEZYA	78.876.987	74.278.903	- 6	4,5
HİNDİSTAN	44.791.387	66.329.896	48	4,0
FRANSA	40.426.825	37.511.088	- 7	2,3
YUNANİSTAN	32.179.151	35.210.897	9	2,1
MENEMEN SERBEST B	40.397.803	33.217.913	- 18	2,0
PAKİSTAN	63.128.051	29.841.643	- 53	1,8
İNGİLTERE	21.900.402	22.260.719	2	1,3
ALMANYA	24.079.388	22.146.058	- 8	1,3
FİNLANDİYA	12.064.837	20.101.971	67	1,2
AVUSTRALYA	11.954.734	19.035.696	59	1,1
A.B.D.	27.898.377	18.751.400	- 33	1,1
BULGARİSTAN	14.135.075	17.011.892	20	1,0
İRAN	13.612.071	14.468.781	6	0,9
BREZİLYA	19.181.326	10.878.073	- 43	0,7
ROMANYA	12.764.951	10.867.682	- 15	0,7
AZERBAYCAN	7.162.878	10.085.416	41	0,6
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	1.505.827.859	1.468.076.111	- 3	88,1
TÜRKİYE'NİN TOPLAM DERİ VE DERİ MAMULLERİ İTHALATI	1.738.575.166	1.667.040.577	- 4	100,0
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	87	88		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Kasım 2012

VII. 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

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>

VIII. 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
Aralık 2012