

# HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜ AÇISINDAN

# FRANSA



## TEMEL EKONOMİK GÖSTERGELER GENEL VE SEKTÖREL BİLGİLER



İTKİB GENEL SEKRETERLİĞİ  
AR & GE ve MEVZUAT ŞUBESİ

HAZİRAN 2014

2013 TRADEMAP / İTC VE  
2014 EKONOMİ BAKANLIĞI BİLGİ SİSTEMİ  
VERİLERİ İLE DERLENMİŞTİR

## İÇİNDEKİLER

I. FRANSA HAKKINDA GENEL BİLGİLER .....	3
Giriş .....	3
Temel Göstergeler.....	4
Nüfus Yapısı.....	6
Ekonomi .....	6
Sanayi .....	7
Ulaşım .....	8
Fransa Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü .....	9
Fransa Hazırgiyim ve Konfeksiyon Pazarı .....	10
Dağıtım Kanalları.....	14
Pazara Giriş ve Pazarlama.....	15
Fransız İş Kültürünün Temel Noktaları.....	16
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 .....	19
En Çok İthalat Yapılan Ülkeler .....	19
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.....	23
IV. TÜRKİYE – FRANSA DIŞ TİCARET İLİŞKİLERİ.....	24
Türkiye - Fransa Genel Dış Ticareti .....	24
Türkiye'nin Genel Ticaretinde Fransa'nın Yeri.....	29
Türkiye'nin Hazırgiyim ve Konfeksiyon Ticaretinde Fransa'nın Yeri .....	30
Türkiye – Fransa Hazırgiyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti.....	32
V. FAYDALI ADRESLER .....	37
VI. KAYNAKÇA.....	38

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

## **Temel Göstergeler**

Fransa dünyanın beşinci büyük ekonomisidir. Fransa özellikle havacılık ve uzay, nükleer sanayii, bina ve bayındırlık işleri, plastik sanayii, kozmetik sanayii, lüks eşya ve moda ile tarımsal ürünlerde önde gelmektedir. Fransa, 65 milyonluk nüfusu ve 1,25 trilyon dolarlık dış ticaret hacmiyle büyük bir ticari güç konumundadır. Aşağıda verilen temel ekonomik göstergeler, Fransa ekonomisinin gücünü ortaya koymaktadır.

<b>Resmi Adı</b>	<b>Fransa Cumhuriyeti</b>
<b>Başkenti</b>	<b>Paris</b>
<b>Yüzölçümü</b>	<b>643,427 km<sup>2</sup></b>
<b>Nüfus</b>	<b>65 milyon (2013)</b>
<b>Ortalama Yaşam Süresi</b>	<b>81,6</b>
<b>Para Birimi</b>	<b>Euro (€)</b>
<b>Kişi Başına Milli Gelir (Satın Alma Paritesi)</b>	<b>\$ 37,200 (2013 tahmini)</b>
<b>GSYH Büyüme Hızı</b>	<b>% 0,3 (2013)</b>
<b>Sektörlere Göre GSMH</b>	<b>Tarım % 2 Sanayi % 18,5 Hizmet % 79,5</b>
<b>Faal İşgücü</b>	<b>29,8 milyon</b>
<b>İşsizlik Oranı</b>	<b>% 10,4 (2014 Mart )</b>
<b>Sektörlere Göre İşgücü</b>	<b>Tarım % 3,8 Sanayi % 24,3 Hizmet % 71,8</b>
<b>Toplam İhracat</b>	<b>566,9 milyar \$ (2013)</b>
<b>Toplam İthalat</b>	<b>668,7 milyar \$ (2013)</b>
<b>Başlıca İhracat Ürünleri</b>	<b>Makine, uçak, plastik, kimyasal ürünler, eczacılık ürünleri, demir ve çelik, içecekler.</b>
<b>Başlıca İthalat Ürünleri</b>	<b>Makine ve ekipmanları, taşıt araçları, ham petrol, uçak, plastik, kimya.</b>

## Nüfus Yapısı

2013 yılı tahmini verilerine göre Fransa'nın nüfusu yaklaşık 65 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 2012 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 yılında % 0 büyürken, 2013 yılının ilk çeyrek döneminde ise geçen yılın aynı dönemine göre % 0,4 daralmış bulunmaktadır. Fransa, 2013 yılının ikinci çeyrek döneminde % 0,7 büyüme gösterirken, üçüncü çeyrek dönemde % 0,3, son çeyrek dönemde ise % 0,8 büyüme gerçekleşmiştir.

Güncel tahminlere göre Fransa ekonomisinin 2013 yılının genelini % 0,3 büyüme ile tamamladığı tahmin edilirken, 2014 yılının ilk çeyrek döneminde ise % 0,8 büyüme kaydedilmiştir.

AB'de başta Yunanistan, İspanya ve İtalya olmak üzere aşırı borçlu ülkelerin odağında olduğu ekonomik ve siyasi kriz diğer AB ülkeleri gibi Fransa'yı da olumsuz etkilemektedir.

Fransa'da işsizlik oranı ise Şubat ayında %10,4 seviyesindeyken, Mart ayında da değişmeyerek % 10,4 seviyesinde kaydedilmiştir.

Fransa genelinde perakende satışlarda ise geçen yılın aynı ayına göre Şubat ayında % 0,6 artış yaşanırken, Nisan ayında ise % 2,4 artış kaydedilmiştir.

Fransa'nın henüz özellikle iş gücü alanında gerekli reformları gerçekleştirmemiş olması ve özel sektör üzerindeki yüksek vergi yükünün ekonomiyi daha da yavaşlattığı vurgulanırken, hükümetin kemer sıkma politikalarıyla birlikte bütçeden daha fazla tasarruf etme planının vergileri artırmasından ve hane halkı gelirleri ile tüketimi olumsuz etkilemesinden 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 ulaşımda 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 hazırgiyim 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. Bu çerçevede Fransa Türk moda dünyasının sürekli bağlantı içinde olduğu bir pazar olarak öneminisürekli koruyacaktır. Bunun yanı sıra, mevcut firmalar üretim anlamında katma değeri yüksek olan teknik tekstillere yönelmektedirler.

Fransızlar çalışma prensipleri gereği sürekli olarak geleceği bugünden planlayan, bu yönde çalışan, değişime ve gelişime açık, farklılık ve detaylar üstünde duran, estetiğe önem veren, bu kapsamda tasarımın öne çıkartıldığı bir kültürel gelenek ve yapı içerisinde çalışmaktadırlar. Söz konusu yapı ile Fransızlar moda dünyasında sürekliliklerini korumakta ve moda dünyasına bu şekilde damgalarını vurmaktadırlar.

Fransa tekstil ve hazırgiyim sektörleri, uluslararası ticaretteki dengelerin değişmesi ve zorlaşan rekabet koşullarının yanısıra teknolojideki hızlı değişim, yeni yasal düzenlemeler ve sosyo-demografik değişimlerden de etkilenerak ayakta kalabilmek amacıyla kurumsal organizasyon, çalışanlarda istenen vasıf düzeyi, işin tanımı ve içeriği gibi alanlarda köklü değişikliklere gitmektedirler. Bu çerçevede, tasarım, araştırma, organizasyon aşamaları, hizmet ve pazarlama konuları Fransız tekstil ve hazırgiyim sektörleri açısından giderek daha fazla önem kazanmaktadır.

Ülkede moda kültürünün bu denli yerleşmiş olmasına rağmen ithalatının bu denli yüksek olmasının arkasında yatan neden ise yüksek maliyetlerdir. Ülkedeki üretimin başta Uzak Doğu, Kuzey Afrika ve Türkiye olmak üzere, üretim ve işçilik maliyetlerinin Fransa'dan daha düşük olduğu ülkelere kaydırılmış olması ve ekonomik kriz nedeniyle Fransız tüketicilerin daha ucuz ürünlere yönelmesi ülkenin yüksek ithalat rakamlarını açıklamaktadır.

Fransa'da tekstil ve hazır giyim sektörleri diğer Avrupa ülkelerine göre genelde daha yüksek seyreden istihdam maliyetleri ve yüksek vergi oranlarından dolayı da olumsuz etkilenmekte ve rekabet gücünü yitirmektedirler. Son 10-12 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-Mağrip bölgesi (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. Hazır giyim 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 Hazır giyim ve Konfeksiyon Pazarı**

2012 ve 2013 yıllarında Fransa'da hazır giyim ve ayakkabı sektöründe değer bazında satışlarda duraklama gözlenmiş, miktar bazında ihmal edilebilir düzeyde bir gerileme yaşanmıştır. Ekonominin durgunlaşmasıyla birlikte sektör de bu durumdan payını almış, ülkedeki artan işsizlik ve gelirlerinde artış olmamasının sonucunda tüketicinin alım gücü oldukça sınırlı hale gelmiştir. Bu durumda öncelik gıda ve sağlık harcamalarına verilmiştir. Bunun sonucu olarak ise tüketiciler giyim alımlarını ertelemiş, giyim satışları hacim olarak daralmış, değer bazında durağan hale gelmiştir. Bunun sonucu olarak daha düşük bütçe ile giyim eşyası ve ayakkabı alışverişlerini gerçekleştirmek isteyen ve sayıları gittikçe artan Fransız tüketiciler, daha ekonomik markalara ve perakendecilere yönelmektedirler.

Öte yandan, son yıllarda erkek giyimi dikkate alındığında, sektörün genel eğiliminin aksine, satışlarında artış yaşanmıştır. Fransız erkeklerinin, kullandıkları giyim eşyaları ve aksesuarlara ilişkin farkındalıkları artmaya başlamıştır. Buna ek olarak eskiden erkekler için kadınlar alışveriş yaparken

artık kendileri alışverişlerini gerçekleştirmeye başlamışlardır. Ayrıca Fransız erkekleri daha uzun süre giyebilecekleri kaliteli ürünler seçtikleri için kadınların kendileri için yaptığı alışverişe göre daha fazla para harcamaktadırlar. Tüm bunların sonucu olarak genel hazır giyim satışlarına kıyasla erkek hazır giyim ürünlerinin satışlarındaki artış genel ortalamanın üstünde gerçekleşmiştir.

Uluslararası danışmanlık firması Nielsen tarafından Turquality projesi çerçevesinde hazırlanan 'Fransa Hazır giyim 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 ithalata 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 gerçekleşmese 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. Kadın body wear grubunun içinde gecelik iç giyim kadar günlük iç giyimin içinde yer alan sabahlık, korse, evde giyilen body'ler ve şortlar da yer almaktadır. Fransa, gerek kadınlar, gerek erkek tüketiciler açısından body wear ve iç giyimde kaliteye önem verilen ve yüksek harcamalar yapılmaktan kaçınılmayan bir pazar olmakla birlikte son dönemde ekonomik krizin orta-alt ve orta sınıfın giyim harcamaları üzerinde olumsuz etkisi olduğu da gözden kaçırılmamalıdır.

Fransa bebek kıyafetleri pazarı yıllık yaklaşık 700 milyon € tüketim hacmine sahip ama hızla büyüyen canlı bir pazardır. Çocuk kıyafeti üretimiyle doğrudan bağlantılı olan bebek kıyafetleri üretiminde 0-2 yaş esas alınmaktadır. 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 bebeklere harcanan parayı yukarı çekmektedir.

Fransa çocuk kıyafetleri pazarı da AB içinde en önemli pazarlardan biri olup, ülkenin doğurganlık ve nüfus artışında diğer AB üyelerinden daha yüksek oranlara sahip olması pazarı daha da canlı hale getirmektedir. Bu segmentte dikkate alınması gereken en önemli konu yetişkinlerde olduğu gibi Fransız çocuklarının da Kuzey Avrupa ülkeleri çocuklarına göre daha kısa boylu ve daha az yapılı oluşlarıdır.

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. Fransa'da tıpkı diğer pek çok ülkede olduğu gibi internet satışları giderek artmaktadır. Pek çok mağaza sahibi ürünlerini aynı zamanda internet üzerinden sattıkları gibi, konularında uzmanlaşmış diğer bazı firmalar da sadece sanal mağazaları aracılığı ile satış yapmaktadırlar. Sanal online satışların hızla artması ile birlikte Fransa'daki

hazırgiyim 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 hazırgiyim firmaları da ürünlerini online ve katalog satışların yanısıra sosyal medya üzerinden de satışa sunmaya başlamışlardır. Tüketiciler ise sanal pazarda ve sosyal medyada mağazalarda gördüklerinden çok daha fazla ürün çeşidine ulaşabilmektedirler.

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.

### **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 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> ile 2500 m<sup>2</sup> arasında satış alanı bulunan, toplamda 3000-3500 çeşit ürün satışa sunan ve bunlardan 1500 adete kadar olanları gıda dışı ürünlerden oluşan mağazalardır.

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

zamanlarda bu mağazalar orta ve üstü fiyatlı ürünler dışındaki alanlarda pazar payı kaybetmektedirler. Çok katlı mağazaların perakende giyim pazarındaki payları son yıllarda gerilemektedir.

## **Pazara Giriş ve Pazarlama**

Fransa tekstil ve hazır giyim pazarına giriş olarak farklı yöntemlerden birisi veya aynı anda bir 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 2013 yılı itibariyle 1,2 trilyon dolar değerinde dış ticaret hacmine sahiptir. 2013 yılında Fransa'nın genel ihracatı 566,9 milyar dolar, genel ithalatı ise 668,7 milyar dolar olarak geręekleŐmiŐtir. 2009 yılından 2013 yılına kadarki beş yıllık sũreęte Fransa'nın dış ticaretine ilişkin veriler aşağıdaki tabloda izlenebilir.

2009 yılında tũm dũyayı etkileyen kũresel kriz, Fransa'nın dış ticaretinin kũçũlmesine yol aęmıŐtı. 2009 yılına gũre 2010 yılında Fransa'nın ihracatı %10,2 gerilerken, ithalatı %10,9 oranında artmıştır. 2011 yılında Fransa'nın ihracatı %13,7, ithalatı ise %17 artmıŐken 2012 yılında ise ihracat %4,3 azalırken, ithalat %5,4 azalmıştır. 2013 yılında ise Fransa'nın ihracatı %1,9 artarken ithalatı ise %0,8 artmıştır.

FRANSA'NIN GENEL DIŞ TİCARETİ				
Birim 1000 ABD \$				
YILLAR	İHRACAT	DEğİŞİM %	İTHALAT	DEğİŞİM %
2009	464.112.811	-	540.502.283	-
2010	511.651.043	10,2	599.171.506	10,9
2011	581.541.871	13,7	700.851.646	17,0
2012	556.575.682	-4,3	663.268.640	-5,4
2013	566.879.047	1,9	668.658.053	0,8

Kaynak: Trademap / ITC

### En ok İhraç Edilen Őrũnler

2013 yılında Fransa'nın en fazla ihraç ettiği Őrũnler Fasil 84 kapsamındaki nũkleer reaktũrler, kazanlar, makineler, Fasil 88'de yer alan hava ve uzay taşıtları ile bunların aksam ve parçaları, Fasil 87 kapsamındaki motorlu kara taşıtları, Fasil 85 kapsamındaki elektrikli makine ve cihazlar ile Fasil 30 kapsamındaki eczacılık Őrũnleridir. Sũz konusu Őrũnlere ilişkin rakamsal bilgiler aşağıdaki tabloda verilmektedir.

FRANSA'NIN EN ÇOK İHRAC ETTİĞİ ÜRÜNLER			
İLK 5 ÜRÜN GRUBU / 2013			
<i>Birim: 1.000 \$</i>			
FASIL NO	TANIM	DEĞER \$	PAY %
84	NÜKLEER REAKTÖRLER, KAZANLAR, MAKİNALAR	65.153.262	11,5
88	HAVA TAŞITLARI, UZAY TAŞITLARI	56.452.181	10,0
87	MOTORLU KARA TAŞITLARI	46.394.062	8,2
85	ELEKTRİKLİ MAKİNA VE CİHAZLAR	44.713.828	7,9
30	ECZACILIK ÜRÜNLERİ	37.004.862	6,5
	<b>TOPLAM</b>	<b>566.879.047</b>	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 / 2013			
<i>Birim: 1.000 \$</i>			
FASIL NO	TANIM	DEĞER \$	PAY %
27	MİNERAL YAKITLAR, MİNERAL YAĞLAR	110.115.024	16,5
84	NÜKLEER REAKTÖRLER, KAZANLAR, MAKİNALAR	74.490.878	11,1
87	MOTORLU KARA TAŞITLARI	58.829.738	8,8
85	ELEKTRİKLİ MAKİNA VE CİHAZLAR	55.420.896	8,3
88	HAVA TAŞITLARI, UZAY TAŞITLARI	29.541.909	4,4
	<b>TOPLAM</b>	<b>668.658.053</b>	100,0
<i>Kaynak: Trademap / ITC</i>			

## En Çok İhracat Yapılan Ülkeler

2013 yılı itibariyle Fransa'nın en çok ihracat gerçekleştirdiği ülke Almanya'dır. Anılan dönemde Almanya'ya 93,2 milyar dolarlık ihracat yapılmışken Belçika, İtalya, İspanya ve İngiltere, Fransa'nın ihracatının yoğunluklu olarak yöneldiği diğer ülkelerdir.

FRANSA'NIN EN ÇOK İHRACAT YAPTIĞI ÜLKELER				
Birim:1000 \$				
	2012	2013	DEĞİŞİM %	PAY %
ALMANYA	91.548.462	93.187.095	1,8	16,4
BELÇİKA	40.758.251	43.594.692	7,0	7,7
İTALYA	41.070.349	40.270.660	-1,9	7,1
İNGİLTERE	37.531.366	39.115.149	4,2	6,9
İSPANYA	37.564.934	38.346.129	2,1	6,8
ABD	34.113.797	35.789.835	4,9	6,3
HOLLANDA	23.573.681	23.262.888	-1,3	4,1
ÇİN	19.387.843	19.590.030	1,0	3,5
İSVİÇRE	17.649.691	17.372.520	-1,6	3,1
RUSYA FEDERASYONU	11.726.275	10.208.780	-12,9	1,8
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	354.924.649	360.737.778		
TÜRKİYE	8.875.001	8.324.407	-6,2	1,5
<b>DÜNYA TOPLAMI</b>	<b>556.575.682</b>	<b>566.879.047</b>	<b>1,9</b>	<b>100,0</b>

Kaynak: Trademap / ITC

Fransa'nın en çok ihracat yaptığı ilk 10 ülkeye toplam ihracatın %64'ü yönelmiş durumdadır.

Türkiye Fransa'nın en fazla ihracat yaptığı 13. ülkedir. 2013 yılında bu ülkeden Türkiye'ye 8,3 milyar dolar değerinde ihracat gerçekleştirilmiştir.

## En Çok İthalat Yapılan Ülkeler

2012 yılında Fransa'nın en çok ithalat gerçekleştirdiği ülkelerin başında, 128,4 milyar dolarlık ithalat ile Almanya gelmektedir. Belçika, İtalya, Hollanda ve İspanya bu ülkeyi takip etmektedir.

Türkiye, Fransa'nın en fazla ithalat yaptığı 15. ülke olarak sıralanmaktadır. 2013 yılında Türkiye'den 7,9 milyar dolarlık ithalat

gerçekleştirilmiş olup Fransa'nın Türkiye'den yaptığı ithalat 2012 yılına kıyasla %9,2 oranında artmıştır.

Fransa'nın en fazla ithalat yaptığı 10 ülkeye ait veriler, aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

<b>FRANSA'NIN EN ÇOK İTHALAT YAPTIĞI ÜLKELER</b>				
Birim:1.000 \$				
	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>DEĞİŞİM %</b>	<b>PAY %</b>
ALMANYA	114.581.627	114.204.499	-0,3	17,1
ÇİN	53.036.988	53.843.066	1,5	8,1
BELÇİKA	50.091.923	52.359.587	4,5	7,8
İTALYA	47.128.604	47.686.144	1,2	7,1
ABD	42.364.088	43.411.343	2,5	6,5
İSPANYA	39.666.512	40.691.689	2,6	6,1
HOLLANDA	28.818.726	28.878.910	0,2	4,3
İNGİLTERE	29.304.433	27.539.345	-6,0	4,1
İSVİÇRE	15.563.131	16.927.067	8,8	2,5
RUSYA FEDERASYONU	15.366.375	14.062.651	-8,5	2,1
<b>İLK 10 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>435.922.407</b>	<b>439.604.301</b>	<b>0,8</b>	<b>65,7</b>
			<b>#DIV/0!</b>	<b>0,0</b>
<b>TÜRKİYE</b>	<b>7.288.842</b>	<b>7.956.598</b>	<b>9,2</b>	<b>1,2</b>
<b>DÜNYA TOPLAMI</b>	<b>663.268.640</b>	<b>668.658.053</b>	<b>0,8</b>	<b>100,0</b>

Kaynak: Trademap / ITC

### III. FRANSA'NIN HAZIRGIYİM VE KONFEKSİYON DIŞ TİCARETİ

#### Fransa'nın Hazırgiyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti

2009 – 2013 yılları arası beş yıllık dönemde Fransa'nın hazırgiyim ve konfeksiyon dış ticareti incelendiğinde ihracatta dalgalı bir seyir göze çarpmaktadır. Fransa'nın hazırgiyim ve konfeksiyon ihracatı sırasıyla 2010 ve 2012 yıllarında %0,9 ve %6,5 olarak azalmışken, 2011 ve 2013 yıllarında sırasıyla %9,8 ve %6,7 oranlarında artış kaydedilmiştir.

Öte yandan Fransa'nın hazırgiyim ve konfeksiyon ithalatı 2012 yılı hariç son beş yıllık süreçte devam artmıştır. 2012 yılında %10 oranında azalmışken 2010 ve 2011 yıllarında üst üste sırasıyla %3,3 ve %12,2 oranında artmıştır. 2013 yılında ise Fransa'nın hazırgiyim ve konfeksiyon ithalatı %5,5 oranında yükselmiştir.

Değer olarak 2013 yılı sonunda Fransa'nın hazırgiyim ve konfeksiyon ihracatı 10,9 milyar dolar, ithalatı ise 24,2 milyar dolar olmuştur.

FRANSA'NIN HAZIRGIYİM VE KONFEKSİYON DIŞ TİCARETİ				
Birim 1000 ABD \$				
YILLAR	İHRACAT	DEĞİŞİM %	İTHALAT	DEĞİŞİM %
2009	10.060.667	-	21.959.541	-
2010	9.971.058	-0,9	22.685.907	3,3
2011	10.945.059	9,8	25.450.036	12,2
2012	10.231.395	-6,5	22.910.509	-10,0
2013	10.912.978	6,7	24.177.994	5,5

Kaynak: Trademap / ITC

2013 yılında dünyada en fazla hazırgiyim ve konfeksiyon ithalatı gerçekleştiren ilk 10 ülke içerisinde Fransa 24,2 milyar dolar ithalat değeri ve %8,3'lük pay ile beşinci sırada yer almaktadır.

DÜNYA HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATÇILARI ARASINDA FRANSA - 2013		
ÜLKE	İTHALAT - 1000 \$	% PAY
ABD	97.229.047	33,2
ALMANYA	39.615.849	13,5
JAPONYA	35.566.115	12,2
İNGİLTERE	27.161.297	9,3
FRANSA	24.177.994	8,3
İTALYA	16.041.919	5,5
İSPANYA	15.373.072	5,3
HOLLANDA	13.670.846	4,7
HONG KONG	13.294.066	4,5
KANADA	10.460.430	3,6
İLK 10 ÜLKE TOP.	292.590.635	100,0
<b>DÜNYA TOPLAMI</b>	<b>459.013.628</b>	<b>156,9</b>

Kaynak: ITC - Trademap

## Fransa'nın En Çok Hazırgiyim ve Konfeksiyon İthalatı Yaptığı Ülkeler

2013 yılı itibariyle Fransa'nın en fazla hazırgiyim ve konfeksiyon ithal ettiği ilk beş ülke Çin, İtalya, Bangladeş, Türkiye ve Tunus olarak sıralanmaktadır.

Türkiye, 1,6 milyar dolar değer ve %6,8'lik pay ile Fransa'nın en çok hazırgiyim ve konfeksiyon ithal ettiği dördüncü ülke konumundadır. Fransa'nın Türkiye'den yaptığı hazırgiyim ve konfeksiyon ithalatı 2013 yılında bir önceki yıla kıyasla %10,6 oranında artmıştır.

FRANSA'NIN EN ÇOK HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI YAPTIĞI ÜLKELER				
Birim: 1.000 \$	2012	2013	DEĞİŞİM %	PAY %
ÇİN	7.676.057	7.914.596	3,1	32,7
İTALYA	1.835.446	2.000.482	9,0	8,3
BANGLADEŞ	1.714.180	1.961.568	14,4	8,1
TÜRKİYE	1.482.499	1.639.120	10,6	6,8
TUNUS	1.171.709	1.228.086	4,8	5,1
HİNDİSTAN	1.134.113	1.203.294	6,1	5,0
FAS	1.046.820	1.077.797	3,0	4,5
PORTEKİZ	621.824	646.538	4,0	2,7
ALMANYA	567.895	592.035	4,3	2,4
PAKİSTAN	454.627	520.953	14,6	2,2
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	17.705.170	18.784.469	6,1	77,7
<b>DÜNYA TOPLAMI</b>	<b>22.910.509</b>	<b>24.177.994</b>	<b>5,5</b>	<b>100,0</b>

Kaynak: Trademap / ITC

## Fransa'nın En Çok İthal Ettiği Hazırgiyim ve Konfeksiyon Ürünleri

2013 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				
2013				
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):	3.168.643	13,1
	'6110	KAZAKLAR, SÜVETERLER, HIRKALAR, YELEKLER VE BENZERİ EŞYA (ÖRME) :	2.980.647	12,3
	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) :	2.240.028	9,3
	6109	TİŞÖRTLER, FANİLALAR, ATLETLER, KAŞKORSELER VE DİĞER İÇ GİYİM EŞYASI (ÖRME) :	2.155.104	8,9
	'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):	1.271.860	5,3
		<b>FRANSA'NIN TOPLAM KONFEKSİYON İTHALATI</b>	<b>24.177.923</b>	<b>100,0</b>

Kaynak: ITC - Trademap

## Fransa'nın Tekstil Dış Ticareti

2009-2013 yılları arasında Fransa'nın tekstil dış ticareti incelendiğinde 2012 yılı hariç hem ihracatın hem ithalatın devamlı arttığı görülmektedir.

2013 yılı sonunda değer bazında Fransa'nın tekstil ihracatı bir önceki yıla göre %2,9 oranında artarak 4,7 milyar dolara, ithalatı ise %1 oranında artarak 4,8 milyar dolara yükselmiştir.

FRANSA'NIN TEKSTİL DIŞ TİCARETİ				
Birim 1000 ABD \$				
YILLAR	İHRACAT	DEĞİŞİM %	İTHALAT	DEĞİŞİM %
2009	4.767.872	-	4.491.287	-
2010	4.888.315	2,5	4.829.121	7,5
2011	5.277.326	8,0	5.360.207	11,0
2012	4.564.380	-13,5	4.723.166	-11,9
2013	4.695.364	2,9	4.769.872	1,0

Kaynak: Trademap / ITC

## IV. TÜRKİYE – FRANSA DIŞ TİCARET İLİŞKİLERİ

### Türkiye - Fransa Genel Dış Ticareti

AB ülkesi Fransa, Türkiye'nin en fazla ticari ilişkide bulunduğu ülkelerden biridir. İki ülke arasındaki genel dış ticaret hacmi (genel ihracat + ithalat) 2013 yılında 14,6 milyar dolar düzeyinde olmuş; 2014 yılının Ocak-Mart döneminde ise 3,6 milyar doları bulmuştur. 2013 yıl sonu itibarıyla Fransa, Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı 6. ülke ve en fazla ithalat yaptığı 8. ülkedir. İki ülke arasındaki ticaret, Fransa lehine gelişim göstermektedir.

2013 yılında 151,8 milyar dolar değerinde gerçekleşen Türkiye genel ihracatında, Fransa'nın 6,4 milyar dolar ile %4,2'lik bir payı bulunmaktadır. 2013 yılında Türkiye'nin genel ihracatı 2012 yılına kıyasla %0,4 oranında azalırken, Fransa'ya ihracat %2,9 oranında artmıştır. Bu durumda Fransa'nın Türkiye genel ihracatından aldığı pay, 2012 yılında %4,1 iken, 2013 yılında %4,2'ye yükselmiştir.

2014 yılının Ocak-Mart ilk üç aylık döneminde, Türkiye genel ihracatı 2013 yılının ilk üç ayına kıyasla %8,9 oranında artışla 40,3 milyar dolar olmuş, Fransa'ya ihracat ise %4,4 oranında artışla 1,6 milyar dolara yükselmiştir. Genel ihracat, Fransa'ya yapılan ihracattan daha yüksek oranlı arttığı için, bu ülkenin Türkiye'nin genel ihracatındaki payı %3,5'ten %3,4'e gerilemiştir. Fransa, Türkiye'nin ihracat yaptığı 238 ülke içerisinde Almanya, Irak, İngiltere, Rusya Federasyonu ve İtalya'nın ardından 6. sıradadır.

İthalat sözkonusu olduğunda, 2013 yılında 251,7 milyar dolar değerinde olan Türkiye genel ithalatında, Fransa'dan yapılan 8,2 milyar dolarlık ithalatın payı, %3,3 olarak hesaplanmaktadır. 2013 yılında 2012 yılına kıyasla Fransa'dan ithalat %5,5 oranında azalmıştır ki; genel ithalat %6,4 oranında artarken Fransa'dan yapılan ithalatın %5,5 oranında azalması, Fransa'dan yapılan ithalatın Türkiye'nin genel ithalatındaki payını %3,7'den %3,3'e düşürmüştür.

2014 yılının Ocak-Mart döneminde ise, Türkiye'nin Fransa'dan genel ithalatı 2013 yılının eş dönemine kıyasla %3,6 oranında azalmış ve 2 milyar dolar olmuştur. İlk üç aylık dönemde Türkiye'nin genel ithalatının daha düşük oranlı (%2,2 oranında) azalması dolayısıyla, Fransa'dan ithalatın genel ithalattaki payı %3,4'e gerilemiştir. Bu pay, 2013 yılının Ocak-Mart döneminde %3,5 idi. Fransa, 2013 yılında Türkiye'nin ithalat yaptığı 238 ülke arasında Rusya Federasyonu, Çin, Almanya, İtalya, ABD, İran ve İsviçre'nin ardından 8. sırada yer almaktadır.



Türkiye'nin Fransa ile dış ticareti içerisinde, hazır giyim ve konfeksiyon ticaretinin dikkate değer bir yeri bulunmaktadır. 2013 yılında 14,6 milyar dolar olan Türkiye-Fransa dış ticaret hacminin 1,1 milyar ile %7,8'lik kısmını hazır giyim ve konfeksiyon dış ticareti oluşturmaktadır. Fransa'ya yapılan hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının önemli bir bileşeni de iç giyim ve yatak kıyafetleri ihracatıdır. 2013 yılında 722,5 milyon dolarlık Türkiye iç giyim ve yatak kıyafetleri ihracatının %7,7'lik kısmı Fransa'ya yapılmıştır.

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

TÜRKİYE - FRANSA TİCARİ İLİŞKİLERİ						
Birim: \$	2012	2013	DEĞİŞİM	2013	2014	DEĞİŞİM
	YILLIK	YILLIK	%	OCAK - MART	OCAK - MART	%
<b>FRANSA'YA İHRACAT</b>	<b>6.198.536.529</b>	<b>6.378.260.877</b>	<b>2,9</b>	<b>1.567.312.163</b>	<b>1.636.639.951</b>	<b>4,4</b>
TÜRKİYE GENEL İHRACAT	152.461.736.556	151.812.238.560	-0,4	36.990.006.736	40.274.721.485	8,9
FRANSA'NIN PAYI %	4,1	4,2		4,2	4,1	
<b>FRANSA'DAN İTHALAT</b>	<b>8.664.846.647</b>	<b>8.188.987.304</b>	<b>-5,5</b>	<b>2.044.749.563</b>	<b>1.971.418.769</b>	<b>-3,6</b>
TÜRKİYE GENEL İTHALAT	236.545.140.909	251.650.822.621	6,4	58.757.051.738	57.483.983.376	-2,2
FRANSA'NIN PAYI %	3,7	3,3		3,5	3,4	
<b>FRANSA'YA HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI</b>	<b>1.015.475.388</b>	<b>1.111.875.908</b>	<b>9,5</b>	<b>289.740.117</b>	<b>299.346.824</b>	<b>3,3</b>
TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI	15.753.400.255	17.158.866.915	8,9	4.245.988.838	4.623.217.749	8,9
FRANSA'NIN PAYI %	6,4	6,5		6,8	6,5	
<b>FRANSA'DAN HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI</b>	<b>19.303.629</b>	<b>20.474.061</b>	<b>6,1</b>	<b>5.283.050</b>	<b>5.044.287</b>	<b>-4,5</b>
TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI	2.502.472.382	2.971.390.815	18,7	613.301.538	767.666.409	25,2
FRANSA'NIN PAYI %	0,8	0,7		0,9	0,7	
<b>FRANSA'YA İÇ GİYİM VE YATAK KİYAFETİ İHRACATI</b>	<b>50.844.438</b>	<b>55.465.100</b>	<b>9,1</b>	<b>14.458.291</b>	<b>12.170.380</b>	<b>-15,8</b>
TÜRKİYE İÇ GİYİM VE YATAK KİYAFETİ İHRACATI	658.151.032	722.500.550	9,8	172.591.112	183.331.481	6,2
FRANSA'NIN PAYI %	7,7	7,7		8,4	6,6	
<b>FRANSA'DAN İÇ GİYİM VE YATAK KİYAFETİ İTHALATI</b>	<b>615.383</b>	<b>723.082</b>	<b>17,5</b>	<b>171.898</b>	<b>39.204</b>	<b>-77,2</b>
TÜRKİYE İÇ GİYİM VE YATAK KİYAFETİ İTHALATI	71.072.300	81.397.322	14,5	20.628.125	24.462.235	18,6
FRANSA'NIN PAYI %	0,9	0,9		0,8	0,2	

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Mayıs 2014

Türkiye'nin Fransa'ya genel ihracatı, 2009 yılından 2013 yılına kadarki son beş yıllık süreçte kah %9'a varan düşüşler kah %12,5'e varan artışlar ile 2013 yılında 6,4 milyar dolar olmuştur. Türkiye'den Fransa'ya 2014 yılının Ocak-Mart döneminde ise 2013 yılının eş dönemine kıyasla %4,4 oranında artışla 1,6 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirilmiştir.

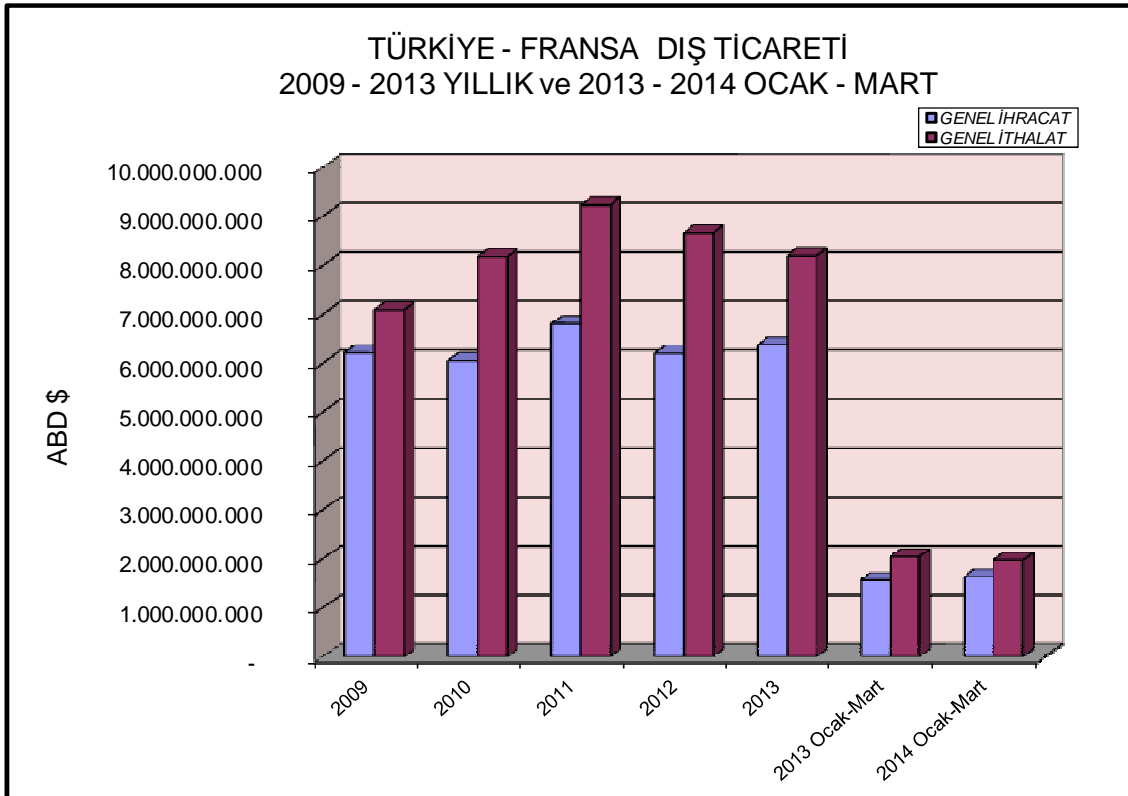
2009 yılından 2013 yılına son beş yıl içerisinde Türkiye'den Fransa'ya yapılan ihracatın yıllık ortalama artış oranı %1 olarak hesaplanmaktadır. Yıllık

artışlara bakıldığında Fransa'ya ihracatta 2011 yılı %12,5 ile en yüksek ihracat artışının görüldüğü yıl olmuştur. 2012 yılı ise %9 ile en yüksek oranlı ihracat düşüşünün olduğu yıl olarak kayıtlara geçmiştir.

2009 yılından 2014 yılının Mart ayı sonuna kadar olan süreçte, Türkiye ile Fransa arasında dış ticarete ilişkin veriler, aşağıdaki tablo ve grafikte yer almaktadır.

TÜRKİYE - FRANSA DIŞ TİCARETİ				
Birim: \$				
YILLAR	GENEL İHRACAT	YILLIK DEĞİŞİM (%)	GENEL İTHALAT	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2009	6.208.800.845		7.091.795.276	
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
2012	6.198.536.529	-9,0	8.664.846.647	-6,1
2013	6.378.260.877	2,9	8.188.987.304	-5,5
2013 Ocak-Mart	1.567.312.163		2.044.749.563	
2014 Ocak-Mart	1.636.639.951	4,4	1.971.418.769	-3,6

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Mayıs 2014



Diğer yandan, 2009 yılında 7,1 milyar dolar olan Fransa'dan ithalatın değeri, 2013 yılı sonu itibariyle 8,2 milyar dolara yükselmiştir. Yıllar itibariyle

ithalatta, 2010 ve 2011 yılları için %15,3 ve %12,9'luk artışlar, 2012 ve 2013 yıllarında ise %6,1 ve %5,5'lik düşüşler görülmektedir. 2014 Ocak-Mart döneminde ise Fransa'dan ithalat %3,6 oranında azalarak 2 milyar dolar düzeyinde olmuştur. Fransa'dan ithalatın 2009-2013 yılları arasında hesaplanan yıllık ortalama değişimi %4,1 artış yönündedir. Bu oran, yıllık ortalama ihracat artış oranının (%1) üzerinde kalmakta ve iki ülke arasındaki ticaret Fransa lehine gelişmeye devam etmektedir.

Türkiye'nin Fransa'ya ihracatı tüm maddeler itibariyle incelendiğinde, 2013 yılında en fazla ihraç edilen mamullerin başında 87 03 GTİP başlıklı binek otomobillerin geldiği görülmektedir. 87 08 GTİP başlıklı kara taşıtları için aksam ve parçalar, 87 04 GTİP başlıklı eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar, 87 02 GTİP başlıklı toplu halde yolcu taşımaya mahsus motorlu taşıtlar ve 61 09 GTİP örme t-shirt, fanila, atlet ve benzeri giysiler, diğer önde gelen ihracat kalemlerindedir.

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

Türkiye'den Fransa'ya en fazla ihraç edilen mamullerin bir listesi aşağıda yer almaktadır.

TÜRKİYE'DEN FRANSA'YA GENEL İHRACAT					
EN FAZLA İHRAÇ EDİLEN İLK 10 ÜRÜN					
Birim: ABD \$					
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2012 YILLIK	2013 YILLIK	2012 / 2013 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
8703	BİNEK OTOMOBİLLERİ VE ESAS İTİBARIYLA İNSAN TAŞIMAK ÜZERE İMAL EDİLMİŞ DİĞER MOTORLU TAŞITLAR	1.063.630.462	1.011.647.066	- 5	15,9
8708	KARAYOLU TAŞITLARI İÇİN AKSAM, PARÇA VE AKSESUARLAR	344.935.888	430.357.592	25	6,7
8704	EŞYA TAŞIMAYA MAHSUS MOTORLU TAŞITLAR	373.294.824	347.737.798	- 7	5,5
8702	10 VEYA DAHA FAZLA KİŞİ TAŞIMAYA MAHSUS (SÜRÜCÜ DAHİL) MOTORLU TAŞITLAR	250.774.536	266.584.488	6	4,2
6109	TİŞÖRTLER, FANİLLER, ATLETLER, KAŞKORSELER VE DİĞER İÇ GİYİM EŞYASI (ÖRME)	199.984.979	216.828.068	8	3,4
8528	MONİTÖRLER VE PROJEKTÖRLER, TELEVİZYON ALICI CİHAZLARI	229.011.399	171.160.085	- 25	2,7
8418	BUZDOLAPLARI, DONDURUCULAR VE DİĞER SOĞUTUCU VE DONDURUCU CİHAZLAR VE ISI POMPALARI	177.969.683	155.101.524	- 13	2,4
0802	DİĞER KABUKLU MEYVELER (TAZE/KURUTULMUŞ) (KABUĞU ÇIKARILMIŞ/SOYULMUŞ)	176.309.568	143.696.659	- 18	2,3
6302	YATAK ÇARŞAFI, MASA ÖRTÜLERİ, TUALET VE MUTFAK BEZLERİ	96.688.607	129.044.336	33	2,0
6115	KÜLOTLU ÇORAPLAR, TAYTLAR, KISA VE UZUN KONÇLU ÇORAPLAR, SOKETLER (VARİS ÇORAPLARI DAHİL)	80.145.904	112.208.632	40	1,8
İLK 10 ÜRÜN TOPLAMI		2.992.745.850	2.984.366.248	- 0	46,8
FRANSA'YA GENEL İHRACAT		6.198.536.529	6.378.260.877	3	100,0
İLK 10 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		48	47		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Mayıs 2014

İki ülke arasındaki genel ticaret, ithal edilen ürünler detayında incelendiğinde ise, 87 08 GTİP başlıklı kara taşıtları için aksam ve parçalar, 88 02 GTİP başlıklı diğer hava taşıtları ve uzay araçları, 72 08 GTİP başlıklı demir ve alaşımsız çelikten yassı hadde ürünleri, 87 03 GTİP başlıklı binek otomobiller ve 30 04 GTİP başlıklı tedavide/korunmada kullanılmak üzere hazırlanan dozlandırılmış ilaçlar, 2014 Ocak-Mart döneminde en fazla ithal edilen ürünler olarak görülmektedir.

Türkiye'nin Fransa'dan en fazla ithal ettiği mamullerin bir listesi aşağıda yer almaktadır.

TÜRKİYE'NİN FRANSA'DAN GENEL İTHALATI					
EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK 10 ÜRÜN					
Birim: ABD \$		2012	2013	2012 / 2013	TOPLAMDA
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	YILLIK	YILLIK	DEĞİŞİM %	PAY %
8708	KARAYOLU TAŞITLARI İÇİN AKSAM, PARÇA VE AKSESUARLAR	695.096.288	612.885.859	- 12	7,5
8802	HELİKOPTERLER, UÇAKLAR VB; UZAY ARAÇLARI (UYDULAR DAHİL), UZAY ARAÇLARINI FIRLATICI ARAÇLAR	711.805.514	463.429.583	- 35	5,7
7208	DEMİR VEYA ALAŞIMSIZ ÇELIKTEN YASSI HADDE ÜRÜNLERİ (GENİŞLİK >= 600 MM) (SICAK HADDELENMİŞ)	221.766.205	438.595.874	98	5,4
8703	BİNEK OTOMOBİLLERİ VE ESAS İTİBARIYLA İNSAN TAŞIMAK ÜZERE İMAL EDİLMİŞ DİĞER MOTORLU TAŞITLAR	510.576.048	361.834.240	- 29	4,4
3004	TEDAVİDE VEYA KORUNMADA KULLANILMAK ÜZERE HAZIRLANAN İLAÇLAR (DOZLANDIRILMIŞ)	317.238.899	320.474.704	1	3,9
9032	OTOMATİK KONTROL VE AYAR ALET VE CİHAZLARI	164.402.282	163.867.823	- 0	2,0
7204	DÖKME DEMİRİN, DEMİRİN VEYA ÇELİĞİN DÖKÜNTÜ VE HURDALARI VEYA BUNLARIN ERİTİLMESİ İLE ELDE DİLMİŞ KÜLÇELER	225.179.856	136.011.357	- 40	1,7
8536	GERİLİMİ 1000 VOLTU GEÇMEYEN ELEKTRİK DEVRESİ TEÇHİZATI (ANAHTARLAR, RÖLELER, SİGORTALAR, FIŞLER)	103.485.148	130.582.280	26	1,6
3904	VİNİL Klorür VEYA DİĞER HALOJENLENMİŞ OLEFINLERİN POLİMERLERİ (İLK ŞEKİLLERDE)	117.258.730	125.445.577	7	1,5
8411	TURBOJETLER, TURBOPROPELLERLER VE DİĞER GAZ TÜRBİNLERİ	71.177.526	123.604.333	74	1,5
İLK 10 ÜRÜN TOPLAMI		3.137.986.496	2.876.731.630	- 8	35,1
FRANSA'DAN GENEL İTHALAT		8.664.846.647	8.188.987.304	- 5	100,0
İLK 10 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		36	35		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Mayıs 2014

## Türkiye'nin Genel Ticaretinde Fransa'nın Yeri

2013 yılında Türkiye'den dünyanın dört bir yanında 238 ülkeye 151,8 milyar dolarlık ihracat ve yine 238 ülkeden 251,7 milyar dolarlık ithalat yapılmıştır. Fransa en fazla ihracat yapılan ülkeler sıralamasında Almanya, Irak, İngiltere, Rusya Federasyonu ve İtalya'nın ardından altıncı sıradadır. Fransa'ya 2013 yılında %3 artışla 6,4 milyar dolarlık ihracat yapılmıştır. Bu ülkenin Türkiye genel ihracatından aldığı pay %4,2'dir.

İthalat boyutunda ise Fransa, Rusya Federasyonu, Çin, Almanya, İtalya, ABD, İran ve İsviçre'nin ardından sekizinci büyük tedarikçi ülkedir. 2013 yılında Fransa'dan yapılan ithalat %5 oranında azalarak 8,7 milyardan 8,2 milyar dolara gerilemiştir. Genel ithalatta Fransa'dan yapılan ithalatın payı %3,3 düzeyindedir.

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

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA İHRACAT YAPTIĞI ÜLKELER				
Birim: ABD \$				
ÜLKELER	2012 YILLIK	2013 YILLIK	2012 / 2013 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
ALMANYA	13.123.904.630	13.702.969.933	4	9,0
IRAK	10.822.143.970	11.954.970.743	10	7,9
İNGİLTERE	8.694.303.798	8.773.819.627	1	5,8
RUSYA FEDERASYONU	6.680.585.930	6.965.711.681	4	4,6
İTALYA	6.372.518.950	6.717.817.091	5	4,4
FRANSA	6.198.536.529	6.378.260.877	3	4,2
A.B.D.	5.604.232.368	5.636.490.630	1	3,7
B.A.E.	8.174.607.156	4.966.087.220	- 39	3,3
İSPANYA	3.717.345.194	4.335.802.839	17	2,9
İRAN	9.921.602.401	4.192.775.808	- 58	2,8
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	79.309.780.926	73.624.706.449	- 7	48,5
TÜRKİYE'NİN TOPLAM İHRACATI	152.461.736.556	151.812.238.560	- 0	100,0
İLK 10 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	52	48		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Mayıs 2014

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA İTHALAT YAPTIĞI ÜLKELER				
Birim: ABD \$				
ÜLKELER	2012	2013	2012 / 2013	TOPLAMDA
	YILLIK	YILLIK	DEĞİŞİM %	PAY %
RUSYA FEDERASYONU	26.625.286.056	25.064.245.821	- 6	10,0
ÇİN	21.295.241.830	24.686.555.223	16	9,8
ALMANYA	21.400.613.808	24.181.544.880	13	9,6
İTALYA	13.559.677.563	13.097.123.509	- 3	5,2
A.B.D.	14.130.546.105	12.596.176.983	- 11	5,0
İRAN	11.964.778.631	10.383.117.259	- 13	4,1
İSVİÇRE	4.304.863.872	9.677.669.821	125	3,8
FRANSA	8.664.846.647	8.188.987.304	- 5	3,3
İSPANYA	6.107.987.361	6.417.721.632	5	2,6
HİNDİSTAN	5.843.637.676	6.367.868.710	9	2,5
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	133.897.479.549	140.661.011.142	5	55,9
TÜRKİYE'NİN TOPLAM İTHALATI	236.545.140.909	251.650.822.621	6	100,0
İLK 10 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	57	56		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Mayıs 2014

## Türkiye'nin Hazırgiyim ve Konfeksiyon Ticaretinde Fransa'nın Yeri

Türkiye, ITC/Trademap kaynaklı uluslararası istatistiklere göre, 465 milyar dolar tutarındaki dünya hazır giyim ve konfeksiyon ticaretinde %3'lük payı ile 7. en büyük tedarikçidir. Benzer şekilde, 261 milyar dolar değerinde dünya tekstil ticaretinde ise yine %3 payı ile 9. 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 2013 yıllık verilere göre, Fransa Almanya, İngiltere ve İspanya'nın ardından en fazla ihracat yapılan 4. ülkedir. 2013 yılında Fransa'ya yapılan hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı, 2012 yılına kıyasla %9 oranında artarak 1,1 milyar dolara yükselmiştir. Fransa'ya yapılan hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının Türkiye toplam hazır giyim ve konfeksiyon ihracatından aldığı pay %6,5'tir.

2013 yılında Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında Fransa'nın konumunu gösteren tablo aşağıda verilmektedir.

<b>TÜRKİYE'NİN EN FAZLA HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON</b>				
<b>İHRAÇ ETTİĞİ ÜLKELER</b>				
<i>Birim: ABD \$</i>				
<b>ÜLKELER</b>	<b>2012 YILLIK</b>	<b>2013 YILLIK</b>	<b>2012 / 2013 DEĞİŞİM %</b>	<b>TOPLAMDA PAY %</b>
ALMANYA	3.400.554.858	3.675.845.608	8	21,4
İNGİLTERE	2.188.190.845	2.151.014.504	- 2	12,5
İSPANYA	1.413.231.442	1.498.356.362	6	8,7
FRANSA	1.015.475.388	1.111.875.908	9	6,5
HOLLANDA	835.355.495	902.293.654	8	5,3
İTALYA	702.202.560	703.135.146	0	4,1
İRAK	411.425.672	574.160.741	40	3,3
DANİMARKA	490.734.298	494.513.052	1	2,9
A.B.D.	448.516.894	443.274.519	- 1	2,6
BELÇİKA	375.371.987	406.908.789	8	2,4
<b>İLK 10 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>11.281.059.439</b>	<b>11.961.378.283</b>	<b>6</b>	<b>69,7</b>
<b>TÜRKİYE'NİN TOPLAM KONFEKSİYON İHRACATI</b>	<b>15.753.400.255</b>	<b>17.158.866.915</b>	<b>9</b>	<b>100,0</b>
<b>İLK 10 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %</b>	<b>72</b>	<b>70</b>		

*Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Mayıs 2014*

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. 2013 yılında Fransa'dan 20,5 milyon dolar değerinde hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı yapılmıştır.

İthalat 2012 yılına kıyasla %6 oranında artmıştır. İthalat yapılan toplam 142 ülke arasında Fransa yirmibirinci 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 istatistiki tablo aşağıda verilmektedir.

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON				
İTHAL ETTİĞİ ÜLKELER				
Birim: ABD \$				
	2012	2013	2012 / 2013	TOPLAMDA
ÜLKELER	YILLIK	YILLIK	DEĞİŞİM %	PAY %
ÇİN	860.955.081	895.302.638	4	30,1
BANGLADEŞ	541.101.719	785.364.401	45	26,4
İTALYA	139.202.852	151.462.760	9	5,1
MISIR	91.840.154	141.053.844	54	4,7
HİNDİSTAN	105.181.111	114.361.197	9	3,8
VİETNAM	61.684.626	73.101.379	19	2,5
KAMBOÇYA	34.109.963	63.317.997	86	2,1
İSPANYA	55.574.185	60.127.902	8	2,0
FAS	41.980.296	54.491.290	30	1,8
ROMANYA	32.879.192	42.184.331	28	1,4
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	1.964.509.179	2.380.767.739	21	80,1
FRANSA	19.303.629	20.474.061	6	0,7
TÜRKİYE'NİN TOPLAM KONFEKSİYON İTHALATI	2.502.472.382	2.971.390.815	19	100,0
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	79	80		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Mayıs 2014

## Türkiye – Fransa Hazırgiyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti

Türkiye'den Fransa'ya 2013 yılında 1,1 milyar dolarlık hazır giyim ve konfeksiyon mamulü ihraç edilmiş ve 20,5 milyon dolarlık da ithalat yapılmıştır. İhracat %9,5 oranında artarken, ithalat %6,1 oranında artmıştır. Türkiye toplam hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında pay %6,5 ve ithalatında pay %0,7'dir.

2014 Ocak-Mart üç aylık dönemde ise Fransa'ya 299,3 milyon dolarlık hazır giyim ve konfeksiyon mamulü ihraç edilmiş, 5 milyon dolarlık ithalat yapılmıştır. Türkiye toplam ihracatında pay %6,5 ve ithalatında pay %0,7'dir.

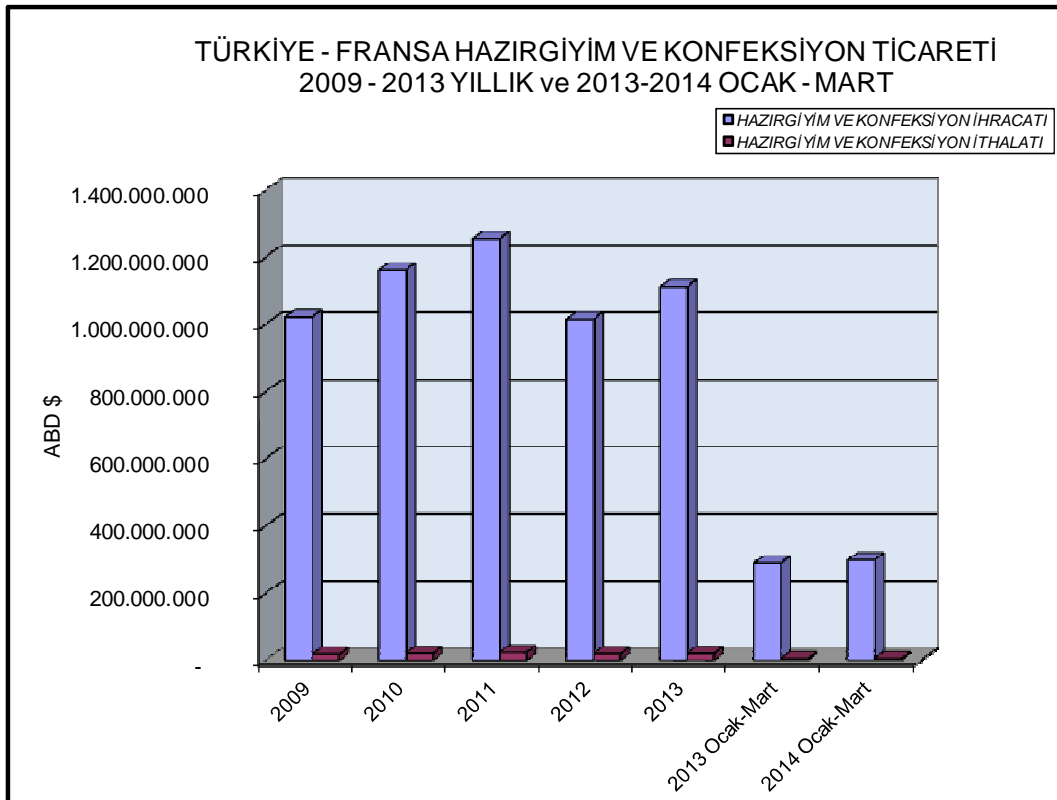
2009 yılından 2014 yılının Mart sonuna kadar ele alınan son beş yılı aşkın süreçte, Türkiye'den Fransa'ya hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında, sadece 2012 yılında %19'luk bir düşüş, diğer yıllarda ise %7,9 ile %13,7 arasında değişen oranlarda artışlar kaydedilmiştir. 2009 yılından 2013 yılına yıllık ortalama ihracat artışı %3'tür. 2014 Ocak-Mart döneminde ise Türkiye'den Fransa'ya ihracat %3,3 oranında artışla 299,3 milyon dolar olmuştur.



2009 yılından 2013 Mart ayı sonuna kadar Türkiye'nin Fransa ile hazır giyim ve konfeksiyon ticaretine ilişkin veriler, aşağıdaki tablo ve grafikten izlenebilir.

TÜRKİYE - FRANSA HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON TİCARETİ				
Birim: \$				
YILLAR	HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)	HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2009	1.021.637.106		17.668.098	
2010	1.162.014.577	13,7	20.645.033	16,8
2011	1.254.151.336	7,9	23.860.760	15,6
2012	1.015.475.388	-19,0	19.303.629	-19,1
2013	1.111.875.908	9,5	20.474.061	6,1
2013 Ocak-Mart	289.740.117		5.283.050	
2014 Ocak-Mart	299.346.824	3,3	5.044.287	-4,5

Kaynak Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Mayıs 2014



Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı açısından bakıldığında Fransa ithalat yapılan toplam 142 ülke arasında en fazla ithalat yapılan yirmibirinci ülke pozisyonundadır. Fransa'dan hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı rakamsal olarak ihracata kıyasla oldukça küçük kalmaktadır. 2013

yılında %6,1 oranında artışla 20,5 milyon dolarlık ithalat yapılmıştır. Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında Fransa'nın payı %0,7'dir. 2014 yılının Ocak-Mart döneminde ise Fransa'dan %4,5'lik düşüşle 5 milyon dolarlık ithalat gerçekleştirilmiş, Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında pay %0,7 olarak hesaplanmıştır.

2009 yılından 2014 Mart ayı sonuna kadar Türkiye'nin Fransa'dan hazır giyim ve konfeksiyon ithalatına bakıldığında, 2010 yılında %16,8 oranında ve 2011 yılında %15,6 oranında artışları 2012 yılında %19,1'lik bir düşüş izlemiştir. 2013 yılında tekrar artışa geçen ve %6,1 oranında yükselen ithalat 2014'ün ilk üç ayında ise %4,5 oranında azalmıştır. Son beş yıl için yıllık ortalama ithalat artış oranı %4,8 olarak hesaplanmıştır.

Türkiye'den Fransa'ya yapılan hazır giyim ve konfeksiyon ihracatına ürün grupları bazında bakıldığında 2013 yılında 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 %19,5'lik kısmını diğer bir deyişle hemen hemen beşte birini oluşturan bu ürünlerin ihracatı, 2012 yılına kıyasla %8 oranında artarak 200 milyon dolardan 216,8 milyon dolara yükselmiştir.

Hazır eşya ürün grubundan 63 02 GTİP başlıklı yatak çarşafı, masa örtüsü ve tuvalet - mutfak bezleri, örme giyim grubundan 61 15 GTİP başlıklı külotlu ve şoset çoraplar, dokuma giyim grubundan 62 04 GTİP başlıklı bayan dokuma takım, takım elbise, ceket ve benzeri giysiler ile öme giyim grubundan 61 10 GTİP başlıklı örme kazak, süveter ve benzeri giysiler, diğer en fazla ihraç edilen hazır giyim ve konfeksiyon mamulleridir.

2013 yılında Türkiye'den Fransa'ya 63 02 GTİP başlıklı yatak çarşafı, masa örtüsü ve tuvalet ve mutfak bezlerinin ihracatı %33 oranında artarak 96,7 milyon dolardan 129 milyon dolara yükselmiştir. 61 15 GTİP başlıklı külotlu ve şoset çorapların ihracatı %40 oranında artarak 112,8 milyon dolara yükselirken, 62 04 GTİP başlıklı bayan dokuma takım, takım elbise, ceket ve benzeri giysilerin ihracatı %1 artışla 106,4 milyon dolara ve 61 10 GTİP başlıklı örme kazak, süveter ve benzeri giysilerin ihracatı %1 düşüşle 106,1 milyon dolara gerilemiştir.

En fazla ihraç edilen ilk on ürün grubu içerisinde, altı ürün grubunda ihracat %1 ile %40 arasında artarken, dört ürün grubunda ihracat %1 ile %6 arasında değişen oranlarda artmıştır.

62 05 GTİP başlıklı erkek dokuma gömlekler %6 ihracat düşüşü ile, 61 04 GTİP başlıklı bayan takım elbise, ceket, etek, pantolon, elbise ve benzeri giysiler %5 ihracat düşüşü ile dikkat çeken ürün gruplarıdır.

Aşağıdaki tabloda, Türkiye'den Fransa'ya en fazla ihrac 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 10 ÜRÜN					
Birim: ABD \$					
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2012 YILLIK	2013 YILLIK	2012 / 2013 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
6109	TİŞÖRTLER, FANİLALAR, ATLETLER, KAŞKORSELER VE DİĞER İÇ GİYİM EŞYASI (ÖRME)	199.984.979	216.828.068	8	19,5
6302	YATAK ÇARŞAFI, MASA ÖRTÜLERİ, TUVALET VE MUTFAK BEZLERİ	96.688.607	129.044.336	33	11,6
6115	KÜLOTLU ÇORAPLAR, TAYTLAR, KISA VE UZUN KONÇLU ÇORAPLAR, SOKETLER (VARİS ÇORAPLARI DAHİL)	80.145.904	112.208.632	40	10,1
6204	KADINLAR VE KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, ELBİSE, ETEK, PANTOLON ETEK, VB.	105.341.914	106.366.113	1	9,6
6110	KAZAK, SÜVETER, HIRKA, YELEK VB. EŞYA (ÖRME)	106.658.973	106.059.983	- 1	9,5
6203	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, PANTOLON, TULUM VE ŞORT	61.125.104	74.083.469	21	6,7
6205	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUKLAR İÇİN GÖMLEKLER	69.293.780	64.904.497	- 6	5,8
6104	KADIN VE KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, ETEK, PANTOLON, TULUM VE ŞORT (ÖRME)	50.204.469	47.485.876	- 5	4,3
6305	EŞYA AMBALAJINDA KULLANILAN TORBA VE ÇUVAL	42.378.419	41.513.864	- 2	3,7
6103	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUKLAR İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, PANTOLON, TULUM VE ŞORT (ÖRME)	25.508.441	29.479.898	16	2,7
İLK 10 ÜRÜN TOPLAMI		837.330.590	927.974.736	11	83,5
FRANSA'YA HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI		1.015.475.388	1.111.875.908	9	100,0
İLK 10 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		82	83		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Mayıs 2014

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

2013 yılında Fransa'dan Türkiye'ye %2 artışla 6,5 milyon dolarlık 62 04 GTİP başlıklı bayan dokuma takım elbise, takım, ceket, pantolon, elbise, etek gibi giysi ve %64 artışla 1,9 milyon dolarlık 63 07 GTİP başlıklı temizlik bezleri, cankurtaran yelekleri, elbise patronları gibi diğer hazır eşyalar ithal edilmiştir. Fransa'dan hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında 62 04 GTİP başlıklı giysilerin payı %32 ve 63 07 GTİP başlıklı hazır eşyaların payı %9,2'dir.

%10 artışla 1,8 milyon dolarlık ithalat yapılan 6110 GTİP başlıklı örme kazak, süveter, hırka, yelek ve benzeri giysiler, %61 artışla 1,4 milyon dolarlık ithalat yapılan 62 03 GTİP başlıklı erkek dokuma takım elbise, takım, ceket, blazer, pantolon ve benzeri giysiler ile %6 artışla 1,1 milyon dolarlık ithalat yapılan 61 09 GTİP başlıklı örme t-shirt, fanila, atlet, kaşkorse ve benzeri giysiler, Fransa'dan ithalatın diğer önde gelen kalemlerindedir.

2013 yılında 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 10 ÜRÜN					
Birim: ABD \$		2012	2013	2012 / 2013	TOPLAMDA
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	YILLIK	YILLIK	DEĞİŞİM %	PAY %
6204	KADINLAR VE KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, ELBİSE, ETEK, PANTOLON ETEK, VB.	6.407.242	6.548.808	2	32,0
6307	DİĞER HAZIR EŞYA (ELBİSE PATRONLARI DAHİL)	1.149.918	1.884.840	64	9,2
6110	KAZAK, SÜVETER, HIRKA, YELEK VB. EŞYA (ÖRME)	1.656.163	1.814.359	10	8,9
6203	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, PANTOLON, TULUM VE ŞORT	837.519	1.352.365	61	6,6
6109	TİŞÖRTLER, FANİLLER, ATLETLER, KAŞKORSELER VE DİĞER İÇ GİYİM EŞYASI (ÖRME)	1.085.115	1.148.218	6	5,6
6104	KADIN VE KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, ETEK, PANTOLON, TULUM VE ŞORT (ÖRME)	1.280.840	855.866	-	4,2
6202	KADIN VE KIZ ÇOCUK İÇİN MANTO, KABAN, KOLSUZ CEKET, PELERİN, ANORAKLAR (KAYAK CEKETLERİ DAHİL)	569.309	690.890	21	3,4
6206	KADINLAR VE KIZ ÇOCUKLAR İÇİN BLUZLAR, GÖMLEKLER VE GÖMLEK-BLUZLAR	538.480	617.653	15	3,0
6214	ŞALLAR, EŞARPLAR, FULARLAR, KAŞKOLLAR, PEÇELER, DUVAKLAR VB EŞYA	357.559	496.268	39	2,4
6205	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUKLAR İÇİN GÖMLEKLER	288.976	462.776	60	2,3
İLK 10 ÜRÜN TOPLAMI		14.171.121	15.872.043	12	77,5
FRANSA'DAN HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI		19.303.629	20.474.061	6	100,0
İLK 10 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		73	78		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Mayıs 2014

En fazla ithal edilen ilk on ürün grubu içerisinde sadece 61 04 GTİP başlıklı bayan dokuma takım elbise, ceket, etek, pantolon, elbise ve benzeri giysilerde ithalat %33 oranında azalırken, diğer dokuz ürün grubunda %2 ile %64 arasında artmıştır. İthalatı oransal olarak en fazla artan mamuller, 63 07 GTİP başlıklı hazır eşyalar ( %64 artış), 62 03 GTİP başlıklı erkek dokuma takım elbise, takım, ceket, blazer, pantolon ve benzeri giysiler (%61 artış) ve 62 05 GTİP başlıklı erkek dokuma gömleklere (%60 artış).

## V. FAYDALI ADRESLER

### **T.C. Paris Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği**

**Tel:** 00 33 1 45 25 29 63

**Fax:** 00 33 1 45 24 27 14

**Web:** [www.musavirlikler.gov.tr](http://www.musavirlikler.gov.tr)

**E-mail:** [paris@ekonomi.gov.tr](mailto: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](mailto:secretariatufih@lamodefrancaise.org)

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

## VI. KAYNAKÇA

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

*İTKİB GENEL SEKRETERLİĞİ*

*AR & GE ve Mevzuat Şubesi*

*Haziran 2014*

*\*İTKİB Genel Sekreterliği kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz.*