

TÜRKİYE EV TEKSTİLİ SEKTÖRÜ İÇİN YENİ NORMALDE FIRSATLAR

Rapor İçeriği:

Türkiye Ev Tekstili
Sektör Fırsatları

Kategorilere Göre
Ev Tekstili

Fırsat Pazarlar

Dünya ev tekstili pazarının
2025 yılına kadar %34
büyümeyle 133,4 milyar \$
hacme ulaşması
öngörülmektedir.

Salgının Seyri ve Küresel Görünüm

Aralık ayında Çin'in Hubei eyaletinin Wuhan kentinde başlayan olağandışı pnömoni vakaları ile küresel gündeme yerleşen Coronavirus (Covid-19), 10 Mayıs 2020 itibariyle dünyada 4 milyonu aşkın kişiyi enfekte etmiş, yaklaşık 280 bin kişinin ise yaşamını yitirmesine neden olmuştur.

11 Mart tarihinde Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından pandemi yani salgın ilan edilen Covid-19, aynı gün Türkiye'de de ilk vakaları beraberinde getirmiş, 17 Mart tarihinde ise Türkiye'de salgından kaynaklı ilk ölüm raporlanmıştır.

10 Nisan Cuma akşamı itibariyle haftasonlarını kapsayacak şekilde sokağa çıkma yasağı uygulamasına geçilmiştir. Kapalı olan AVM ve kuaförlerin, 11 Mayıs Pazartesi açılması kararlaştırılmıştır.

21 Mayıs 2020 tarihi itibariyle dünyada salgın sürecini en iyi yöneten ülkelerden biri olan Türkiye'de vaka sayısı 152 binden fazla, vefat sayısı ise 4222'dir. 22 Mart tarihinde 65 yaş ve üstü ile kronik rahatsızlığı olanlara sokağa çıkma yasağı getirilirken, 3 Nisan tarihinde kapsam 20 yaş ve altı vatandaşları da içerecek şekilde genişletilmiştir.

Dünyada 191 ülkede 1,57 milyar öğrencinin (toplam öğrencilerin %91,3'ü) okulları kapalı olup, eğitime küresel çapta ara verilmiştir.

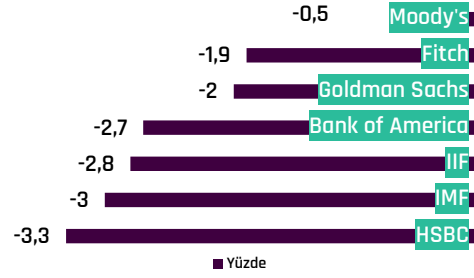
Salgına karşı sınırlarda alınan önlemlerle turizm, havacılık gibi kritik sektörlerde faaliyetlerin tamamen durduğu, başta otomotiv olmak üzere birçok önemli sektörün üretime ara verdiği süreç sadece "sağlık sorunu" olmaktan çıkarak küresel tedarik zincirlerindeki işleyişi asgari seviyelere indiren bir ekonomik soruna dönüşmüştür.

Petrol fiyatları 22 dolar seviyesine kadar gerilmiş, ABD'de Nisan sonu - Mayıs başı itibariyle işsizlik başvuruları 30 milyon sınırına dayanmıştır.

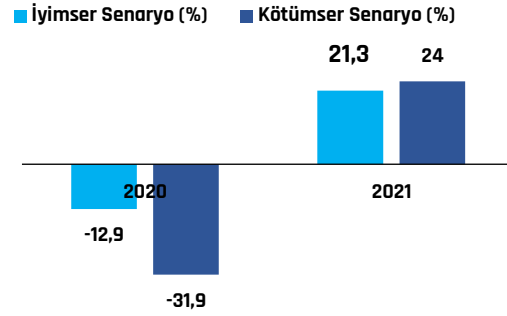
Ekonomik faaliyetlerin önemli ölçüde durduğu bu konjonktür 2020 yılına ilişkin büyüme tahminlerini negatif yönde yeniden şekillendirmiştir.

Birçok kurum içinden geçilen süreci büyük bunalımdan sonraki en büyük resesyon olarak özetlemektedir.

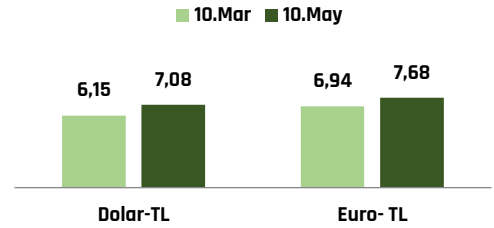
Covid-19 Etkisiyle Kurumların En Son Küresel Ekonomik Büyüme Senaryoları (2020-2021)



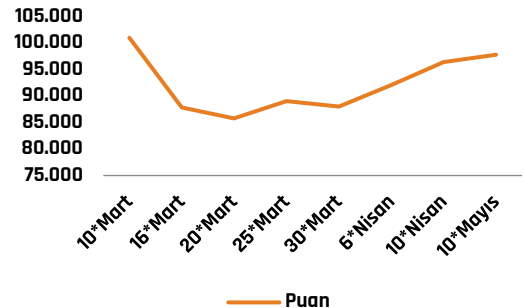
Covid-19 Etkisiyle Küresel Ticaret Büyüme Senaryosu (2020-2021)



Covid-19 Etkisiyle Döviz Kurlarının Görünümü



Covid-19 Etkisiyle BIST 100 Endeksi Gelişimi



✓ Covid-19'un Ötesi: Yeni Normal

Mayıs ayı başından itibaren tüm dünya kontrollü olarak sosyal ve ekonomik hayatın yeniden başlatılmasından yana bir irade gösteriyor.

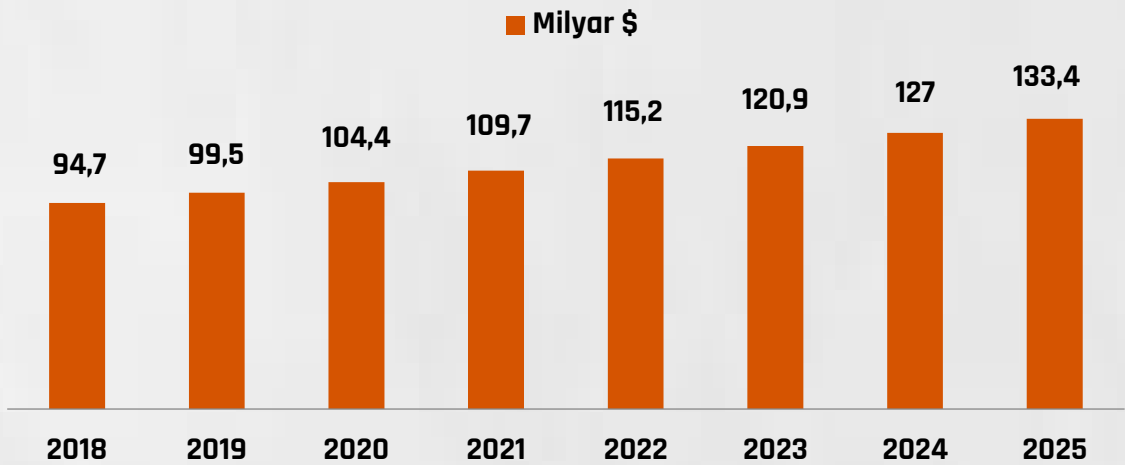
Türkiye'de de Mayıs ayı ortasından itibaren başlayacak geçiş sürecinin Haziran başı itibari ile "yeni normale dönüş" senaryosunun hayata geçirilmesiyle sürmesi planlanıyor.

Türkiye'nin ihracatında önemli bir yeri olan ve "yeni normalde" birçok fırsata sahip sektörlerden biri de ev tekstili sektörü olarak öne çıkıyor.

✓ Bir Bakışta Dünya Ev Tekstili Pazarı

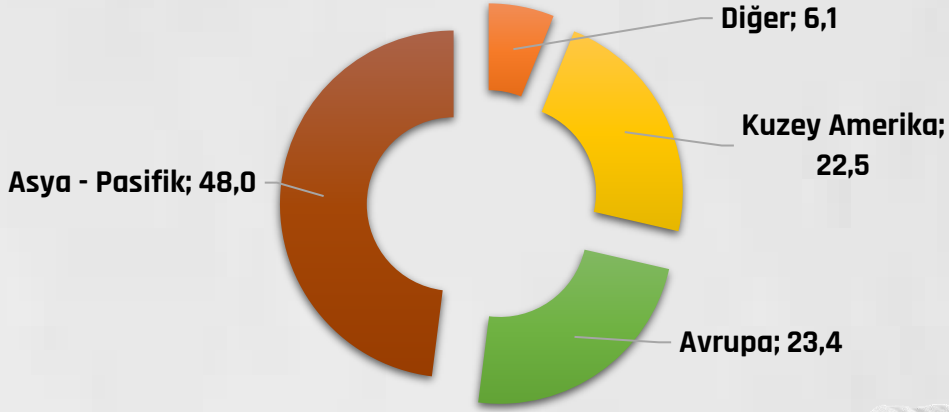
2019 yılı sonunda 99,5 milyar \$ büyüklüğe eriştiği tahmin edilen dünya ev tekstili pazarının 2025 yılına kadar %34 büyümeye 133,4 milyar \$ hacme ulaşması öngörülmektedir.

Yıllara Göre Dünya Ev Tekstili Pazar Hacmi ve Öngörüsü (2018-2025)



✓ Bölgelere Göre Dünya Ev Tekstili Pazarı (2019)

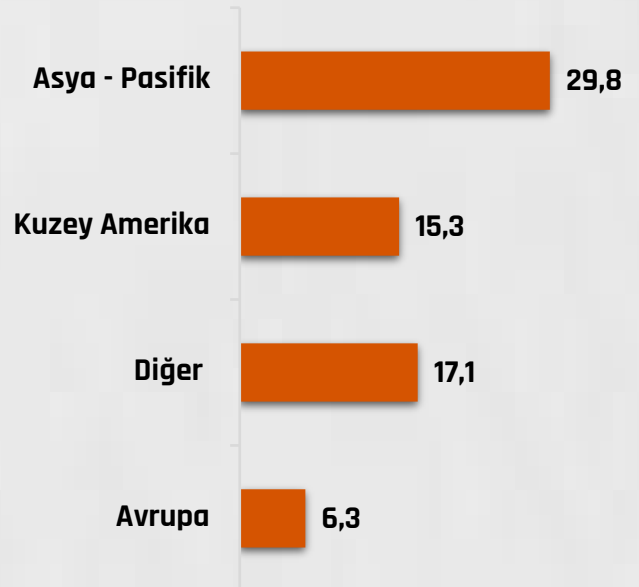
Dünya ev tekstili pazarında en büyük pay %48 ile Asya-Pasifik bölgesine ait olup, onu Avrupa (%23,4) ve Kuzey Amerika (%22,5) bölgeleri takip etmektedir.



✓ Dünya Ev Tekstili Pazarı: Bölgelerin Büyüme Oranları (2015-2019)

2015-2019 yılları arasında büyüme performansına bakıldığında Asya-Pasifik'in %29,8 büyüme ile diğer bölgelerden ayrıştığı görülmektedir.

En yavaş büyüme performansı ise Avrupa (%6,3) bölgesine aittir.



✓ Kategorilere Göre Dünya Ev Tekstili Pazarı (2019)

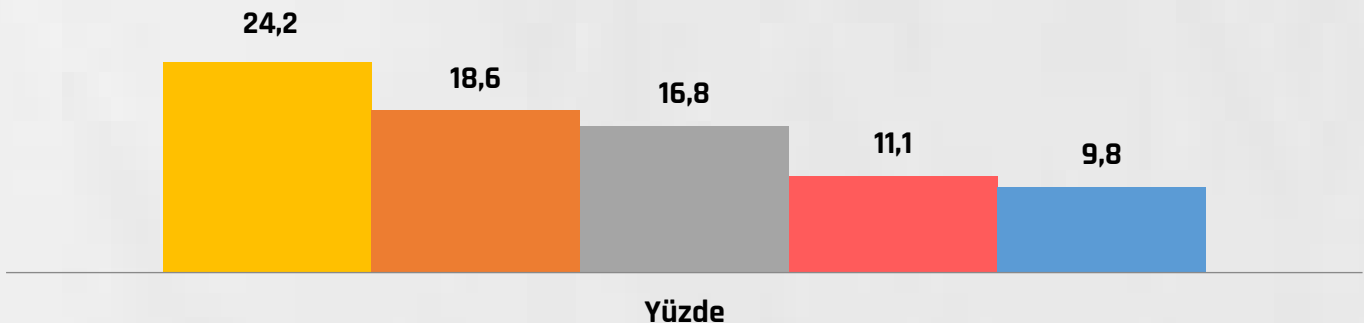
- Yatak örtüleri & çarşaf lar (%46,2) ile dünyada en büyük payına sahip ürünler olarak öne çıkarken, banyo-tuvalet tekstilleri (havlu, bornozlar) onu takip etmektedir.



✓ Dünya Ev Tekstili Pazarı: Kategorilerin Büyüme Oranları (2015-2019)

- 2015-2019 yılları arasında en yüksek büyüme oranına sahip ürünler de benzer şekilde yatak örtüleri & çarşaf lar (%24,2) ve banyo-tuvalet tekstilleri (%18,6) olarak sıralanmaktadır.

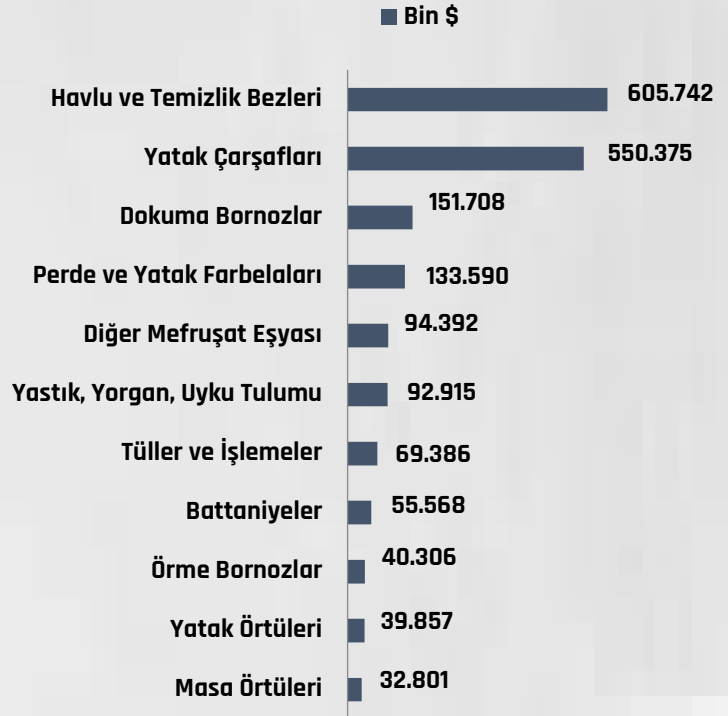
■ Yatak Örtüleri & Çarşaf lar ■ Bornoz, Havlu, Paspas ■ Döşeme ■ Zemin Kaplama ■ Mutfak Örtüleri



✓ Bir Bakışta Türkiye Ev Tekstili İhracatı

• 60'tan fazla ülkeyi "ürünleriyle tanıştıran" Türkiye ev tekstili sektörü, 2019 yılını %0,9'luk daralma ile 1,86 milyar \$ ihracat ile kapattı.

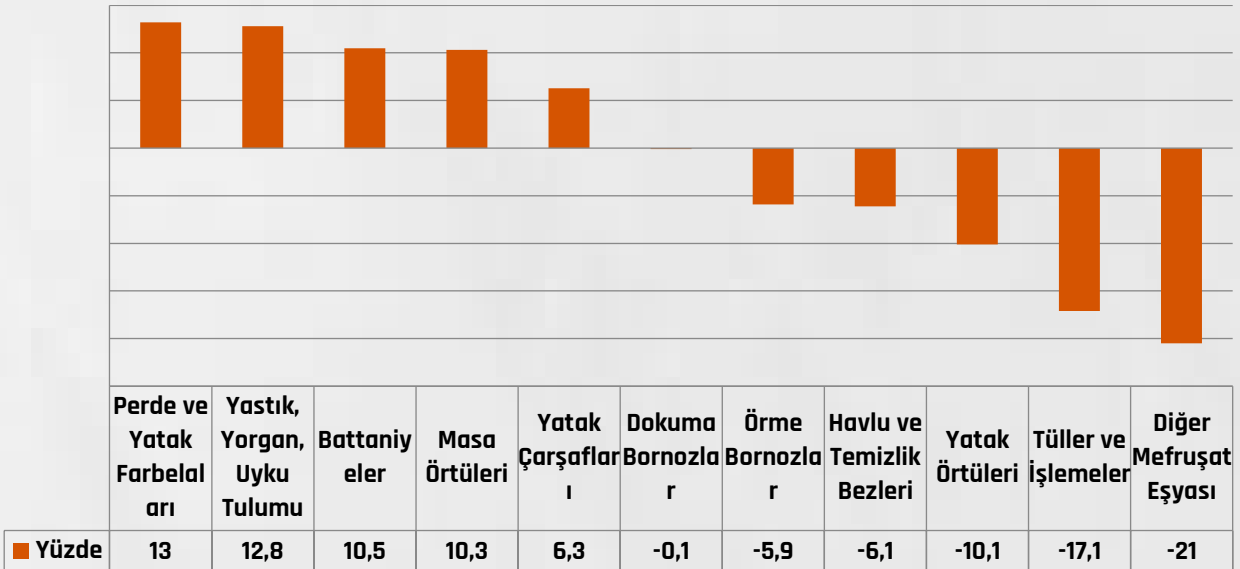
• İhracat içerisinde en büyük pay; havlu ve temizlik bezleri ile (%32,5), yatak çarşaflarına (%29,5) aitti. Üçüncü sırada ise dokuma bornozlar (%8,1) yer aldı.



✓ Türkiye Ev Tekstili İhracatı: Ürün Grupları İtibariyle Değişim (2018-2019)

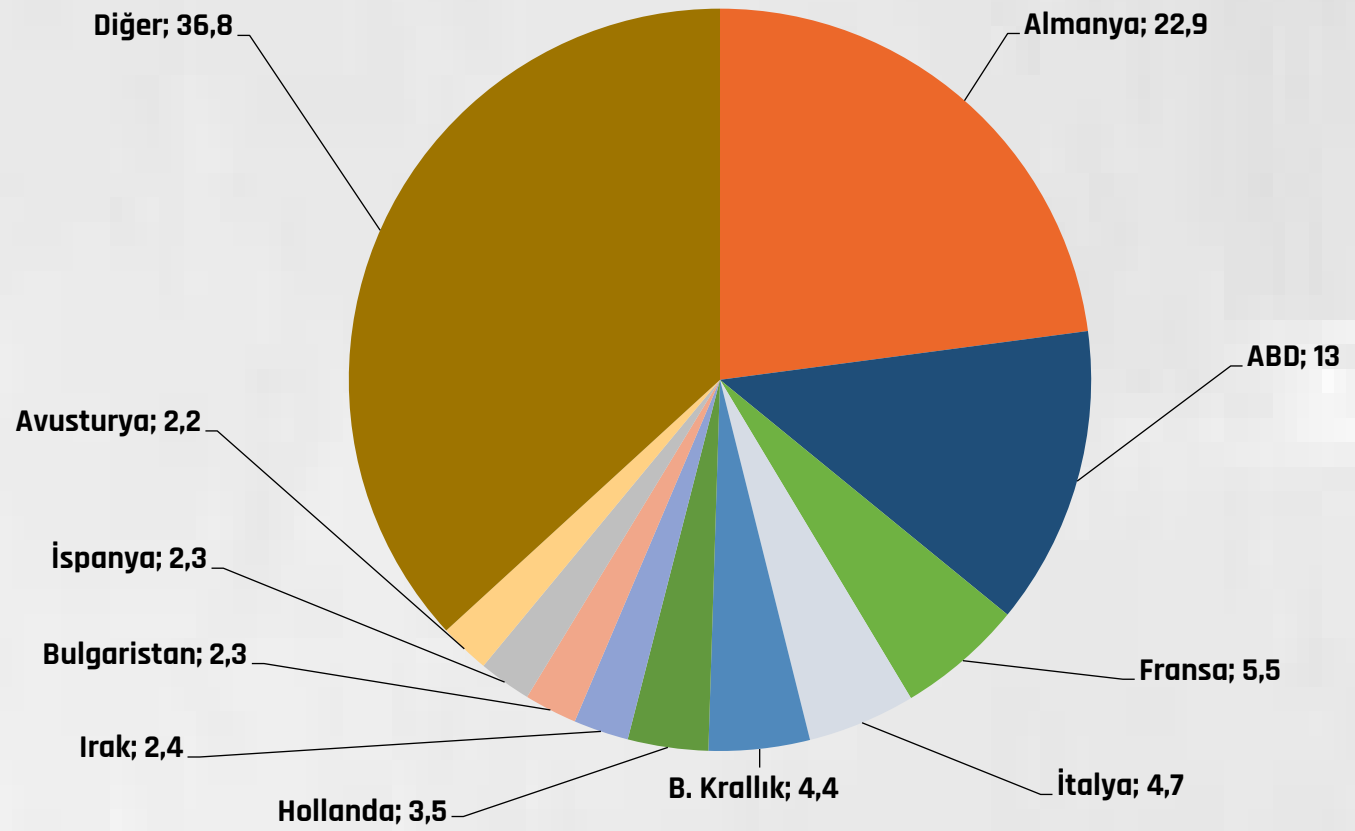
• Önceki yıla göre havlu ve temizlik bezleri (-%6,1) daralırken, yatak çarşafaları ise (%6,3) artış kaydetti.

• Dokuma bornozlar ise geçtiğimiz yıllara benzer bir seviyede kaldı.



✓ Türkiye Ev Tekstili İhracatı: Ülkeler İtibariyle Dağılımı (2019)

- 2019 yılında ev tekstili ihracatında Almanya (%22,9), ABD (%13) ve Fransa (%5,5) ilk üç sırada yer alırken, ilk on ülke toplam ihrac pazarlarının 3'te 2'sini oluşturmaktadır.



✓ Türkiye Havlu, Bornoz Ve Yatak Çarşafı Ürünleri İçin Hedef Pazar Analizi

AGS Global Araştırma olarak;

Markalarımız için GTİP kodlarına dayanarak online veri tabanları üzerinden yaptığımız hedef ülke araştırması sonucunda, Türkiye'nin ihracatta avantajlı olduğu Ev Tekstili Ürünleri için potansiyelli pazarları belirledik.

Bu çalışmayı yaparken izlediğimiz yöntemler sırasıyla şu şekildedir;

En çok ihracat yapılan GTİP kodlarının belirlenmesi. Buna göre avantajlı ürün gruplarını kapsayan GTİP kodları şöyle sıralanmakta:

- 630210 : Yatak çarşafı (Örme)
- 630231 : Yatak çarşafı (Pamuktan, Baskılı Olmayan)
- 630221 : Yatak Çarşafı (Pamuktan, Baskılı)
- 630411 : Yatak Örtüleri (Örme)
- 580220: Havlu Cinsi Bukleli Mensucat; Dokumaya Elverişli Maddelerden Ürünler

1. Dünyada son 4 yılda en fazla ithalat yapan ülkelerin belirlenmesi,

2. Son 4 yılda ithalatını arttıran ülkelerin belirlenmesi,

3. Türkiye'nin son 4 yılda en fazla ihracat yaptığı ülkelerin belirlenmesi,

4. Yukarıdaki filtreleme yöntemiyle tespit edilen ülkeler arasından ithalat rakamları, coğrafi konumları, pazarlarına hakim olan ülkeler, iş yapma kolaylığı endeksindeki pozisyonları, Türkiye ile olan siyasi ilişkileri ve sektörel durumları göz önüne alarak nihai potansiyel ülkelerin belirlenmesi.



Bu doğrultuda, uyguladığımız tüm filtreleme yöntemleri sonucunda ev tekstili ürünlerinin ihracatı için belirlediğimiz en potansiyelli ülkeler tablodaki gibidir.

✓ Türkiye Ev Tekstili Sektörü (Yatak Çarşafı, Havlu, Borno) Fırsat Pazarlar

No.	ÜLKELER	TERCİH KRİTERİ
1	ABD	Tüm filtreleme yöntemlerinde eşleşme. Pazar hacmi, Türk ev tekstilinin “pozitif imajı”.
2	Almanya	Tüm filtreleme yöntemlerinde eşleşme. Pazar hacmi, Türk ev tekstilinin “pozitif imajı”.
3	Fransa	Tüm filtreleme yöntemlerinde eşleşme. Pazar hacmi ve Türkiye ile hali hazırda ticari ilişkiler.
4	Hollanda	Tüm filtreleme yöntemlerinde eşleşme. Pazar hacmi, dünyadan ve Türkiye’den hızla artan ithalat eğilimi.
5	İngiltere	Dünyada önde gelen ithalatçılardan, büyük pazar hacmi ve Türkiye ile hali hazırda ticari ilişkiler.
6	Rusya	Dünyada önde gelen ithalatçılardan, büyük pazar hacmi ve Türkiye ile hali hazırda ticari ilişkiler.
7	İspanya	Diğer kriterlerde ön plana çıkması ve hali hazırda Türkiye’den ithalat yapması.
8	İsrail	Son yıllarda alımlarını arttırması, coğrafik konumu ve hali hazırda Türkiye’den ithalat yapması.
9	İtalya	Dünyanın önde gelen ithalatçılarından biri olması ve Türkiye’den de hali hazırda ürün satın alması.
10	Polonya	Dünyanın önde gelen ithalatçılarından biri olması ve son yıllarda yükselen ithalat eğilimi.
11	G.Kore	Dünyanın önde gelen ithalatçılarından biri olması ve son yıllarda yükselen ithalat eğilimi.

✓ Trendler Ve Aksiyonlar

Şüphesiz;

- Hammadde fiyatları ve lojistiğinde yaşanacak bazı sıkıntılar,
- Gelişmiş pazarlarda gündelik hayata dönüş hızındaki aksaklıklar,
- Yeni küresel oyuncuların pazara eklenmesi

Vb. sorunlar bir süre daha baş ağrıtmayı sürdürecektir gibi gözükse de, Covid-19 sonrası oluşacak “yeni dünyada” Türkiye ev tekstili sektörü için birçok fırsatın söz konusu olduğuna inanıyoruz:

- Evde daha çok zaman geçirme, ev kavramının daha çok “kişisel bir sığınak” gibi algılanması ve konfor unsurunu arttıracak ürünler için ayrılan cüzdandan payında artış
- Genelde ev dekorasyon, özelde ise ev tekstil ürünleri e-ticaret penetrasyonundaki büyüme
- Küresel tedarik zincirlerindeki “oyuncu değişiklikleri” ile uluslararası oyunculardan “Made in Turkey” ürünlere yönelik ilginin artması
- Dünya çapında “home konsept” mağazalara ilginin yükselmesi, bu sayede hem küresel tedarik zincirlerine eklenme hem de yerli markaların küreselleşmesi süreçlerinin önünün açılması
- Sağlık alanıyla entegre olmuş çözümler
- Sürdürülebilir, sosyal sorumluluk sahibi ürün ve markalara artacak ilfitat
- Fuarların yapılamadığı bu dönemde dijital pazarlama, ticaret heyeti ve fuar aktiviteleriyle rekabetçi Türk ürünlerinin dünyaya tanıtılması..

Markalarımız için fırsat eko-sistemini besleyen faktörlerden sadece bir kısmı...

Görüldüğü üzere şirketlerimizin dünyadaki tüketici “içgörüsünü” kavraması, belki de hiç bu kadar önem arz etmemişti.

SON SÖZ OLARAK...

Tüm şirketler için içinden geçtiğimiz ve daha birçok süprize gebe yeni süreçte bir stratejik yönetim enstrümanı olarak pazarlama & tüketici araştırmaları hiç olmadığı kadar önem kazanıyor. Şirketlerin boşa atacak barutunun olmadığı bu dönemi bilindik pazar ve tüketici davranışları ile okumak fayda vermeyecektir. Şirketlerin bu enstrümanı daha aktif kullanması ve her ülke, pazar ve sektör özelinde yeni tüketici davranışlarını odağına alan “nişleşmiş” pazarlama & tüketici araştırma çözümlerine yönelmesi gerekecek.

AGS Global olarak bunun için varız..

Raporu Hazırlayan

Mustafa GÜLER



mustafa.guler@agsglobal.com.tr



+90 (216) 450 40 80 (Dahili:102)

Raporu Hazırlayan

Ufuk AKBAL



ufuk.akbal@agsglobal.com.tr



+90 (216) 450 40 80 (Dahili:105)



İstanbul Merkez Ofisi

0216 450 40 80
ags@agsglobal.com.tr
Ritim İstanbul A3 Blok No: 1 - 8
Maltepe- İSTANBUL

Berlin Ofisi

+49 30 689 199 52
berlin@agsglobal.com.tr
Schoeneberger Str. 11 10963
Berlin



Sosyal Medyada Bizi Takip Edin

www.agsglobal.com.tr