

ags | global

FAS

Mobilya Sektör

Raporu

MAYIS 2020



Sunuş

Aralık ayında Çin'in Hubei eyaletinin Wuhan kentinde ortaya çıktıktan sonra kısa sürede dünyaya yayılan ve Mart ayında Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından pandemi (salgın) ilan edilen "Coronavirus (Covid-19)" hastalığı kısa sürede bir sağlık sorunu olmaktan çıkarak küresel bir ekonomik soruna dönüşmüş gözüküyor. Kısa vadede birçok sektörü etkilemesi beklenen pandeminin bir süre sonra düşüş eğrisine geçmesi ve orta vadede dünya ekonomisinin çarklarının "birikmiş talep" nedeniyle daha hızlı dönmeye başlaması bekleniyor. Ancak tüm bu projeksiyonda birşeyi biliyoruz: o da Coronavirus sonrası dünyanın artık kaldığı yerden devam etmeyeceği. Milyarlarca insanın evlerine kapandığı, tüketici davranış ve önceliklerinin değiştiği, dijital mecraların etkinlik kazandığı bu sürecin akabinde daha dijital, rekabetçi, fırsatlara odaklı ve elbette pazarlama araştırmalarının hiç olmadığı kadar önemli hale geldiği bir "yeni-normalle" karşılaşacağız.

Pandemi sürecini en iyi yöneten ülkelerden biri olan Türkiye için orta vadede birçok fırsatın gündeme geleceği aşikar. Tam da bu yüzden AGS Global olarak mobilyadan otomotive, perakendeden gıdaya geniş bir sektörel yelpazede edindiğimiz araştırma tecrübemizi 82 ülkede proje tamamlama kabiliyetimizle entegre ederek Türk iş dünyası ile paylaşma kararı aldık. Böylece tüm finansal aktivitelerin yeniden tanımlandığı ve "yeni normallerin" egemen olacağı dünyadaki fırsatları şirketlerimizin lehine harekete geçirmeyi arzu ediyoruz.

Elinizdeki rapor, hâlihazırda yaşanan sürecin ticari etkilerinin nabzını tutma ve süreç sonrasına dair küresel tüketici içgörülerini okuyarak iş dünyamızla birlikte fırsatları değerlendirme girişimimizin somut bir yansıması. Aynı zamanda el ele vererek bu zorlu süreci birlikte aşacağımıza ve kurulacak yeni dünyanın rekabet koşullarında Türk iş dünyasına olan inancımızın bir göstergesi.

Ufuk açıcı ve faydalı olması dileğiyle, keyifli okumalar...

BİRİNCİ BÖLÜM

FAS ÜLKE PROFİLİ

Bir Bakışla Fas

| | |
|------------------------------------|--|
| Resmi Adı | Fas Krallığı |
| İngilizlerden Bağımsızlık Tarihi | 17 Nisan 1956 |
| Siyasi Rejim | Parlamentar Monarşi - 16 bölgeye ve altında 62 vilayete bölünmüştür |
| Başkent | Rabat |
| Yüzölçümü | 447,000 km ² |
| Coğrafi Konum | Kuzeybatıda Bahreyn, Batı ve Güneyde S. Arabistan, doğuda B.A.E ile çevrili. Ülkenin kalan bölümleri Basra Körfezi ile çevrili. |
| Nüfus | 35,86 milyon (Nisan 2019), MENA Bölgesi'nde 7'inci, dünyada 40'ıncı sırada |
| Etnik Yapı | Arap (%55), Berberi (%34), Moor (%10), Diğer (%1) |
| Din | Müslüman (%98,7), Hristiyan (%1), Musevi (%0,3) |
| Başbakan | Saadeddin Osmani |
| Konuşulan Diller | Arapça, Berberice, Fransızca |
| Para Birimi | MAD - Fas Dirhemi (=0,66 TL, 0,098 USD) |
| GSYH | 118,49 milyar \$ (2018) |
| Büyüme | %2,8 (2019-Tahmini) |
| İthalat | 51,25 milyar \$ (2018) |
| Türkiye'den İthalat | 2,29 Milyar \$ (2019) |
| İhracat | 29,33 milyar \$ (2018) |
| Kişi Başına Düşen Gelir | 3,90 \$ (2018) |
| Enflasyon | %1,1 (Şubat 2020) |
| İşsizlik Oranı | %9,2 (Ocak 2020) |
| Kentsel Nüfus | %62,4 (2019) |
| Çektiği Doğrudan Yabancı Yatırım | 3,39 milyar \$ (2018) |
| Üye Olduğu Uluslararası Kuruluşlar | BM, Dünya Ticaret Örgütü, Afrika Birliği, Arap Ligi, Büyük Magrip Birliği, İslam Konferansı Örgütü, Akdeniz Diyalogu Grubu, G-77 |

BİRİNCİ BÖLÜM

FAS ÜLKE PROFİLİ

Fas Haritası



İKİNCİ BÖLÜM

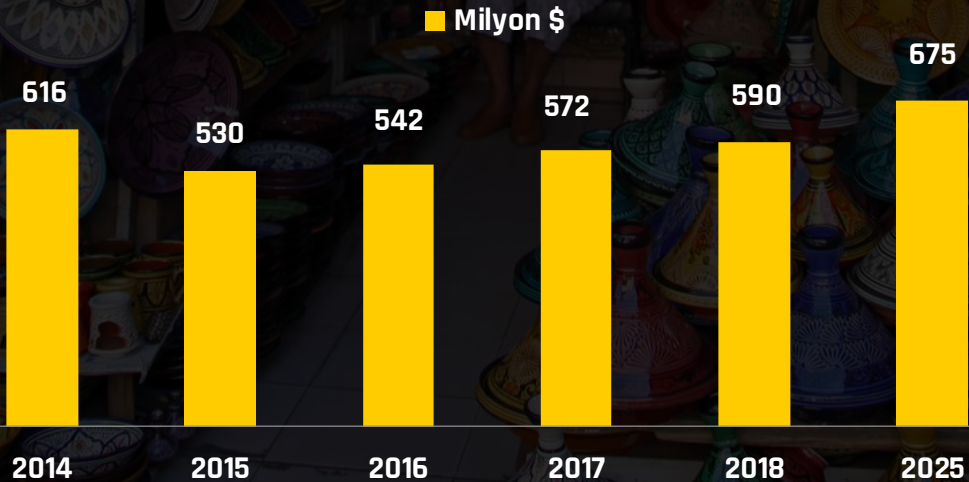
a. Fas Mobilya Pazarı

- 2018 yılı sonunda 590 milyon \$ büyüklüğüne erişmiş olup, dünyanın 59'uncu büyük mobilya pazarıdır.
- 2014-2015 arası %13,9 küçülse de, bu yıldan sonra %11,3 büyüme kaydetmiştir.
- 2019-2025 yılları arasında %14,4 büyüme ile Pazar hacminin 675 milyon \$'a ulaşması öngörülmektedir.
- Tüketimin 129 milyon \$'lık kısmı ofis mobilyası olup, geri kalan kısmı ev ve mutfak mobilyalarıdır.

Diğer yandan ülkede yerel mobilya endüstrisi de güçlü olup:

- 2018 yılı sonunda 400 milyon \$ olan üretiminin 128 milyon \$'ını ihraç etmektedir.
- 96 milyon \$ değerindeki ofis mobilyaları üretimi çıkartıldığında yaklaşık 300 milyon \$ değerinde ev & mutfak mobilyası üretimi söz konusudur.

Şekil 4. Yıllara Göre Fas Mobilya Tüketimi ve Projeksiyonu (2014-2025)



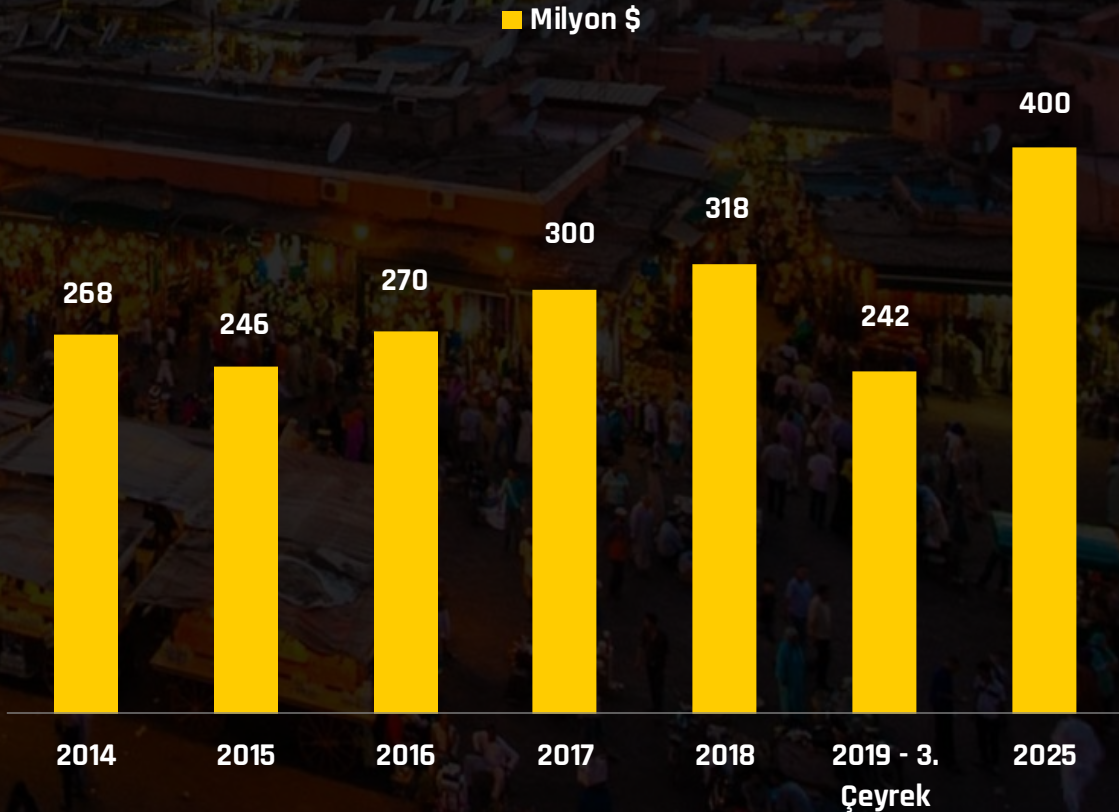
Kaynak: CSIL, AGS Global Analizi

İKİNCİ BÖLÜM

a. Fas Mobilya Pazarı

- Fas mobilya pazarı ile ilgili bir diğer önemli gösterge ise ithal mobilyaların payının hızla artmasıdır.
- 2015 yılındaki kısmi daralmanın ardından ülkenin ithalatı %29,2 artış kaydederek 318 milyon \$'a yükselmiştir.
- Fas bugün dünyanın 53'üncü mobilya ithalatçısıdır.
- 2019 yılı ilk üç çeyreğinde ülkenin mobilya ithalatı 242 milyon \$'a ulaşmış olup, 2018'in üzerine çıkacağı tespit edilmiştir.
- 2025 ithalat öngörüsü 400 milyon \$'dır.

Şekil 5. Yıllara Göre Fas Mobilya İthalatı ve Projeksiyonu (2014-2025)



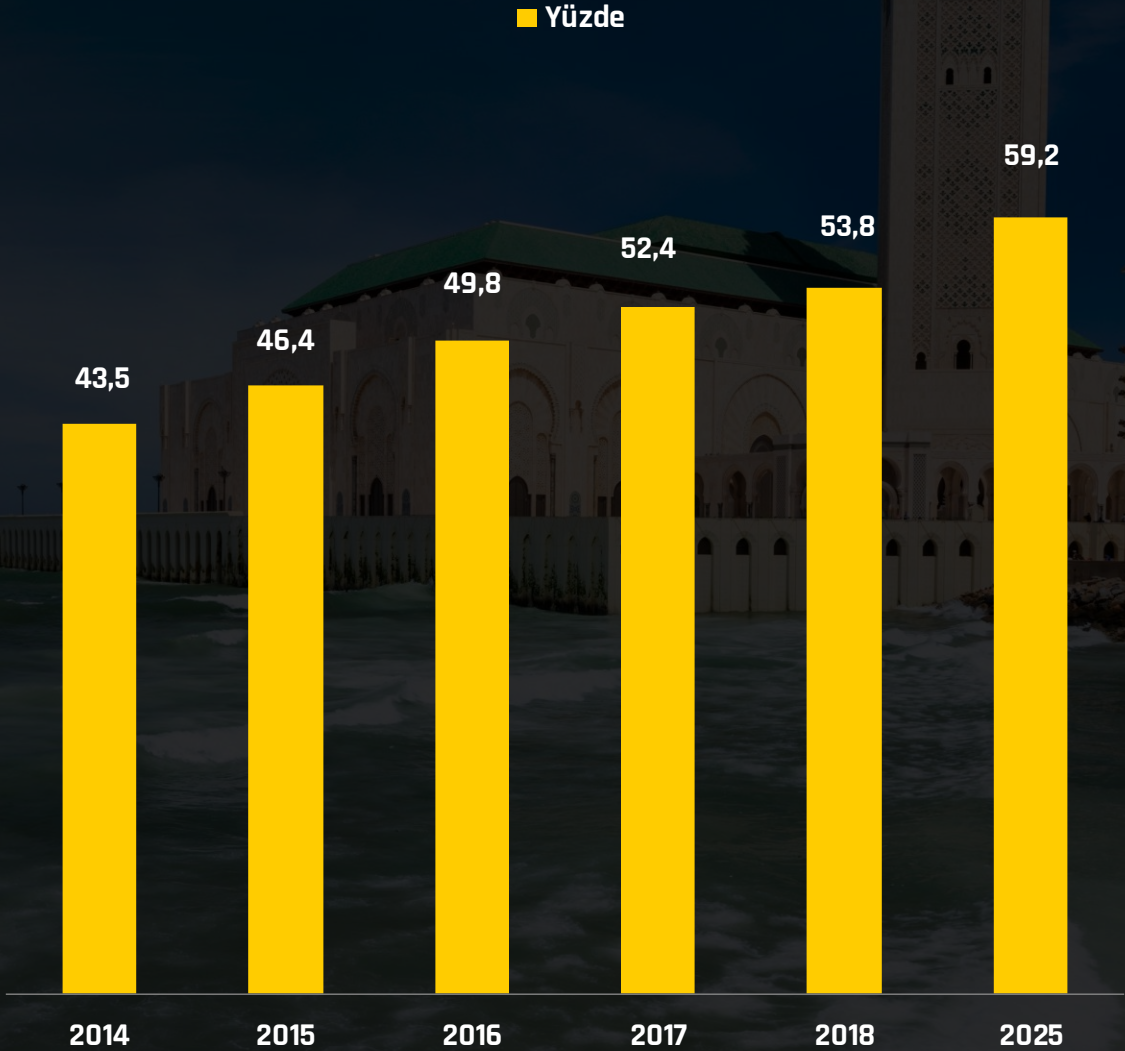
Kaynak: CSIL, AGS Global Analizi

İKİNCİ BÖLÜM

a. Fas Mobilya Pazarı

- Nitekim 2014 yılında %43,5 olan ithal mobilya penetrasyonu, 2018 yılı sonunda %15'ten fazla artışla %53,8'e yükselmiştir.
- 2025 öngörüsü ise yaklaşık %60'tır.
- İç piyasada tüketilen mobilyaların %46,2'si yerli ürünler olup, 2025 yılında %40'a kadar gerilemesi öngörülmektedir.

Şekil 6. Yıllara Göre Fas Mobilya Pazarı İthalat/Tüketim Oranı ve Projeksiyonu (2014-2025)

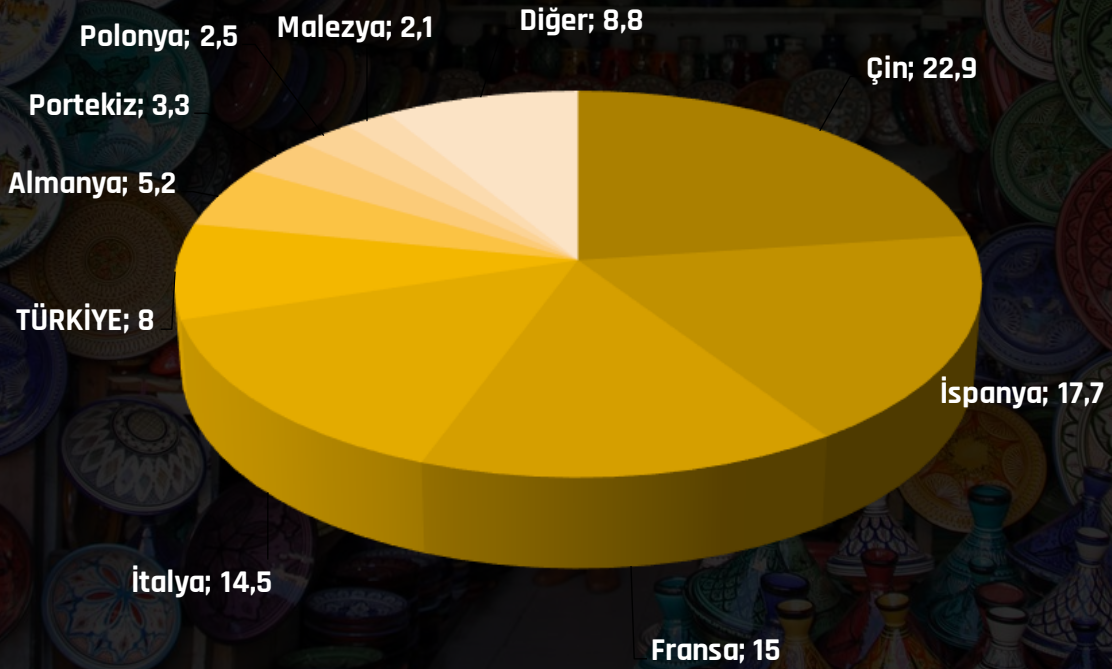


İKİNCİ BÖLÜM

a. Fas Mobilya Pazarı

- Fas'ın mobilya ithalatında ana partner Çin (%22,9) iken, onu İspanya (%17,7), Fransa (%15), İtalya (%14,5) ve Türkiye (%8) izlemektedir.

Şekil 7. Fas'ın Mobilya İthalat Destinasyonları (2018)



İKİNCİ BÖLÜM

a. Fas Mobilya Pazarı

Ev, bahçe & mutfak mobilyaları segmentine bakıldığında:

- Fas'ın 2018 yılı sonunda ithalatını en yüksek seviyede gerçekleştirdiği ofis ve aksam& parça hariç ürün grupları: oturmaya mahsus mobilyaların ve yemek ve oturma odaları ile mağazalardan kullanılan diğer ahşap mobilyalardır (48 milyon \$) ile ahşap yatak odası mobilyalarıdır (24,83 milyon \$).

Şekil 8. Fas'ın İthalatını Gerçekleştirdiği Önde Gelen Ev Mobilyası (Ofis, Aksam & Parça Hariç) Ürün Grupları (2018)

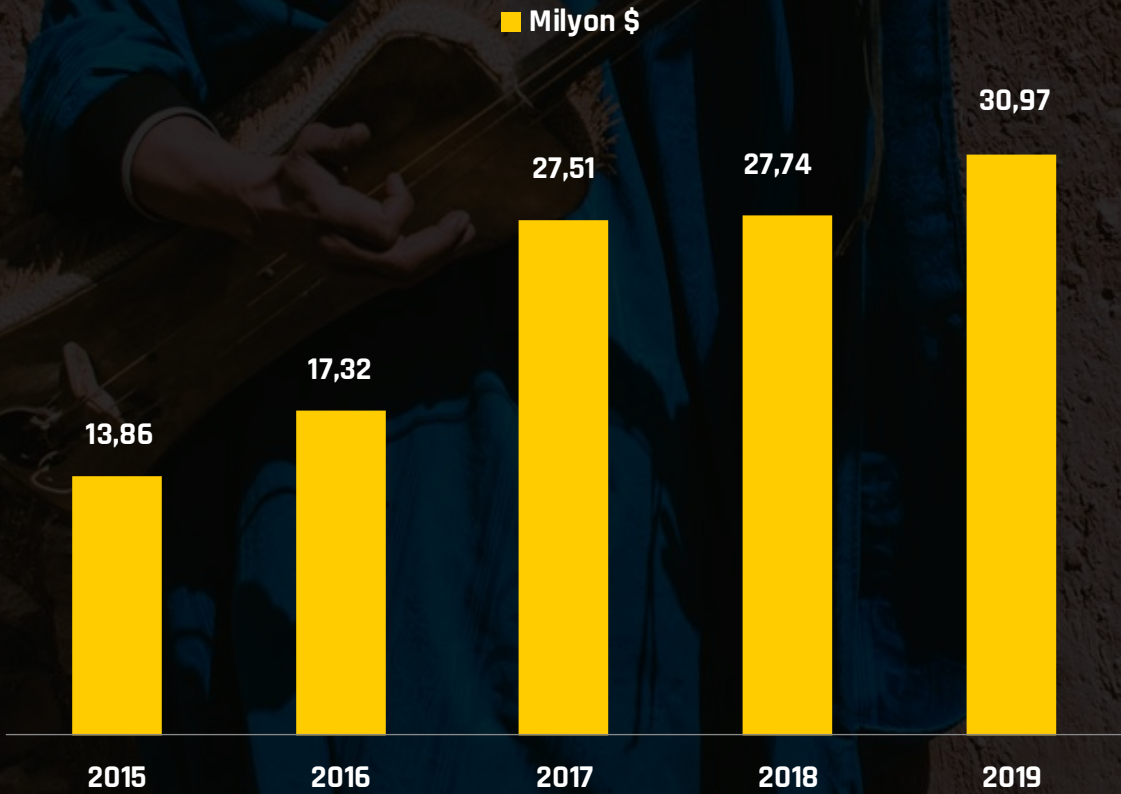


İKİNCİ BÖLÜM

a. Fas Mobilya Pazarı

- 2019 yılı verilerine göre Türkiye, Fas'a toplam 34,52 milyon \$ değerinde mobilya ihraç etmiştir.
- Ofis mobilyalarına ait 3 majör GTİP kodu (940130,940310,940330) çıkartıldığında ihracat 30,97 milyon \$ olarak gerçekleşmektedir.
- 2015-2019 arası artış oranı %120'nin üzerinde olup, ithalatın genel anlamda daraldığı 2015 yılında dahi Türkiye'den ithalatın yükseldiği görülmektedir.

Şekil 9. Yıllara Göre Türkiye'nin Fas'a Ev, Bahçe ve Mutfak Mobilyası İhracatı (2015-2019)

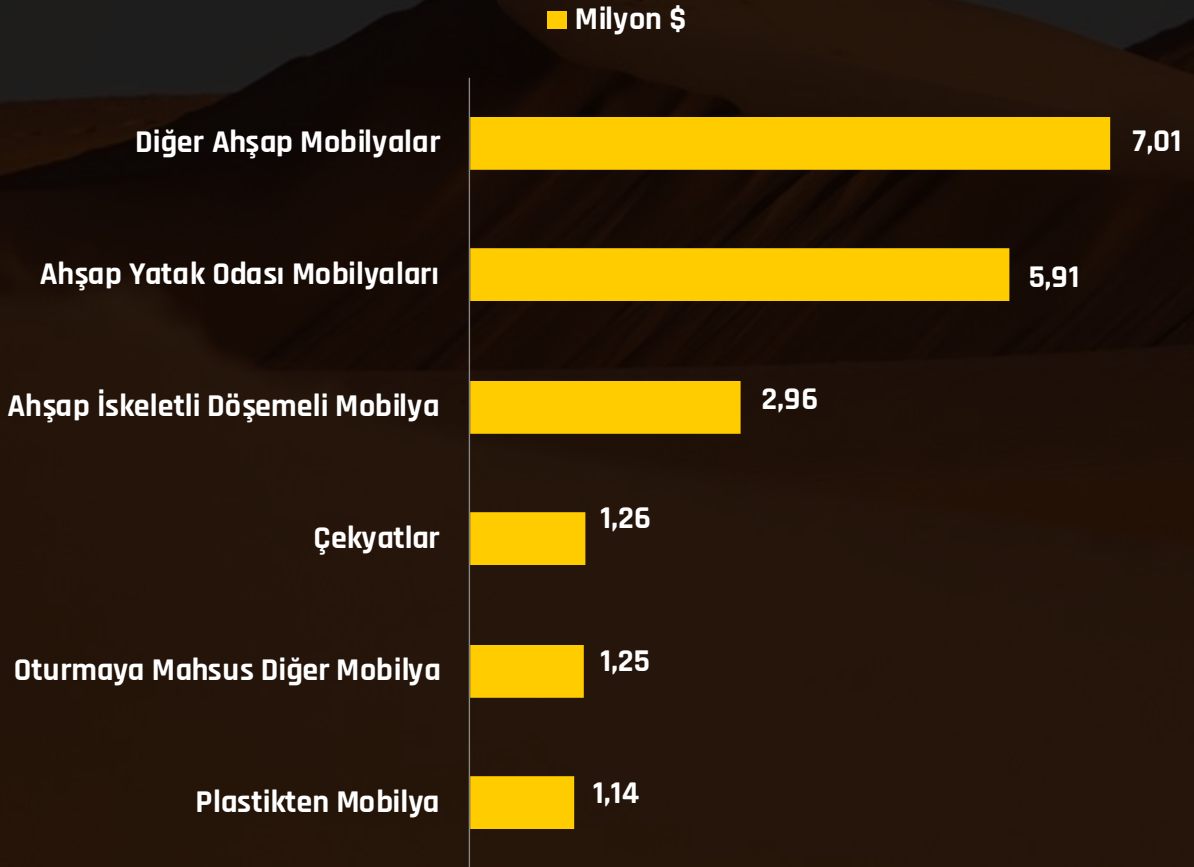


İKİNCİ BÖLÜM

a. Fas Mobilya Pazarı

- Türkiye'nin Fas'a en çok ihraç ettiği ev, bahçe ve mutfak mobilyaları; diğer ahşap mobilyalar (7,01 milyon \$), ahşap yatak odası mobilyaları (5,91 milyon \$) ve ahşap iskeletli döşemeli mobilyalar (2,96 milyon \$) olarak sıralanmaktadır.

Şekil 10. Türkiye'nin Fas'a Ev Mobilyası (Aksam & Parça Hariç) İhracatı; Ürün Grupları (2019)



İKİNCİ BÖLÜM

b. Satış & Dağıtım Kanalları ve Pazara Giriş Stratejileri

Fas mobilya pazarında ana satış kanallarına aşağıda yer verilmektedir.



İKİNCİ BÖLÜM

c. Gümrük Rejimi

- Fas'ta ilgili ürünlerin yerel üretimini korumak amacıyla Çin, Vietnam, Malezya Hindistan gibi ülkelerden gelen mobilyalara %24-25 civarı ortalama gümrük vergisi uygulanmaktadır.
- Türkiye ise AB ülkeleri ve ABD ile birlikte %0 tarife uygulanan ülkelerden biridir.
- Diğer yandan, Fas dünyanın birçok ülkesiyle STA'ya taraftır.
- Fas'ta ithalat işlemleri %20 oranında KDV'ye tabidir. İthalat, STA kapsamında ya da diğer özel düzenlemelere tabiyse gümrük vergileri azalabilmektedir (Örn; %7, 10, 14 gibi).

Şekil 12. Fas'ın Ev, Bahçe, Mutfak Mobilyalarına Uyguladığı Ortalama Gümrük Tarifesi

| GTİP Kodu | Ürün Açıklaması | Türkiye'ye Ortalama Gümrük Tarifesi | Dünyaya Ortalama Gümrük Tarifesi | Rakip Ülkeler Tarife (%) |
|-----------|---|-------------------------------------|----------------------------------|--|
| 9401 | Oturmaya Mahsus Mobilyalar | 0 | 0-24,2 | Gümrük Birliği-AB, ABD, BAE, Mısır (%0), Çin, Malezya, Vietnam, Hindistan, Endonezya (%24,2) |
| 9403 | Diğer Mobilyalar ve Bunların Aksam ve Parçaları | 0 | 0-25 | Gümrük Birliği-AB, ABD, BAE, Mısır (%0), Çin, Malezya, Vietnam, Hindistan, Endonezya (%25) |

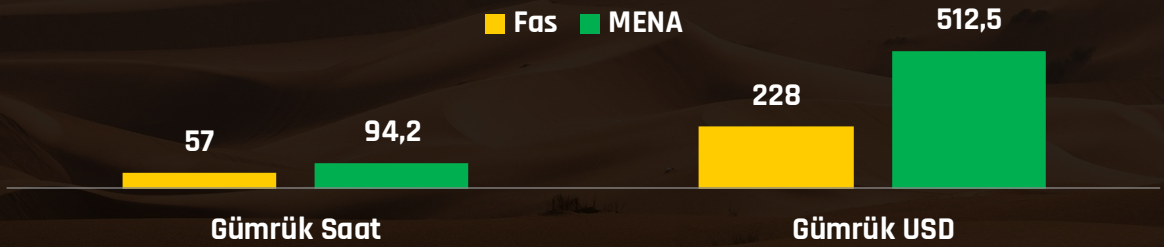
İKİNCİ BÖLÜM

c. Gümrük Rejimi

Fas'ın, sınır ötesi ticaret işlemlerinde MENA bölgesiyle karşılaştırmalı performansına aşağıda yer verilmektedir. Buna göre;

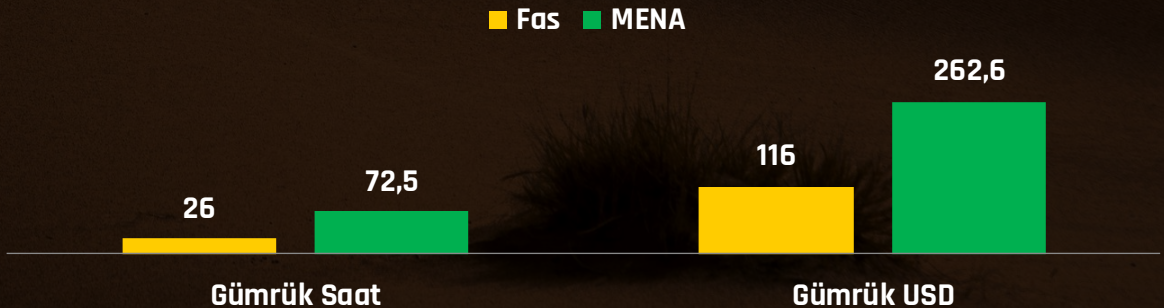
- İthalat gümrük geçiş süreleri 57 saatken, MENA bölgesi ortalaması ise 94,2 saattir.
- İthalat gümrük maliyetleri ise 228 \$ iken, OECD yüksek gelirli ortalaması 512,5 \$'dır.

Şekil 13. FAS ve MENA Bölgesi Karşılaştırmalı Gümrük Prosedür Göstergeleri (2019)



- Fas'ta ithalat belgelerinin tamamlanması 26 saat sürerken, MENA bölgesi ortalaması ise 72,5 saattir.
- Bu işlemlerin maliyeti ise Fas'ta 116 \$, MENA bölgesi ortalaması ise 262,6 \$'dır.

Şekil 14. FAS ve MENA Bölgesi Karşılaştırmalı İthalat Belge Tamamlama Göstergeleri (2019)



İKİNCİ BÖLÜM

d. Pazara Giriş Belgeleri

- Fas'ta NM (norm Morocco) isimli uluslararası standartlarla uyumlu bir ürün standardı kullanılmaktaysa da, mobilya için istenen herhangi bir zorunlu standart bulunmamaktadır.
- Diğer yandan ülkede ürün etiketlemenin Fransızca ve Arapça olması gerekmektedir.

Sonuç: Neden Fas Mobilya Pazarı ?

- 36 milyona yakın nüfus
- Bölgesinde istisnai ekonomik büyüme performansı
- Siyasi istikrar
- Afrika'nın "egzotik", "masalsı", "büyülü", "modern" ve "renkli yüzü", "parlayan yıldızı", "turizm merkezi" ve Avrupa ile bağlantı noktası
- İmalat sanayinin yeni bölgesel merkezi
- Sürekli iyileşen yatırım ortamı: MENA bölgesinde en düşük riskli 4. pazar
- MENA bölgesinin en büyük mobilya pazarlarından biri
- Hızla artan ithal mobilya penetrasyonu ve projeksiyon
- Türkiye'nin son yıllarda hızla artan ihracatı
- Türkiye ile kültürel-siyasi yakınlık
- Türk mobilyası ile ilgili pozitif bakış açısı

Aksiyon Önerileri

- Coronavirus isimli kara bulutun dünyanın üzerinden ne zaman çekileceği belli değil. Bir aşı ya da ilacın üretilmesi, ticarileşmesi, milyarlara ulaşması ne kadar sürecek? Şimdilik tüm bu konular belirsizliğini koruyor. Ancak açık olan bir tek şey var ki, dünyadaki milyonlarca şirket en puslu ortamda dahi aktivitelerine devam edecek. İzle-gör stratejisinin ya da içe kapanmanın lehte sonuçlar vermeyeceği açık. Dolayısıyla tüm şirketler için beklemektense harekete geçme vakti.
- Coronavirus tehdidi sürdüğü müddetçe küresel hane halkı için evde daha çok zaman geçirmenin öncelikli seçenek olduğunu belirtebiliriz. Bu da gerek şimdi gerekse Covid-19 sonrası dünyada tüketici alışkanlıklarında ciddi bir dönüşümü kaçınılmaz kılıyor. Bir zorunluluk olarak başgösteren evde daha çok zaman geçirme, tüketicinin yaşam alanlarına yeni bir gözle bakmasına neden olacak. İç mekanların kalitesinin artırılması, teknoloji ve dijitalleşmeyle entegre edilmesi (akıllı mobilyalar vb.) ve fonksiyon-estetikğin altın bileşimi akla gelen ilk seçenekler.
- Özellikle doymamış pazarlarda bu yönde bir eşitleme talebi bekleniyor. Ev aletleri ile tüketici elektroniği ürünlerine olan talebin yanı sıra, ev, bahçe ve mutfak mobilyaları bu yönde ilk etkilenmesi beklenen ürünler. Fas, bu yönde talebin yukarı yönlü seyredeceğine inandığımız bölgesindeki en önemli pazarların başında geliyor.
- Rapor gösteriyor ki; hane halkının gelirinin arttığı Fas'ta hem genel anlamda mobilya pazarı büyüyecek hem de ithalat/tüketim oranında ciddi bir artışa şahitlik edeceğiz. Tüketicinin daha nitelikli iç mekanlara olan talebi artacak.
- Fas'ın ithalat eğilimleri ile Türkiye'nin Fas pazarına ihracat eğilimleri eşleştirildiğinde özellikle ahşap yemek ve yatak odası mobilyaları ile ahşap, metal iskeletli döşemeli mobilyalarda "kalite imajı" yüksek Türk mobilyasının önü oldukça açık gözüküyor.

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



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

Raporu Hazırlayan

Ufuk AKBAL



ufuk.akbal@agsglobal.com



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



Sosyal Medyada Bizi Takip Edin

ags | global

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