

Hazır Giyim Sektörü Açısından

İspanya



Uludağ İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Ar-Ge Şubesi

Kasım 2017

İçindekiler

Ülke Künyesi	3
Türkiye-İspanya İlişkileri	4
İspanya Ekonomisi	5
Karşılıklı Ticaret ve Yatırımlar	6
İspanya Hazır Giyim İthalatında Ülkeler	7
İspanya'nın Dünyadan Hazır Giyim İthalatı (Ürün Grupları)	8
Ulaştırma	10
Dağıtım Kanalları	10
Satış kanalları:.....	11
Pazara Giriş ve Pazarlama.....	11
Dağıtım Anlaşmaları	11
Acentelik Anlaşmaları.....	12
Komisyonculuk Anlaşmaları.....	12
Franchising.....	12
Doğrudan Pazarlama	12
Tüketici Tercihleri	13
Markalar ve Patentler.....	13
Dış Ticaret Düzenlemeleri ve Standartlar	13
İspanya Tekstil ve Konfeksiyon Sektörleri	14
İspanya Tekstil ve Hazır giyim Pazarı	15
İş Hayatı ile İlgili Yararlı Bilgiler.....	17
İlgili Kurumlar	18
Kaynakça.....	22

Ülke Künyesi

Ülke: İspanya Krallığı

Başkent: Madrid

Nüfus: 46.439.864

Yüzölçümü: 504.782 km²

Devlet Başkanı: Kral VI. Felipe

Başbakan: Mariano Rajoy

Dışişleri Bakanı: Alfonso María Dastis Quecedo

Dil: İspanyolca (resmi dil)

Para Birimi: Avro

GSYİH: 1,246 trilyon Dolar (2016)

Üyesi Olduğu Başlıca Uluslararası Kuruluşlar: AB, BM ve bağlı kuruluşları (BM Güvenlik Konseyi geçici üyesi 2015-2016), NATO, Avrupa Konseyi, OECD, AGİT, Akdeniz İçin Birlik (AiB), İber-Amerika Devletleri Örgütü (OEI)

Türkiye-İspanya İlişkileri

Ülkemiz ile İspanya arasındaki siyasi ilişkiler Barış, Dostluk ve Ticaret Antlaşması'nın onay belgesinin İspanya Büyükelçisi tarafından 1783 yılında Osmanlı Padişahına sunulmasıyla resmiyet kazanmıştır. İstanbul'daki İspanyol Elçiliği de faaliyetlerine aynı tarihte başlamıştır. Madrid'de Türk Elçiliği 1857'de faaliyete geçmiştir. Türkiye ve İspanya arasındaki diplomatik ilişkiler, 1 Ocak 1951 tarihinden itibaren Büyükelçilik seviyesine yükseltilmiştir.

Türkiye-İspanya ilişkileri, 1980'lerin ortalarından itibaren İspanya'nın NATO'ya ve AB'ye katılması, Türkiye'de parlamenter demokrasiye dönülmesi ve her iki ülkenin dış pazarlara açılma ve liberalizasyona öncelik veren benzer iktisadi politikalar uygulamaları sonucu canlanmaya başlamıştır. İki ülke arasında, 16 Nisan 1989 tarihinde bir Dostluk Antlaşması imzalanmıştır.

İspanya ile ikili ilişkilerimiz, 2005 yılında BM çatısı altında Sayın Cumhurbaşkanımız (Başbakanlığı döneminde) ile dönemin İspanya Başbakanı Zapatero'nun ortak girişimiyle başlatılan Medeniyetler İttifakı'yla yeni bir boyut kazanmıştır. Diğer yandan, ilki 2009 yılında İstanbul'da düzenlenen Türkiye-İspanya Hükümetler arası Zirve toplantıları İspanya ile ilişkilerimizi üst seviyeye çıkarmıştır. Türkiye-İspanya Hükümetler arası Zirvesi Beşinci Toplantısı iki ülke Başbakanlarının eş başkanlığında 11 Şubat 2014 tarihinde Ankara'da yapılmıştır. İspanya'nın, ülkemizin AB üyelik sürecine verdiği destek siyasi ilişkilerimize olumlu yansımaktadır.

Ekonomik ve ticari işbirliği Türkiye-İspanya ilişkilerinin önemli bir vechesini teşkil etmektedir. 2016 yılında ikili ticaret hacmimiz, bir önceki yıla kıyasla % 3,3 artarak 10 milyar 670 milyon Dolar (ithalat: 5 milyar 679 milyon Dolar, ihracat: 4 milyar 991 milyon Dolar) olmuştur. İthalatımız % 1,6 oranında, ihracatımız ise % 5,3 oranında artmıştır. Bu dönemde İspanya ülkemizin 8. ticaret ortağı olmuştur. (İthalatımızda 10. , ihracatımızda 8. sıradadır.)

İspanya'ya ihracatımızda başlıca ürünler otomobil, vagonlar, yarış arabaları, petrol yağları ve minerallerden elde edilen yağlar ve hazır giyim ürünleridir. İthalatımızdaki başlıca ürünler ise otomobil, vagonlar, yarış arabaları, arıtılmış bakır, işlenmemiş bakır alaşımları, kara taşıtları için aksam parçalarıdır.

Ülkemizde 651 İspanyol firması faaliyet göstermektedir. 2002-2016 döneminde İspanya'dan ülkemize gelen toplam yatırım miktarı 7 milyar 636 milyon Dolar olmuştur. İspanya'da ise yaklaşık 75 Türk firması faaliyet göstermektedir. 2002-2016 döneminde Türkiye'den İspanya'ya yapılan doğrudan yatırım tutarı 150 milyon dolardır.

2016 yılında 106.582 İspanyol turist ülkemizi ziyaret etmiştir. İspanya'da yaklaşık 4000 vatandaşımız bulunmaktadır.

İspanya'ya seyahat edecek olan Türk vatandaşları içinde; Umuma Mahsus Pasaport hamilleri vizeye tabidir. Diplomatik, Hizmet ve Hususi Pasaport hamilleri ise 180 gün içinde 90 günü aşmamak kaydıyla, anılan ülkeye yapacakları seyahatlerinde vizeden muaftır.

İspanya Ekonomisi

GSYİH: 1,690 trilyon Dolar (2016)

GSYİH Büyüme Oranı: % 3,1 (2016)

Kişi Başı GSYİH: 36.500 Dolar (2016)

Enflasyon Oranı: % -0,3 (2016)

İşsizlik Oranı: %19,7 (2016)

Toplam İhracat: 266,3 milyar Dolar (2016)

Toplam İthalat: 287,9 milyar Dolar (2016)

Başlıca İhracat Ortakları: Almanya, Fransa, İngiltere, İtalya ve Portekiz başta olmak üzere AB üyesi ülkeler.

Başlıca İthalat Ortakları: Almanya, Fransa ve Çin.

Başlıca İhracat Kalemleri: Makine, motorlu araçlar, gıda, ilaç.

Başlıca İthalat Kalemleri: Makine ve ekipmanlar, yakıtlar, kimyasallar, yarı mamul, gıda maddeleri, tüketim malları.

Karşılıklı Ticaret ve Yatırımlar

Türkiye'nin İspanya'ya İhracatı ve İspanya'dan İthalatı

YILLAR	İHRACAT	İTHALAT	DENGE	HACİM
2014	4.750	6.076	-1.326	10.825
2015	4.742	5.589	-846	10.331
2016	4.989	5.679	-688	10.670
2015/2016 % Değ.	5,2	1,6	19	3,2

Kaynak: TÜİK (milyon Dolar)

İspanya ile 2016 yılında ikili ticaret hacmimiz, 2015 yılına kıyasla % 3,2 oranında artarak 10 milyar 670 milyon Dolar, ihracatımız % 5,2 artışla 4 milyar 989 milyon Dolar, ithalatımız ise % 1,6 artışla 5 milyar 679 milyon Dolar olmuştur.

Başlıca İhraç Ürünlerimiz: Otomobil, vagonlar, yarış arabaları, petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar, hazır giyim ürünleri.

Başlıca İthal Ürünlerimiz: Otomobil, vagonlar, yarış arabaları, arıtılmış bakır, işlenmemiş bakır alaşımları, kara taşıtları için aksam, parçaları.

Ülkemizde 2016 yılsonu itibariyle 650 civarında İspanyol sermayesine sahip şirket faaliyet göstermiştir. 2002-2016 döneminde, İspanya'dan ülkemize gelen toplam yatırım miktarı 7 milyar 636 milyon Dolar olmuştur. İspanya anılan dönemde, ülkemize en çok yatırım yapan ülkeler arasında 8. sıraya yerleşmiştir.

Madrid Ticaret Müşavirliğimiz verilerine göre, 2016 yılsonu itibariyle İspanya'da yaklaşık 75 Türk işletmesi faaliyet göstermiştir. 2002-2016 döneminde Türkiye'den İspanya'ya yapılan yatırım tutarı 150 milyon Dolar olmuştur.

2016 yılında ülkemizi ziyaret eden İspanyol turist sayısı, 2015 yılına göre %54,85 oranında azalarak 106.582 olmuştur.

İspanya Hazır Giyim İthalatında Ülkeler

İspanya'nın Hazır Giyim İthalatında İlk 10 Ülke					
	Birim 1.000 \$				
	İhracatçı Ülke	2014	2015	2016	2016 Pay %
	Dünya	17.786.231	17.937.015	18.439.699	100,00%
1	Çin	4.416.242	4.473.495	4.156.764	22,54%
2	Bangladeş	1.888.734	2.166.471	2.383.632	12,93%
3	Türkiye	1.864.366	1.937.025	2.009.714	10,90%
4	Fas	1.759.520	1.666.824	1.894.244	10,27%
5	Portekiz	1.358.095	1.237.616	1.275.438	6,92%
6	İtalya	923.426	1.050.914	1.025.937	5,56%
7	Hindistan	773.719	843.297	861.231	4,67%
8	Pakistan	565.662	646.925	662.710	3,59%
9	Fransa	632.161	569.711	620.954	3,37%
10	Kamboçya	373.304	448.225	592.165	3,21%

İspanya'nın dünyadan yaptığı hazır giyim ithalatına baktığımızda; ilk sırada %22,5 pay ile Çin'in yer aldığı görülmektedir. İkinci sırada %13 pay ile Bangladeş yer almaktadır. Üçüncü sırada ise Türkiye vardır. Ülkemiz 2016 yılında İspanya'ya 2 milyar doların üzerinde hazır giyim ürünü ihraç ederek İspanya pazarından %10,9 pay almayı başarmıştır.

Hazır giyim sektörümüzün bir başka başarısı, Türkiye'nin 2016 yılında İspanya'ya tüm mal grupları bazında gerçekleştirdiği toplam ihracatın içinden yaklaşık % 40 düzeyinde bir paya sahip olan lider sektör olmasıdır.

Türkiye'nin İspanya hazır giyim pazarındaki bir diğer kayda değer başarısı, tüm dünyaya hazır giyim ürünleri pazarlayan Zara, Mango, Bershka, Massimo Dutti, Pull and Bear gibi markalar için üretim yapıyor olmasıdır.

İspanya'nın Dünyadan Hazır Giyim İthalatı (Ürün Grupları)

İspanya Hazır Giyim İthalatında İlk 20 Ürün Grubu						
	Birim 1.000 \$					
Sıra	Ürün Kodu	Ürün Adı	2014	2015	2016	2016 Pay %
		Hazır Giyim	17.786.231	17.937.013	18.439.698	100,00%
1	'6204	Kadınlar ve kız çocuklar için takım elbiseler, takımlar, ceketler, blazerler, elbiseler, etekler, pantolon etekler, pantolonlar, askılı ve üst ön parçalı tulumlar, kısa pantolonlar ve şortlar (yüzme kıyafetleri hariç):	2.784.230	2.919.747	2.884.241	15,64%
2	'6109	Tişörtler, fanilalar, atletler, kaşkorseler ve diğer iç giyim eşyası (örme veya kroşe) :	1.864.231	1.708.278	1.861.882	10,10%
3	'6110	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler ve benzeri eşya (örme veya kroşe) :	1.880.997	1.722.623	1.842.930	9,99%
4	'6203	Erkekler ve erkek çocuklar için takım elbiseler, takımlar, ceketler, blazerler, pantolonlar, askılı ve üst ön parçalı tulumlar, kısa pantolonlar ve şortlar (yüzme kıyafeti hariç) :	1.788.431	1.830.789	1.779.289	9,65%
5	'6104	Kadınlar ve kız çocuklar için takım elbiseler, takımlar, ceketler, blazerler, elbiseler, etekler, pantolon etekler, pantolonlar, askılı ve üst ön parçası olan tulumlar, kısa pantolonlar ve şortlar (örme veya kroşe) (yüzme kıyafeti hariç) :	1.040.237	984.784	1.068.639	5,80%
6	'6206	Kadınlar ve kız çocuklar için bluzlar, gömlekler ve gömlek-bluzlar:	885.653	956.614	1.000.985	5,43%
7	'6202	Kadın ve kız çocuklar için mantolar, kabanlar, kolsuz ceketler, pelerinler, anoraklar (kayak ceketleri dâhil), rüzgârlıklar ve benzeri eşya (62.04 pozisyonundakiler hariç) :	861.383	950.872	974.156	5,28%
8	'6205	Erkekler ve erkek çocuklar için gömlekler:	594.679	668.380	630.760	3,42%
9	'6201	Erkekler veya erkek çocuklar için paltolar, kabanlar, kolsuz ceketler, pelerinler, anoraklar (kayak ceketleri dâhil), rüzgârlıklar ve benzeri eşya (62.03 pozisyonundakiler hariç):	473.344	542.783	536.587	2,91%
10	'6302	Yatak çarşafları, masa örtüleri, tuvalet ve mutfak bezleri:	469.564	481.443	482.481	2,62%
11	'6211	Spor, kayak ve yüzme kıyafetleri; diğer giyim eşyası:	358.912	426.374	417.528	2,26%
12	'6111	Bebekler için giyim eşyası ve aksesuarı (örme veya kroşe) :	325.664	320.473	371.864	2,02%
13	'6115	Külotlu çoraplar, taytlar, kısa ve uzun konçlu çoraplar, soketler, dereceli olarak baskı yapan çoraplar (örneğin varis çorapları) ve patik şeklinde çoraplar dâhil (örme veya kroşe)	284.211	291.113	308.551	1,67%
14	'6105	Erkekler ve erkek çocuklar için gömlekler (örme veya kroşe) :	281.830	274.906	297.585	1,61%
15	'6210	56.02, 56.03, 59.03, 59.06 veya 59.07 Pozisyonlarındaki mensucattan hazır giyim eşyası:	348.424	302.967	291.341	1,58%
16	'6108	Kadınlar ve kız çocuklar için kombinezonlar, jüp veya jüponlar, slipler ve külotlar, gecelikler, pijamalar, lizözler, bornozlar, sabahlıklar ve benzeri eşya (örme veya kroşe) :	300.015	266.440	279.167	1,51%
17	'6103	Erkekler ve erkek çocuklar için takım elbiseler, takımlar, ceketler, blazerler, pantolonlar, askılı ve üst ön parçası olan tulumlar, kısa pantolonlar ve şortlar (örme veya kroşe) (yüzme kıyafeti hariç):	225.515	238.555	278.050	1,51%
18	'6212	Sütyenler, korseler, korse kemerler, pantolon askıları, çorap bağları, jartiyerler ve benzeri eşya ve bunlar için parçalar (örülmüş veya kroşe olsun olmasın):	283.837	283.783	266.170	1,44%
19	'6114	Diğer giyim eşyası (örme veya kroşe) :	174.041	195.459	252.696	1,37%
20	'6304	Diğer mefruşat eşyası (94.04 pozisyonundakiler hariç):	185.650	213.498	241.573	1,31%

İspanya 2016 yılı içinde dünyadan 18,4 milyar dolar hazır giyim ürünü ithal etmiştir. İlk 5 ürün grubu sırasıyla 1. Kadınlar ve kız çocuklar için takım elbiseler, takımlar, ceketler, blazerler, elbiseler, etekler, pantolon etekler, pantolonlar, askılı ve üst ön parçalı tulumlar, kısa pantolonlar ve şortlar (2 milyar 884 milyon dolar) 2. Tişörtler, fanilalar, atletler, kaşkorseler ve diğer iç giyim eşyası (örme veya kroşe) (1 milyar 861 milyon dolar) 3. Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler ve benzeri eşya (örme veya kroşe) (1 milyar 842 milyon dolar) 4. Erkekler ve erkek çocuklar için takım elbiseler, takımlar, ceketler, blazerler, pantolonlar, askılı ve üst ön parçalı tulumlar, kısa pantolonlar ve şortlar (1 milyar 774 milyon dolar) ve 5. Kadınlar ve kız çocuklar için takım elbiseler, takımlar, ceketler, blazerler, elbiseler, etekler, pantolon etekler, pantolonlar, askılı ve üst ön parçası olan tulumlar, kısa pantolonlar ve şortlar (1 milyar 68 milyon dolar) olmuştur.

İspanya'nın Türkiye'den Hazır Giyim İthalatı

İspanyanın Türkiye'den Hazır Giyim İthalatı						
	Birim 1.000 \$					
Sıra	Ürün Kodu	Ürün Tanımı	2014	2015	2016	2016 Pay %
		Hazır Giyim Ürünleri Toplam	1.864.365	1.937.022	2.009.714	100,00%
1	'6204	Kadınlar ve kız çocuklar için takım elbiseler, takımlar, ceketler, blazerler, elbiseler, etekler, pantolon etekler, pantolonlar, askılı ve üst ön parçalı tulumlar, kısa pantolonlar ve şortlar (yüzme kıyafetleri hariç):	376.394	454.193	453.641	22,57%
2	'6203	Erkekler ve erkek çocuklar için takım elbiseler, takımlar, ceketler, blazerler, pantolonlar, askılı ve üst ön parçalı tulumlar, kısa pantolonlar ve şortlar (yüzme kıyafeti hariç) :	259.498	266.533	304.685	15,16%
3	'6110	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler ve benzeri eşya (örme veya kroşe) :	248.167	234.054	233.400	11,61%
4	'6109	Tişörtler, fanilalar, atletler, kaşkorseler ve diğer iç giyim eşyası (örme veya kroşe) :	245.526	212.663	231.153	11,50%
5	'6104	Kadınlar ve kız çocuklar için takım elbiseler, takımlar, ceketler, blazerler, elbiseler, etekler, pantolon etekler, pantolonlar, askılı ve üst ön parçası olan tulumlar, kısa pantolonlar ve şortlar (örme veya kroşe) (yüzme kıyafeti hariç) :	148.932	159.490	179.290	8,92%
6	'6206	Kadınlar ve kız çocuklar için bluzlar, gömlekler ve gömlek-bluzlar:	156.705	169.218	154.529	7,69%
7	'6205	Erkekler ve erkek çocuklar için gömlekler:	100.030	111.158	114.277	5,69%
8	'6114	Diğer giyim eşyası (örme veya kroşe) :	13.713	20.435	37.010	1,84%
9	'6302	Yatak çarşafı, masa örtüleri, tuvalet ve mutfak bezleri:	33.054	33.941	35.967	1,79%
10	'6115	Külotlu çoraplar, taytlar, kısa ve uzun konçlu çoraplar, soketler, dereceli olarak baskı yapan çoraplar (örneğin varis çorapları) ve patik şeklinde çoraplar dahil (örme veya kroşe)	37.213	28.938	35.649	1,77%
11	'6103	Erkekler ve erkek çocuklar için takım elbiseler, takımlar, ceketler, blazerler, pantolonlar, askılı ve üst ön parçası olan tulumlar, kısa pantolonlar ve şortlar (örme veya kroşe) (yüzme kıyafeti hariç):	41.131	35.507	29.900	1,49%
12	'6111	Bebekler için giyim eşyası ve aksesuarı (örme veya kroşe) :	29.445	25.117	28.412	1,41%
13	'6105	Erkekler ve erkek çocuklar için gömlekler (örme veya kroşe) :	23.105	17.941	25.537	1,27%
14	'6211	Spor, kayak ve yüzme kıyafetleri; diğer giyim eşyası:	10.859	19.052	25.036	1,25%
15	'6106	Kadınlar ve kız çocuklar için bluzlar, gömlekler, gömlek-bluzlar (örme veya kroşe) :	34.458	34.246	18.026	0,90%
16	'6305	Ambalaj için torba ve çuvalar:	17.544	15.337	15.343	0,76%
17	'6201	Erkekler veya erkek çocuklar için paltolar, kabanlar, kolsuz ceketler, pelerinler, anoraklar (kayak ceketleri dahil), rüzgarlıklar ve benzeri eşya (62.03 pozisyonundakiler hariç):	11.304	25.611	13.514	0,67%
18	'6202	Kadın ve kız çocuklar için mantolar, kabanlar, kolsuz ceketler, pelerinler, anoraklar (kayak ceketleri dahil), rüzgarlıklar ve benzeri eşya (62.04 pozisyonundakiler hariç) :	13.916	9.235	12.438	0,62%
19	'6101	Erkekler ve erkek çocuklar için paltolar, kabanlar, kolsuz ceketler, pelerinler, anoraklar (kayak ceketleri dahil), rüzgarlıklar ve benzeri eşya (örme veya kroşe) (61.03 pozisyonundakiler hariç):	4.356	13.436	11.999	0,60%
20	'6209	Bebekler için giyim eşyası ve aksesuarı:	7.300	9.689	9.448	0,47%

İspanya Türkiye'den 2016 yılında toplam 2 milyar dolar hazır giyim ürünü ithal etmiştir. İlk 5 ürün grubu sırasıyla 1. Kadınlar ve kız çocuklar için takım elbiseler, takımlar, ceketler, blazerler, elbiseler, etekler, pantolon etekler, pantolonlar, askılı ve üst ön parçalı tulumlar, kısa pantolonlar ve şortlar (yüzme kıyafetleri hariç) 453 milyon dolar 2. Erkekler ve erkek çocuklar için takım elbiseler, takımlar, ceketler, blazerler, pantolonlar, askılı ve üst ön parçalı tulumlar, kısa pantolonlar ve şortlar (yüzme kıyafeti hariç) 304 milyon dolar, 3. Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler ve benzeri eşya (örme veya kroşe) 233 milyon dolar, 4. Tişörtler, fanilalar, atletler, kaşkorseler ve diğer iç giyim eşyası (örme veya kroşe) 231 milyon dolar, 5. Kadınlar ve kız çocuklar için takım elbiseler, takımlar, ceketler, blazerler, elbiseler, etekler, pantolon

etekler, pantolonlar, askılı ve üst ön parçası olan tulumlar, kısa pantolonlar ve şortlar (örme veya kroşe) (yüzme kıyafeti hariç) 179 milyon dolar olarak sıralanmaktadır.

Ulaştırma

2010 yılı itibariyle İspanyol karayolu ağı 681.298 km. uzunluğunda olup bunun yaklaşık 550 bin kilometrelik bölümünü şehirlerarası yollar, 131 bin kilometrelik bölümünü de şehir içi yollar oluşturmaktadır.

Güncel verilere göre İspanyol demiryolu ağı uzunluğu ise 15.293 kilometredir. Bunun 8.500 kilometresinde elektrikli sistem kullanılmaktadır. Madrid-Sevilla, Antequera uzatması ve Toledo'ya uzanan bir kolu ile ve Madrid-Tarragona olmak üzere iki tane hızlı tren hattı bulunmaktadır.

Günümüzde İspanya'da yerel ve uluslararası toplam 154 havaalanı mevcut olup, ticari trafiğe açık havalimanı sayısı ise 45'i bulmaktadır.

Dağıtım Kanalları

İspanyol ekonomisinin büyümesine paralel olarak, özellikle tüketici piyasasında dağıtım kanallarının önemi artmıştır. Son dönemde süpermarketler ile hipermarketlerin sayılarının ve cirolarının artmasının yanı sıra büyük perakende firmalarının satın alma birimlerinin geliştirdiği yeni yöntem ve kanallar ile paralel olarak, dağıtım kanalları büyük gelişme göstermiştir.

İspanya'daki ticari dağıtım kanallarının yapısı, önemli bir teknolojik değişime uğramış, self-servis satış teknikleri hızla gelişmiştir. Dağıtım sektörü, ülkede değişik satın alma kalıplarındaki tüketici gruplarına hizmet veren kuruluşların ortaya çıkmasıyla daha da büyümüştür.

Diğer Batı Avrupa ülkelerinde olduğu gibi İspanya'da da fiyat, satın alma kararının en önemli belirleyicisi olma özelliğini korumaktadır. Bununla beraber, maliyet, kredi ve ödeme koşulları ile satış sonrası hizmetler de, ülkede faaliyet göstermek isteyen firmaların pazarlama alanında başarılı olabilmesinde çok büyük rol oynamaktadır.

Bu ülke piyasasında, en önemli rakipler diğer AB ülkeleri, ABD ve Japonya'dır. Bu ülkelerin ürünlerinin yüksek teknoloji içermesi ve kalite düzeyinin yüksek olması, ayrıca AB kaynaklı ihracatın hükümetler tarafından ticareti geliştirme faaliyetleri kapsamında desteklenmesi, ödeme koşullarında esneklik ve satış sonrası hizmetler sağlanması, ortak promosyon faaliyetleri gerçekleştirilmesi ve ürünlerin yerel piyasa ihtiyaçlarına uyumlu olması, İspanya piyasasında rekabeti artıran faktörler olarak ön plana çıkmaktadır.

Büyük mağazalar ve belirli konularda özelleşmiş hipermarketler İspanyol pazarında paylarını arttırmaya devam etmektedirler. Gıda alanında uzmanlaşmış süpermarketler ise hipermarketlere oranla daha yüksek pazar payına sahiptir. Hipermarketler bazı spesifik ürünlerin bulunabildiği yerler olagelirken, süpermarketler şehrin yaşama alanları içindeki dar alanlarda müşteriyle daha yakından ilgilenilmekte ve bire bir ilişki içerisindeki ticaretin

faýdalarından istifade etmektedir. Alışveriş merkezleri ise giderek çoğalmaya devam etmektedir. İnsanların boş vakitlerini değerlendirmelerinde önemli bir faktör olmaya devam eden alışveriş merkezleri bu özelliklerinin devam edebilmesini sağlamak amacıyla yatırım yapmayı sürdürmektedirler.

Satış kanalları:

❑ İspanya’da kıyafet satışı için 4 büyük ve önemli satış kanalı bulunuyor:

- Birden fazla marka bulunduran mağazalar: son 10 yıl içinde müşterilerinin önemli bölümünü kaybetmelerine rağmen, miktarları hala oldukça önemli ve çok genç olmayan tüketiciler için en önemli kanal olmaya devam ediyorlar.
- Alışveriş merkezi: İspanya’da “El Corte Inglés” moda kıyafetlerin satışında önemli bir rol oynuyor. Hedef kitlesi şehirde yaşayan, yüksek ve orta sınıftan ve her yaştan tüketici, özellikle de üst yaş grubu.
- Bağımsız giyim perakendecileri: Bu kanal son yıllardaki en büyük gelişmeyi kaydetti. İspanya’da Zara, Mango, Bershka, Stradivarius, H&M, Sfera, Cortefiel... gibi kıyafet mağazası olarak son derece başarılı perakendeciler bulunuyor. Alışveriş merkezlerinde, şehrin banliyölerinde mağazaları bulunuyor ve bir satış kanalından daha fazla anlam ifade ediyorlar, özellikle de şehirli genç kızlar için.
- Hiper/Süpermarketler: Bu kanal hiçbir şekilde lüks giyim ile ilişkilendirilmeyen kıyafetler için gün geçtikçe büyüyor: iç çamaşırı, çocuk kıyafetleri, spor kıyafetler v.b. başlıca ürünler.

Pazara Giriş ve Pazarlama

İspanya pazarına girişte kullanılabilecek çeşitli yöntemler vardır. Bunlar arasında dağıtım anlaşmaları, acentelik anlaşmaları, komisyonculuk anlaşmaları, franchising, doğrudan pazarlama en yaygın olanlardır.

Dağıtım Anlaşmaları

İspanya kanunları, dağıtım anlaşmalarını düzenlememekle beraber, bu tür anlaşmalara taraf olanların hak ve yükümlülüklerinin çerçevesi, bazı davalara bağlı olarak mahkemeler tarafından belirlenmiştir. Diğer taraftan acentelik anlaşmalarını düzenleyen yeni mevzuat bu alana da uygulanmaktadır.

Genel olarak dağıtım anlaşmaları ürünleri perakendecilere satan distribütörlerle kurulan ticari bir ilişkidir. Dağıtım anlaşmasının, malların satış koşulları, bölge veya piyasa, reklam, finansman ve diğer koşulları içerecek biçimde hazırlanması gerekmektedir.

Yapılan anlaşma çerçevesinde, distribütör malı kendi nam ve hesabına, satış yapamama riskini de üstlenerek satın alır, anlaşmanın süresi belirlidir ve anlaşmanın taraflar için gelecekteki alım ve satımlar bakımından da bağlayıcı olması mümkündür.

Acentelik Anlaşmaları

1992 yılında uygulamaya konulan kanunla ülkede bu alanda yapılacak anlaşmalar AB mevzuatı ile uyumlu hale getirilmiştir. Kanuna göre, ticari acentelik sözleşmesi, bir kişi ya da şirketin, bir ana firmaya bağlandığı sözleşmedir. Bu birleşmenin amacı, ana firmaya fayda sağlanması ya da herhangi bir risk olmaksızın ana firma adına işlemlerin yürütülmesi ve ana firmaya fayda sağlanması olabilir.

Bu anlaşmada acentenin görevleri, ürünleri tanıtmak ve yetkilendirilmişse satış yapmak, ana firmaya tarafları ilgilendiren hususlarda bilgi sağlamak, ana firmanın genel politikalarına ve talimatlarına uymak ve ürünle ilgili şikâyet ve talepleri ana firmaya bildirmek olarak sıralanabilir. Buna karşılık ana firma da acenteye satış literatürü sağlamak, ödemeleri zamanında yapmak, acenteye gerekli bilgileri sağlamakla yükümlüdür. Acente, kendi aracılığıyla sağlanmış olan satış işlemlerinden komisyon almanın yanı sıra, anlaşmanın devam ettiği süre zarfında kendi aracılığı olmaksızın ana firmanın o bölgede gerçekleştirdiği işlemlerden de hak talep edebilir.

Kanuna göre, acentelik anlaşmaları belirli bir süreyle sınırlı olabileceği gibi süresiz olarak da yapılabilir.

Komisyonculuk Anlaşmaları

Komisyonculuk anlaşmaları, yetkili komisyoncunun, ana firma hesabına ticari anlaşmalar yapma ve işlemleri yürütmeyi taahhüt ettiği anlaşmalardır. Komisyoncular, ana firmanın doğrudan temsilcisi olmaksızın kendi adlarına faaliyet gösterebildiği gibi, işlemleri, bir temsilci gibi ana firma adına yürütebilmeleri de mümkündür. Komisyoncular, ana firmanın çıkarlarını korumakla yükümlüdür.

Acentelik anlaşmaları süregelen bir karaktere sahipken komisyonculuk anlaşmaları bir defaya mahsus ya da aralıklı olmaktadır. Komisyoncu, tarafları bir araya getirerek anlaşma yapılmasını sağlarken acente, ana şirket adına anlaşmaya taraf olmaktadır.

Franchising

Malların ve hizmetlerin, yasal ve mali olarak birbirlerinden ayrı ve bağımsız işletmeler arasında süren bir işbirliği içinde pazarlanması anlamına gelen franchising İspanya'da özel bir mevzuatla düzenlenmemiş olmakla beraber, halen uygulanmakta olan Ticaret Kanunu çerçevesinde bu tür anlaşmaların yapılması mümkündür.

Bu alanda başlıca sektörler, perakende satışlar, süpermarketler, restoranlar, fast food zincirleri, giyim-tekstil zincirleri, taşıma, nakliyecilik, emlakçılık, seyahat şirketleri ve kuru temizlemedir. Ülkede franchisinge gösterilen bu ilginin önümüzdeki yıllarda da artarak devam etmesi beklenmektedir.

Doğrudan Pazarlama

Doğrudan pazarlama giderek ülkede en fazla tercih edilen pazarlama ve dağıtım yöntemi haline gelmektedir. Doğrudan pazarlama geleneksel olmayan ve çok büyük reklam yatırımı gerektiren bir pazarlama aracıdır.

Basım ve dağıtım alanlarında yaşanan teknolojik gelişmeler, kredi kartı kullanımının artması ve yaşam tarzının değişmesi, ülkede doğrudan pazarlamanın öneminin artmasını sağlayan faktörlerdir. Diğer taraftan nüfusun halen büyük bir kısmının ticari merkezlere uzak kırsal kesimlerde yaşaması ve tüketim ihtiyaçları için postalama yolunu tercih etmesi, posta yoluyla sipariş ve TV pazarlamacılığının ülkede yaygın biçimde kullanılmasına yol açmıştır. Tele pazarlamanın yanı sıra ülkede elektronik ticaret faaliyetlerinin önemi de giderek artmaktadır.

Tüketici Tercihleri

Ülkede bölgesel ekonomik kültürel farklılıklar ile dil farklılıkları, tüketicilerin satın alma davranış ve alışkanlıklarının yanı sıra dağıtımçıların satın alma kararları ile pazarlama tekniklerini de etkilemektedir.

İspanya'da başta büyük şehirler olmak üzere kredi kartları yaygın biçimde kullanılmaktadır. İspanyol tüketiciler arasında satış sonrası hizmetlere yönelik talep giderek artmaktadır. Ülkede halen tüm teknik özellikli ürünler ile bazı tüketim malları için satış sonrası hizmetler sunulmaktadır.

Markalar ve Patentler

İspanya, Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO www.wipo.int)'nün oluşturduğu Sınai Mülkiyet Haklarının Korunmasına ilişkin Paris Sözleşmesi'ne taraf olmuştur. Ayrıca Ülkede 1986 yılında yürürlüğe konulan kanunla fikri mülkiyet konuları Avrupa Patent Sözleşmesi (Münih Sözleşmesi) ile uyumlulaştırılmıştır. Patent İşbirliği Anlaşması (PCT) ve Madrid Protokolü'ne de taraf olan İspanya'da, 1988 yılında yürürlüğe konulan Ticari Marka Kanunu ve Fikri Mülkiyet Kanunu ile markalar ve telif hakları korunmakta ve AB uygulamalarına uyum sağlanmaktadır. Avrupa patentleri için başvurular İspanyol Patentler ve Markalar Bürosu'na da (www.oepm.es) yapılabilir de işlemlerin takibi ve patentin onaylanması Genel Merkezi Münih'te olan Avrupa Patent Ofisi'nce tamamlanmaktadır.

Avrupa Topluluğu kapsamındaki ülkelerde markaların denetimini konu alan iç piyasanın uyum ve ahengini sağlayan Ofis (OHIM www.oami.europa.eu) merkezi İspanya'nın Alicante şehrinde yer almaktadır.

Dış Ticaret Düzenlemeleri ve Standartlar

1986 yılında Avrupa Birliği'ne (AB) tam üye olmasının ardından İspanya da Avrupa Birliği'nin diğer tüm ortak politikalarıyla beraber ortak ticaret politikasını üstlenmiş ve AB'nin ortak gümrük tarifelerini uygulamaya koymuştur. Buna bağlı olarak Avrupa Birliği'ne üye ülkelerden yapılan ithalat gümrük vergisinden muaftır. AB üyesi olmayan ülkelere ithal edilen ürünler için Avrupa Birliği'nin ortak gümrük tarifeleri uygulanmaktadır. Avrupa Birliği'ne üye ülkelere yapılan ithalatta izin ve miktar sınırlaması yoktur.

AB dışı ülkelere yapılacak sanayi ürünleri ithalatında da bazı istisnalar hariç olmak üzere serbest ticaret politikası izlenmektedir. Bu istisnalardan biri, bazı ülkelere daha önceden belirlenmiş ürünlerin ithalatında miktar kısıtlamaları ve kontrol önlemleri uygulanmasıdır. Diğer taraftan uyuşturucular, ateşli silahlar, patlayıcılar ve cephane gibi bazı maddelerin ithalatı özel lisanslara tabidir.

Gerek tarım gerekse sanayi ürünlerinin AB dışı ülkelere ihracatında da tamamen serbest ticaret politikası izlenmektedir. Bazı ürünler menşesine bakılmaksızın Avrupa Birliği'nin getirdiği zorunluluklar sebebiyle birtakım mevzuatlarla sınırlandırılmıştır. Diğer taraftan bütün birlik ülkeleri için özellikle haklı rekabeti destekleyici çeşitli garanti sistemleri gibi yine topluluğun koyduğu birtakım teknik zorunluluklar söz konusudur.

AB'nin ilgili direktifi uyarınca tekstil, hazır giyim ve deri ürünlerinde insan sağlığına zararlı azo boyar maddelerin kullanılmadığının kontrolü amacıyla da Gümrüklerde belge istenebilmektedir.

Diğer taraftan, gönüllü standartlardan olan ISO 9000 kalite yönetim sistemleri serisi kaliteyi garantileyen ve rekabet faktörünü ön plana çıkaran bir uygulamadır. Çevreyi koruyan ISO 14000 serisi de aynı derecede önem taşımaktadır.

Benzer bir şekilde, ülkede zorunlu olmamakla beraber sosyal standartlar alanında da önemli gelişmeler yaşanmakta olup üçüncü ülkelerden yapılacak ithalatta artan oranda sosyal standartlara yönelik sertifikalar talep edilebilmektedir.

İspanya Hükümeti tarafından görevlendirilmiş resmi bir kurum olan İspanya Standardizasyon ve Belgelendirme Teşkilatı (AENOR www.aenor.es), standardizasyon ve sertifikalanma faaliyetlerini geliştirmek için çalışmaktadır. Belgelendirme ile ilgili olarak Milli Akreditasyon Kuruluşu (ENAC www.enac.es) tarafından sektör bazında onaylanmış başka organizasyonlar da mevcuttur.

Diğer taraftan Kanarya Adaları, 1 Temmuz 1991 tarihinden bu yana Avrupa Gümrük Birliği alanına dâhil edilmiştir. Kanarya Adaları'nın ticari ilişkileri, ayrı bir rejimle düzenlenmiştir. Ceuta ve Melilla, Avrupa Gümrük Birliği alanına dâhil değildir. Bu bölgeler dış ticarete, İspanya'nın ticari rejiminden farklı bir ticaret rejimi uygulanmaktadır.

İspanya'nın gerek gümrük, gerekse satış noktası düzenlemeleri, tüm tekstil ve hazır giyim ürünlerinin İspanyolca etiket taşımalarını zorunlu tutmaktadır. Standart İspanyol tekstil kodu ve elyaf içeriği de etikette belirtilmelidir. AB mevzuatına uyumlu olarak düzenlenen mevzuat çerçevesinde, tekstil içeriği, paketleme ve etiketleme yükümlülükleri çok spesifik ve geniş kapsamlı bir şekilde belirlenmiştir.

İspanya Tekstil ve Konfeksiyon Sektörleri

İspanya, Avrupa'nın belli başlı tekstil ve hazır giyim üreticilerinden biri olmasına rağmen, gerek iç tüketimin hızla artması, gerekse Uzakdoğu ağırlıklı ithalatın getirdiği yoğun rekabet sonucu tekstil ve hazır giyim sektörü bir değişim sürecine girmiştir. Özellikle son birkaç yıldır özellikle hazır giyim sektörü yerli üretim ivmesini kaybederken, iç tüketim de giderek daha çok ithalata bağımlı hale gelmektedir. İspanyol hazır giyim markaları Avrupa ve dünya moda pazarında önem ve güncelliklerini korumaya devam etmelerine rağmen, maliyet ve lojistik avantajlarından dolayı üretimlerinin büyük bölümünü Kuzey Afrika ve Asya ülkelerine kaydırmış bulunmaktadırlar. Konfeksiyon firmalarının büyük bölümü Katalonya, Kastilya ve Leon, Valensiya, Galiçya ve Madrid'de yoğunlaşmıştır. Hazır giyim ihracatının yarıya yakını Galiçya'dan yapılırken, üçte birlik bölümü Katalonya, % 10'u ise Madrid'te yerleşik firmalarca gerçekleştirilmektedir.

İspanya Tekstil ve Konfeksiyon Sektörleri İspanya Tekstil Konseyi CIE (Consejo Intertextil Español) çatısı altında organize olmuştur. Konsey, 7 sektörel dernekten oluşan bir çatı kuruluş olup, hükümetten ve diğer mesleki kuruluşlardan özerk olarak faaliyetini sürdürmektedir.

İspanya Tekstil Konseyi'ni oluşturan sektörle dernekler şunlardır:

- İspanyol Örne Giyimciler Derneği (Spanish Knitwear Association)
- Yünlü Tekstil Sanayicileri Derneği (Wool Textile Industry Association)
- Pamuklu Tekstil Sanayicileri Derneği (Cotton Textiles Industry Association)
- İpekli Tekstilciler Derneği (Silk Textile Association)
- İspanyol Tekstil Sanayi Birliği (Spanish Textile Industry Association)
- Ulusal Tekstil Terbiye, Baskı ve Boyacılar Derneği (National Association of Textile Printers, Finishers and Dyers)
- Valencia Özerk Bölgesi Tekstil Firmaları Derneği (Association of Textile Companies in the Autonomous Community of Valencia)

Sektörde ticaret açığındaki artışın üretime olumsuz etkisi olmuş ve üretim reel olarak gerilemiştir. Ticaret açığı konfeksiyon ürünlerinde yoğunlaşmış, ancak talepteki düşüş nedeniyle temel sanayilere yani iplik ve kumaş üretimine etkisi daha yoğun olmuştur.

Şirketler, düşük maliyetli ithalatın yarattığı güçlü rekabet nedeniyle, üretim maliyetlerini satış fiyatlarına yansıtamamaları sonucunda, satışlar ve kar marjlarındaki düşüşe dayalı olumsuz ekonomik ve mali şartlara uyum sağlama çabası içindedirler. Konfeksiyon ürünleri ithal ürünlerin girişinden doğrudan etkilenen sektör olmuştur, ancak bunun etkisi söz konusu sektörün tedarikçileri olan iplik ve kumaş üreticilerini de etkilemiştir.

Ev dekorasyonuna yönelik, teknik ve sınai kullanım amaçlı spesifik tekstil ürünlerinin performansı olumlu olmuştur. Ancak tüm firmalar mevcut yapılarını reel piyasa koşullarına göre yeniden düzenleme ve uyum sağlama baskısı altındadırlar.

1 Ocak 2005 itibarıyla dünya tekstil ticaretinde kotaların kaldırılması, İspanya tekstil sektöründe dış ticareti olumsuz etkilemiş, ithalat güçlü bir şekilde artarken, dış ticaret açığı kötüleşmiştir. Asya ülkeleri toplam ithalatın önemli bölümünü temsil etmekte olup, Çin, İspanya pazarının ithalatta başlıca tedarikçisi olmuştur.

Firma kapanmaları ve üretimdeki düşüş, istihdama da yansımış ve istihdam edilen işçi sayısı da ciddi oranda azalmıştır. İstihdamdaki gerileme, konfeksiyon sektörüne nazaran temel tekstil sektörleri olan iplik ve kumaş imalatında etkisini daha fazla göstermiştir.

İspanya Tekstil ve Hazır giyim Pazarı

İspanya, 45 milyonun üzerindeki nüfusu ve AB'ne katıldığı tarihten bugüne büyüyen ekonomisine paralel olarak halkın alım gücünün artması ile tipik bir gelişmiş tüketim ekonomisine dönüşmüş bulunmaktadır. Son dönemde küresel krizin de etkisiyle ekonomik büyümede yaşanan durgunluktan önceki bir kaç yıllık dönemde AB'nin en hızlı büyüyen ekonomilerinden biri olan İspanya'nın tüketim yapısı ve alışveriş alışkanlıkları ekonomik gelişmelerden etkilenmiştir.

İspanya, Avrupa'nın belli başlı tekstil ve hazır giyim üreticilerinden biri olmasına rağmen, gerek iç tüketimin hızla artması, gerekse Uzakdoğu ağırlıklı ithalatın getirdiği yoğun rekabet sonucu tekstil ve hazır giyim sektörü bir değişim sürecine girmiştir. Özellikle son birkaç yıldır özellikle hazır giyim sektörü yerli üretim ivmesini kaybederken, iç tüketim de giderek daha çok ithalata

bağımlı hale gelmektedir.

İspanya üretim, tüketim ve ithalat rakamlarından da anlaşılacağı gibi bir ithalat ülkesine dönüşmüş durumda. Üretim hâlen önemli olsa da, her yıl üretim maliyetlerinin Avrupa'dakinden daha düşük olduğu Asya veya Afrika'dan yapılan kıyafet ithalatında artış gerçekleşiyor. Uzmanlar İspanya'daki firmaların kapandığını, var olanların da depo gibi çalıştığını, yurt dışından getirdiği kıyafetleri kendi markasıyla sattığını belirtiyor. Buna ek olarak, bazı durumlarda İspanyol tasarımcılar kendi tasarımlarını bir Asya ülkesine gönderip kıyafet üretimi yaptırıyor. Avrupa'nın geri kalanında olduğu gibi İspanya'da da pazar her şeyi dışarıda (Asya, Afrika...) ürettiriyor ve daha sonra bunlara Avrupa markası veriyor.

İspanyol halkının fiziksel görünüşlerine ve giyimlerine gösterdikleri özenle paralel olarak giyim ve ayakkabıya gelirlerinden ayırdıkları pay, AB ortalamasının üzerindedir. Son dönemde, tüketiciler hazır giyim alışverişlerinde moda trendlerini ve yeni tasarımları daha yakından takip etmektedirler. Bunun sonucu olarak karşımıza tüketime hazır, alım gücünün yanı sıra moda ve trend bilinci hayli yüksek ve dinamik bir pazar çıkmaktadır.

İspanya, Avrupa'nın belli başlı tekstil ve hazır giyim üreticilerinden biri olmasına rağmen, gerek iç tüketimin hızla artması, gerekse Uzakdoğu menşeli 'basic' ürünler ağırlıklı ithalatla baş edemeyen yerli sanayiinin küçülmesi sonucu, tekstil ve hazır giyim ithalatı son yıllarda artış trendine girmiştir.

İspanyol tekstil ve hazır giyim pazarı bölgeler bazında aşağıdaki gibi değerlendirilebilir:

- Katalonya / Balear Adaları / Aragon: Başta Katalonya olmak üzere, bu bölge İspanya'nın moda ve giyim açısından en zengin ve dinamik bölgesidir. Barselona, İspanyol moda ve giyim merkezi olma noktasında başkent Madrid ile rekabet halindedir.
- Doğu Sahili: Akdeniz iklimi etkisiyle yazları çok sıcak geçen bu bölge, turizmin de etkisiyle dinamik bir pazar alanı oluşturmaktadır.
- Güney: Bu bölge İspanya'nın en kalabalık ve fakir bölgesidir.
- Madrid / Merkez: İklimin güneye göre daha ılıman olduğu bu bölge de, tekstil ve giyim tüketimi açısından zengin potansiyele ve dinamiğe sahip bir bölgedir.
- Kuzey / Merkez: İspanya'nın sanayi bölgesi olarak bilinen bu bölgede tekstil sanayii de ağırlıklı olarak yer almaktadır. Bununla paralel olarak bölgede güçlü bir yün tüketimi mevcuttur.
- Kuzey/Batı: Bölge nispeten ekonomik anlamda fakir olmasına rağmen, İspanyol modasının önde gelen birçok tasarımcısı da bu bölgeden çıkmıştır.

Uluslararası danışmanlık firması Nielsen tarafından Turquality projesi kapsamında hazırlanan 'İspanya Hazır giyim Pazar Araştırması Raporu'na göre, giyim kuşam konusu İspanyol halkı için basit bir ihtiyaçtan çok öte bir anlam taşımaktadır zira iyi görünme İspanyolların günlük hayattaki ilişkilerinde kendilerini iyi hissetmelerine ve kendilerine daha fazla güven duymalarına sebep oluyor. Bu bakımdan, giyinme ve kıyafet alışverişi yapma, toplumla daha iyi bütünleşmelerine yardımcı olmak ve kendilerini iyi hissetmelerini sağlamak için bir araçtır.

Aynı rapora göre, gündelik, modaaya uygun, tek markaya ait kıyafetler satan mağazalar İspanya'da en popüler alışveriş mekânları olurken, zincir mağazalar, ülkede yaygın ve sayıları artmakta. Bu zincir mağazalar ayrıca gençlerin de çoğunun ilk tercihi olmaktadır. İspanyol tüketicisinin önemli bir bölümü günümüzde kıyafet almak için alışveriş merkezlerindeki mağazaları tercih etmektedir. Büyük alışveriş mağazaları ve butikler yetişkinler için daha önemliyken, zincir markalar genç tüketiciler için daha önemli konumdadır.

İspanya giyim pazarında alışveriş hangi kanaldan yapılırsa yapılsın, fiyat satın almada önemli bir etkenken, çeşitlilik, özellikle çok katlı mağazalarda önem kazanmaktadır. Fiyat ve çeşitliliğin yanı sıra, kolay erişim AVM' lerde alışveriş yapmanın nedeniyken; kalite, butiklerde neden alışveriş yapıldığını açıklıyor.

İspanyollar, genellikle ihtiyaçları olduğunda ya da indirim zamanlarında alışveriş yaptıklarını söylüyor ama birçoğu indirim dönemini beklemeden almayı tercih ediyor. Kalite en önemli faktör olarak seçilirken, fiyat kadınların çoğunluğunda en önemli faktör olarak görülüyor. Kadınlar alışveriş yapmayı erkeklerden daha çok seviyor. Ayrıca, alışveriş bazı kadınlar için bir nevi hobi. İyi ürünler bulmak için birçok mağaza gezmeye daha yatkınlar. Gençler belirli bir markaya daha çok para harcayabiliyor ve diğer yaş gruplarına kıyasla markaya daha çok önem veriyorlar.

İş Hayatı ile İlgili Yararlı Bilgiler

İspanyolların ticari ilişkilerini yakın kişisel ilişkilere paralel yürütme alışkanlıklarından dolayı, İspanya piyasasına girişte en etkili yol, yüz yüze görüşme yapmaktır. Özellikle bir distribütör ya da alıcı ile ilk ilişkinin faks ya da telefon yoluyla değil, yüz yüze görüşme yoluyla gerçekleştirilmesi uygundur.

Ülkedeki firma yöneticilerinin küçük kısmının İngilizce konuşabildiği göz önüne alındığında, bu ülke ile ikili ilişkilerde tercüman gerekebileceği unutulmamalıdır. İş çevrelerinde yaygın yabancı dil İngilizce olmakla beraber, satış literatürünün İspanyolca olarak hazırlanması dezavantaj yaratmaktadır. Ülkede bir toplantıya başlarken, bitirirken ya da anlaşmaya varıldığında el sıkışmak gerekmektedir. Diğer taraftan İspanyol iş adamları, satın alma davranışları bakımından oldukça muhafazakâr bir portre çizmektedir. İspanyollar, profesyonel açıdan resmi ve ciddi davranış biçimlerinden hoşlanmaktadır.

Özellikle Madrid ve çevresinde, oldukça gelişmiş telekomünikasyon hizmetlerinden faydalanmak mümkündür. Telefon kulübelerinde bozuk para ve telefon kartlarının yanı sıra bazı yerlerde kredi kartları da geçerli olmaktadır. İspanya'da başta büyük şehirler olmak üzere kredi kartları yaygın biçimde kullanılmaktadır.

Tüm ülkede yaygın bir otel ağı bulunmaktadır ve oteller diğer AB ülkelerindekilerle aynı kalitededir. Büyük şehirlerde, otellerde ve havaalanlarında araç kiralama hizmetleri sağlanmaktadır. Madrid ve ülkenin diğer büyük şehirlerinde yemek kalitesinin oldukça yüksek olmasının yanı sıra, büyük süpermarketlerden her türlü yerli ve ithal gıda maddesi temin edilebilmektedir.

İlgili Kurumlar

T.C. Madrid Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği
Embajada de la Republica de Turquia Oficina Comercial
Calle Covarrubias 9, 4 Drch 28010 Madrid - Espana Tel : +34 91 310 49 99 Fax : +34 91 308 25 51 E-posta: madrid@ekonomi.gov.tr

Barselona Ticaret Müşavirliği
Adres: Turkish Consulate General Office of the Commercial Attache Paseo De Gracia, 46, 3-1° Barcelona Spain 08007 Tel: 00 34 932 157 811 Faks: 00 34 932 151 301 E-posta: barselona@ekonomi.gov.tr

İspanya Ankara Büyükelçiliği
Embajada en Ankara
Abdullah Cevdet n° 8 - Çankaya
06680 Ankara
Tfno: 0312 440 17 96 / 21 69
Fax: 0312 442 69 91

İspanya Konsolosluğu İstanbul
Consulado General en Estambul
Karanfil Aralığı Sokağı n° 16 - 1.Levent - Beşiktaş
34330 Estambul
Tfno: 0212 270 74 10 / 74 14
Fax: 0212 270 74 84

Cervantes Enstitüsü İstanbul
Instituto Cervantes en Estambul
Tarlabaşı Bulvarı Zambak Sokak n°25
34435 Estambul
Tfno: 0212 292 65 36
Fax: 0212 292 65 37

İspanya Ticaret Temsilciliği - Ankara
And Sokak n° 8 / 14-15 - Çankaya
06680 Ankara
Tfno: 0312 468 70 47
Fax: 0312 468 69 75

İspanya Tanıtım Ofisi – İstanbul
Oficina Comercial en Estambul
Cumhuriyet Caddesi n° 42 Piso 4º Dörtler Apt. - Elmadağ
80200 Estambul
Tfno: 0212 296 61 61
Fax: 0212 296 88 30

Dışişleri ve İşbirliği Bakanlığı
Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperacion
Tel: +34 91 379 97 00
Fax: +34 91 365 38 61
Web: http://www.maec.es

Ekonomi ve Maliye Bakanlığı
Ministerio de Economia y Hacienda
Tel: +34 91 595 80 00
Web: http://www.meh.es

İspanya Tekstil Konseyi
Consejo Intertextil Español (CIE)
Web: http://www.textilesfromspain.org

Genç İspanyol Tasarımcılar Birliği

Association of New and Young Spanish Designers

URL : <http://www.nuevosde.com>

DESCRIPTION: The Association of New and Young Spanish Designers is a non-profit body formed with the main objective of fostering the work of the new values of the fashion of Spain. It was established in the year 1999 and since then it is actively promoting the interests of the young fashion designers of Spain. The association also organizes trade fairs, events, forums, conferences and seminars to help and encourage the young fashion designers of Spain.

CONTACT ADDRESS :

Segovia 22, Bajos CP 28005 Madrid, Spain



+(34) 915 475 857



+ (34) 915 475 857

İspanya Moda Tasarımcıları Birliği

Association of Spanish Fashion Designers

URL : <http://www.creadores.org>

DESCRIPTION: The Association of Spanish Fashion Designers was constituted in 1988 to promote the interests of the Spanish fashion designers throughout the country.

CONTACT ADDRESS :

Centro Puerta de Toledo, C/ Ronda de Toledo, 1-28005 Madrid, Spain



+(34) 91 366 24 36



+(34) 91 366 18 70

İspanya Hazır Giyim Üreticileri Federasyonu

Spanish Federation of Clothing Manufacturers

URL : <http://www.fedecon.es>

DESCRIPTION : The Spanish Federation of Clothing Manufacturers(FEDECON) is a professional body dedicated to the clothing manufacturers of Spain. It was formed on July 15, 1977. The main objective of this association is to defend the rights, promote and represent the interests of the companies engaged in manufacturing readymade clothes. FEDECON also strives to bring in new technologies for the improvement of the quality of clothing in Spain.

CONTACT ADDRESS :

Alvarez De Baena, 7 –28006 Madrid, Spain



+ (34) 915 158 180



+ (34) 915 635 085

İspanya Örme Giyim Sanayicileri Birliği

Spanish Association of Knitwear Manufacturers

URL : <http://www.knitting.org>

DESCRIPTION : This association was formed with the core mission of serving the interests of all the Knitwear manufacturers throughout the country.

CONTACT ADDRESS :

Av. Diagonal, 474-08006 Barcelona, Spain



+ (34) 934 151 228



+ (34) 934 160 4 42

İspanya Mücevher Üreticileri Birliği
Spanish Association of Jewellery Manufacturers

URL : <http://www.joyex.net>

DESCRIPTION : JOYEX, the Spanish Association of Jewelry Manufacturers was formed in the year 1981. JOYEX is a professional association, which represents 80 companies or approximately 65% of the jewelry manufacturers and exporters in Spain. The aims of this association are to promote the interests of the companies engaged in jewelry manufacturing and work in association with the government and other official bodies for the benefit of these manufacturers and exporters.

CONTACT ADDRESS:

Muntaner, 200, 6º 4ª, 08036 Barcelona, Spain



+ (34) 934 161 210



+ (34) 934 152 350

İspanya Kozmetik ve Parfümeri Sanayi Birliği
Spanish Cosmetic Toiletry and Perfumery Association

URL : <http://www.stanpa.com>

DESCRIPTION : Founded in 1951, Spanish Cosmetic Toiletry and Perfumery Association is a voluntary association, which aims to serve cosmetic industry in Spain.

CONTACT ADDRESS:

Pº of the Castilian, 159, 28046 Madrid, Spain



+ (34) 91 571 16 40



+ (34) 91 571 61 63

İspanya Ayakkabı Sanayicileri Birliği
Spanish Association Of Footwear Companies

URL : <http://www.aeccc.com/eng/aec.php>

DESCRIPTION : The Spanish Association of Footwear Companies was set up on 22nd February 1999. This association was formed by merging the only two industry associations, which were then existent. The main motive of the association is to promote and further the interest of the various companies manufacturing or selling footwear and leather goods. The association covers 280 companies engaged in footwear manufacturing.

CONTACT ADDRESS :

Torrellano Industrial Area, 42 Severo Ochoa, 03203, Elche (Alicante) Spain.



+34 96 546 01 58



+34 96 667 37 12

Kaynakça

International Trade Center. 2017. www.macmap.org (erişildi: Ekim 2017).

International Trade Center. 2017. www.trademap.org (erişildi: Ekim 2017).

Embajada de España en ANKARA. 2017.

<http://www.exteriores.gob.es/Embajadas/Ankara/es/Paginas/inicio.aspx> (erişildi: 2017).

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği. Dış Ticaret Raporu - Ülke Raporu, İTKİB, 2015.

T.C. Dışişleri Bakanlığı. 2017. www.mfa.gov.tr (erişildi: Kasım 2017).

T.C. Ekonomi Bakanlığı. 2017. www.ekonomi.gov.tr (erişildi: Ekim 2017).

YASAL UYARI Bu rapor Birliğimiz uzmanları tarafından güvenilir olduğuna inanılan kamuya açık kaynaklardan elde edilen bilgiler kullanılmak suretiyle, sadece bilgilendirme amacıyla hazırlanmıştır. Bu rapor ve içindeki bilgilerin kullanılması nedeniyle doğrudan veya dolaylı olarak oluşacak zararlardan Birliğimiz hiçbir şekilde sorumlu tutulamaz. Birliğimizin yazılı izni alınmaksızın herhangi bir kişi tarafından, herhangi bir amaçla, kısmen veya tamamen çoğaltılamaz, dağıtılamaz veya yayımlanamaz. Tüm haklarımız saklıdır.