



AVUSTRALYA

Ülke Raporu

İç Giyim ve Mayo. Şubat 2022

Bu pazar araştırma raporu



tarafından iç giyim ve mayo
ihracatçısı firmaların hedef pazarlar
hakkında derinlemesine bilgi sahibi
olmalarını sağlamak amacıyla



firmasına hazırlatılmıştır.



YASAL UYARILAR

Bu rapor, yapılan bir araştırma sonucunda elde edilen verilerin raporun yazarları tarafından analiz edilmesine dayanarak hazırlanmıştır. Bu rapor Zobu Consulting Ltd. uzmanları tarafından hazırlanmıştır ve her hakkı saklı olup hazırlayan kişilere aittir. Hiçbir bölüm ve paragrafı kısmen veya tamamen ya da özet halinde herhangi bir şekilde çoğaltılamaz, dağıtılamaz. Normal iktibaslarda, kaynak gösterilmesi zorunludur. Bu raporun kullanım hakkı İHKİB'e aittir. Raporda yer alan ve üçüncü taraflara ait bilgilerin bir kısmı "ticari sır" niteliğinde gizli bilgiden oluşmaktadır. Söz konusu bu bilgilerin, her ne koşulda olursa olsun, bu raporun hizmet gördüğü çerçevenin dışına çıkarılması Türkiye Cumhuriyeti Kanunlarına göre cezalandırılacak suç niteliği taşıyabilir. Periskop ve Zobu işaret ve şekilleri Zobu Consulting Ltd. Şti'nin doğrudan veya iştirak etmiş olduğu tescilli ve müseccel markalarıdır.

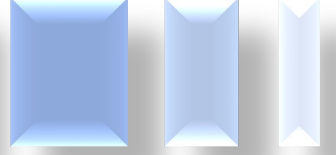
İçindekiler

I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID-19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	30
4.	Bölgesel ve Sektörel Ekonomik Durum	32
III.	Yasal Düzenlemeler	37
IV.	Dış Ticaret, Pazar Dinamikleri ve Rekabet	41
V.	Sektörel Trendler	51
VI.	Ekler	83

İçindekiler

I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID-19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	30
4.	Bölgesel ve Sektörel Ekonomik Durum	32
III.	Yasal Düzenlemeler	37
IV.	Dış Ticaret, Pazar Dinamikleri ve Rekabet	41
V.	Sektörel Trendler	51
VI.	Ekler	83

Amaç ve Kapsam



Amaç

- ❖ İç giyim ve mayo ürünlerinin alt ürün grupları bazındaki büyüklüğü, gelecekteki büyüme beklentisi ve eğilimlerini ortaya koymak,
- ❖ Sektörle ilgili pazarın gelişimini etkilemesi muhtemel asli unsurlar (tehditler, fırsatlar, sektör özelindeki riskler vb) hakkında ayrıntılı bilgiler sunmak,
- ❖ Pazardaki rekabet ve rekabet karşısında firmaların alması gereken önlemleri analiz etmek,
- ❖ Pazar büyüklüğünü ve geleceğe yönelik büyüme beklentilerini alt ürün grupları bazında miktar ve tutar olarak öngörmek,
- ❖ Pazardaki fiyat seviyeleri ve ortalama kar marjlarına ilişkin bilgilerin yanı sıra müşteriye erişim kanal ve yollarını incelemek,
- ❖ Pazardaki yerel rekabetin ve önemli rakipleri analiz etmek ve
- ❖ Pazardaki önemli alıcıları belirlemek ve alıcılara erişim için fırsatların değerlendirmelerini yapmak.



Kapsam



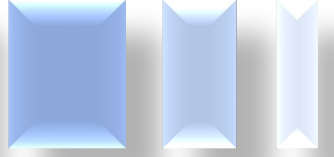
- ❖ Avustralya iç giyim ve mayo ürün gamında bulunan ürünler
- ❖ Markalar, üreticileri, İthalatçılar, toptancılar ve büyük perakendecileri.



"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

Pazar Tanımı



Bu raporda konu edilen pazar iç giyim ve mayo pazarıdır. Pazarı oluşturan ürün grupları İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği tarafından tanımlanan ana ürün gruplarıdır. Bu gruplar aşağıdaki gibidir.

Erkek/erkek çocuk için iç ve gece giyim eşyası, örme

Kadın/kız çocuk için iç ve gece giyim eşyası (örme)

Erkek/erkek çocuk için iç ve gece giyim eşyası

Kadın/kız çocuk için iç ve gece giyim eşyası

Sütyen, korse, korse kemeri, pantolon askısı, çorap bağı, jartiyer

Rapor kapsamında incelenmiş olan ürünlere ait G.T.İ.P. Kodları aşağıda listelenmiştir.

6107

6108

6207

6208

6212



"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

Veri Tanımları

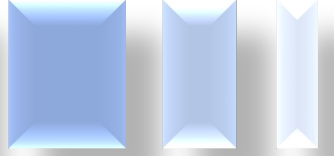


"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING



Araştırma Yöntemi



Makro Ekonomik Durum

- Ülkenin genel ekonomik durumu
- Risk profili
- GSYİH ve büyüme
- Nüfus ve demografik bilgiler
- Bölgesel iktisadi farklılıklar

Sektörel Trendler

- Seçilmiş ürün grupları bazında sektör büyüklüğü
- Sektör trendleri
- Büyüme ve karlılığı tetikleyici unsurlar:
 - Marka büyüme kararları, tüketici satınalma eğilimleri sektördeki gelişmeler ve beklentiler
 - Perakende, vb ilişkili sektörlerdeki durum ve gelişmelerin sektör üzerindeki etkileri

Yasal Düzenlemeler

- Ülkedeki vergi ve iş hukuku düzenlemeleri
- Yasal ortam (iş yapma kolaylığı)
- Yolsuzluk endeksi
- İş kanunları
- Ülkedeki ithalat duvarları, üretim teşvikleri
- Yabancı ürünlere karşı hükümet politikaları

Pazar Dinamikleri ve Rekabet

- Pazarın tahmini büyüklüğü, kategori veya ürün ailesi bazında
- Pazar payları, fiyat seviyeleri
- Talebin doğası, sezonsallık yaratan unsurlar
- Pazarda beklenen büyüme
- Rakipler, rakiplerin ürün portföyleri ve güçlü/ zayıf yönleri
- Rakiplerin marka/ ürün portföyü konumlandırmaları
- Satın almadaki karar kriterleri, müşteri tercihleri
- Rakiplerin satış ve pazarlama faaliyetleri
- Marka algısı, rakiplerin marka konumlandırmaları

Satış/ Dağıtım Kanalları

- Satış kanalı yapısı
- Pazarın satış kanalları bazında kısıtlı
- Kanala özel ticari hususlar
- En büyük kanal ortakları ve özellikleri
- Depolama gereksinimi ve altyapısı
- Diğer operasyonel gereksinimler



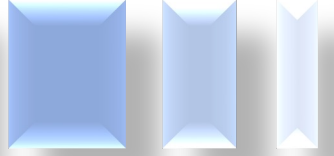
"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

İçindekiler

I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID-19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	30
4.	Bölgesel ve Sektörel Ekonomik Durum	32
III.	Yasal Düzenlemeler	37
IV.	Dış Ticaret, Pazar Dinamikleri ve Rekabet	41
V.	Sektörel Trendler	51
VI.	Ekler	83

Makro Ekonomik Durum



Avustralya, Dünyanın on üçüncü büyük ekonomisidir (Aralık 2021).

13

Avustralya ekonomisi 2021 yılı rakamlarına göre 1,6 Trilyon ABD Doları büyüklüğündedir (Aralık 2021).

1,6

Türkiye'nin yaklaşık 10 katı yüzölçümüne rağmen ülkenin nüfusu 25,7 Milyon kişidir (Aralık 2021).

25,7

Kişi başına G.S.M.H. 62.619 ABD Dolarıdır (Aralık 2021).

63

2021

Tüketici fiyat enflasyonun %2,6 seviyesindedir (Şubat 2022).

2,6

İşsizlik oranı %4,0 seviyesindedir (Şubat 2022).

4,0



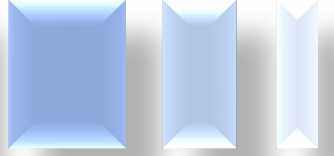
"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

İçindekiler

I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID-19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	30
4.	Bölgesel ve Sektörel Ekonomik Durum	32
III.	Yasal Düzenlemeler	37
IV.	Dış Ticaret, Pazar Dinamikleri ve Rekabet	41
V.	Sektörel Trendler	51
VI.	Ekler	83

Ülkenin Genel Ekonomik Durumu



Gelir Seviyesi	Yüksek Gelir	Kalkınma Seviyesi	Kalkınmış Ülke
Ekonominin en önemli özelliği	Avustralya, medyan servet açısından dünyanın en zengin ülkesidir.		
Ticaret	En önemli dış ticaret ortakları: Çin, Japonya ve A.B.D.'dir. En önemli ihraç ürünleri: Motorlu vasıtalar ve parçaları, sanayi makineleri ve elektrikli makinalardır.		
En Önemli Sanayi Dalları	Maden cevherleri, yakıtlar ve benzeri ürünlerdir.		

26 yıl kesintisiz büyüme sağlamış olan Avustralya, 2007-2008 yılında yaşanan krizde durgunluğa girmemiş olan yegane OECD ülkesidir. Ülke COVID19 pandemisinin etkisi ile 2019 ve 2020 yıllarında üst üste sırasıyla %1,9 ve %2,4 oranlarında küçülmüştür. Sağlık sistemi gelişmiş bir ülke refah ülkesi olan Avustralya, hem COVID19 ile hem de iklim değişikliği kaynaklı yıkıcı hava koşullar ile mücadele etmek zorunda kalmıştır. 2020 yılında 17 milyon hektar gibi olağanüstü büyük bir alanda baş gösteren yangın ülkeyi derinden sarsmıştır. Önemli bir tarım ülkesi olan Avustralya bir su krizi ile de mücadele etmekle beraber güçlü tarım sektörü küresel gıda fiyat enflasyonunu ülkeden uzak tutabilmektedir.

TEMEL GÖSTERGELER	2018	2019	2020	2021	2022
GSMH (Trilyon dolar)	1,0	1,2	1,2	1,4	1,6
Kişi Başına GSMH (dolar)	56	54	52	61	63
Genel Hükümet Dengesi (GSMH'nin %)	-1,2	-3,6	-9,1	-10,1	-6,9
Genel Hükümet Brüt Borcu (GSMH'nin %)	41,7	47,5	63,1	72,1	77,0
Enflasyon Oranı (%)	1,9	1,6	0,9	1,7	2,6
İşsizlik Oranı (%)	5,3	5,2	6,5	6,0	5,5
Cari Açık (Milyar dolar)	-29,64	9,24	33,89	38,22	16,35
Cari Açık (GSMH'nin %)	-2,1	0,7	2,5	2,4	1,0

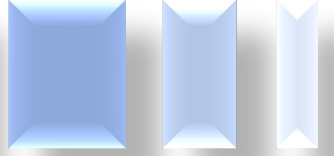
KAYNAK: IMF



"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

Ülkenin Genel Ekonomik Durumu



Avustralya, göreceli geç gelişen bir sanayiye sahip olduğu için nihai ürün ithal eden bir ülke olarak bilinmektedir. Sanayi sonradan gelişmiş olsa da ülkedeki sanayi faaliyetlerinin %75'i dünya ortalamalarının üzerinde bir verimlilikle üretim yapmaktadır. Sanayi, toplam iş gücünün yaklaşık %20'sini istihdam etmektedir



Avustralya, iklim değişikliğinden en çok etkilenen ülkeleri arasındadır. Sıcaklık artışlarından kaynaklanan büyük yangınlar ile mücadelede yaşanan zorluklar ülkenin gelecek doğa olaylarına hazırlanması için bir işaret olmuştur. Bu konuda bir eylem planı ve uygun bir bütçe ayarlanması konusunda tartışmalar devam etmektedir.



Avustralya dünyanın en büyük demir, altın ve uranyum üreticisidir. Ülke 2020 yılında Katar'ın geçerek dünyanın en büyük sıvı doğal gaz ihracatçısı haline gelmiştir. Madencilik ülkenin en önemli ihrac kalemlerinin başında gelmektedir. Ülkenin sadece demir cevheri ihracatı toplam ihracatın % 24'üne denk gelmektedir.



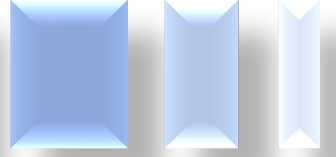
KAYNAK: IMF, Lloyd Bank



"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

Gündelik Yaşam ve Fiyatlar



Aşağıda İstanbul ve Avustralya'nın Sydney kentlerindeki bazı ürünlerin fiyat karşılaştırmaları yer almaktadır.

(Şubat 2022)

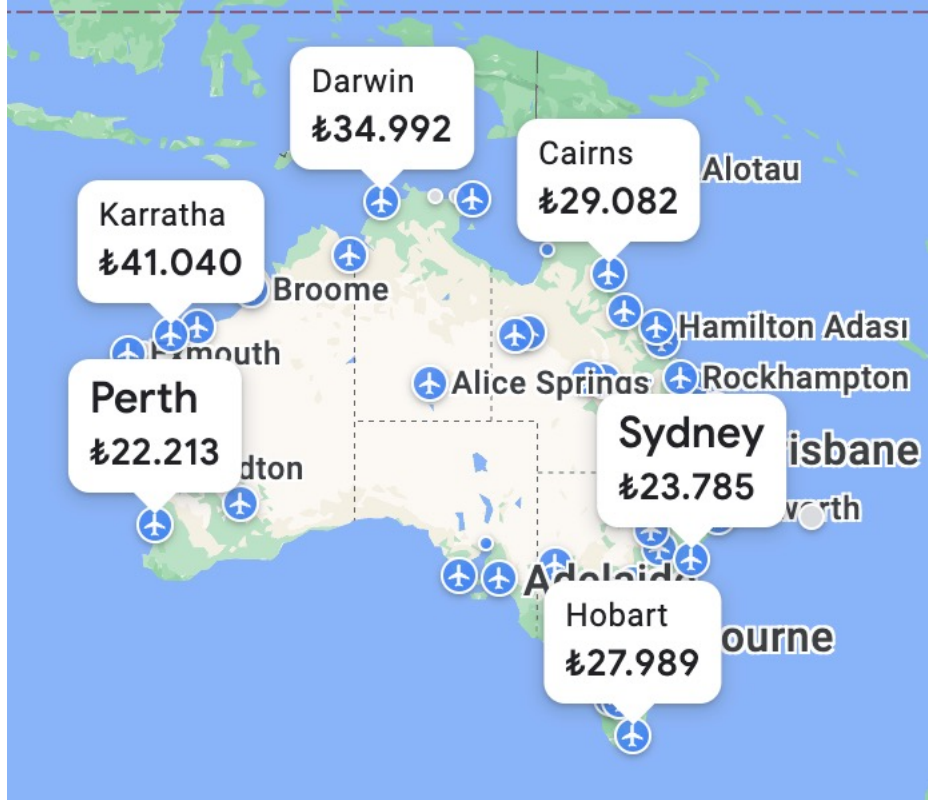
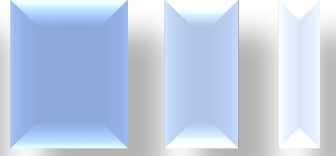
	İSTANBUL	SYDNEY
2 kişi- 3 kap yemek, orta sınıf restoranda	200,00 TL	1.014,92 TL
Su (0,33 Litre)	2,33 TL	33,21 TL
Coca-Cola/Pepsi (0,33 Litre)	5,96 TL	21,74 TL
Benzin (1 Litre)	7,66 TL	38,18 TL
Süt (1 Litre)	7,17 TL	19,27 TL
Domates (1 Kg)	6,60 TL	71,68 TL
Tek Yön Toplu Taşıma Bileti	4,00 TL	53,87 TL
Peynir (1 Kg)	53,62 TL	141,56 TL
Kira – 3 yatak odalı apartman dairesi, şehir merkezinde	6.043,81 TL	53.472,41 TL
Aylık ortalama ücret	3.861,59 TL	75.126,11 TL



"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

Gündelik Yaşam ve Fiyatlar



Türkiye'den Avustralya'ya doğrudan uçuş bulunmamaktadır. Ülkeye uçuşlar Katar, BAE, Singapur ve Tayland gibi ülkelerdeki şehirlerden aktarmalı olarak gerçekleştirilmektedir.

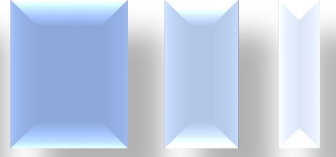
Pandemi döneminde yaşanan yoğun kısıtlamalara karşın uçuşlar eski seviyelerine yaklaşmaya başlamıştır.

Bu bölümde Türkiye'den Avustralya'nın farklı şehirlerine düzenlenecek bir iş seyahati için gidiş dönüş aktarmalı seyahat ücretleri gösterilmiştir (Şubat 2022)

KAYNAK: GOOGLE TRAVEL



Gündelik Yaşam ve Fiyatlar



Bölge

Ortalama Kişi başı Gecelik Konaklama Ücreti

Victoria Eyaleti	117,56 AUD
Queensland Eyaleti	120,24 AUD
Güney Avustralya	110,63 AUD
Batı Avustralya	132,73 AUD
Tazmanya	119,58 AUD
Kuzey Toprakları	104,47 AUD
Avustralya Başkan Bölgesi	130,63 AUD
Avustralya Ortalaması	124,38 AUD

Farklı bölgelere göre Avustralya'daki gecelik konaklama ücretleri değişiklik göstermektedir.



KAYNAK: PROPERTY COUNCIL of AUSTRALIA



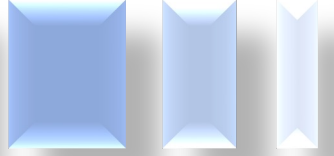
"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

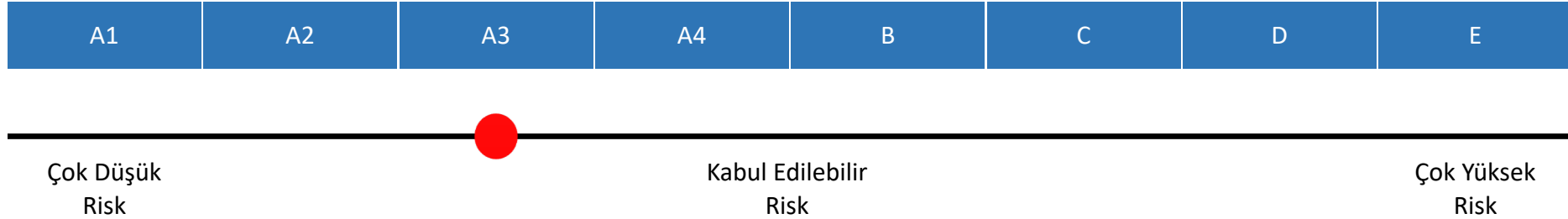
İçindekiler

I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID-19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	30
4.	Bölgesel ve Sektörel Ekonomik Durum	32
III.	Yasal Düzenlemeler	37
IV.	Dış Ticaret, Pazar Dinamikleri ve Rekabet	41
V.	Sektörel Trendler	51
VI.	Ekler	83

Risk Profili



Ülke Riski

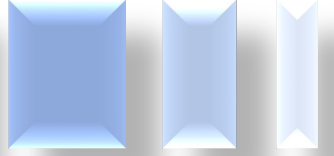


Kredi derecelendirme kuruluşu Coface'ın değerlendirmesine göre Avustralya'nın ülke risk puanı A3'tür. A3 risk seviyesi, siyasi ve ekonomik durumun genel olarak iyi olduğuna kurumsal geri ödeme davranışını olumsuz etkileme olasılığına sahip bir iş ortamının olsa da zaman zaman yaşanan değişimlerin kurumsal geri ödeme davranışını olumsuz etkileyebileceğine işaret etmektedir. Bu risk seviyesinde kurumsal temerrüt olasılığı ortalamalardadır.

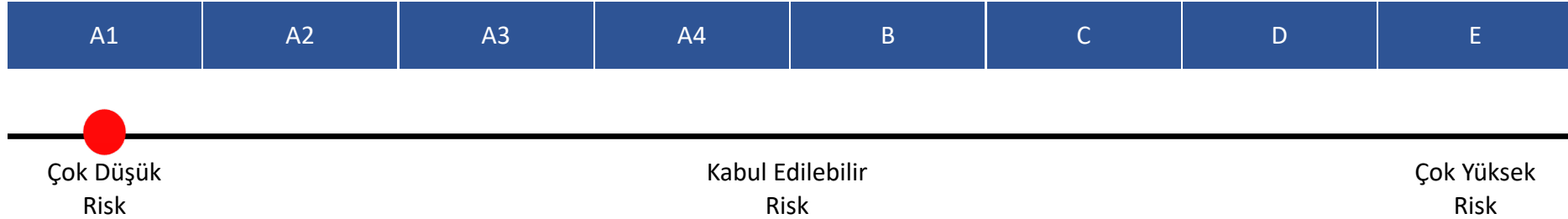
KAYNAK: COFACE



Risk Profili



İş Ortamı

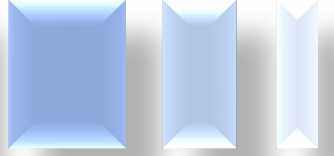


Kredi derecelendirme kuruluşu Coface'ın değerlendirmesine göre Avustralya'nın iş ortamı risk puanı A1'dir. A1 risk seviyesi, iş ortamının çok iyi olduğuna işaret etmektedir. Şirketlere ilişkin kurumsal ve finansal bilgiler kamuya açık ve güvenilirdir. Ülkede borç tahsilatı oldukça kolaylıkla yapılabilmektedir. İşletmelerin kurumsal kalite ve yönetim seviyeleri gayet iyidir. Şirketler arası işlemler bu risk derecesinde sorunsuzca çalışmakta ve sözleşmelere asgari özen ve uyum gösterilmektedir.

KAYNAK: COFACE

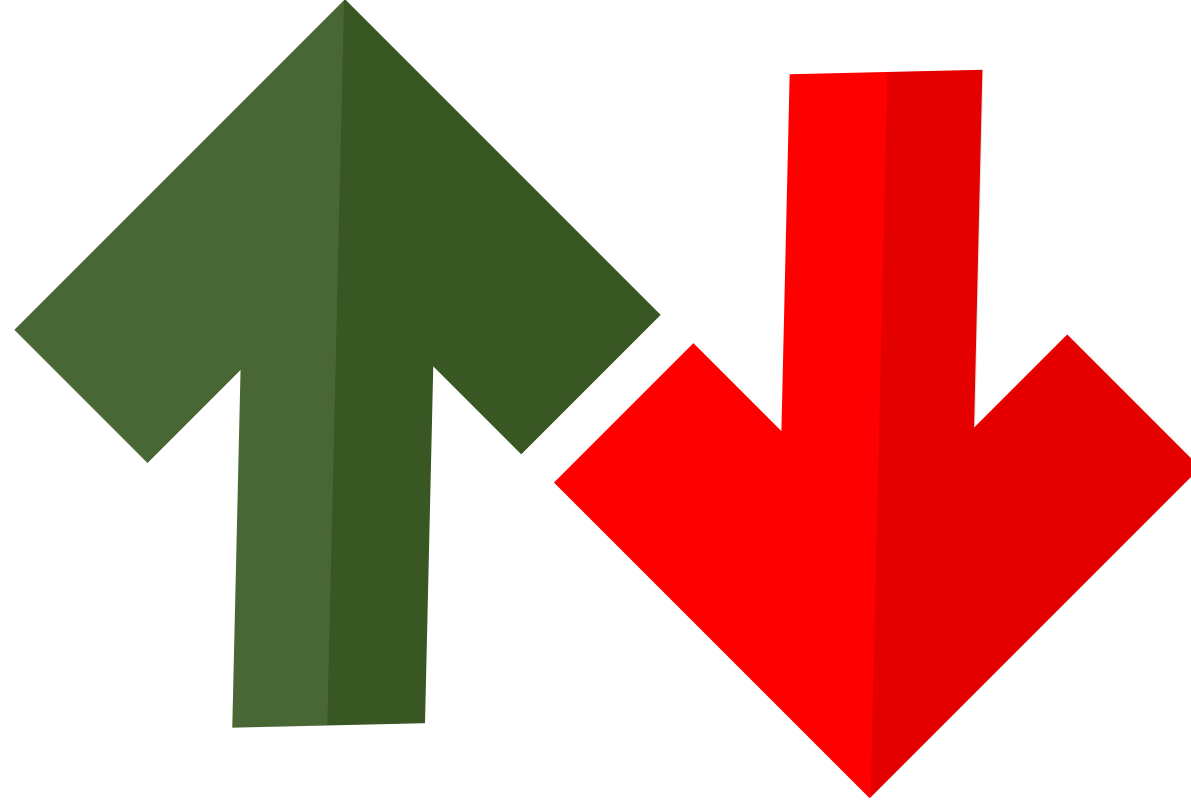


Risk Profili



Güçlü Yanları

- Dinamik Asya ekonomilerine coğrafi yakınlık
- Cazip yaşam koşulları
- Göçten kaynaklanan nüfus artışı
- Zengin maden ve yeraltı kaynakları
- Ortalama seviyelerdeki kamu kesimi borcu
- Yüksek turizm potansiyeli



Zayıf Yanları

- Emtia fiyatlarındaki değişikliklere aşırı bağımlılık
- Çin'in talebine aşırı bağlı ekonomi
- Yüksek hane halkı borçluluğu (harcanabilir gelirin % 185i)
- Ülkenin geniş coğrafi büyüklüğünden dolayı yetersiz kalan altyapı imkanları
- Yangın ve Afetlerde etkilenme
- Bölgeler arası eşitsizlikler

KAYNAK: COFACE



Risk Profili



- GSMH'nin %55'ini oluşturan iç tüketim, Covid-19 sonrası uygulanan kısıtlama ve sokağa çıkma yasaklarından oldukça olumsuz etkilenmiştir. Bu durum işsizlik oranlarının ani yükselmesine sebep olduğu gibi Pandemi döneminde hane halkı tasarruflarının Pandemi öncesine oranla %70'e varan oranlarda azalmasına neden olmuştur. Ülkenin sınırlarını kapatmasından dolayı kriz öncesinde GSMH'nin % 10'unu sağlayan uluslararası turizm faaliyetleri tamamen durmuştur. Çin'in yaşanan jeopolitik sürtüşmeden dolayı ihracat faaliyetlerinin gelecekte güçlüklerle karşılaşması da olası görülmektedir.



- Ülke rekor seviyelerde bütçe açığı vermektedir. GSMH'nin % 8'ine ulaşan Pandemi ile müdahale bütçesi istihdam ve tüketimi canlı tutmak için oldukça kapsamlı destekler sunmuştur. Bu destekler genel yönetim bütçesinde büyük açıkları tetiklemiştir. Öte yandan ithalat, ihracattan hızlı bir biçimde toparlanmakta ve Pandemi öncesi seviyelere dönmektedir. İhracat fiyatlarının yeterince artmaması ve Çin'in uyguladığı gayri resmi ambargo ihracatın ithalatı karşılama oranını olumsuz etkilemekte, bütçe açığının artmasını da teşvik etmektedir.



- Ulusalçı-liberal yönetim vergi indirimlerine ve bütçedeki dengesizlikleri gidermeye odaklanmıştır. Ancak, 2019-2020 yıllarında yaşanan büyük yangında hükümetin yetersiz kalığı görüşü Avustralya halkı arasında yaygındır. Öte yandan en büyük politik sorun Çin ile yaşanan gerilimden kaynaklanan dış politika açmazlarıdır. Pasifik bölgesindeki çekişmeler ve ülkenin nükleer tahrikli denizaltı kabiliyetine kavuşması, bölgedeki gerilimi artırmaktadır.



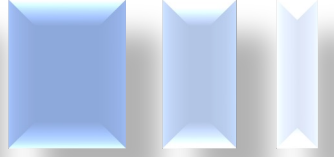
"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

İçindekiler

I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID-19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	30
4.	Bölgesel ve Sektörel Ekonomik Durum	32
III.	Yasal Düzenlemeler	37
IV.	Dış Ticaret, Pazar Dinamikleri ve Rekabet	41
V.	Sektörel Trendler	51
VI.	Ekler	83

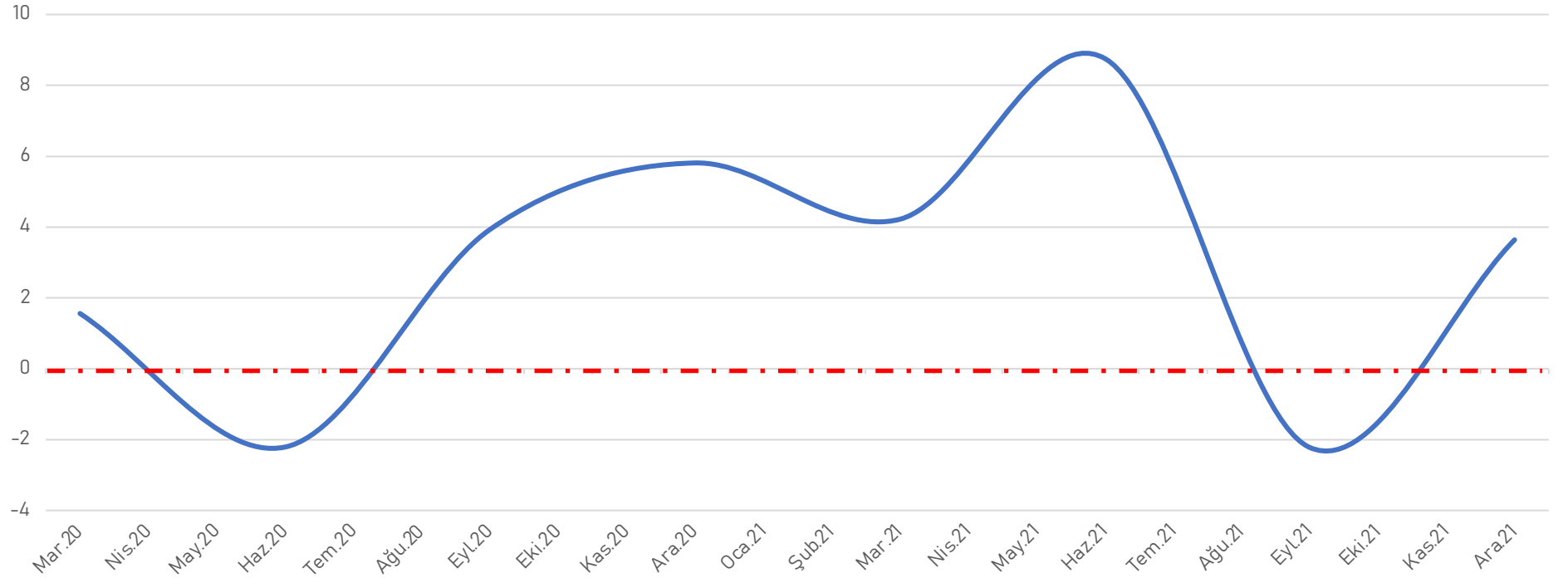
COVID19'un Etkileri



Tüketici talebindeki değişimin en iyi göstergelerinden birisi olan perakende satış endeksindeki değişim incelendiğinde; 2020 yılının Mart-Ağustos ayları boyunca negatif bir seyir izleyen perakende satışlardaki değişimin 2021 yılının Ağustos ayına kadar geçen dönemde artış eğilimi sürdürdüğü gözlenmektedir..

Pandeminin ikinci dalgasının yaşandığı 3 ay boyunca tekrar düşen endeks 2022 yılının başında toparlanmış ve yükselmeye başlamıştır.

Bir önceki yılın aynı dönemine göre perakende satış endeksi



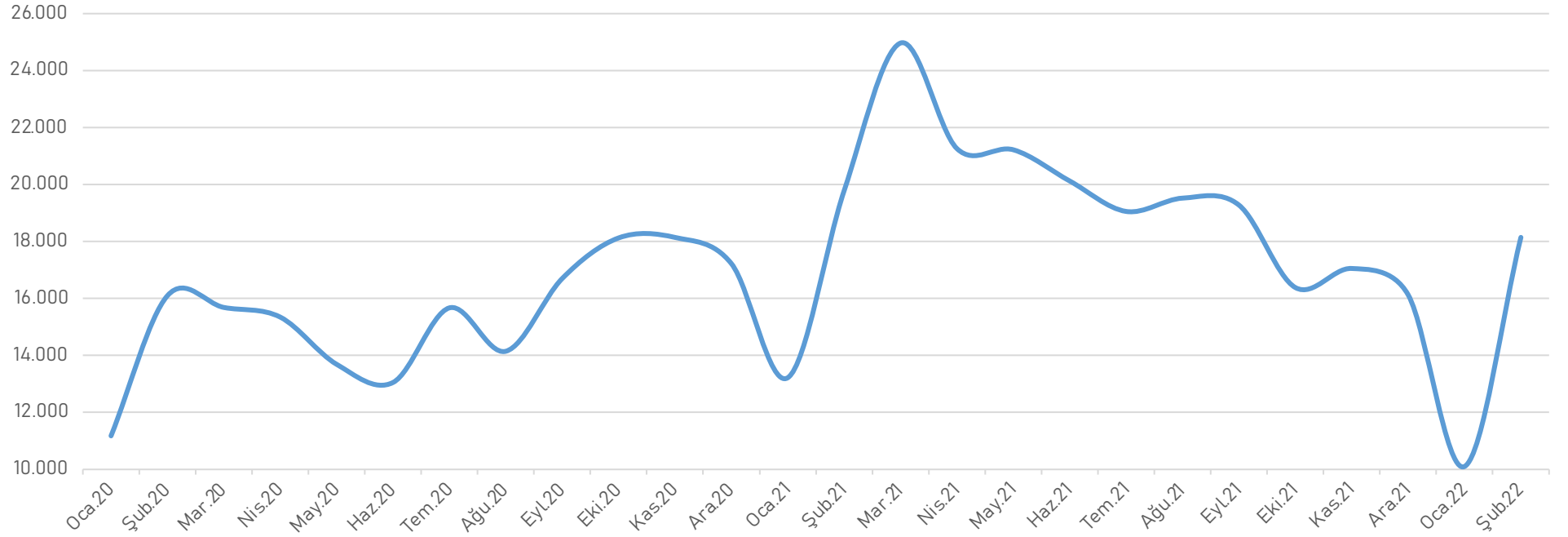
COVID19'un Etkileri

İnşaat izinlerindeki değişim ekonomik yaşamdaki canlılığı ölçmek için kullanılan önemli göstergelerdendir.

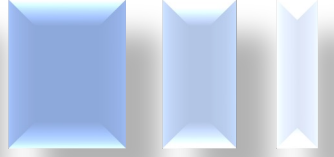
Ülkedeki inşaat izinleri 2020 Aralık 2021 Şubat döneminde zaman zaman inişli çıkışlı bir seyir izlemiş olsa da aylık 10 ila 20 bin bandında seyretmiştir.

Şubat-Temmuz 2021 döneminde Pandeminin sonuçlandığı beklentisi ve ertelenen taleplerin etkisi ile aylık 20 bin bandını geçen izinler daha sonrasında bant aralığına geri dönmüştür.

İnşaat izinleri, adet



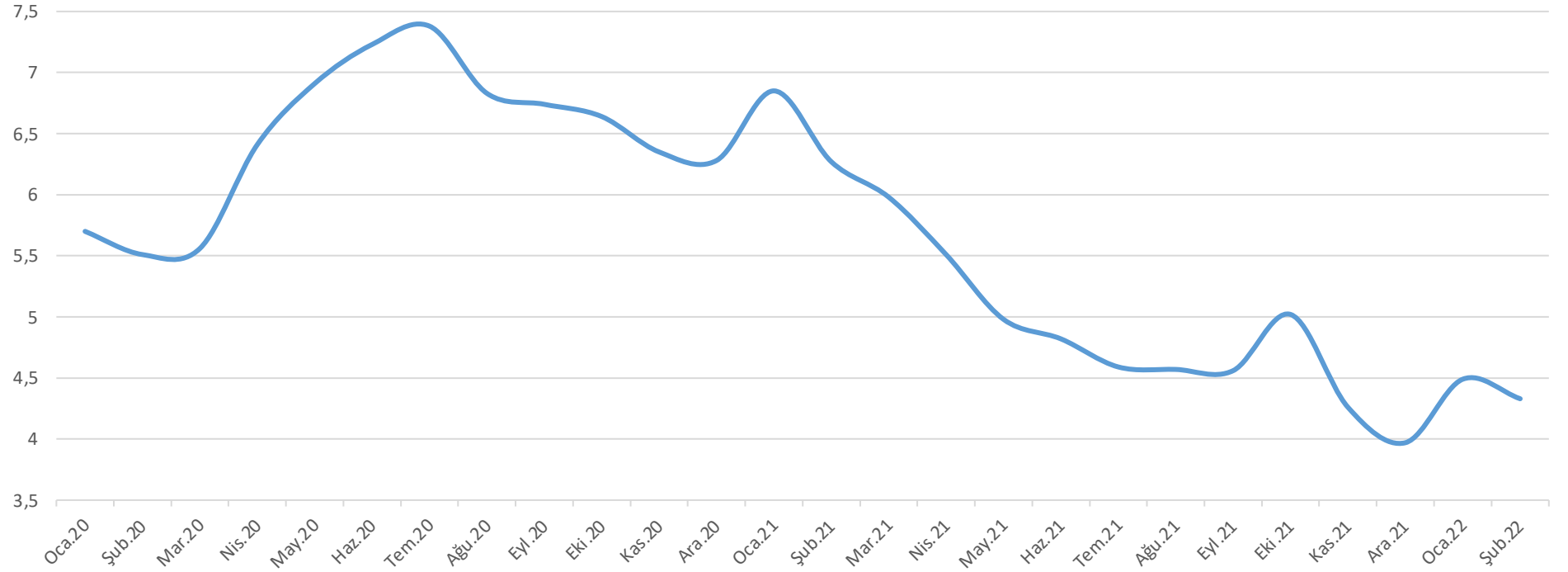
COVID19'un Etkileri



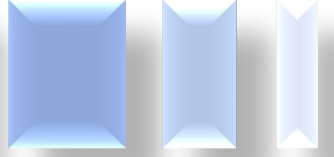
Avustralya'daki işsizlik oranı Pandemi kaynaklı kısıtlama ve sokağa çıkma yasaklarından dolayı turizm ve hizmetler sektörünün aşırı etkilenmesi ile hızla artmıştır.

Pandeminin hafiflemesi ile birlikte işsizlik oranları Temmuz 2021'den itibaren düşüş eğilimine girmiştir.

İşsizlik Oranı, %



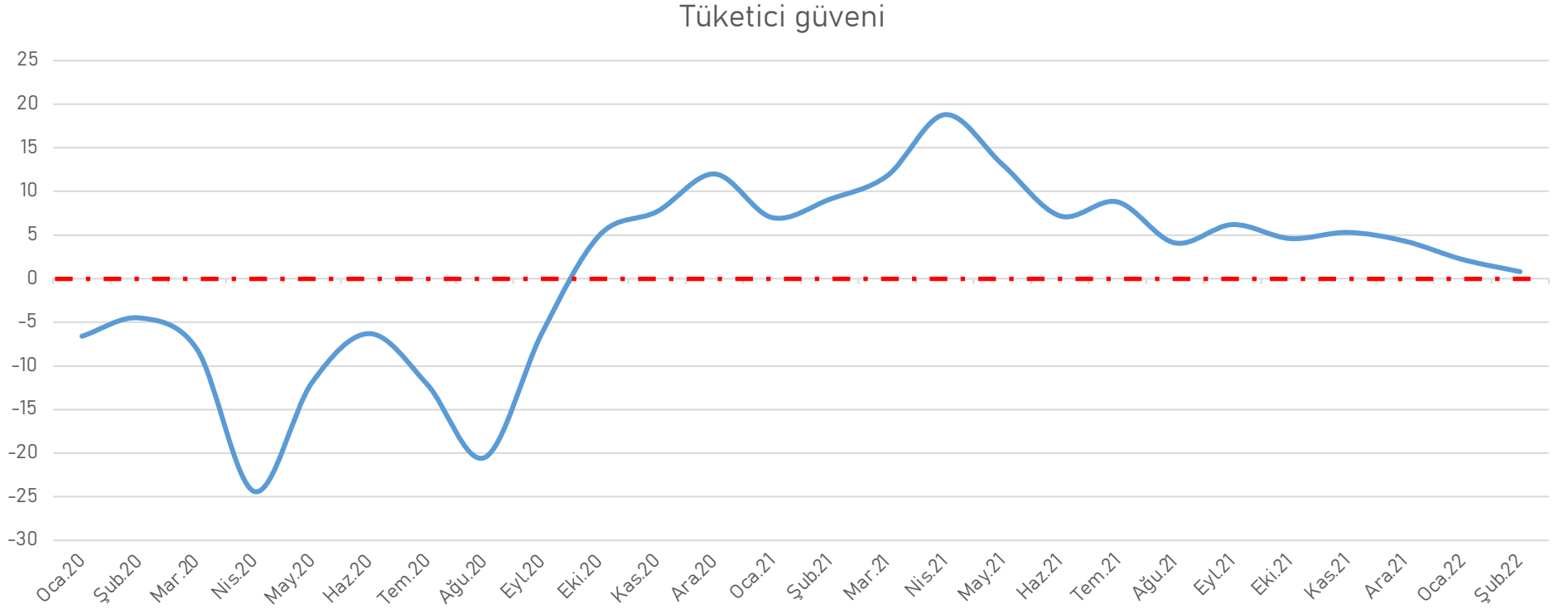
COVID19'un Etkileri



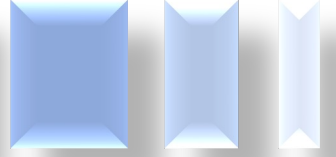
Avustralya'daki tüketici güveni 2020 yılının başından 2020 yılının Ekim ayına kadar negatif seyretmiştir.

2020'nin son çeyreğinden itibaren tüketici güveni yükselmiş, ve Mayıs 2021'de en üst seviyeye ulaşmıştır.

Ülkedeki tüketici güveni Mayıs 2021'den itibaren tekrarlanan Pandemi, fiyatlardaki dalgalanmalar ve jeopolitik risklerin de etkisi ile düşme eğilimine girmiştir. Bu eğilim hala sürmektedir.

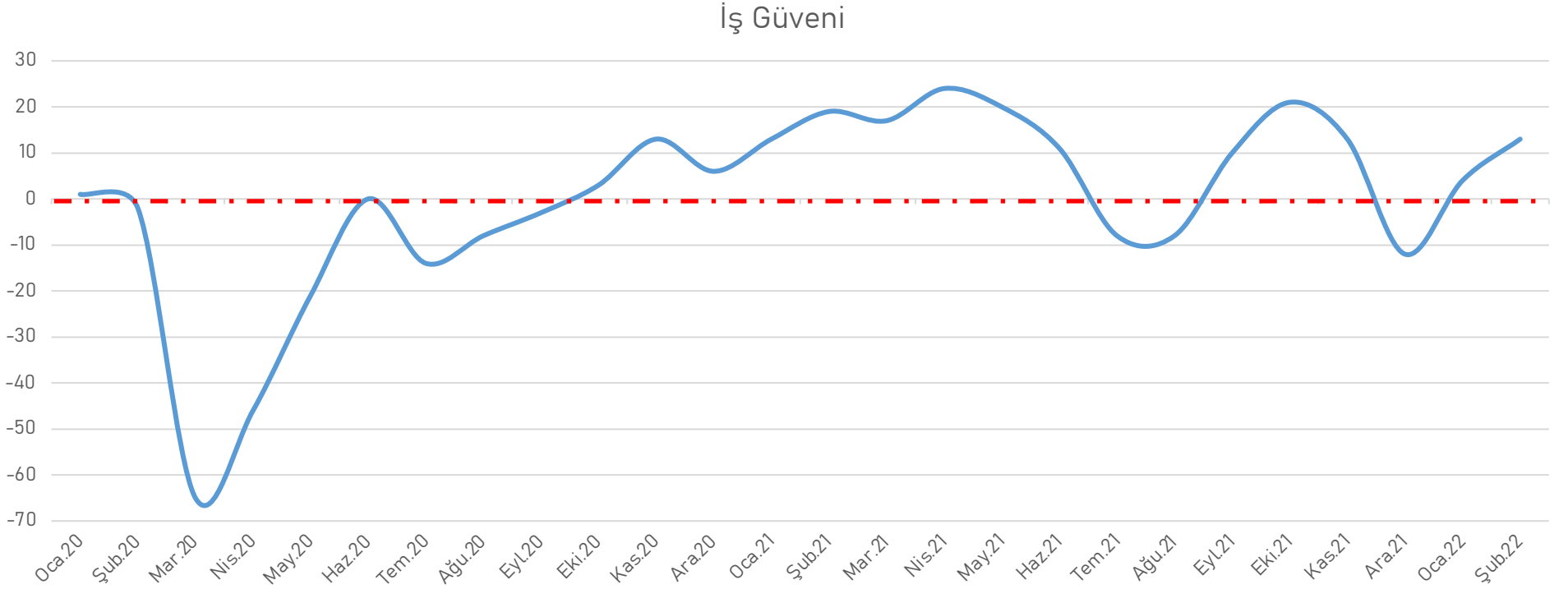


COVID19'un Etkileri

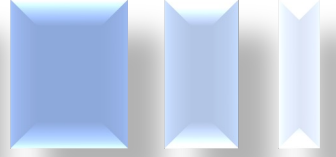


İşletme yöneticilerinin ülke ekonomisi ile ilgili olumlu ve olumsuz beklenti ve görüşlerini ortaya koyması açısından önemli olan iş güven endeksi, oldukça dalgalı bir görünüm göstermektedir.

2020 yılının hemen başında diğer tüm göstergelere nazaran çok daha derin bir bozulma yaşayan endeks, zaman içinde dengeye otursa da, Çin ile ilişkilerde yaşanan gelişmelerden dolayı emtia ihracatına ilişkin beklentilerin bozulması gibi etmenler endeksin dengeli bir seyir izlemesine imkan vermemektedir.



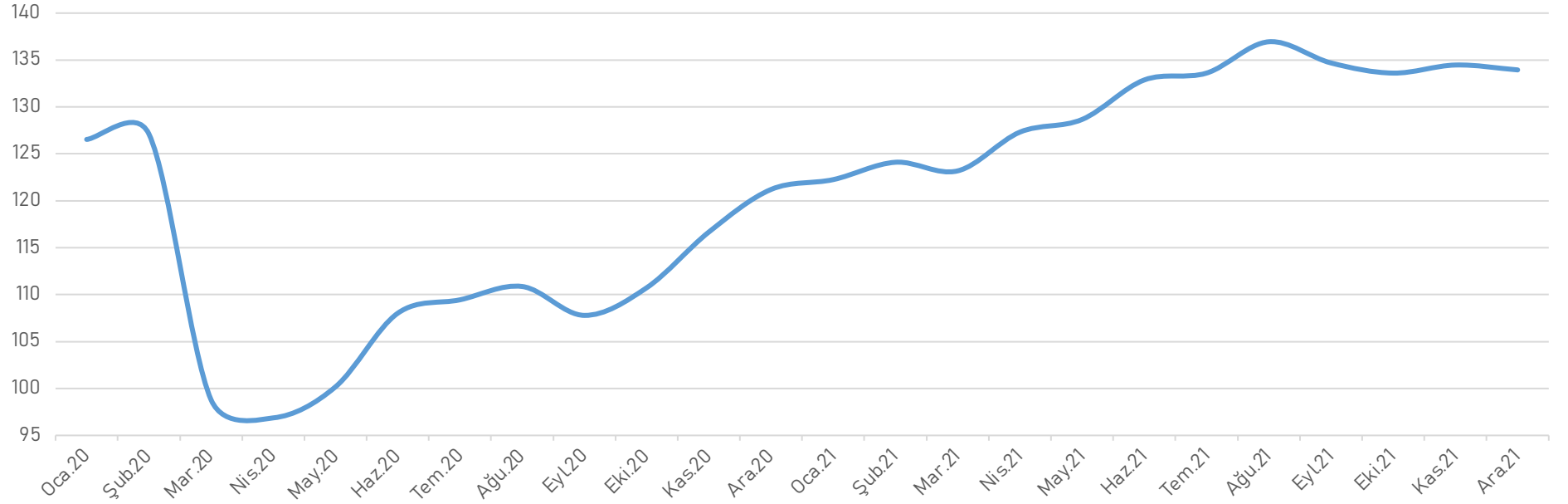
COVID19'un Etkileri



Gelişmiş bir sermaye piyasasına sahip olan ülkenin sermaye piyasası da yaşanan Covid-19 salgınından etkilenmekle beraber, diğer göstergelerden daha hızlı bir toparlanma göstermiştir.

Sermaye piyasalarındaki mevcut toparlanmanın sağlıklı olup olmadığını tartışılırken, emtia piyasalarındaki fiyat-değer uyumsuzluğu, tedarik zincirlerindeki kesintiler ve enflasyon artışı ile Çin ile yaşanan gerilim gibi belirsizlikler borsanın orta vadeli geleceğini sorgulanmaktadır.

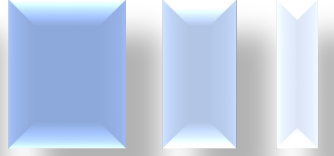
Sermaye Piyasası Endeksi



İçindekiler

I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID-19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	30
4.	Bölgesel ve Sektörel Ekonomik Durum	32
III.	Yasal Düzenlemeler	37
IV.	Dış Ticaret, Pazar Dinamikleri ve Rekabet	41
V.	Sektörel Trendler	51
VI.	Ekler	83

Nüfus ve Demografi

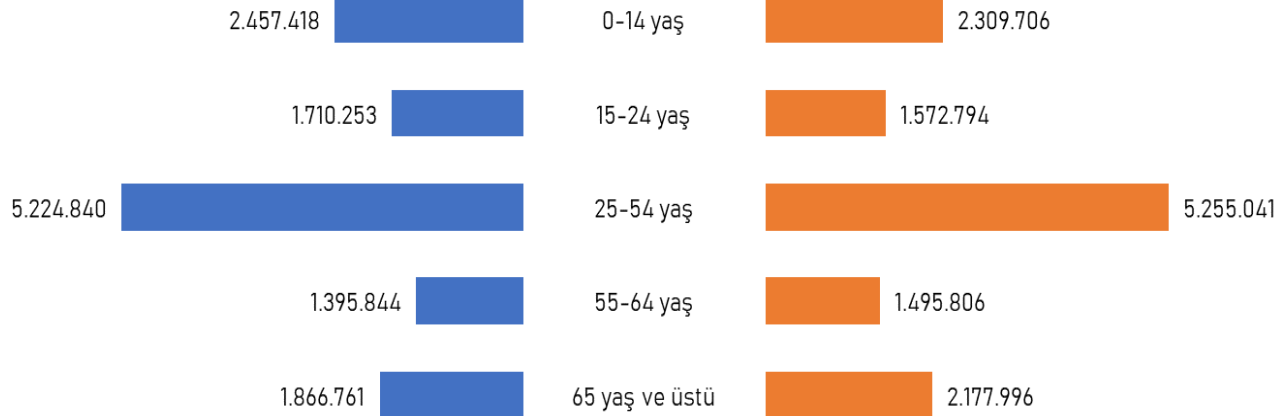


Yaş Grupları İtibarıyla Avustralya Nüfusu

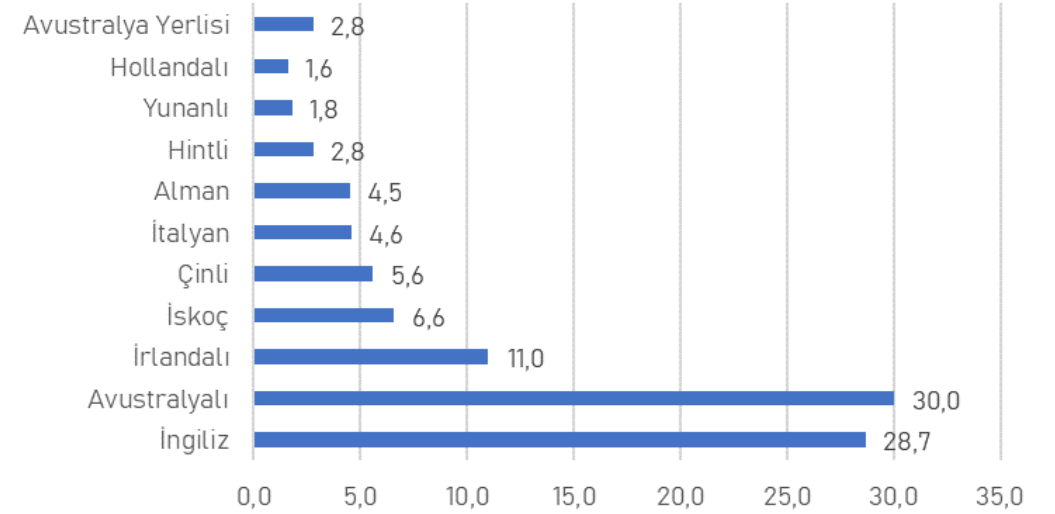
Toplam Nüfus = 25.466.459

Erkek

Kadın



Etnik Kökene Göre Nüfus, %



KAYNAK: THE WORLD FACTBOOK



İçindekiler

I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID-19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	30
4.	Bölgesel ve Sektörel Ekonomik Durum	32
III.	Yasal Düzenlemeler	37
IV.	Dış Ticaret, Pazar Dinamikleri ve Rekabet	41
V.	Sektörel Trendler	51
VI.	Ekler	83

Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum



TOPTAN
TİCARET

1

Avustralya'nın toptan ticaret hacmi 2021 yılı sonu itibarıyla yaklaşık 79,9 Milyar Avustralya doları (AUD) büyüklüğündedir. Ülkede toptan ticaretle uğraşan toplam 7.876 şirket faaliyet göstermektedir.



PERAKENDE
TİCARET

2

Avustralya'daki perakende ticaretin büyüklüğü 2021 yılı itibarıyla 369.385,400.000 AUD'dır. Ülkede perakende ticaretle uğraşan toplam 134.535 şirket faaliyet göstermektedir.



SEKTÖREL
TOPTAN TİCARET

3

Konfeksiyon Sektöründeki toplam toptan ticaret hacmi yaklaşık 6 milyar AUD olup, toptan konfeksiyon sektöründe yaklaşık 3.190 şirket, 14.098 çalışanı ile faaliyet göstermektedir.



SEKTÖREL PERAKENDE
TİCARET

4

Konfeksiyon Sektöründeki perakende ticaret hacmi 2021 yılı itibarıyla yaklaşık 37.521.200.000 AUD'dır. Perakende konfeksiyon sektöründe 15.552 şirket faaliyet göstermektedir.

KAYNAK: ABS ve Uzman hesaplamaları

Milyar
AUD

79,9

369

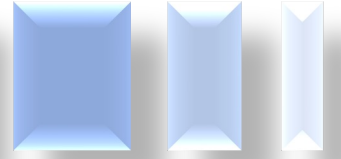
6,0

38

"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

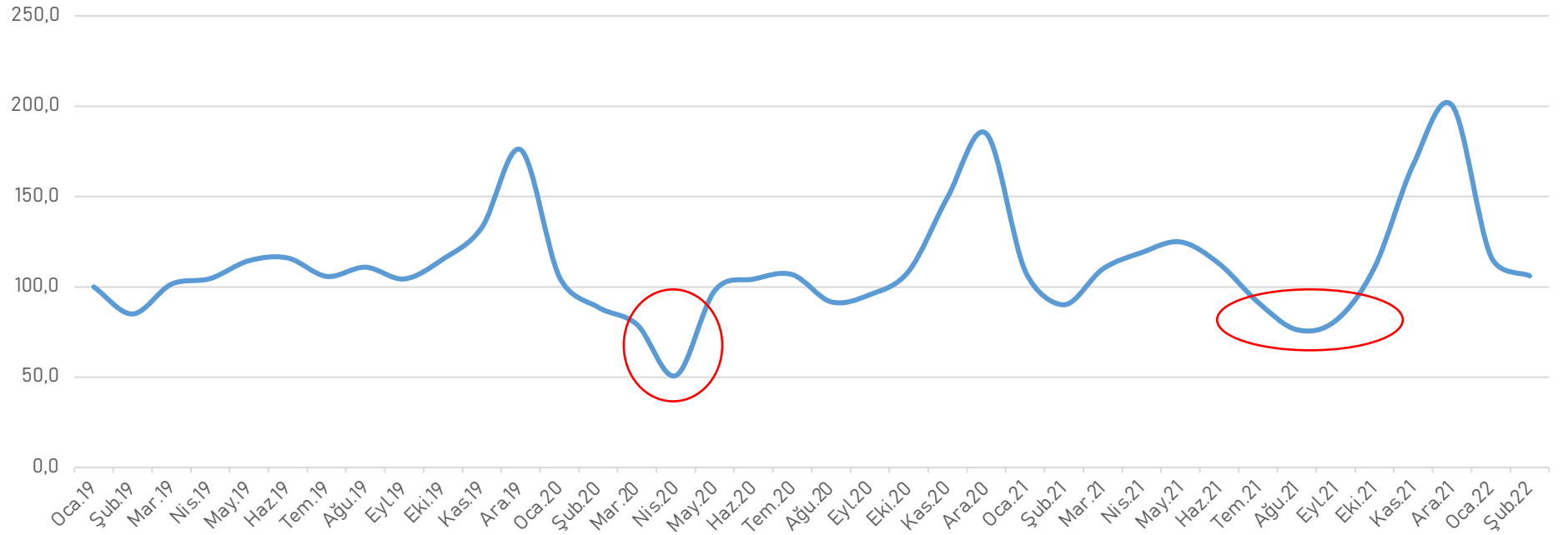
Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum



Ocak 2019 ila Şubat 2022 tarihleri arasında Avustralya hane halkının hazır giyim ve ayakkabı harcamalarının eğilimi dikkate alındığında, geleneksel olarak harcamaların arttığı yılsonu dönemlerinde benzerlik olduğu görülmektedir.

Bununla beraber Mart-Mayıs 2020 ve Temmuz-Kasım 2021 dönemlerinde beklenenden fazla daralma gözlenmiştir. Bu daralmanın pandemi etkisi ile olduğu düşünülmelidir.

Hane Halkı Hazırgiyim ve Ayakkabı Harcamalarının Eğilimi
Endeks=100, Ocak 2019



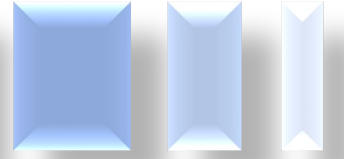
KAYNAK: ABS



"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

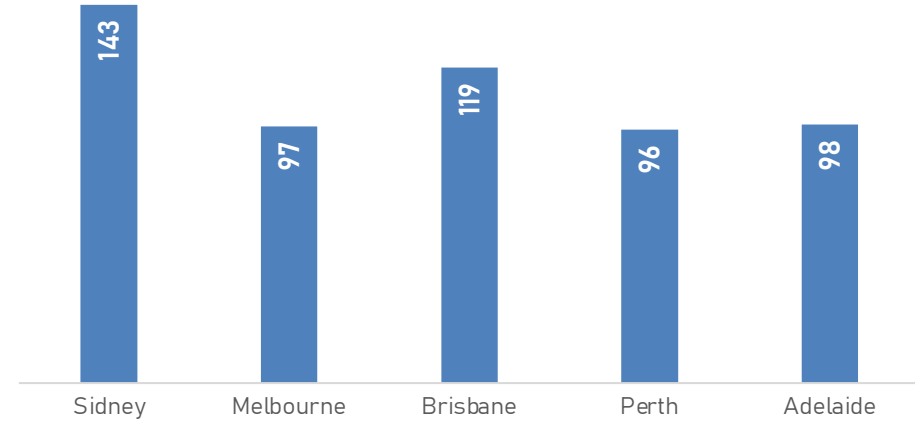
Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum



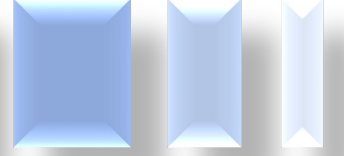
• Depolama

- Avustralya'da depolama hizmet ücretleri bölgelere göre önemli farklılıklar göstermektedir.
- Aşağıda Nisan 2021 yılı itibariyle Avustralya'nın farklı bölgelerindeki m² cinsinden depo kirası ücretleri gösterilmektedir.

Ortalama Depo Kiralama Ücreti, m²/AUD



Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum



Nakliye

Pandemi ile birlikte denizaşırı nakliye operasyonları hem daha çetrefilli hale gelmiş hem de maliyetleri artmıştır. Aşağıda Mersin Limanından Sidney limanına yapılacak 40'lık bir konteyner sevkiyatının rotası, süresi ve maliyeti sunulmuştur.

Çıkış Limanı : Mersin

Rota : Mersin – Bombay – Sidney

Süre : 46 – 49 gün

Nakliye Ücreti : 11.750 – 12.250 ABD doları

KAYNAK: Çeşitli deniz nakliye firmaları



İçindekiler

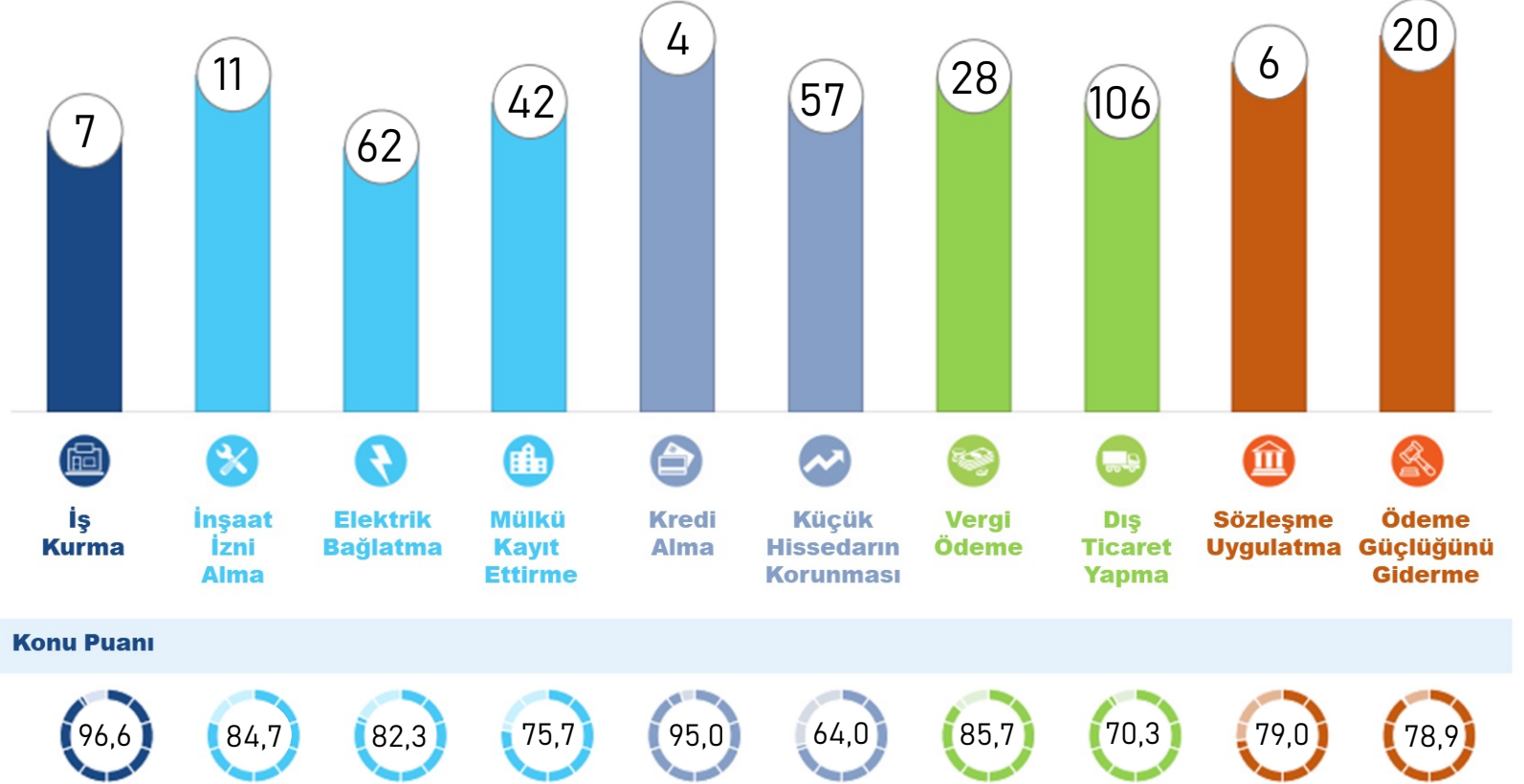
I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID-19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	30
4.	Bölgesel ve Sektörel Ekonomik Durum	32
III.	Yasal Düzenlemeler	37
IV.	Dış Ticaret, Pazar Dinamikleri ve Rekabet	41
V.	Sektörel Trendler	51
VI.	Ekler	83

İş Yapma Kolaylığı

İŞ YAPMA KOLAYLIĞI

Avustralya, iş yapma kolaylığı açısından oldukça iyi imkanlar sunmaktadır. Öte yandan, bilindiği üzere Dünya Bankası 2020 yılının sonunda iş yapma kolaylığı endeksini sonlandırmıştır. DBI yerine BEE isimli yeni bir endeks yayınlamak üzerine çalışmalarını sürdürmektedir. Bununla beraber iş yapma kolaylığını ortaya koyan bir dizi göstereyi farklı veri tabanları altında yayınlamaya devam etmektedir. Bu 44 alternatif gösterge göstergeler;

- İş kurma,
- Bir işi idare etme,
- İş yerini kapatma başlıkları altında toplanmıştır. Bu nedenle yeni göstergeler işlevsellik kazanana kadar geçecek sürede kullanılabilir en önemli veri 2020 DB sıralaması gibi gözükmemektedir.



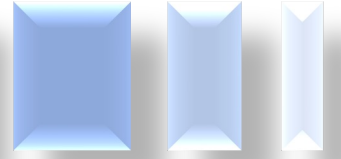
KAYNAK: WB

"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING



Yasal Düzenlemeler



İTHALATIN BASİTLİĞİ (WB)

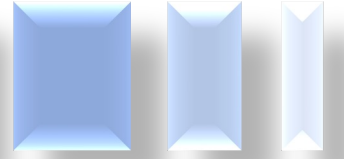
Gösterge	Avustralya	Türkiye	OECD Ortalaması
İthalat için geçen ortalama süre (Saat)	39	7	8,5
İthalatın maliyeti (Dokümantasyon, ABD Doları)	539	46	98,1

Dünya Bankası'nın iş yapma kolaylığı endeksine göre 190 ülke arasında 2020 yılı itibariyle 14'ncü sırada olan Avustralya, iş yapmanın oldukça kolay olduğu bir ülkedir. Dünya Bankası 2020 sonunda DB indeksini yayınlamayı durdurduğu için yeni veriler üretilene kadar kullanılacak son veri 2020 yılına ait olan veri olacaktır.

KAYNAK: WB



Yasal Düzenlemeler



Gümrük Vergileri

İlgili ürün grubuna uygulanan gümrük vergileri

EK_3_2021_Avustralya_Ic_Giyim_Mayo_Gumruk_Tarifeleri

isimli belgede GTIP bazlı olarak sunulmuştur.



İçindekiler

I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID-19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	30
4.	Bölgesel ve Sektörel Ekonomik Durum	32
III.	Yasal Düzenlemeler	37
IV.	Dış Ticaret, Pazar Dinamikleri ve Rekabet	41
V.	Sektörel Trendler	51
VI.	Ekler	83

İthalat

Veri Kapsamı



2017-2021 döneminde Avustralya ithal iç giyim ve mayo pazarı Çin'de bulunan ihracatçılar tarafından domine edilmiştir.

İthalatın % 66'sı Çin'den yapılmaktadır.

İlgili dönemde Avustralya'nın toplam ithalatı yıllık % 4,0 oranında artmıştır.

Bu ürün grubunda Avustralya'nın ilk on tedarikçisi arasında yer almayan Türkiye'nin ihracatı ilgili dönemde %36,9 oranında artmıştır. Ancak ülke ithalatı içinde Türkiye'nin payı hala önemsenmeyecek kadar azdır.

	İç Giyim ve Mayo ithalatı, x 1.000 \$	2017	2018	2019	2020	2021	YBBO	PAY
	Toplam İthalat	640.388	649.050	644.837	580.127	749.928	4,0%	100,00%
1	Çin	481.342	475.602	439.281	403.596	495.564	0,7%	66,08%
2	Bangladeş	36.190	40.799	49.504	53.913	74.350	19,7%	9,91%
3	Endonezya	37.597	38.587	44.433	40.563	55.097	10,0%	7,35%
4	Vietnam	7.365	15.350	18.423	23.134	40.896	53,5%	5,45%
5	Sri Lanka	9.090	9.648	10.675	9.643	18.202	19,0%	2,43%
6	Kamboçya	14.878	12.284	25.003	14.110	17.328	3,9%	2,31%
7	Hindistan	12.822	14.808	20.346	11.181	16.293	6,2%	2,17%
8	Fas	95	209	165	217	3.718	150,1%	0,50%
9	ABD	5.199	8.359	4.199	2.492	3.068	-12,4%	0,41%
10	Myanmar	2.258	4.020	5.747	2.326	2.431	1,9%	0,32%
12	Türkiye	602	725	682	833	2.115	36,9%	0,28%
	Diğer Ülkeler	32.950	28.659	26.379	18.119	20.866	-10,8%	2,78%

KAYNAK: Trademap

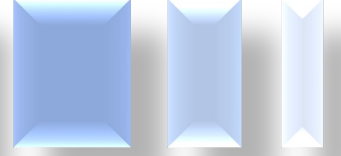


"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

* YBBO= Yıllık Bileşik Büyüme Oranı

İthalat



ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA EN ÇOK İTHAL EDİLEN 10 ÜRÜN



İlgili ürün kategorisinde ülkeye en çok ithalatı yapılan on ürün içinde ithalatı 2020—2021 yılları arasında en çok artan ürün grupları sırasıyla %22,9 yıllık bileşik büyüme oranıyla 620822, %16,5 yıllık bileşik büyüme oranıyla 610721 ve %14,2 yıllık bileşik büyüme oranıyla 610832 olmuştur. En çok ithal edilen on ürün grubunun toplam kategori ithalatı içindeki payı %80,38 olmuştur.

İç Giyim ve Mayo İthalatı, x 1.000 \$	2017	2018	2019	2020	2021	YBBO	PAY
Toplam ithalat	640.391	649.048	644.837	580.127	749.928	4,0%	100,00%
'621210	174.583	171.295	170.025	138.966	191.848	2,4%	25,58%
'610711	71.761	71.847	70.826	67.837	78.621	2,3%	10,48%
'610822	59.589	62.527	60.802	57.056	76.076	6,3%	10,14%
'610821	73.059	65.928	62.596	56.163	65.562	-2,7%	8,74%
'610892	31.844	34.954	34.972	34.049	41.958	7,1%	5,59%
'610831	31.007	28.224	28.137	29.732	41.407	7,5%	5,52%
'610832	20.503	25.166	26.572	25.569	34.928	14,2%	4,66%
'610721	14.112	15.532	17.416	19.340	26.013	16,5%	3,47%
'620821	20.666	18.055	18.967	19.307	25.250	5,1%	3,37%
'620822	9.256	12.889	17.134	17.335	21.106	22,9%	2,81%

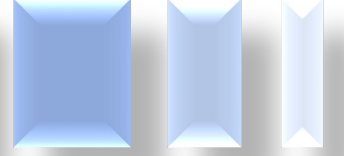


"Tüm hakları mahfuzdur®. MMXXII"

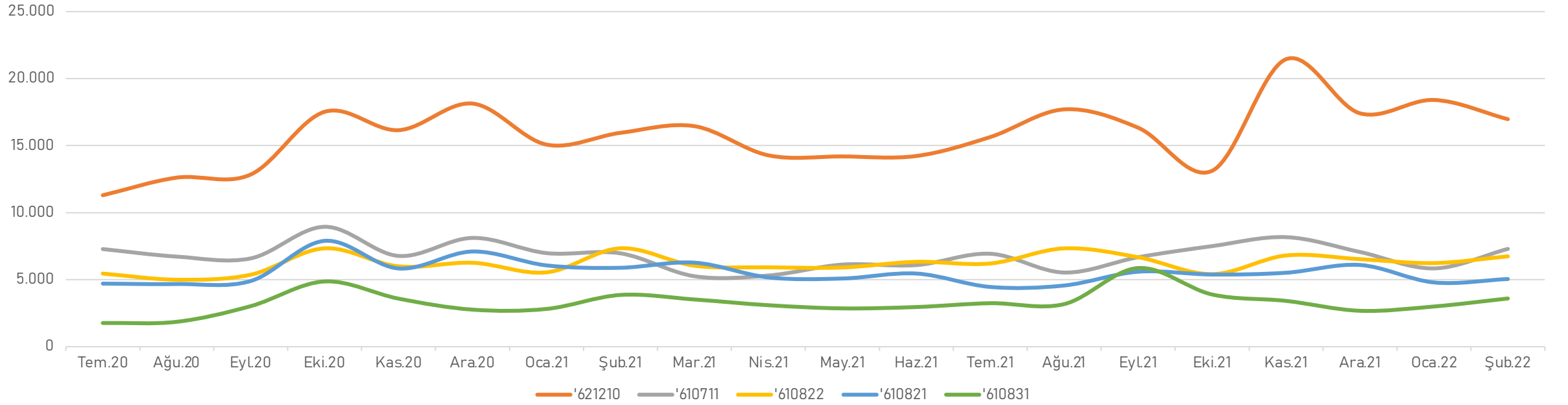
ZOBU
CONSULTING

* YBBO= Yıllık Bileşik Büyüme Oranı

İthalat



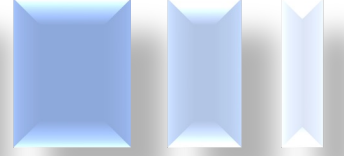
EN ÇOK İTHAL EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI – Değer – x 1.000 \$



Aylar itibarıyla en çok ithal edilen ilk beş ürün grubundan yapılan ithalat tutarları gösterilmektedir.



İthalat



İTHALATI EN FAZLA ARTAN ÜRÜN GRUPLARI

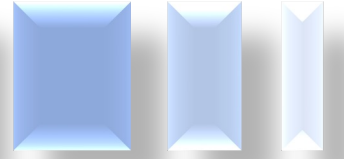


İç Giyim ve Mayo İthalatı, x 1.000 \$	2017	2018	2019	2020	2021	YBBO
'610729	18	19	1.367	1.411	660	146,1%
'610839	524	331	1.960	2.395	2.417	46,6%
'620729	62	168	93	100	263	43,5%
'621220	518	885	892	729	1.789	36,3%
'621230	751	539	400	731	2.295	32,2%
'620829	1.692	2.426	2.249	2.509	4.729	29,3%
'610719	1.307	2.164	2.853	2.860	3.516	28,1%
'620811	334	1.539	1.306	700	866	26,9%
'610829	1.260	3.892	2.580	2.356	3.156	25,8%
'620822	9.256	12.889	17.134	17.335	21.106	22,9%

İthalatı son beş yıl içinde en çok artan 10 ürün grubunun toplam kategori ithalatı içindeki payı 2017 yılında %2,5 seviyelerindeyken 2021 yılında %5,4'e yükselmiştir. Bir diğer deyişle son beş yılda bu ürün gruplarının ithalatı iki katından fazla büyümüştür.



Rakipler ve Rekabet



Avustralya pazarında satılan hazır giyim ürünlerinin yaklaşık %92'si ithal edilmektedir (Sewport). Diğer bir deyişle Türk iç giyim ve mayo ihracatçılarının asli rakipler Avustralya'ya ihracat yapan diğer ülke firmalarıdır. Bu rakiplerin başında Avustralya pazarının % 70'e yakınıni ele geçirmiş olan Çin'li ihracatçılar gelmektedir.

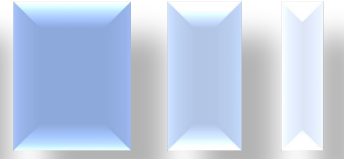
Ülkedeki tekstil, hazır giyim ve ayakkabı sanayisinde toplam 40.700 kişi çalışmaktadır (2021, AISC). İç giyim ve mayo sektöründe üretim yapan firma sayısı ise 38'dir. Bu firmalarda toplam 643 kişi istihdam edilmektedir (IBISWorld).



Sphinx Australia



Rakipler ve Rekabet – olası yerel rakipler



hopeless

<https://hopelesslingerie.com/>

MAIKI

<https://www.maiki.com.au/>

U

<https://underwearforhumanity.com.au/>

BOODY

<https://www.boody.com.au/>

KAT THE LABEL

<https://www.katthelabel.com/>

Souszy

<https://souszy.com.au/>

juem.

<https://www.juemwoman.com/>

forever and a day

<https://foreverandaday.com.au/>

LÉ BUNS

<https://lebuns.com.au/>

Chouchou
INTIMATES

<https://chouchointimates.com/>

ECO INTIMATES

<https://ecointimates.com.au/>

HARA

<https://www.harathelabel.com.au/>

AIMEE CHERIE
INTIMATES

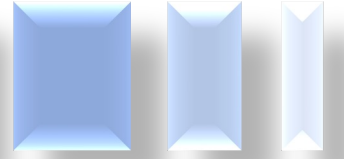
<https://aimeecherieintimates.com/>

INTIMO

<https://www.intimo.com.au/Default.asp>



Rakipler ve Rekabet – olası yerel rakipler



Bimby + Roy

<https://www.bimbyandroy.com.au/>

NICO

<https://nicounderwear.com/>

JACKFRUIT
the label

<https://jackfruitlabel.com/>

Meg Alexandra

<https://megalexandradesigns.com/>

NÜNEONI

<https://nuneoni.com/>

Distino
OF MELBOURNE

<https://www.distino.com.au/>

MERINO
COUNTRY

<https://www.merinocountry.com/>

house of blyss

<https://www.houseofblyss.com/>

ROSE & BARE

<https://roseandbare.com.au/>

Miyako

<https://miyako-official.com/>

SHADIE BY EA

<https://shadiebyea.com/>

BUSHY

<https://www.bushyunderwear.com/>

ANDORRA

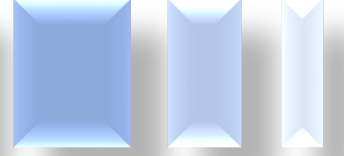
<http://andorra.com.au/about/>

Vege Threads

<https://www.vegethreads.com/>



Pazar Büyüklüğü – iç pazar

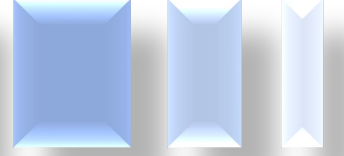


ABD doları	2021	2022	2023	2024	2025	2026	YBBO	PAY
Kadın Mayoları	560.490.463	617.100.000	649.497.750	683.596.382	719.485.192	757.258.164	6,20%	24,04%
Kadın Pijama ve İç Çamaşırları	1.032.196.970	1.090.000.000	1.109.184.000	1.128.705.638	1.148.570.858	1.168.785.705	2,52%	37,11%
Erkek Mayoları	444.782.609	491.040.000	517.948.992	546.332.597	576.271.623	607.851.308	6,45%	19,30%
Erkek Pijama ve İç Çamaşırları	162.388.060	174.080.000	180.346.880	186.839.368	193.565.585	200.533.946	4,31%	6,37%
Bebek ve Çocuk Mayoları	156.010.879	172.080.000	181.355.112	191.130.153	201.432.068	212.289.256	6,35%	6,74%
Bebek ve Çocuk Pijama ve İç Çamaşırları	182.037.915	192.050.000	194.661.880	197.309.282	199.992.688	202.712.588	2,17%	6,44%
TOPLAM İÇ PAZAR	2.537.906.895	2.736.350.000	2.832.994.614	2.933.913.419	3.039.318.013	3.149.430.968	4,41%	100,00%

2022 yılı itibarıyla Avustralya iç giyim ve mayo pazarının büyüklüğü yaklaşık 2,7 milyar ABD dolarıdır. Pazardaki en büyük ürün kategorisi 1 milyar ABD dolar ile kadın pijama ve iç giyim ürünleridir. Pazarın önümüzdeki beş yıllık dönemde yıllık ortalama % 4,41 büyüme oranı ile 3,1 milyar ABD dolarına büyümesi beklenmektedir.



Pazar Büyüklüğü – iç pazar



Pazarda en yüksek frekansta ürün alan tüketici grubunu kadınlar oluşturmaktadır. Avustralyalı bir kadını yılda ortalama 4 iç giyim ürünü alırken, bir erkek 2 tane iç giyim ürünü almaktadır. Pazardaki birim fiyat cinsinden en yüksek fiyatlı ürünler kadın mayolarıdır.

2022	Kişi başı Tüketim Harcaması, adet/yıl	Kişi başı satınalma miktarı, adet/yıl	Ortalama Fiyat, \$
Kadın Mayoları	45,67	1	45,67
Kadın Pijama ve İç Çamaşırları	54,21	4	13,55
Erkek Mayoları	18,85	1	18,85
Erkek Pijama ve İç Çamaşırları	14,23	2	7,12
Bebek ve Çocuk Mayoları	7,65	1	7,65
Bebek ve Çocuk Pijama ve İç Çamaşırları	9,87	3	3,29

Varsayımlar, nüfus ve piyasa fiyatları göz önüne alınarak yapılmış hesaplamalara dayanmaktadır.



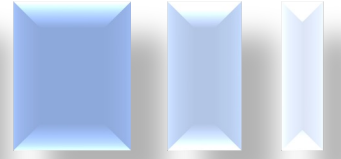
"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

İçindekiler

I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID-19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	30
4.	Bölgesel ve Sektörel Ekonomik Durum	32
III.	Yasal Düzenlemeler	37
IV.	Dış Ticaret, Pazar Dinamikleri ve Rekabet	41
V.	Sektörel Trendler	51
VI.	Ekler	83

Sektörel Trendler



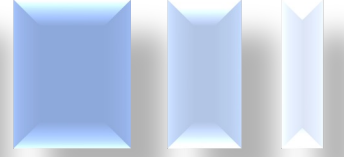
ETİK KIYAFETLER

Avustralya'daki en önemli moda trendlerinin başında etik kıyafetler gelmektedir. Sürdürülebilir malzemelerden, KSS ilkelerine uyan üreticiler tarafından üretilmiş ürünler tüketicilerden rağbet görmektedir.

Ethical Clothing Australia (<https://ethicalclothingaustralia.org.au/>) etik üretim yapan Avustralyalı hazır giyim şirketlerinin gelişmesi için çalışmalar yürütmektedir.



Sektörel Trendler



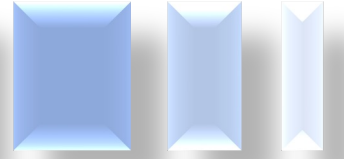
BÜYÜK BEDENİN KEŞFİ

Artık sadece büyük beden üretimine odaklanmış şirketler değil, büyük moda markaları da koleksiyonlarına büyük beden kıyafetleri eklemeyi bir zorunluluk olarak görmeye başlamıştır.

1997 yılında 18 yaş üzeri bireylerin % 57'sinin obezite sorunu ile mücadele ettiği Avustralya'da obezite oranı 2018 yılında % 67'ye çıkmıştır (AIHW). Obezitenin gelecekte de artmasının beklendiği Avustralya'da büyük bedenlere yönelik üretim ve pazarlama yapan şirketlerin piyasadaki şansları da yüksektir.



Sektörel Trendler



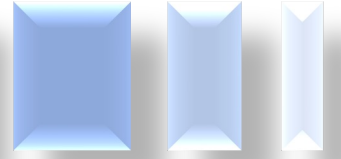
2022 yazında tek parça, çiçek desenli mayolar trend olacaktır. Daha kadınsı bir görünüm sağlayan çiçekli desenleriyle bu mayolar, bikinilerden daha çok tercih edilecekmiş gibi gözükmektedir.



"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

Sektörel Trendler



Yüksek Bel

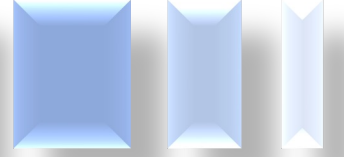
Çift parça mayo ve bikinilerde yüksek bel 2022 plaj modasına damgasını vuracaktır.



"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

Sektörel Trendler



Straplez mayolar:

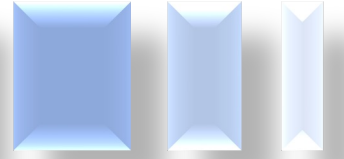
2022 Avustralya plaj modasının bir diğer öne çıkan trendi de straplez mayolar olacaktır. Omuzları ortaya çıkaran ve daha kadınsı bir görünüm yaratan straplez kesimler sadece tek parça mayolarda değil, aynı zamanda çift parça mayolarda ve bikiniler de trend olacaktır.



"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

Sektörel Trendler



Parlak ve düz renkli mayolar:



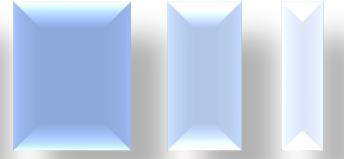
Parlak ve düz renkli mayolar, giyenlerin plajlarda hemen fark edilmesini sağlayacaktır. Bu parlak, düz tek ve çok renkli mayolar 2022 yazında Avustralya sahillerini bir renk cümbüşüne çevirecektir.



"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

Sektörel Trendler

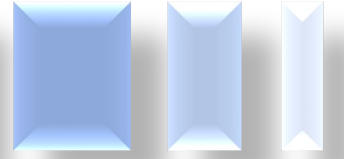


Parıltılı mayolar:

Düz renkli parıltılı mayolar 2022'de düz renkli parlak mayoların alternatifi olacaktır.



Sektörel Trendler



Yivli, nervürlü, mayolar;

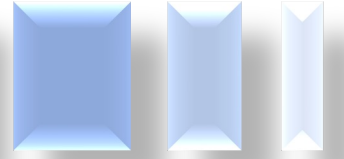
Esnek kumaşların kullanıldığı bu mayolar hem Retro çağrışımlar yapmakta, hem de vücut tipine ve boyutuna hemen adapte olmaktadır. Avustralya mayo modasında 2022 yılının vazgeçilmezlerinden olacaktır.



"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

Sektörel Trendler



Boyundan bağlamalı mayolar:

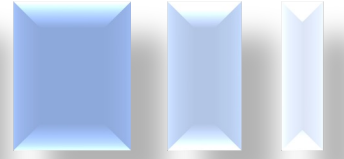
90'ların boyundan bağlamalı bikinileri 2022'de nostaljik bir özlem olmanın ötesine geçecek ve plajlarda boy gösterecektir.



"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

Sektörel Trendler

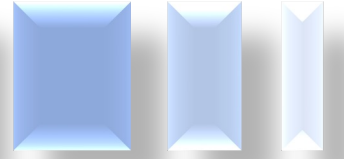


Romantik mayolar:

Fırfırlar ve fırfırların popülaritesi son birkaç sezon artmaktaydı ve 2022'de mayoda bir trende dönüşmüş durumda. Fırfırlı bir mayonun romantik trendi sağladığını görmek için yeterli olacaktır. Plaj veya havuz için taze, kadınsı bir görünüm oluşturan bu mayolar çokça tercih edilecektir.



Sektörel Trendler

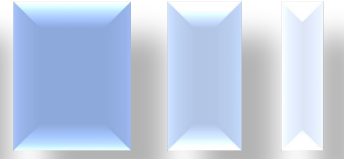


Uyumlu mayolar:

Birbiriyle uyumlu baskılar ve mayolarla tüm ailenin benzer kıyafet giymesi trendi bir moda akımına dönüşmek üzeredir. 2022 plaj modasında da ailelerin uyumlu mayolarla görüntülenmesi daha da sık olacaktır.



Sektörel Trendler



Geri dönüşümlü mayolar:

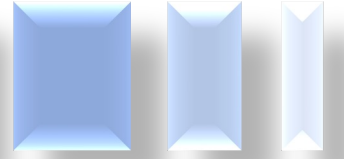
2022 Avustralya erkek mayosu modasında en temel trend geri dönüşümlü malzemeden üretilmiş mayolar olacaktır. Sürdürülebilir malzemelerden üretilmiş olan bu mayolar plajlarda tercih sebebi olacaktır.



"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

Sektörel Trendler



Yüzücü mayoları:

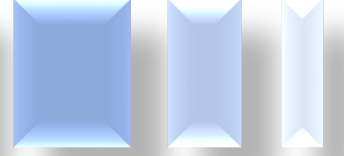
80'li yılların ortasından bu yana plajlarda yüzücü mayosu giymek, neredeyse bir tabu haline gelmişti. İnsanların bu mayoları plajda giyenlere gülümseme ile bakması, çok uzun zamandır bu mayoların daha az görünür hale gelmesine yol açmıştır. Ne var ki, 2022 yılında Avustralya plaj mayosu modasında yüzücü mayoları uygun bir keten gömlek ile Amalfi sahillerini çağrıştıracak biçimde ön plana çıkacaktır.



"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

Sektörel Trendler



Avustralyalı erkeklerin iç giyim eğilimleri gerçekten oldukça ilginç sonuçlar vermektedir. Yapılan araştırmalara göre;

Avustralyalı erkeklerin % 35'i temiz çamaşırları kalmayana kadar aynı çamaşırları 2 veya daha fazla giydiklerini belirtmektedir. Bu gruptaki yanıt verenlerin% 17'si zaman zaman çamaşırları test çevirip giydiklerini böylece çok kirlenmiş kısımlardan kendilerini koruduklarını ifade etmektedir.

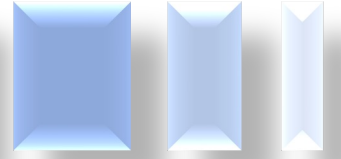
Araştırmaya yanıt veren erkeklerin %33'ü ortalama bir iç çamaşırını 5 yıl civarında giydiğini %5î iç çamaşırlarını hiç atmadıklarını, %10'u ise partnerlerinin onlardan gizli iç çamaşırlarını çöpe attığını belirtmiştir.

Uzun yıllardır cevaplanamayan meşhur bokser şort mu slip çamaşır mı? Sorusu Avustralya için yanıt bulmuş gibi gözükmektedir. İç giyimde Avustralyalı erkeklerin

- % 49'u slip bokser,
- %34'ü slip ve
- Kalan% 12'si bokser şortları tercih etmektedir.



Sektörel Trendler



Knobby

Üyelik sistemlerinin yükselişi:

Çorap alımında ortaya çıkan üyelik sistemleri Avustralya'da hem erkek hem kadın iç giyiminde gün geçtikçe daha fazla rağbet görmektedir. Bir abonelik karşılığı her ay belli bir miktar ürün teslimatının yapılmasına dayanan sistem iç giyim satışlarında bir hacim oluşturma başlamıştır. 2022 yılında daha çok üyeyi sisteme dahil etmek için Knobby gibi firmalar alternatif çözümler aramaktadır. Bun çözümlerin arasında her ay sürpriz bir tasarımı alıcı paketlerine koymak da gelmektedir.



March // So Marsh Fun



February // Steezy Street



January // Flippin' Fintastic



Special Edition // Caroline Buchanan: Bolts



Special Edition // Ryan Williams: R-Willy Land



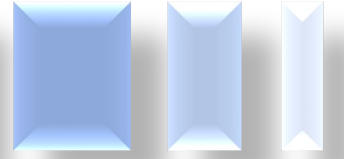
Special Edition // Cape Leveque



"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

Sektörel Trendler



Sürdürülebilir iç çamaşırları:

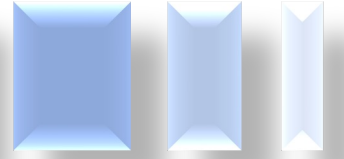
Ökalyptüs ağaçlarından elde edilen fiberlerden üretilen sürdürülebilir iç giyim ürünleri Avustralya'da 2022 yılında en önemli moda trendlerinden olacaktır.



"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

Sektörel Trendler



Pamuklu slipler:

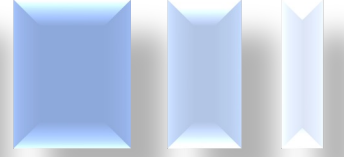
80 ve 90'lı yıllardan gelen saten kullanma geleneği sürdürülebilirlik kaygılarıyla hızla terk edilmektedir. Avustralyalı kadınların yeni tercihleri pamuklu sliplerdir. 2022 yılı da pamuklu slip iç çamaşırlarının yükselişine şahitlik edecektir.



"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

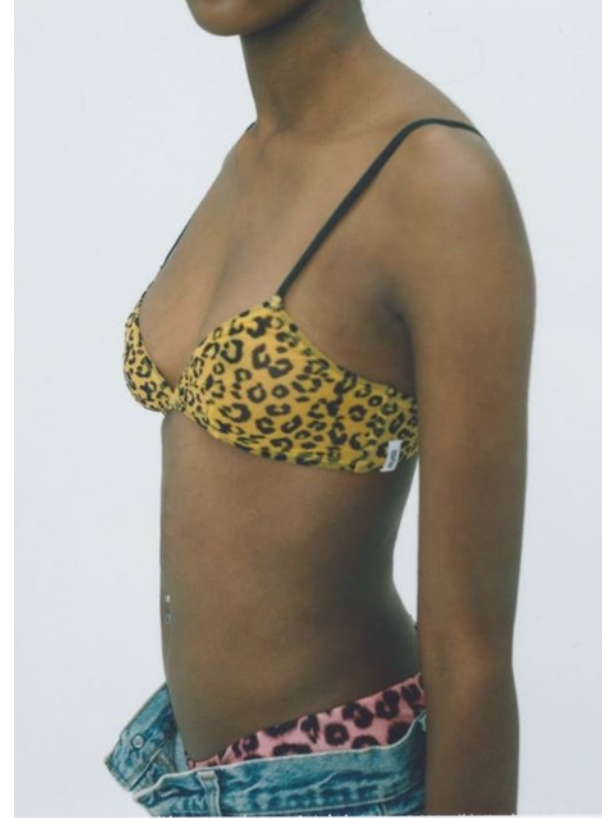
ZOBU
CONSULTING

Sektörel Trendler



Telsiz, desteksiz sutyenler:

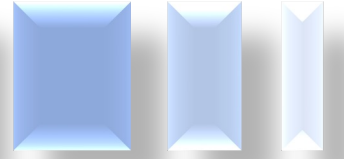
Can acıtıcı ve zaman zaman sinir bozucu olan destekli sutyenler yerlerini hızla, rahat ve konforlu hissettiren telsiz, desteksiz sutyenlere bırakmaya başlamıştır. 2022 yılı da Avustralyalı kadınların desteksiz sutyenleri daha çok tercih edecekleri bir yıl olacaktır.



"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

Sektörel Trendler



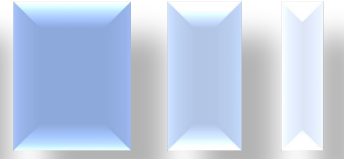
Avustralya kadın iç giyim modasının en önemli ana eğilimi elbette büyük bedenlerle barışık marka ve koleksiyonlar olacaktır. Kadın iç giyim markaları hızla koleksiyonlarındaki bedenleri güncellemekte ve sadece büyük beden üretimi yapanlar değil tüm markalar büyük bedenleri de kapsamaya çalışmaktadır. Bu eğilim 2022'ye de damga vuracaktır.



"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

Sektörel Trendler

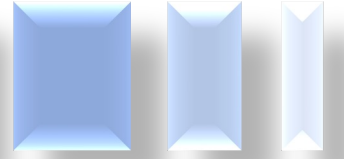


Yüksek bel:

1950'lerde kaldığı düşünölen yüksek belli slipler yeniden arzı endam etmeye başlamıştır. 2022 Avustralya kadın iç giyiminde yüksek belli kadın slipleri de ilgi çekici biçimde yükseliş içinde olacaktır.



Sektörel Trendler



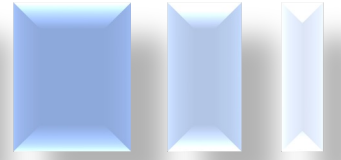
Kadınların adet dönemlerinde yaşadıkları stresi azaltmaya odaklanmış, sızdırmazlık özelliği olan iç giyimleri üreten üreticiler 2022'de bir adım daha önce olacaktır. Bu tarz sorun çözen iç giyim markaları Avustralya'da öne geçecektir.



"Tüm hakları mahfuzdur. MMXXII"

ZOBU
CONSULTING

Satış ve Dağıtım Kanalları



<https://www.woolworths.com.au/>



<https://www.coles.com.au/>



<https://www.target.com.au/>



<https://www.kogan.com/au/>



<https://www.catch.com.au/?p=2>

DAVID JONES

<https://www.davidjones.com/>



<https://www.bigw.com.au/>



<https://www.kmart.com.au/>



<https://www.amazon.com.au/>



<https://www.citybeach.com/au/>

FOREVER NEW

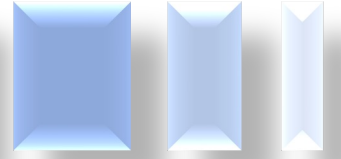
<https://www.forevernew.com.au/>

MYER

<https://www.myer.com.au/>



Satış ve Dağıtım Kanalları



COTTON:ON

<https://cottonon.com/AU/>

OZ/SALE

<https://ozsale.com.au/>

SurfStitch

<https://www.surfstitch.com/>

SHEIN

<https://au.shein.com/>

Westfield

<https://www.westfield.com.au/>

THE ICONIC

<https://www.theiconic.com.au/>

Best&Less

<https://www.bestandless.com.au/>

rebel
SPORT IS CALLING

<https://www.rebelsport.com.au/>

lululemon

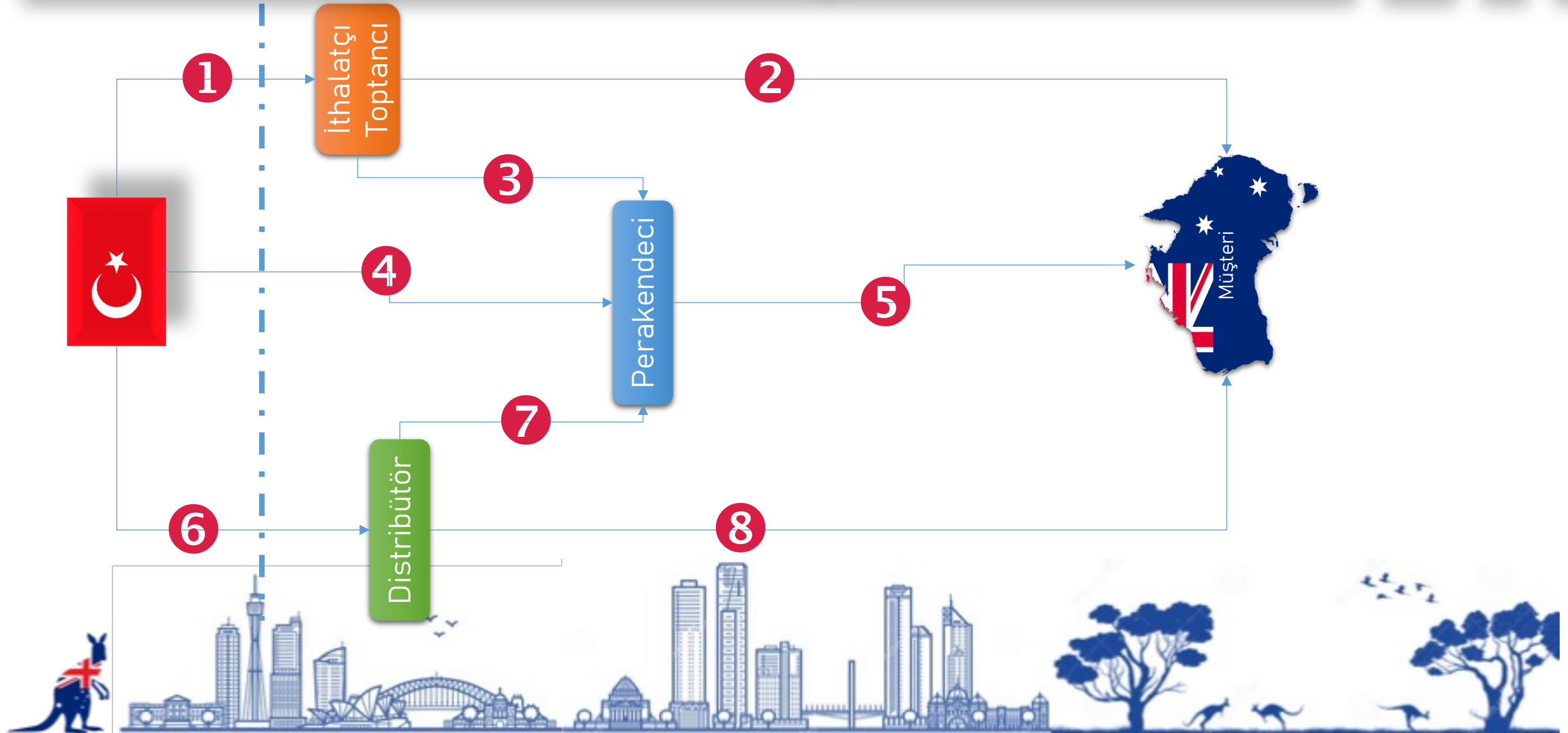
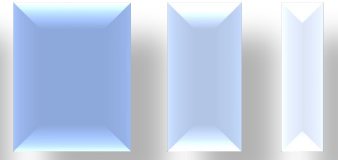
<https://www.lululemon.com.au/en-au/home>

POSHMARK

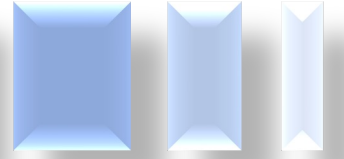
<https://poshmark.com.au/>



Pazara Erişim ve Kar Marjları



Pazara Erişim ve Kar Marjları



Avustralya pazarına erişim yolları bazındaki ticaretin yönü ve sektör özelinde ortalama kar marjları aşağıdadır.

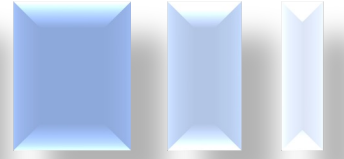
Pazara erişim yolu 1: İhracatçı > İthalatçı-Toptancı > Müşteri ①②

Avustralya'da yerleşik ithalatçılar-toptancılar online satış kanalları vasıtası ile doğrudan alıcılara ulaşabilmektedirler. Ülkede toptancıların bir arada bulunduğu toptancı pazarlarında perakende müşterilerine de satış yapılabilir. Bu, ithalatçıların daha yüksek kar marjları ile çalışmasına da imkan vermektedir. Bu sayede ithalatçı-toptancılar gerek kendi siteleri gerekse rakuten, yahoo ve amazon gibi sitelerde kurdukları online mağazalarda daha rekabetçi bir pozisyon alma imkanına sahip olabilmektedir. Elbette toptan ticaret ve perakende ticareti yapabilmek için gerçekleştirilen efor ve masraf da göz önünde bulundurulmalıdır.

(Brüt, AUD	İthalatçı-Toptancı	Müşteri
Mal Oluş	26,35	100,00



Pazara Erişim ve Kar Marjları



Avustralya pazarına erişim yolları bazındaki ticaretin yönü ve sektör özelinde ortalama kar marjları aşağıdadır.

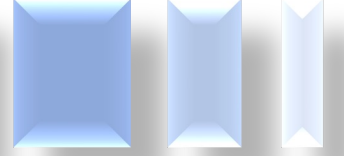
Pazara erişim yolu 2: İhracatçı > İthalatçı-Toptancı > Perakendeci > Müşteri ①③⑤

Avustralya'da yerleşik ithalatçılar-toptancılar bağımsız küçük perakendeciler ve görece küçük perakende zincirlerine (1-9 mağaza) dağıtım yapmaktadırlar. Bu perakendeciler üzerinden müşterilere erişilebilmektedir. Söz konusu perakendeciler çoklu-kanallar üzerinden (mağaza, online satış, mobil kanallar ve sosyal medya) müşteriye erişmektedir.

(Brüt, AUD)	İthalatçı-Toptancı	Perakendeci	Müşteri
Mal Oluş	26,35	44,50	100,0



Pazara Erişim ve Kar Marjları



Avustralya pazarına erişim yolları bazındaki ticaretin yönü ve sektör özelinde ortalama kar marjları aşağıdadır.

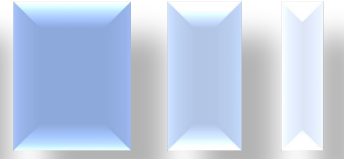
Pazara erişim yolu 3: İhracatçı > Perakendeci > Müşteri 4 5

İhracatçının Avustralya'da yerleşik büyük perakendecilere (The iconic vb) doğrudan kendi imkanları ile dağıtım yapabildiği veya bir alternatif olarak yerleşik perakende zincirlerine PL olarak üretim yaptığı dağıtım türü olarak gözlenebilir.

(Brüt, AUD)	Perakendeci	Müşteri
Mal Oluş	26,35	100,00



Pazara Erişim ve Kar Marjları



Avustralya pazarına erişim yolları bazındaki ticaretin yönü ve sektör özelinde ortalama kar marjları aşağıdadır.

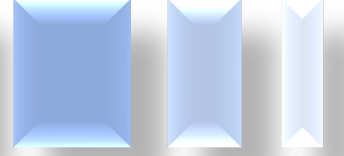
Pazara erişim yolu 4: İhracatçı > Distribütör > Perakendeci > Müşteri 6 7 5

İhracatçının Avustralya'da yerleşik distribütörü ile perakendecilere dağıtım yapması yoluyla müşteriye ulaştığı durumdur. Ülkedeki pazarlama fonksiyonunun distribütör tarafından üstlenildiği düşünülmelidir.

(Brüt, AUD)	Distribütör	Perakendeci	Müşteri
Mal Oluş	26,35	44,50	100,00



Pazara Erişim ve Kar Marjları



Avustralya pazarına erişim yolları bazındaki ticaretin yönü ve sektör özelinde ortalama kar marjları aşağıdadır.

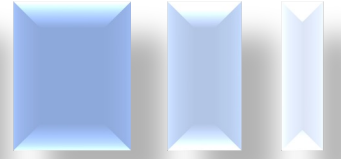
Pazara erişim yolu 5: İhracatçı > Distribütör > Müşteri 6 8

Avustralya'da yerleşik distribütörler de tıpkı ithalatçı-toptancılar gibi online satış kanalları vasıtası ile doğrudan alıcılara ulaşabilmektedirler. Bu, distribütörlerin daha yüksek kar marjları ile çalışmasına da imkan vermektedir. Elbette bu şekilde pazar penetrasyonu ve yaygın dağıtım perakendeciler ile çalışma kadar yaygın yapılamayabilmektedir. Bu durumda distribütörün kornerlar ve/veya kendi showroamları ile ürünü sergileme maliyeti de artmaktadır. Bu sayede dağıtıcılar gerek kendi siteleri gerekse amazon gibi sitelerde kurdukları online mağazalarda daha rekabetçi bir pozisyon alma imkanına sahip olabilmektedir.

(Brüt, AUD)	Distribütör	Müşteri
Mal Oluş	26,35	100,00



Pazardaki Etkinlikler



Düzenlenme Tarihi : 15 -17 Kasım 2022
Konum : Melbourne
Ziyaretçi Sayısı : 3.000
Katılımcı Sayısı : 700
Web Sitesi : <https://www.internationalsourcingexpo.com/>

Avustralya'nın en önemli hazır giyim fuarıdır. Tedarik zinciri satın almaçıların ve ticari ziyaretçilerin gezdiği etkinlik pazara giriş için önemli fırsatlar sunmaktadır.



Düzenlenme Tarihi : 14-15 Ağustos 2022
Konum : Sydney
Ziyaretçi Sayısı : 20-50.000
Katılımcı Sayısı : 500+
Web Sitesi : <https://www.fashionexposed.com/>

Bağımsız perakendecilerin ve toptancıların satın alma için ziyaret etmiş oldukları oldukça önemli bir ticari etkinliktir.



Düzenlenme Tarihi : 15 - 17 Haziran 2022
Konum : Perth
Ziyaretçi Sayısı : 14.000
Katılımcı Sayısı : 250
Web Sitesi : <http://www.everywomanexpo.com.au/>

Perth'de gerçekleştirilen ve kadın temalı, hazır giyim ürünlerinin de sergilendiği etkili bir tüketici fuarıdır. Ticari alıcılar da ziyaret edebilmektedir.

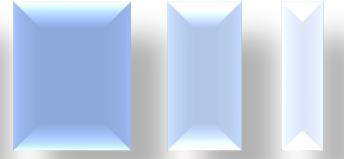


Düzenlenme Tarihi : 9-13 Mayıs 2023
Konum : Sydney
Ziyaretçi Sayısı : -
Katılımcı Sayısı : -
Web Sitesi : <https://aafw.com.au/>

Avustralya modasına yön veren trendlerin oluşumunu sağlayan moda haftası Avustralya moda sektörünün en önemli etkinliğidir.



Bilgi Kaynakları



<https://www.retail.org.au/>

Avustralya perakenden sektöründeki gelişmeleri takip etmek, rakipler ve rekabet hakkında bilgi almak için faydalı bir internet kaynağıdır.



<https://ausfashioncouncil.com/>

Avustralya moda sektörü hakkında bilgiler veren, bir firma veritabanı barındıran, moda trendlerini takip etmeye imkan sağlayan bir sitedir.



<https://www.abs.gov.au/>

Fiyatlar genel düzeyi, ekonomik durum, perakende ve toptan ticaretin eğilimi gibi konularda istatistiklere erişilebilecek bir portaldır.



<https://www.nra.net.au/>

Avustralya ulusal perakendeciler derneği de tıpkı Avustralya perakendeciler derneği gibi perakende sektörüne yön veren gelişmelerin izlenebileceği bir portala sahiptir.



<https://tcfaustralia.com/>

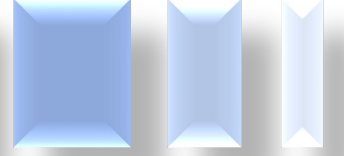
Avustralya tekstil, hazır giyim ve ayakkabı bilgi merkezi sektörü geliştirmek, bilgi vermek, eğitim sağlamak amacıyla faaliyet gösteren çok çeşitli bilgiler sunan bir portaldır.



İçindekiler

I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID-19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	30
4.	Bölgesel ve Sektörel Ekonomik Durum	32
III.	Yasal Düzenlemeler	37
IV.	Dış Ticaret, Pazar Dinamikleri ve Rekabet	41
V.	Sektörel Trendler	51
VI.	Ekler	83

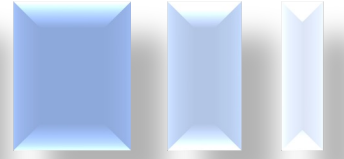
Kısaltmalar



CAGR (Compound Annual Growth Rate)	:	Yıllık Bileşik Büyüme Oranı (YBB0)
CFRR (The Centre for Retail Research)	:	Perakende Araştırmaları Merkezi
COFACE (Compagnie Française d'Assurance pour le Commerce Extérieur)	:	Fransız Dış Ticaret Sigorta Şirketi
IMF (International Monetary Fund)	:	Milletlerarası Para Fonu
AUD	:	Avustralya Doları
PL (Private Label)	:	Fason Üretim
WB (World Bank)	:	Dünya Bankası



Kaynakça



<https://knoema.com/>

<https://www.abs.gov.au/>

<https://www.retail.org.au/>

<https://ausfashioncouncil.com/>

<https://www.yellowpages.com.au/>

<https://www.imf.org/en/Home>

<https://www.theglobaleconomy.com/>

<https://data.worldbank.org/>

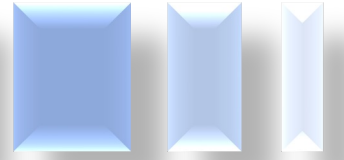
<https://www.lloydsbank.com/>




<https://tradingeconomics.com/>

Sektör temsilcileri ile gerçekleştirilen görüşmeler, halka açık şirketlerin yıllık faaliyet raporları ve yatırımcı sunumları, sektörel yayınlar ve istatistikler derlenmiş ve yorumlanmıştır.



Ekler



-  EK_1_2021_Avustralya_Ic_Giyim_Mayo_Potansiyel_Alici_Listesi
-  EK_2_2021_Avustralya_Perakende_Ic_Giyim_Mayo_Fiyatlari
-  EK_3_2021_Avustralya_Ic_Giyim_Mayo_Gumruk_Tarifeleri



TEŐEKKÜRLER

İZMİR

Yenigün Mahallesi
FevzipaŐa Bulvarı
No:146/803
Konak

www.zobu-consulting.com
info@zobu-consulting.com