

İNGİLTERE ALMANYA VE FRANSA E-İHRACATIN YILDIZI

ALIM GÜCÜ YÜKSEK OLAN AVRUPA ÜLKELERİ E-İHRACAT'TA TÜRK ŞİRKETLERİNİN YURT DIŞINDAKİ YENİ PAZARLARI ARASINDA ÖNE ÇIKIYOR. 565 MİLYONLUK İNTERNET KULLANICI SAYISI VE 261 MİLYONLUK İNTERNETTEN AKTİF OLARAK ALIŞVERİŞ YAPAN KULLANICISIYLA AVRUPA ÜLKELERİ ARASINDA EN YÜKSEK HARCAMAYI İNGİLTERE ALMANYA VE FRANSA YAPIYOR.

Fotoğraflar: Dünya Gazetesi Fotoğraf Arşivi

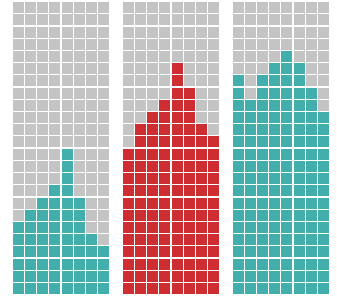




450

MİLYAR EURO

**E-TİCARETTE AVRUPA
ÜLKELERİNİN BİR YILDA
ULAŞTIĞI İŞ HACMİ**



%60

**TOPLAM HARCAMANIN
%60'INI ÜÇ ÜLKE
GERÇEKLEŞTİRİYOR**



2000

EURO

**AVRUPA'DA HANE BAŞINA
YILDA YAPILAN İNTERNET
HARCAMASI**



Toplam nüfusun yüzde 70'ini oluşturan 565 milyon internet kullanıcısı ve internetten aktif olarak alışveriş yapan 261 milyon kullanıcı ile Avrupa pazarı Türk şirketleri için geniş bir potansiyel sunuyor. 229 milyon hanenin internet bağlantısına sahip olduğu Avrupa'da, hane başına yılda 2 bin Euro internet harcaması yapılıyor. 450 milyar Euro'luk e-ticaret iş hacmine ulaşan Avrupa ülkeleri, bu iş hacmiyle perakende pazarının yüzde 6'lık kısmına ulaşmış durumda. İngiltere 142 milyar Euro, Almanya 80 milyar Euro, Fransa ise 67 milyar Euro'luk iş hacmiyle Avrupa pazar toplamının yüzde 60'ünü oluşturuyor.

Hazır giyim ilk sırada yer alıyor

Avrupa ülkelerinin internet harcamalarında hazır giyimin ilk sırada yer aldığını belirten B2CDirect'in CEO'su Yusuf İbili şunları söyledi: "Ülke olarak bu pazarları tanıyor olmamız e-ihracat için çok büyük avantaj.

Türkiye'nin 2017 yılı ihracat rakamlarına baktığımızda, hazır giyim sektörünün yüzde 10.9 pay ile otomotivden sonra ikinci sırada yer aldığını görüyoruz.

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın Temmuz 2018'de yayınlamış olduğu 'En Fazla İhracat Yapılan 20 Fasil' raporuna göre de hazır giyim kategorisi ihracatı yapılan diğer kategoriler içerisinde önemli bir yere sahip."

Avrupa'nın online sınır ötesi alım potansiyeli ve hazır giyimin ihracattaki önemli yerinin, beraberinde yüksek bir e-ihracat potansiyelini getirdiğini belirten İbili, "Bu fırsatları en iyi şekilde değerlendirmenin yollarından birisi satın alma grafiklerini yukarı çıkaran ve büyük Pazar yerlerinin de en iyi cirolarını elde ettiği günlerdir" dedi.

İndirim ve promosyon satışları artıyor

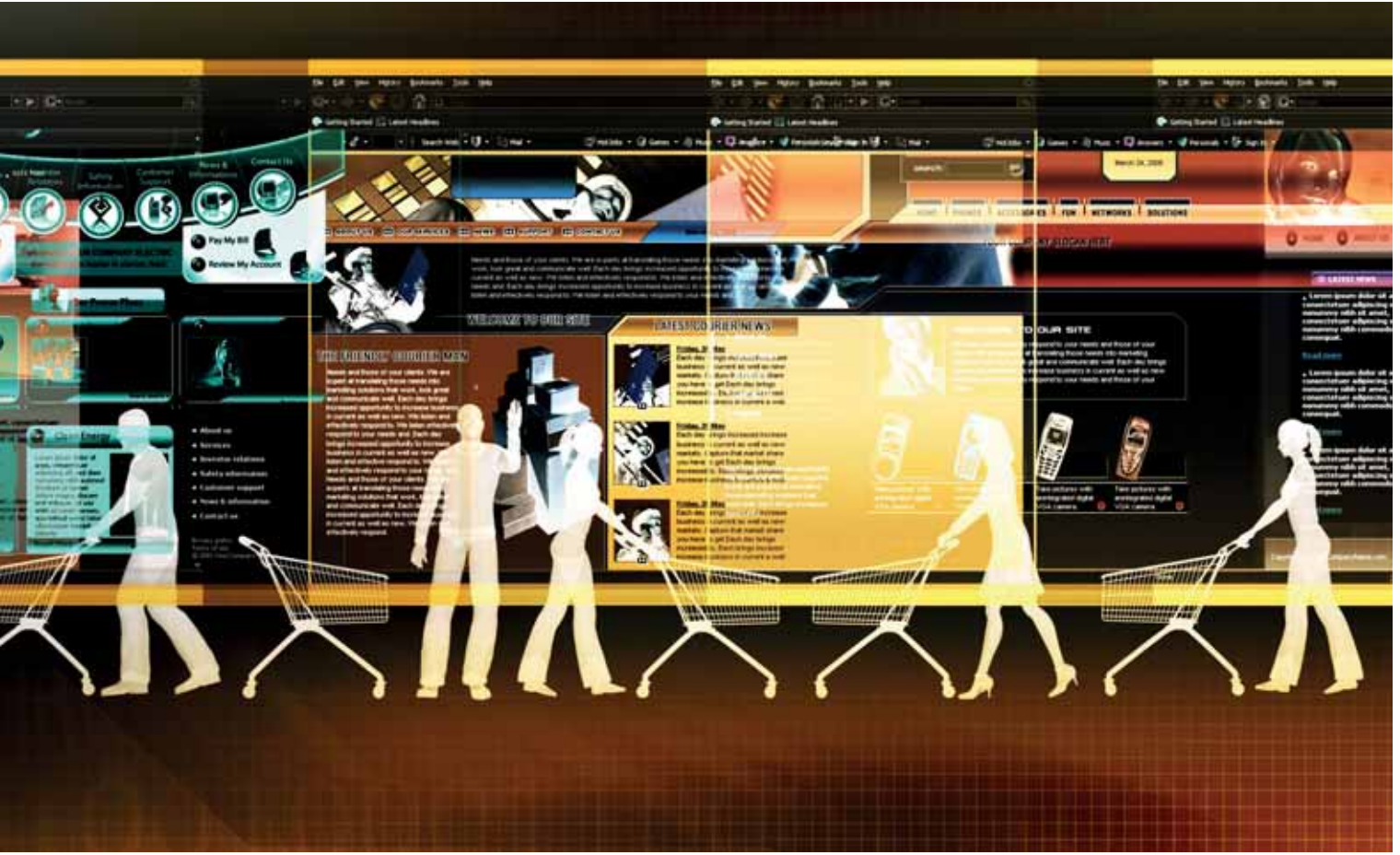
Dünya genelinde kutlanan Sevgililer Günü, Kadınlar Günü, Anneler Günü, Ba-

balara Günü ve bunlara ek olarak özellikle Halloween, Black Friday, Cyber Monday ve Christmas ile yılbaşı günlerinin de satışların en çok yapıldığı zamanlar olduğunun altını çizen İbili, satışları artıran bu günlerde mutlaka indirim, promosyon gibi bildirimlerle satışları destekleyen çalışmaların yapılması gerektiğini vurguladı.

Gümrük vergisi ve yurt dışı KDV alınmıyor

Türkiye'nin konum ve ürün çeşitliliği açısından oldukça önemli bir pozisyona sahip olduğuna dikkat çeken Yusuf İbili, "Avrupa'ya e-ihracat yapmak için çok ziyaretçisi bulunan online pazar yerlerinde mağaza açmak iyi bir seçenek olabilir. Ayrıca devlet tarafından Avrupa ülkelerine yapılan e-ihracat işlemlerinde vergi muafiyeti, iade alma ve teşvik alma gibi büyük fırsatlar sunulmaktadır" diyor.

Türkiye'den Avrupa ülkelerine yapılan e-ihracat işlemlerinde 22 Euro altındaki



siparişlerde gümrük vergisi ve yurt dışı KDV vergileri alınmıyor.

22 Euro üzerindeki siparişlerde yurt dışı KDV vergisi ödenirken, 150 Euro üzerindeki siparişler ise Türkiye ile Avrupa arasındaki ticaret anlaşmasının bir getirisi olarak A.TR/ EUR.1 belgeleri düzenlenerek Türk menşeli ürünler gümrük vergisinden muaf tutuluyor.

Avrupa'daki e-ihracat potansiyeli en yüksek pazarlar

► İngiltere: Avrupa ülkeleri arasında en yüksek kişi başına düşen milli gelire sahip olan İngiltere, bununla birlikte alım gücünün de yüksek olmasıyla öne çıkıyor. İngiltere'nin 66 milyon nüfusu var ve nüfusun yüzde 95'i yani 63 milyonu internet kullanıcısı. Online alışveriş yapanların oranı ise yüzde 81 ve sınır ötesi alışveriş oranı da yüzde 36. En çok alışveriş yapılan kategoriler, hazır giyim ve güzellik ürünü ile elektronik eşya.

► **Almanya:** Yaklaşık 83 milyon nüfusuyla Avrupa'nın ikinci en büyük e-ticaret pazarı. İnternet penetrasyonu yüksek olan Almanya'da nüfusun yüzde 91'i internet kullanıcısı. İnternet üzerinden alışveriş yapanların oranı ise yüzde 77. Bu alışverişin yüzde 25'i sınır ötesinden yapılıyor. En çok satın alınan moda ve güzellik ürünleri ile elektronik eşya.

► **Fransa:** 65 milyonluk nüfusun yüzde 88'i internet kullanıcısı. İnternet üzerinden en çok satın alınan kategoriler moda, güzellik ürünleri ve elektronik eşya.

► **Hollanda:** 17 milyon nüfusun yüzde 96'sı aktif internet kullanıcısı. Hollanda'da online alışveriş yapan 9 milyondan fazla kullanıcı, nüfusunun yüzde 84'ünü oluşturmaktadır. Moda ve güzellik ürünleri ile elektronik eşya en çok satın alınan kategoriler.

KPMG Türkiye Finansal Hizmetler Sektör

Lideri Sinem Cantürk, Türkiye'deki yatırımcıların ise geçen yılki performansın altında seyrettiğini söyledi. Cantürk, "Türkiye, toplam yatırım liginde hem Avrupa hem Ortadoğu'da maalesef 2017 sonunda yükseldiği 1'inci Lig'den geriye düştü. Ama ekosistemde gerçekleşen exit'ler moral oldu. Girişim ekosisteminin morali biraz düşükken gelen başarı hikayeleri girişimcilerimiz ve yatırımcılarımız açısından oldukça sevindirici. Biz mevcut durumda, ülkemiz ekosisteminin daha fazla iyi girişime ihtiyaç duyduğunu düşünüyoruz. Seçim etkisi olan Nisan ve Mayıs ayı haricinde diğer aylarda yatırım seviyeleri 2017 ile paralel seyrediyor. Şu anda 2017 sonlarında büyük hacimli yatırım yapan girişim fonları hazırlık sürecinde. Önde gelen bankalarımız ve kurulan yeni kurumsal girişim sermayesi fonları, iyi girişimler bulmaları halinde büyük yatırımlar yapabilecekleri sinyalini veriyor. Üçüncü çeyrekte yatırımlarda bir toparlanma bekliyoruz" diye konuştu.