



Πρεσβεία της Ελλάδος στην Άγκυρα
Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων

ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΩΝ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΚΙΑ



Η παρούσα Έρευνα Αγοράς αφορά τους ακόλουθους κωδικούς της Συνδυασμένης Ονοματολογίας (Combined Nomenclature): HS 3301, HS 3302, HS 3304, HS 3305, HS 3306, HS 3307

Άγκυρα, Νοέμβριος 2019



ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

A. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΛΑΔΟΥ/ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ.....	3
A. Περιγραφή Κλάδου - Γενικά Χαρακτηριστικά	3
B. ΠΡΟΣΦΟΡΑ	4
B.1 Δομή Παραγωγής.....	4
B.2 Εξέλιξη Παραγωγής	4
B.3 Προοπτικές στην εξέλιξη της παραγωγής.....	5
Γ. ΖΗΤΗΣΗ	6
Γ.1 Μέγεθος αγοράς/ τμήματα αγοράς	7
Γ.2 Αγοραστική συμπεριφορά.....	7
Δ. ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	7
Δ.1 Ροές εμπορίου - εμπορικό ισοζύγιο κλάδου/προϊόντος	8
Δ.2 Ανάλυση εξαγωγών- εισαγωγών.....	8
Δ.3 Δασμολογικό καθεστώς και μη δασμολογικά εμπόδια.....	12
E. ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ	13
E.1 Δομή αγοράς – Δίκτυα Διανομής.....	13
E.2 Βαθμός συγκέντρωσης (εγχώριων/ ξένων επιχειρήσεων)	14
ΣΤ. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	15
ΣΤ.1 Νομικό πλαίσιο που διέπει τη λειτουργία του κλάδου.....	15
Z. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	16
Z.1 Παράγοντες που επηρεάζουν ζήτηση –προσφορά.....	16
Z.2 Προοπτικές ελληνικών προϊόντων	17

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ



A. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΛΑΔΟΥ/ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

A. Περιγραφή Κλάδου - Γενικά Χαρακτηριστικά

Ο κλάδος των καλλυντικών στην Τουρκία αποκτά ολοένα και μεγαλύτερο μερίδιο στην τουρκική παραγωγή, διευρυνόμενη συμβολή στην ανάπτυξη της εγχώριας οικονομίας.

Σε πολλά από τα καλλυντικά προϊόντα της Τουρκίας (παραδείγματα: σαπούνι, ροδέλαιο για καλλυντική χρήση, αρώματα, είδη μακιγιάζ κ.ά.) η παραγωγή έχει ήδη υπερκεράσει τη ζήτηση, γεγονός που ενισχύει την τάση προς εξαγωγές, οι οποίες με τη σειρά τους εμφανίζουν θετικό ισοζύγιο.

Τα πλέον δημοφιλή προϊόντα είναι τα προϊόντα μαλλιών και αισθητικής, καθώς και τα σαπούνια, τα καθαριστικά, τα αρώματα, τα αποσμητικά, τα καλλυντικά για βρέφη και τα είδη οδοντικής περιποίησης. Τα τελευταία χρόνια η τουρκική αγορά χαρακτηρίζεται από ολοένα αυξανόμενη χρήση σύγχρονων προϊόντων όπως είναι τα βιολογικά σαπούνια και καλλυντικά, τα είδη καθαρισμού και περιποίησης μαλλιών με αμιγώς ή σχεδόν αμιγώς βιολογικά συστατικά, τα έλαια περιποίησης, οι οροί καλλυντικής χρήσης, και άλλα προϊόντα που περιέχουν σε μεγάλο ποσοστό βιολογικά συστατικά και χαρακτηρίζονται από απουσία χημικών συντηρητικών.

Ενδεικτικά, αναφέρουμε ότι στους 170.000 περίπου κωδικούς καλλυντικών προϊόντων που κυκλοφορούν στην Τουρκία, περίπου 60.000 εξ αυτών παράγονται εγχωρίως, ενώ σημαντικές είναι οι εξαγωγές συναφών πρώτων υλών (επί παραδείγματι: αιθέρια έλαια, βιολογικά συστατικά, αρωματικά και άλλα) από την Τουρκία προς τις αγορές της αλλοδαπής. Η βιομηχανία καλλυντικών στη χώρα απασχολεί περίπου 15.000 άτομα προσωπικό τα οποία κατανέμονται σε 3000 επιχειρήσεις.

Είναι ιδιαίτερα σημαντικό να σημειωθεί ότι τα τουρκικά καλλυντικά έχουν αποκτήσει διεθνείς πιστοποιήσεις από πλευράς ποιότητας. Οι περισσότερες τουρκικές εταιρείες καλλυντικών διαθέτουν ήδη πιστοποίηση ISO 9000 και ISO 14001. Επιπρόσθετα, τα προϊόντα παράγονται από εταιρείες που τηρούν τις απαιτούμενες προδιαγραφές ποιότητας και ευθυγραμμίζονται με τις εθνικές και διεθνείς εξελίξεις σε ζητήματα περιβαλλοντικής προστασίας.



B. ΠΡΟΣΦΟΡΑ

B.1 Δομή Παραγωγής

Οι περισσότερες εταιρείες παραγωγής καλλυντικών έχουν σαν έδρα την Κωνσταντινούπολη, σύμφωνα με στοιχεία της Ένωσης Επιμελητηρίων και Χρηματιστηριακών Ενώσεων Τουρκίας. Σε αντίστοιχο πλαίσιο, διεθνείς εταιρείες παραγωγής καλλυντικών χρησιμοποιούν την Τουρκία ως έδρα παραγωγής και προμήθειας πρώτων υλών καθώς και ως κέντρο μάρκετινγκ. Γενικότερα, η χώρα παράγει όλα τα είδη καλλυντικών προϊόντων και ειδών περιποίησης. Οι εξαγωγές εμπλουτίζονται συνεχώς με προϊόντα, καθώς ο κλάδος των καλλυντικών είναι ένας από τους λιγότερο πληγέντες κλάδους από τις οικονομικές κρίσεις, τόσο διεθνείς όσο και εγχώριες.

Πολλές πολυεθνικές εταιρείες καλλυντικών διαθέτουν μονάδες παρασκευής καθώς και εκτεταμένα δίκτυα πωλήσεων στην Τουρκία. Παράλληλα, ιδιαίτερα διαδεδομένη είναι η πρακτική της παραγωγής εγχωρίως καλλυντικών γνωστών επωνυμιών, από τουρκικά εργοστάσια, βάσει συμφωνιών αδειοδότησης (licensing). Η τουρκική αγορά καλλυντικών εμφανίζει σημαντική ανάπτυξη της τάξης του 10% ετησίως,

Εκτιμάται πώς πάνω από 5.000 εταιρείες δραστηριοποιούνται στον τομέα των καλλυντικών στην Τουρκία (παραγωγοί, εξαγωγείς, εισαγωγείς και διανομείς) με τον κλάδο να απασχολεί περισσότερα από 130.000 άτομα.

B.2 Εξέλιξη Παραγωγής

Τα τελευταία πέντε έτη παρατηρείται μεγάλη είσοδος νέων εταιρειών στην παραγωγική διαδικασία. Η πλειοψηφία των νεοεισερχομένων επιλέγει –και αυτή– την Κωνσταντινούπολη ως τόπο εγκατάστασης της επαγγελματικής τους δραστηριότητας, γεγονός που δικαιολογείται από την σημασία της Πόλης στη συνολική οικονομική δραστηριότητα της γείτονος (33% του ΑΕΠ) όσο και από την τεράστια πληθυσμιακή της πυκνότητα.



B.3 Προοπτικές στην εξέλιξη της παραγωγής

Ο κλάδος των καλλυντικών ξεκίνησε να αναπτύσσεται κατά τις δεκαετίες 1950-1960, με όχημα την είσοδο ξένων επενδυτών και πολυεθνικών εταιρειών στην τοπική αγορά, οι οποίες σύντομα ανέπτυξαν και παραγωγική δραστηριότητα. Ο τομέας, που επί σειρά ετών κυριαρχούταν από εισαγόμενα προϊόντα, σταδιακά αναπτύχθηκε και δημιουργήθηκε και εγχώρια βιομηχανία.

Τα προϊόντα περιποίησης μαλλιών αποτελούν το μεγαλύτερο τμήμα της αγοράς στην Τουρκία και εξ' αυτών το 59% αφορά στα σαμπουάν¹. Σύμφωνα με στοιχεία του Υπουργείου Υγείας της Τουρκίας έχουν καταγραφεί 13722 εταιρείες ή άτομα που δραστηριοποιούνται στον τομέα, οι πλειοψηφία των εταιρειών είναι εγκαταστημένη στην Κων/πολη, το μεγαλύτερο εμπορικό κέντρο της χώρας. Τα τελευταία έτη έχει αναπτυχθεί σημαντικά η εγχώρια αγορά φυσικών καλλυντικών και ιδιαίτερα σαπουνιών (δάφνης, ελαιολάδου). Στην κατηγορία αυτή προϊόντων έχουν δημιουργηθεί εγχώρια brands τα οποία παρουσιάζουν και αξιόλογη εξαγωγική δραστηριότητα καθώς σχεδόν το 75% της παραγωγής σαπουνιού εξάγεται. Η παραγωγή σαπουνιών και σαμπουάν γίνεται από μικρές εταιρείες σε όλη τη χώρα.

Ξένες πολυεθνικές εταιρείες είναι παρούσες στην εγχώρια αγορά με παραγωγή (άμεση ή μέσω licensing agreements, joint ventures κ.α.) είναι οι: Procter & Gamble, L'Oreal, Henkel, Colgate Palmolive, Unilever, Beiersdorf κ.α. Οι εταιρείες αυτές κρατάνε ηγετική θέση στην αγορά στην πλειοψηφία των προϊόντων. Το γεγονός αυτό οφείλεται στην μεγαλύτερη ευελιξία τους όσον αφορά στις στρατηγικές προβολής και προώθησης και στην αντιμετώπιση των επιπτώσεων της οικονομικής κρίσης.

Μεγάλοι εγχώριοι παραγωγοί είναι οι: Enyap (από τους μεγαλύτερους παραγωγούς σαπουνιού, έχει και joint ventures με την Beiersdorf και την Schwartzkopf) , Eczacibasi, Hunca Kozmetik, Kopas Kozmetik, Azmusebat Çakmak ve Tiras Biçagi San ve Ticaret AS, Rosense Kosmetik, Kosan Kosmetic, κ.α. Ξένες εταιρείες με αποκλειστικά καταστήματα καλλυντικών στην Τουρκία είναι οι: MAC, Body Shop, Clinique, Lush, Yves Rocher. L' occitane κ.α.



Γ. ΖΗΤΗΣΗ

Γ.1 Μέγεθος αγοράς

Σύμφωνα με στοιχεία της τουρκικής στατιστικής υπηρεσίας, ο συνολικός κύκλος εργασιών του εγχώριου κλάδου εργασιών έφθασε τα 11 δις TL το 2018. Για το τρέχον έτος, οι εκτιμήσεις συγκλίνουν σε αύξηση της τάξεως του 10-15% στα επίπεδα των 13 δις TL.

Γ.2 Αγοραστική συμπεριφορά

Η κοινωνική και γενικότερη σημασία του κλάδου των καλλυντικών στην Τουρκία είναι ιδιαίτερα εμφανής σε πολλές εκφάνσεις της ζωής στη χώρα.

Ταυτόχρονα με τη βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης και την επικράτηση των δυτικών καταναλωτικών προτύπων, αυξάνεται η επιθυμία των καταναλωτών να διατηρούν νεανική και ελκυστική εμφάνιση τόσο στην εργασία όσο και στην καθημερινή ζωή ευρύτερα. Παράλληλα με την αύξηση του γυναικείου εργατικού δυναμικού και της διευρυνόμενης συμμετοχής των νεότερων ηλικιών στη δημόσια ζωή, αναπτύσσεται και η σημασία του εν λόγω κλάδου στη χώρα.

Η αύξηση της ζήτησης, πράγμα που θα αναφερθεί αναλυτικότερα παρακάτω, τόσο της εσωτερικής όσο και της διεθνούς, είναι η μεγαλύτερη δύναμη προώθησης της ταχείας ανάπτυξης για τον κλάδο. Ούτως, η παραγωγή φυσικών, βιολογικών και φυτικών προϊόντων γίνεται ιδιαίτερα δημοφιλής στην Τουρκία μέρα με τη μέρα.



Δ. ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Δ.1 Ροές εμπορίου - εμπορικό ισοζύγιο κλάδου/προϊόντος

Οι εξαγωγές εγχωρίως παραγομένων καλλυντικών σημείωσαν αύξηση 0,8% το 2018, φθάνοντας σε αξία τα 1,59 δις δολάρια. Αντίθετα, οι εισαγωγές κινήθηκαν σε χαμηλότερα επίπεδα, υποχωρώντας στα 907 εκ. δολάρια (- 9%).

Δ.2 Ανάλυση εξαγωγών- εισαγωγών

- Εξωτερικό Εμπόριο της χώρας/ Γεωγραφική κατανομή

Οι χώρες στις οποίες κατά κύριο λόγο εξάγονται τα τουρκικά καλλυντικά προϊόντα είναι οι χώρες ΚΑΚ, η Ρωσία, η Βόρεια Αφρική, οι χώρες της Μέσης Ανατολής, οι χώρες της Κεντρικής Ασίας και οι χώρες της Ευρώπης γενικότερα. Οι κύριοι λόγοι για την επιτυχία των τουρκικών καλλυντικών στο εξωτερικό είναι:

- έχει γίνει ορθή παρουσίαση του οφέλους που προκύπτει από τη χρήση τους και κρίνονται ως ιδιαίτερα επιτυχημένες οι στρατηγικές μάρκετινγκ των προϊόντων, καθώς η προώθησή τους έχει θεμελιωθεί στην αποτελεσματικότητά τους, η οποία έχει κριθεί ως απτή από τους αγοραστές/καταναλωτές
- ολοένα και περισσότερες γυναίκες απασχολούνται σε διάφορους τομείς της διεθνούς οικονομικής δραστηριότητας και αποτέλεσμα της αύξησης της γυναικείας εργασίας είναι και η αύξηση χρήσης καλλυντικών προϊόντων
- έχει αυξηθεί το ενδιαφέρον των επενδυτών για καλλυντικά προϊόντα και πρώτες ύλες για παραγωγή καλλυντικών από την Τουρκία, επειδή είναι εγνωσμένης αξίας η ποιότητα των ειδών περιποίησης και ανταποκρίνεται στις προδιαγραφές που ενδιαφέρουν τους καταναλωτές για τα καλλυντικά προϊόντα
- παρουσιάζουν θετικές προοπτικές ανάπτυξης τα καλλυντικά με οργανικά/βιολογικά υλικά, η εξελισσόμενη παραγωγή καλλυντικών με αντιγηραντικές ιδιότητες, τα προϊόντα για την περιποίηση των μαλλιών (φυσικά/βιολογικά/φιλικά προς το δέρμα προϊόντα για βαφή μαλλιών)
- παρόλο που η πλειοψηφία των καταναλωτών καλλυντικών είναι νεαρές ηλικίες, θετική συμβολή στην ανάπτυξη του κλάδου παρουσιάζει και η εξελισσόμενη παραγωγή καλλυντικών για ειδικές κατηγορίες καταναλωτών (βρέφη, άνδρες με ειδικά δερματικά ζητήματα, καταναλωτές που χρειάζονται εξειδικευμένα αντηλιακά προϊόντα, καταναλωτές τρίτης ηλικίας, καταναλωτές με διαφορετικές δερματικές



ανάγκες ανάλογα με το κλίμα κάποιας περιοχής ή την καταγωγή τους, καθώς στην Τουρκία έχει εκτιμηθεί ότι παράγονται καλλυντικά τα οποία είναι κατάλληλα για χρήση από πολλούς καταναλωτές ανεξαρτήτως προέλευσης)

Κυριότεροι εξαγωγικοί προορισμοί κ αξία εξαγωγών (χιλ. \$)

Χώρες-εισαγωγείς τουρκικών καλλυντικών	2013	2014	2015	2016	2017
Ιράκ	104,732	106,083	101,729	75,269	81,870
Ιράν	68,336	70,781	60,028	71,417	71,223
Μ. Βρετανία	15,025	20,109	25,173	34,203	41,777
Γαλλία	25,008	30,374	29,481	36,166	40,753
Γερμανία	20,814	31,064	27,216	29,017	37,766
Ρωσία	44,484	44,307	25,977	23,184	28,077
Σαουδική Αραβία	18,023	26,811	27,507	27,189	26,118
Ολλανδία	12,824	13,652	13,783	16,907	24,477
Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα	24,322	26,577	25,083	26,352	21,797
Ισραήλ	15,431	13,403	13,064	16,049	17,867
Λιβύη	29,430	21,211	24,021	11,945	16,911
Ρουμανία	17,804	19,223	16,725	15,289	15,848
Ουκρανία	22,030	16,283	13,194	15,076	15,668
Κύπρος	12,944	0	0	0	13,497
Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής	8,205	8,133	7,894	8,328	12,985
Αζερμπαϊτζάν	22,352	20,855	17,464	15,990	12,108
Αλγερία	17,931	23,510	14,982	16,796	11,712
Τσεχία	2,868	4,320	5,205	6,101	11,378
Σερβία	8,414	9,158	8,515	10,005	11,290
Βουλγαρία	10,792	11,051	10,795	10,039	11,272
Τουρκμενιστάν	9,277	9,892	8,332	7,834	10,791
Πολωνία	10,638	14,647	15,296	10,564	10,527
Ιορδανία	8,892	11,064	11,841	11,752	10,444
Ιταλία	4,239	4,350	4,875	3,521	9,524
Μαρόκο	6,635	8,385	8,669	8,425	8,909
Γεωργία	6,575	8,842	8,536	8,658	8,897
Αίγυπτος	5,400	7,886	7,950	7,477	7,826



Σενεγάλη	2,078	4,992	4,808	6,630	7,109
Τυνησία	2,826	3,209	3,287	6,260	6,524
Ελλάδα	3,627	3,882	4,119	5,922	6,293
Πακιστάν	2,956	3,479	4,560	5,154	6,101
Αίγυπτος	12,442	15,723	12,931	7,516	5,686
Ισπανία	3,658	3,913	5,036	4,667	5,328
Ουζμπεκιστάν	6,743	11,295	9,650	9,448	4,538
Νιγηρία	3,638	4,628	4,329	2,796	4,446
Βοσνία Ερζεγοβίνη	2,645	3,360	3,616	4,554	4,292
Κουβέιτ	3,428	3,542	4,547	4,174	4,098
Αφγανιστάν	4,360	4,729	2,549	3,604	4,094
Μεξικό	1,697	1,394	780	3,951	4,014
Λίβανος	2,397	2,952	3,035	4,898	3,941
Ιρλανδία	287	210	1,184	3,501	3,864
Μπαχρέιν	961	1,101	2,319	4,112	3,465
Καζακιστάν	5,842	6,546	4,097	3,559	3,323
Βέλγιο	2,831	4,699	4,199	3,755	3,158
Μαλαισία	921	2,148	2,005	2,361	2,966
Ουγγαρία	2,762	3,591	3,311	2,683	2,923
ΠΓΔΜ	2,868	3,261	2,950	2,582	2,707
Αλβανία	1,913	2,571	2,334	2,531	2,629
Λευκορωσία	4,597	4,475	2,511	2,178	2,626
Ομάν	505	1,028	1,460	1,938	2,604
Ελβετία	3,152	2,883	2,607	1,931	2,557
Ινδία	3,136	2,649	3,246	3,353	2,463
Χόνγκ-Κόνγκ	1,273	1,234	1,190	1,509	2,450
Μπαγκλαντές	1,469	1,654	1,251	1,845	2,326
Μολδαβία	4,189	2,899	2,169	2,041	2,326
Βενεζουέλα	757	1,340	680	273	2,113
Αυστρία	1,286	1,393	1,452	1,470	2,063
Τατζικιστάν	3,600	4,025	3,240	2,421	2,056
Δανία	434	291	242	272	1,899
Καναδάς	1,930	2,201	1,985	1,521	1,842
Υεμένη	4,208	3,811	937	1,361	1,842
Σουδάν	1,394	1,090	1,428	1,410	1,798



Λιθουανία	1,502	1,843	1,393	2,059	1,788
Κορέα	106	331	285	652	1,748
Νότια Αφρική	2,034	2,692	1,491	1,616	1,598
Γκάνα	1,354	1,089	968	704	1,579
Κατάρ	585	661	732	714	1,469

Πηγή: INTERNATIONAL TRADE CENTER

- Ανάλυση διμερούς εμπορίου με την Ελλάδα:

Την τριετία 2016-2018 οι ελληνικές εξαγωγές καλλυντικών προς την Τουρκία διπλασιάστηκαν σε αξία. Από συναλλαγές αξίας 3 εκ. ευρώ το 2016, η Τουρκία εισήγαγε προϊόντα των εν λόγω κατηγοριών αξίας 7,15 εκ. ευρώ το 2017 από την Ελλάδα, ενώ το 2018, με δεδομένη τη σοβούσα οικονομική κρίση και την υποχώρηση της συναλλαγματικής ισοτιμίας, οι ελληνικές εξαγωγές υποχώρησαν κατά 11,8%, στα 6,3 εκ. ευρώ.

Η κατηγορία των προϊόντων μακιγιάζ (ΔΚ 3304) μονοπωλεί τις ελληνικές εξαγωγές, με τα μείγματα ευωδών ουσιών (ΔΚ 3302) να ακολουθούν σε μακρινή απόσταση.

Ελληνικές Εξαγωγές

ΔΚ	Προϊόν	Αξία 2016 (€)	Αξία 2017(€)	Αξία 2018 (€)
3301	Αιθέρια Έλαια	22.284	27.245	42.122
3302	Μείγματα ευωδών ουσιών	50.328	464.431	415.582
3303	Αρώματα και κολώνιες	59	1645	601
3304	Προϊόντα ομορφιάς, μακιγιάζ	2.401.471	5.325.545	5.224.793
3305	Παρασκευάσματα για τα μαλλιά	486.575	1.220.050	489.040
3306	Παρασκευάσματα για την υγιεινή του στόματος ή των δοντιών	4767	61064	9027
3307	Παρασκευάσματα για πριν το ξύρισμα, για το ξύρισμα και για μετά το ξύρισμα, αποσμητικά σώματος, παρασκευάσματα για λουτρά, αποτριχωτικά, άλλα προϊόντα αρωματοποίησης ή καλλωπισμού παρασκευασμένα και άλλα καλλυντικά	39143	49923	121.687



	παρασκευάσματα, που δεν κατονομάζονται ούτε περιλαμβάνονται αλλού.			
	Σύνολο	3.006.643	7.151.920	6.304.870

Εισαγωγές από Τουρκία

Οι Τουρκικές εξαγωγές προς την Ελλάδα κινούνται σε σταθερά επίπεδα την τελευταία τριετία, κινούμενες περίξ των 6,6 – 7 εκ. ευρώ περίπου.

Σε ποσοστό άνω του 80% οι τουρκικές εξαγωγές αποτελούνται από προϊόντα μακιγιάζ και προϊόντα ξυρίσματος/ καλλωπισμού.

ΔΚ	Προϊόν	Αξία 2016 (€)	Αξία 2017(€)	Αξία 2018(€)
3301	Αιθέρια Έλαια	288.440	141.588	31.834
3302	Μείγματα ευωδών ουσιών	294.285	555.110	399.743
3303	Αρώματα και κολώνιες	199.255	236.986	381.516
3304	Προϊόντα ομορφιάς, μακιγιάζ	3.197.628	3.636.969	3.518.792
3305	Παρασκευάσματα για τα μαλλιά	187.052	248.384	297.696
3306	Παρασκευάσματα για την υγιεινή του στόματος ή των δοντιών		415	2523
3307	Παρασκευάσματα για πριν το ξύρισμα, για το ξύρισμα και για μετά το ξύρισμα, αποσμητικά σώματος, παρασκευάσματα για λουτρά, αποτριχωτικά, άλλα προϊόντα αρωματοποίησης ή καλλωπισμού παρασκευασμένα και άλλα καλλυντικά παρασκευάσματα, που δεν κατονομάζονται ούτε περιλαμβάνονται αλλού.	2.470.874	2.047.639	2.256.478
	Σύνολο	6.639.550	6.869.108	6.890.600



Δ.3 Δασμολογικό καθεστώς και μη δασμολογικά εμπόδια

Ο κλάδος των καλλυντικών δεν επιβαρύνεται με πρόσθετους δασμούς, ει μη μόνον με ΦΠΑ 8% ή 18% καθώς και με ειδικό φόρο κατανάλωσης, κατά περίπτωση. Για την εισαγωγή ανάλογα με το προϊόν απαιτούνται πιστοποιητικά συμμόρφωσης ή ειδοποίησης και άλλες διατυπώσεις, τις οποίες αναλαμβάνει συνήθως ο εισαγωγέας. Παρακάτω, παρατίθεται αναλυτικός πίνακας με στοιχεία για Φ.Π.Α., δασμούς και ειδικούς φόρους κατανάλωσης.

ΔΚ	VAT(ΦΠΑ) %	SCT(Ε.Φ.Κ) %
3301	18	0
3302	18	0
3303.00.10.00.00	18	20
3303.00.90.00.19		
3303.00.90.00.11	18	0
3304	18	20
3304910000	8-18	20
3305.10	18	0
3305.20		
3305.30	18	20
3305.90		
3306	8	0
3307	18	20



E. ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

E.1 Δομή αγοράς – Δίκτυα Διανομής

Τα καλλυντικά στην Τουρκία πωλούνται ευρέως σε:

- σουπερμάρκετ, συνοικιακά καταστήματα
- στα φαρμακεία (όπου, ειδικότερα, εκτός από τα φάρμακα πωλούνται και πολλά ειδικά φαρμακευτικά καλλυντικά αλλά και καλλυντικά ευρείας χρήσης)
- στα αρωματοπωλεία
- εξειδικευμένα καταστήματα καλλυντικών
- σε πολυκαταστήματα και εμπορικά κέντρα
- σε κομμωτήρια
- σε ινστιτούτα περιποίησης είτε αυτόνομα είτε ξενοδοχείων
- στο διαδίκτυο

Αλυσίδες λιανικής πώλησης καλλυντικών στην Τουρκία είναι οι: Sevil Kozmetik (www.sevil.com.tr) με καταστήματα σε 9 πόλεις της Τουρκίας (15 καταστήματα μόνο στην Κωνσταντινούπολη), Tekin Acar (www.tekinacar.com.tr) με καταστήματα σε 22 πόλεις (15 στην Κωνσταντινούπολη), Sephora με καταστήματα σε 3 πόλεις (4 καταστήματα στην Κωνσταντινούπολη), Altug Parfumeri (www.altug.com.tr) με 5 καταστήματα στην περιοχή της Κων/πολης.

Οι άμεσες πωλήσεις (direct sales) έχουν αυξηθεί τα τελευταία χρόνια και διεθνείς εταιρείες καλλυντικών που χρησιμοποιούν το σύστημα αυτό είναι παρούσες και στην τουρκική αγορά (Avon, Amway, Herbalife, Nikken, Oriflame).

Στην Τουρκία λειτουργούν 23.000 φαρμακεία. Η πώληση καλλυντικών προϊόντων μέσω φαρμακείων δεν είναι τόσο διαδεδομένη όσο σε άλλες χώρες, ωστόσο η αγορά υπάρχει και αναπτύσσεται. Σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία ο αριθμός των φαρμακείων που πωλούν προϊόντα περιποίησης δέρματος ανέρχεται σε 3.000.

Τα κέντρα wellness & spa, τα τελευταία χρόνια στην Τουρκία εμφανίζουν ανάπτυξη η οποία σχετίζεται με την αλλαγή των καταναλωτικών προτιμήσεων αλλά κυρίως και με τον τουρισμό. Η



πλειοψηφία των ξενοδοχείων διαθέτει κέντρα spa και σύμφωνα με παράγοντες του κλάδου η επισκέψεις σε αυτά εμφανίζουν αυξητικές τάσεις.

E.2 Βαθμός συγκέντρωσης (εγχώριων/ ξένων επιχειρήσεων)

Η ταχεία και συνεχιζόμενη ανάπτυξη του κλάδου καλλυντικών και ειδών περιποίησης στην Τουρκία, ευθυγραμμιζόμενη με όλους τους κλάδους παραγωγής που παρουσιάζουν θετική εξέλιξη στο εμπορικό ισοζύγιο, εδώ και περίπου δέκα χρόνια (με εξαίρεση την κρίση του έτους 2009) αναλογεί στη ζήτηση για καλλυντικά, εκτός από τις περιπτώσεις που, όπως αναφέρθηκε, η παραγωγή ξεπερνά τη ζήτηση και τα πλεονάζοντα είδη εξαγονται στο εξωτερικό.

Σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα ολοκληρωμένα στατιστικά στοιχεία που μελετήθηκαν για τους σκοπούς της παρούσας έρευνας από το υπουργείο οικονομικών και την εθνική στατιστική υπηρεσία της Τουρκίας, το συνολικό μερίδιο των καλλυντικών και ειδών προσωπικής περιποίησης στην αγορά της χώρας εκτιμάται στα περίπου 3,3 δισ. αμερ. δολλ.. Παρόλο που αυτός ο όγκος δεν αντιπροσωπεύει μεγάλο μερίδιο της αγοράς στο διεθνές στερέωμα, όπου και ξεπερνάει τα 330 δισ. αμερ. δολλ. ο κλάδος, παραμένει εντυπωσιακή η ανάπτυξη του κλάδου στην Τουρκία, καθώς, ανάλογα το είδος προϊόντος, σε αρκετές περιπτώσεις αυξάνονται οι προσωπικές δαπάνες για καλλυντικά προϊόντα.

Τα πιο ακριβά είδη (αρωματοποιία, είδη μακιγιάζ και είδη εξειδικευμένων θεραπειών περιποίησης προσώπου και σώματος) εκτιμώνται να έχουν μερίδιο στην αγορά τουλάχιστον 500 εκατ. αμερ. δολ.



ΣΤ. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

ΣΤ.1 Νομικό πλαίσιο που διέπει τη λειτουργία του κλάδου

Η τουρκική νομοθεσία σχετικά με την παραγωγή και εξαγωγή καλλυντικών εναρμονίζεται σε μεγάλο βαθμό με τις σχετικές οδηγίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τα καλλυντικά.

Ο βασικός νόμος που διέπει την παραγωγή και εμπορία καλλυντικών στην Τουρκία είναι ο Νόμος 5324 του 2005 και οι σχετικοί ακόλουθοι νόμοι καθώς και οι τροποποιητικές πράξεις αυτών, οι οποίοι θέτουν τις κατευθυντήριες γραμμές για την παραγωγή, την αδειοδότηση, τον έλεγχο, τη διαφήμιση, το μάρκετινγκ, τη συσκευασία, τον καθορισμό των σημείων και των ποσοτήτων πώλησης, καθώς και όλα τα μέτρα που αφορούν τις προδιαγραφές σχετικά με την υγεία και την πιστοποίηση ασφάλειας, όπως επίσης και τις προδιαγραφές ποιότητας των υλικών.

Το Υπουργείο Υγείας της Τουρκίας είναι υπεύθυνο για τον έλεγχο και την έγκριση κυκλοφορίας τόσο των εγχώριων καλλυντικών όσο και των εισαγόμενων. Η τουρκική νομοθεσία δεν περιορίζει την παραγωγή, εισαγωγή ή εξαγωγή καλλυντικών και άλλων προϊόντων προσωπικής περιποίησης αλλά υποχρεώνει κάθε εταιρεία σε έγγραφη ειδοποίηση του Υπουργείου Υγείας πριν από τη διάθεση των προϊόντων στην αγορά καθώς και σε χημική ανάλυση αυτών, υποχρέωση η οποία υφίσταται έπειτα από οποιαδήποτε αλλαγή σε συστατικά ή ουσιώδη τροποποίηση.



Z. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Z.1 Παράγοντες που επηρεάζουν ζήτηση –προσφορά.

Η γεωγραφική εγγύτητα της Τουρκίας με μεγάλες αγορές στόχους, η δυνατότητα ταχείας διανομής, σύγχρονος τεχνικός εξοπλισμός με υψηλές περιβαλλοντικές προδιαγραφές και η δυνατότητα χρήσης πρώτων υλών υψηλής ποιότητας συναποτελούν τα πλεονεκτήματα της Τουρκίας. Επί του παρόντος, η Τουρκία θα χρειαστεί να αξιοποιήσει τα οφέλη που της προσδίδει η Τελωνειακή Ένωση με την ΕΕ και να αξιοποιήσει την αύξηση επενδύσεων που προσφέρει η εμπορική σχέση με τις χώρες μέλη, εντός κι εκτός της ευρωζώνης, καθώς οι οικονομίες των χωρών αυτών θα μπορούσαν να έχουν σημαντικά οφέλη από την εισαγωγή τουρκικών πρώτων υλών για καλλυντικά και καλλυντικών προϊόντων και από την εξαγωγή τεχνικού εξοπλισμού και απαραίτητων ειδικών γνώσεων.

Ενδεικτικά αναφέρουμε μερικές μεθόδους βελτιστοποίησης των παραγωγικών διαδικασιών, του σχεδιασμού διανομής υλών και προϊόντων και των στρατηγικών του μάρκετινγκ:

- Μείωση κόστους παραγωγής μέσω επένδυσης σε μεγαλύτερης διάρκειας μηχανήματα.
- Απασχόληση εξειδικευμένου καλά εκπαιδευμένου προσωπικού.
- Διεθνείς συνεργασίες σε τομείς όπως η διοργάνωση εκθέσεων, το marketing, η παροχή τεχνογνωσίας κ.ά.
- Πάταξη αδήλωτης εργασίας και φοροδιαφυγής και σχετική ενημέρωση των επιχειρήσεων, ρυθμιστικές παρεμβάσεις από πλευράς κράτους
- Βελτιστοποίηση συστημάτων ελέγχου ποιότητας
- Συνεργασίες μεταξύ επιχειρήσεων μέσω επενδύσεων
- Διεξαγωγή έρευνας από τα επιμελητήρια βιομηχανίας και εμπορίου προκειμένου να αναλυθούν τα προβλήματα στην εφοδιαστική αλυσίδα (ταχύτητα, ασφάλεια, ζητήματα τελωνειακών ελέγχων και χρεώσεων κ.ά.)
- Στήριξη εκπαίδευσης και εξειδίκευσης, τόσο από πανεπιστημιακά προγράμματα όσο και από σεμινάρια, ανθρώπινου δυναμικού
- Συνεργασία εταιρειών παραγωγής και προμήθειας πρώτων υλών
- Χρήση υψηλής τεχνολογίας στην παραγωγή
- Εφαρμογή περιβαλλοντικών πολιτικών και τεχνικών παραγωγής, έλεγχος ζητημάτων υγείας τόσο των εργαζομένων στη διαδικασία παραγωγής όσο και ως προς το τελικό προϊόν σε



- επαφή με το δέρμα, π.χ. για ζητήματα αλλεργιών
- Μείωση ενεργειακού κόστους και ευθυγράμμιση με ενεργειακές περιβαλλοντικές προδιαγραφές
- Περισσότερη συνεργασία με την ΕΕ ως προς την Τελωνειακή Ένωση με Τουρκία και συνεργασία στο άνοιγμα διαπραγματευτικών κεφαλαίων εφόσον σκοπός παραμένει η ένταξη της Τουρκίας στην ΕΕ ως πλήρες μέλος
- Επέκταση παραγωγής και επενδύσεων σε όλη τη χώρα
- Επικέντρωση στο marketing, στη δημοσιοποίηση της παραγωγής και της δραστηριότητας μέσω εκθέσεων και εκδηλώσεων
- Διατήρηση της υψηλής ποιότητας πρώτων υλών και αποφυγή παραγόντων τεχνικών ή άλλων που ενδέχεται να βλάψουν τα προϊόντα

7.2 Προοπτικές ελληνικών προϊόντων

Ο κλάδος των καλλυντικών κρύβει σημαντικές προοπτικές για τα συναφή ελληνικά προϊόντα και μια σειρά από λόγους.

Εκ πρώτης, τα δυναμικά χαρακτηριστικά της τουρκικής αγοράς και ειδικότερα ο νεανικός και μεγάλος συνολικά σε μέγεθος πληθυσμός. Αφετέρου, ο περιορισμένος προστατευτισμός που χαρακτηρίζει τον συγκεκριμένο κλάδο, γεγονός που επιτρέπει στα ελληνικά προϊόντα να ανταγωνίζονται επί ίσοις όροις. Εν συνεχεία, τα υψηλά ποιοτικά χαρακτηριστικά της ελληνικής παραγωγής, τα οποία καθίστανται ολοένα και πιο ελκυστικά λόγω της στροφής προς βιολογικά προϊόντα.

Το σημαντικότερο μερίδιο στις ελληνικές εξαγωγές συνεχίζουν να καταλαμβάνουν προϊόντα περιποίησης σώματος και μαλλιών, με σαφή τάση ανόδου για τα βιολογικά – φυτικά προϊόντα.



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

Χρήσιμες Πληροφορίες:

Ιστοσελίδες:

Σύνδεσμος Βιομηχανίας Καλλυντικών: <http://www.ktmd.org.tr>

Σύνδεσμος Εξαγωγέων χημικών προϊόντων: <http://www.turkishcosmetics.org/>

Τουρκική Αρχή Τελωνείων: <http://www.gumruk.gov.tr>

Αρχή εξωτερικού εμπορίου: <http://www.dtm.gov.tr>

Διεθνείς Εκθέσεις

Mothers, Childs and Babies

Tel: (+90) 212 216 37 43

www.efemfuar.com

Health and Beauty

Tel: (+90) 212 225 09 20

www.interteks.com

Private Label

Tel: (+90) 212 465 74 75



www.sinefuarcilik.com

Beauty Eurasia

Tel: (+90) 212 222 90 60

www.ipekyolu.info

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ II – ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΑ & ΕΝΩΣΕΙΣ

(Πηγή: Γραφείο ΟΕΥ Πρσ. Άγκυρας)

Φορέας	Ιστοσελίδα	E-mail	Address in Ankara:
			Sogutozu Mah. 2180 Cad. No:5/A 06530
Ankara Chamber of Commerce	https://www.atonet.org.tr	ato@ato.org.tr	Cankaya/ANKARA
Ankara Chamber of Industry	http://www.aso.org.tr	gensek@aso.org.tr	Atatürk Bulvarı No: 193 Kavaklıdere / ANKARA
The Union of Chamber and Commodity Exchanges of Turkey	http://www.tobb.org.tr	info@tobb.org.tr	Dumlupınar Bulvarı No:252 (Eskişehir Yolu 9. Km.) 06530 /ANKARA
DEIK foreign economic relations board	https://www.deik.org.tr	info@deik.org.tr	Leyent Mahallesi, Büyükdere Cad. Bahar Sk. No:13/9-10 River Plaza,, 34349 Şişli/Istanbul,
Turkish Industry and Business Association	http://tusiad.org	ankoffice@tusiad.org	Adres: İnan Cad. No: 39 / 4 Gaziosmanpaşa 06/00 Ankara
Istanbul Chamber of Commerce	http://www.ito.org.tr	ito@ito.org.tr	Istanbul İcaret Odası Merkez Bina Kesadive Cad. 34112 Eminonu / ISTANBUL
Istanbul Chamber of Industry	http://www.iso.org.tr	info@iso.org.tr	Meşrutiyet Cad. No:62, 34430 Tepebaşı/ISTANBUL

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ II – ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ

Turkish Chemical Manufacturers Association

<http://www.tksd.org.tr>

Association of Cosmetics & Cleaning Products Industrialists of Turkey

<http://www.ktsd.org.tr>

Turkish Statistical Institute

<http://www.turkstat.gov.tr>



Turkish Ministry of Economy
<http://www.economy.gov.tr>

Turkish Ministry of Health
<http://www.saglik.gov.tr>