



## Türkiye Kadın İç Giyim, Çorap, Plaj Giyim ve Ev Giyim Sektör Raporu – 2021

# Önemli Not

Bu rapor (“Rapor”), Deloitte Danışmanlık A.Ş. (“Deloitte”) tarafından Suwen Tekstil SAN. TİC. A.Ş. (“Suwen”) için aşağıda belirtilen kapsam ve kapsam sınırlamaları doğrultusunda hazırlanmıştır.

Rapor, yalnızca Suwen’in faaliyet gösterdiği iç giyim, çorap, plaj giysileri ve ev giyim pazarlarının analiz edilmesi amacıyla hazırlanmıştır. Rapor, farklı bir amaç ya da farklı bir içerikte kullanılamaz ve raporun içeriği ya da bu rapora dayalı olarak karar alma, üçüncü taraflara raporlama gibi işlemler de dahil olmak üzere yapılabilecek herhangi bir işlem hakkında Deloitte’un hiçbir sorumluluğu bulunmamaktadır.

Rapor, Suwen ve Deloitte arasında imzalanan sözleşmenin esaslarına dayanarak, yalnızca Suwen’in kullanımı için hazırlanmıştır. Rapor ve/veya Rapor’un herhangi bir içeriği hakkında, Suwen dışında herhangi bir üçüncü taraf ya da taraflara karşı Deloitte sorumluluk, yükümlülük ve görev kabul etmemektedir.

Rapor’da yer alan bilgilerin dayandığı verilerin büyük bölümü kamuya açık kaynaklardan elde edilmiş olan masabaşı araştırmalara, Suwen iç verilerine ve Deloitte geçmiş deneyimine dayanmaktadır. Rapor’un uygun bölümlerinde ilgili referanslar verilmiştir. Deloitte söz konusu bilgilerin doğruluğu ve bütünlüğüne ilişkin hiçbir sorumluluk kabul etmemekte olup, doğrulama imkanı olmaksızın söz konusu bilgilerin doğruluğuna ve bütünlüğüne güvenmiştir. Ayrıca, Rapor’da yer alan analizlerden elde edilen sonuçlar Rapor’un yazım tarihinde mevcut olan bilgilere dayalı olup, sonraki dönemlerde yapılacak değerlendirmeler için dayanak teşkil etmemektedir.

Deloitte veya Suwen tarafından ya da onlar adına bunların ortakları, çalışanları, acenteleri ya da herhangi bir başka kişi tarafından Rapor’da veya erişime açılan sözlü açıklamalarda yer alan bilgilerin tamlığı, kesinliği veya doğruluğu hakkında açık ya da zımni hiçbir beyan ya da garanti verilmemektedir ve Rapor’a ilişkin hiçbir sorumluluk ya da yükümlülük kabul edilmeyecektir.

Rapor’a ait fikri mülkiyet ve diğer mülkiyet hakları Deloitte ve/veya Suwen’e aittir ve bu Rapor’a ilişkin tüm haklar, açıkça temin edilmediği sürece saklıdır.

Rapor sadece bilgi amaçlı olup, finansal veya diğer profesyonel tavsiyede bulunmaya yönelik değildir. Bilhassa, Rapor herhangi bir yatırım, iştirak, çıkış kararına veya Rapor’da değinilen piyasa ve şirketlerin kullanımına dayanak teşkil etmemektedir. Hem Deloitte hem de Suwen, Rapor’un ve içeriğinin kullanılmasından (veya kullanılmamasından) ve Rapor’un ve içeriğinin kullanılmasına (veya kullanılmamasına) bağlı alınan eylem ve kararlardan kaynaklanan hiçbir yükümlülüğü kabul etmeyecektir.

# Pazar Büyüklüğünü Hesaplama Yaklaşımımız

Toplam İç Giyim, Çorap, Plaj Giyim ve Ev Giyim pazar büyüklüğünü hesaplayabilmek için talep ve arz tarafı olmak üzere iki farklı yaklaşım belirlenmiştir.

## Metodoloji

**12.212 milyon TL**

### Talep Tarafı Yaklaşımı

- Başlangıçta, çeşitli veri kaynakları kullanılarak daha fazla analiz yapılır. Her SEC ve yaş grubu için ortalama birim tüketim ve fiyat değerleri tanımlanır.
- Bu sonuçlar daha sonra daha büyük pazarı (pazar araştırmasının kapsamına girmeyen) ele almak için ayarlanır ve tahmin edilir. Uzmanlarla görüşmeler tamamlandıktan sonra pazar büyüklüğü kesinleşir.
- Veri Kaynakları:
  - Türkiye İstatistik Kurumu
  - Uzmanlarla Görüşmeler
  - Euromonitor
  - Deloitte Görüşleri ve Deneyimleri
  - Şirket Faaliyet Raporları ve İnternet Siteleri

**12.104 milyon TL**

### Arz Tarafı Yaklaşımı

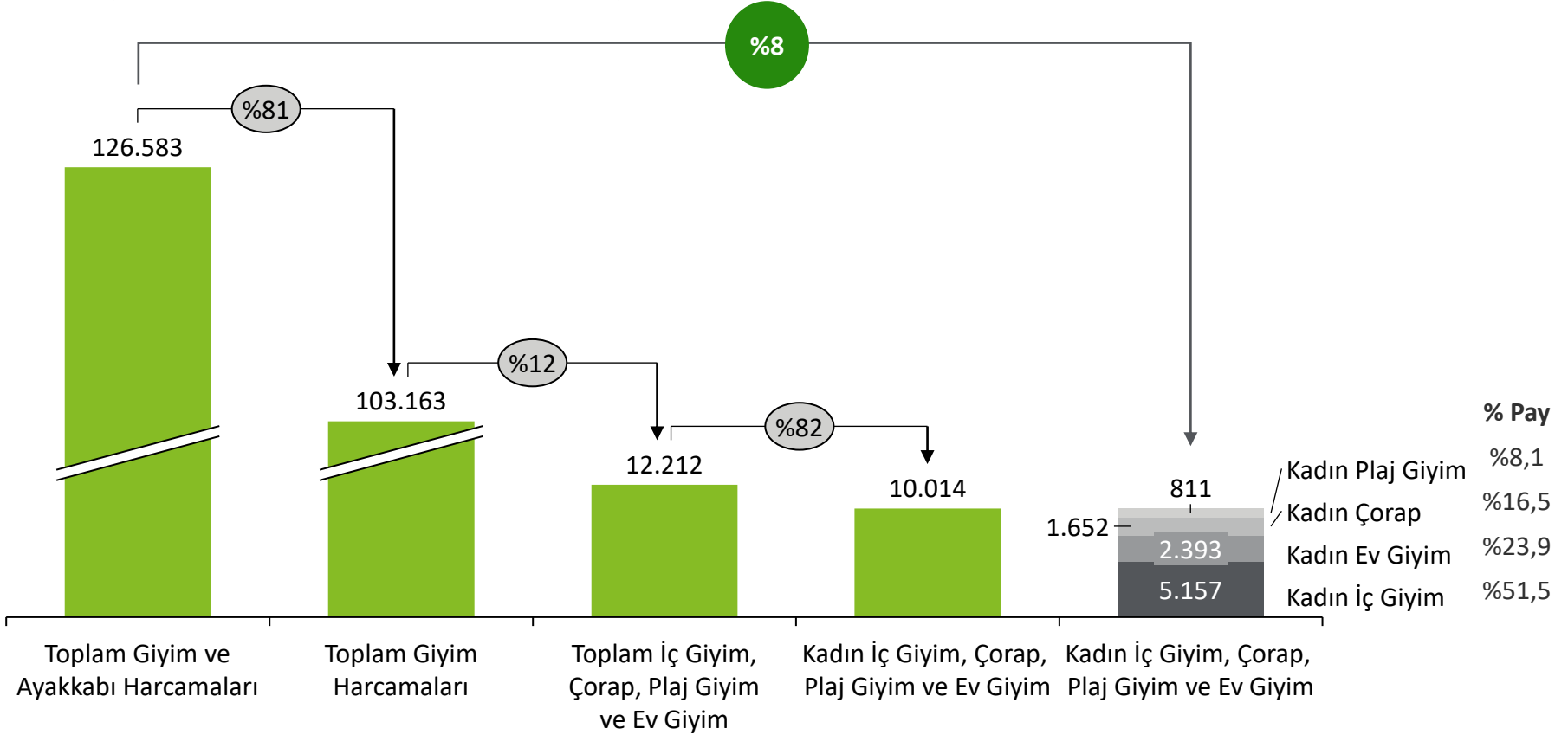
- Her bir kanal türü için, pazar büyüklüğü aşağıdan yukarıya bir alıştırma ile belirlenir. Çalışmadaki ana kanal türleri:
  - Geleneksel Kanallar: Geleneksel Özel Mağazalar ve Pazar Yerleri
  - Modern Kanallar: Modern Özel Mağaza Zincirleri, Diğer Giyim Zincirleri, Mağazalar, İnternet ve Süper Marketler
- Satış noktaları ve satış noktası başına yaklaşık gelirler, çeşitli veri kaynakları kullanılarak tahmin edilmektedir.
- Veri Kaynakları:
  - Deloitte Veri Tabanı
  - Uzmanlarla Görüşmeler
  - Euromonitor

Toplam İç  
Giyim,  
Çorap, Plaj  
Giyim ve Ev  
Giyim Pazar  
Büyüklüğü -  
2021

# Kadın İç Giyim, Çorap, Plaj Giyim ve Ev Giyim Türkiye Pazarı

Kadın İç Giyim, Çorap, Plaj Giyim ve Ev Giyim pazarı, Türkiye'deki toplam giyim ve ayakkabı pazarının %8'ini oluşturmaktadır.

## 2021 Giyim Pazarı Harcamaları Kırılımları (milyon TL)



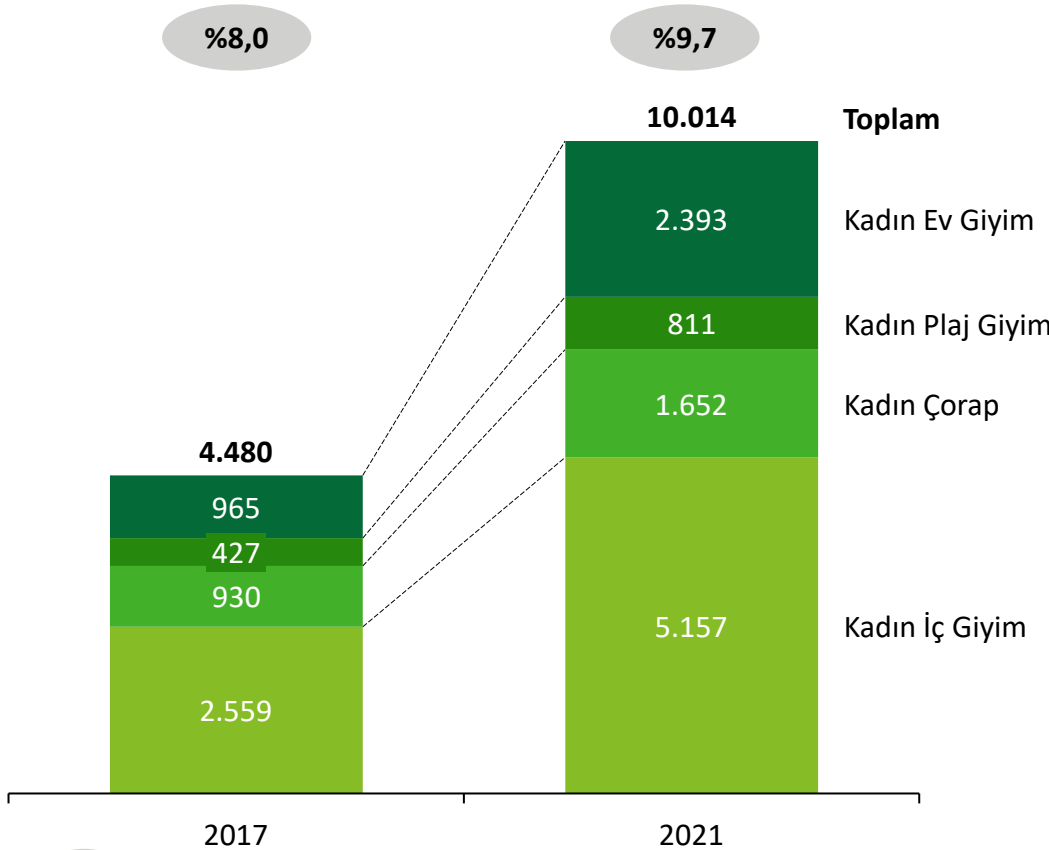
Kaynak: Deloitte analizi, Euromonitor, Sektör uzmanları, TÜİK

© 2022. Daha fazla bilgi için Deloitte Türkiye (Deloitte Touche Tohmatsu Limited üye şirketi) ile iletişime geçiniz.

# Kadın İç Giyim, Çorap, Plaj Giyim ve Ev Giyim Pazarı Kırılımı

Kadın İç Giyim, Çorap, Plaj Giyim ve Ev Giyim pazarının toplam giyimdeki payının yatay seyredeceği beklenmektedir.

Kadın İç Giyim, Çorap, Plaj Giyim ve Ev Giyim Pazarı Harcama Kırılımları, 2017-2021 (milyon TL)



YBBO	Δ Pay - (% değişim)
17-21	17-21
%19,7	1,7
%25,5	4,1
%17,4	-0,7
%15,5	-2,6
%19,1	-0,9

X Kadın İç Giyim, Çorap, Plaj Giyim ve Ev Giyim Toplam Giyimdeki Payı

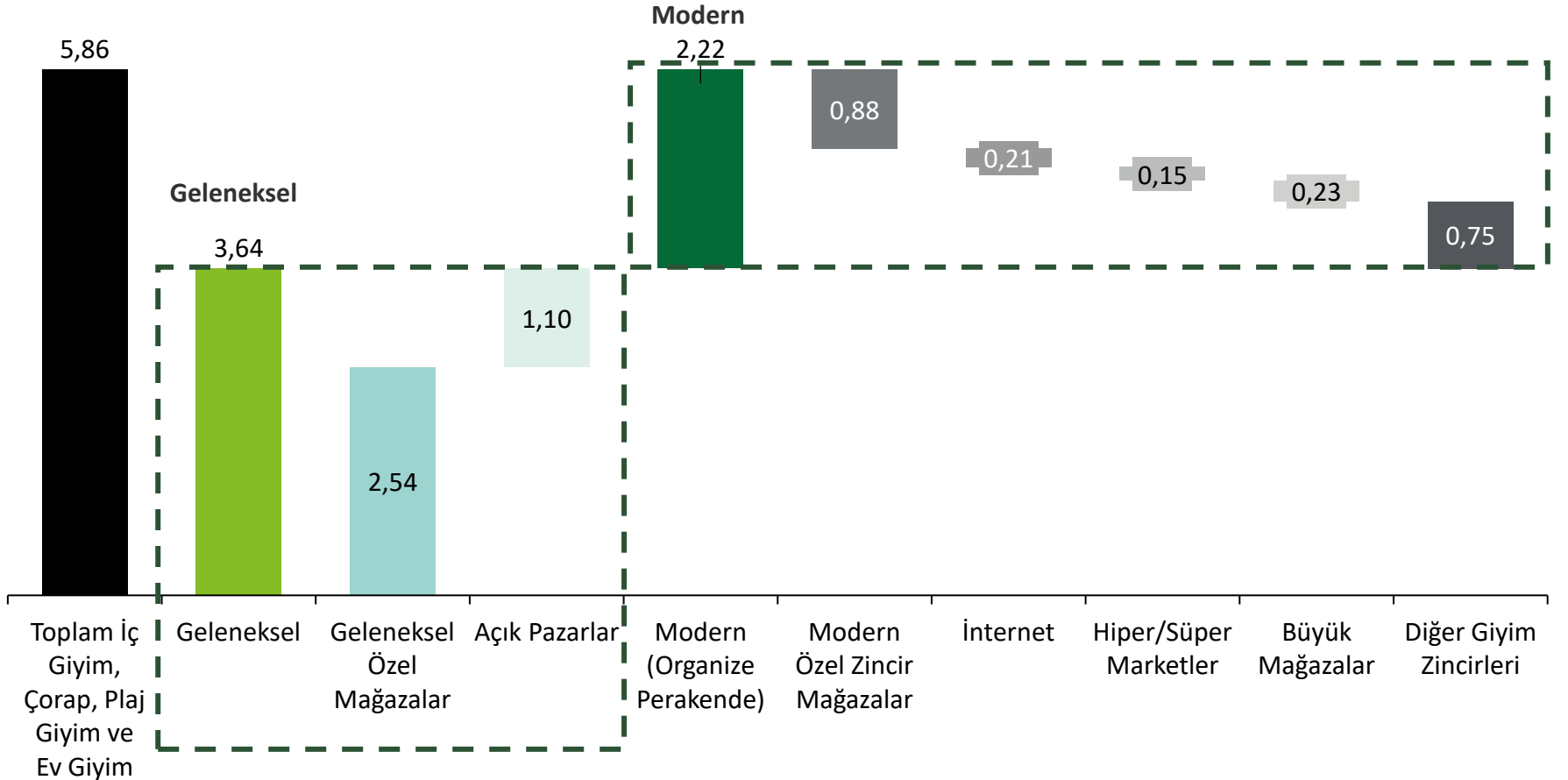
Kaynak: Deloitte analizi, Euromonitor, Sektör uzmanları, TÜİK

YBBO: Yıllık Bileşik Büyüme Oranı

# Toplam İç Giyim, Çorap, Plaj Giyim ve Ev Giyim Pazarı Kanal\* Dağılımı - 2017

İç Giyim, Çorap, Plaj Giyim ve Ev Giyim pazarı iki kategori altında incelenmektedir: geleneksel ve modern kanallar.

Kanal Bazında Toplam İç Giyim, Çorap, Plaj Giyim ve Ev Giyim Pazar Dağılımı, 2017 (milyar TL)

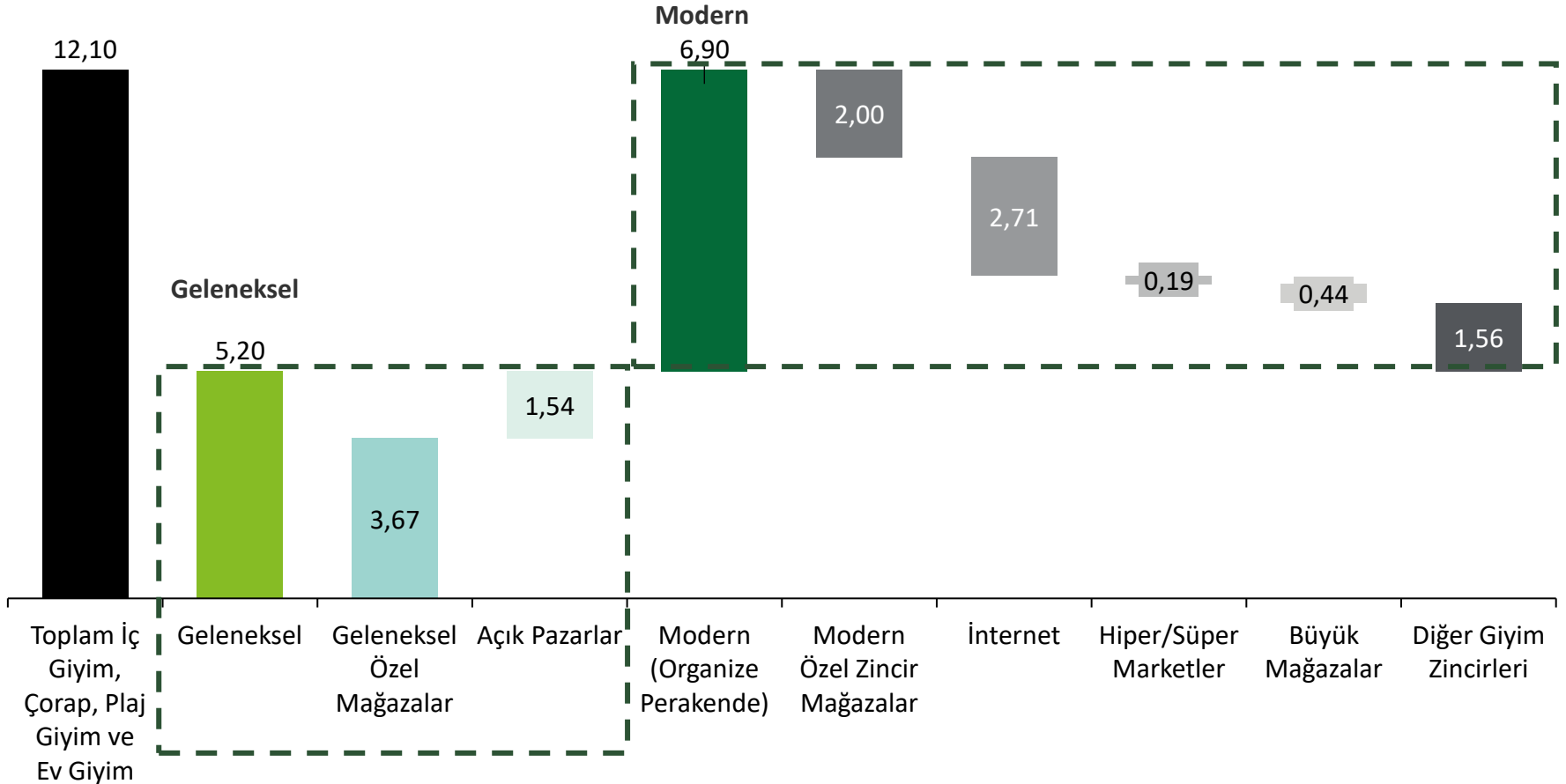


Kaynak: Deloitte analizi, Euromonitor, TÜİK, Sektör uzmanları, Pazar araştırması \* : Kanal tanımları «Ek: Tanımlamalar» sayfasında bulunmaktadır.

# Toplam İç Giyim, Çorap, Plaj Giyim ve Ev Giyim Pazarı Kanal Dağılımı - 2021

Pandemi sırasında değişen tüketici alışkanlıklarının da etkisiyle 2021 yılında en büyük modern kanal İnternet olmuştur.

Kanal Bazında Toplam İç Giyim, Çorap, Plaj Giyim ve Ev Giyim Pazar Dağılımı, 2021 (milyar TL)



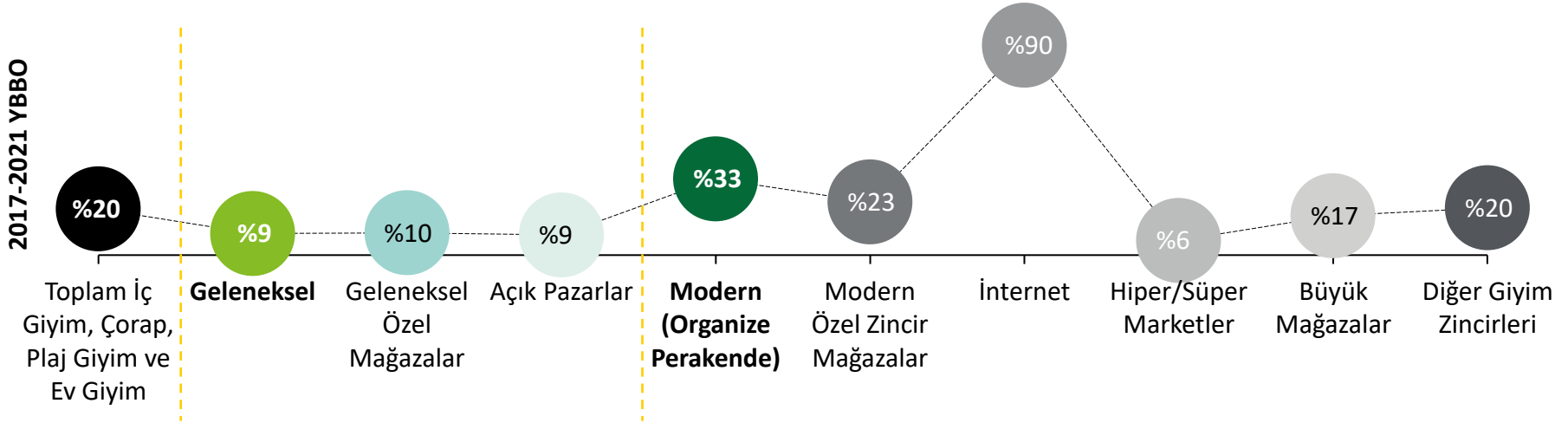
Kaynak: Deloitte analizi, Euromonitor, TÜİK, Ticaret Bakanlığı, ETBİS, ETİD, Pazar araştırması

© 2022. Daha fazla bilgi için Deloitte Türkiye (Deloitte Touche Tohmatsu Limited üye şirketi) ile iletişime geçiniz.

# Kanal Bazında Toplam İç Giyim, Çorap, Plaj Giyim ve Ev Giyim Pazar Büyümeleri

2017-2021 yılları arasında pazar yıllık %20 büyürken, geleneksel kanallardan modern kanallara geçiş gözlenmiştir.

Kanal Bazında Toplam İç Giyim, Çorap, Plaj Giyim Ve Ev Giyim Pazarının Yıllık Bileşik Büyüme Oranı, 2017-2021, (%)



Kaynak: Deloitte analizi, Euromonitor, TÜİK, Ticaret Bakanlığı, ETBİS, ETİD, Pazar araştırması

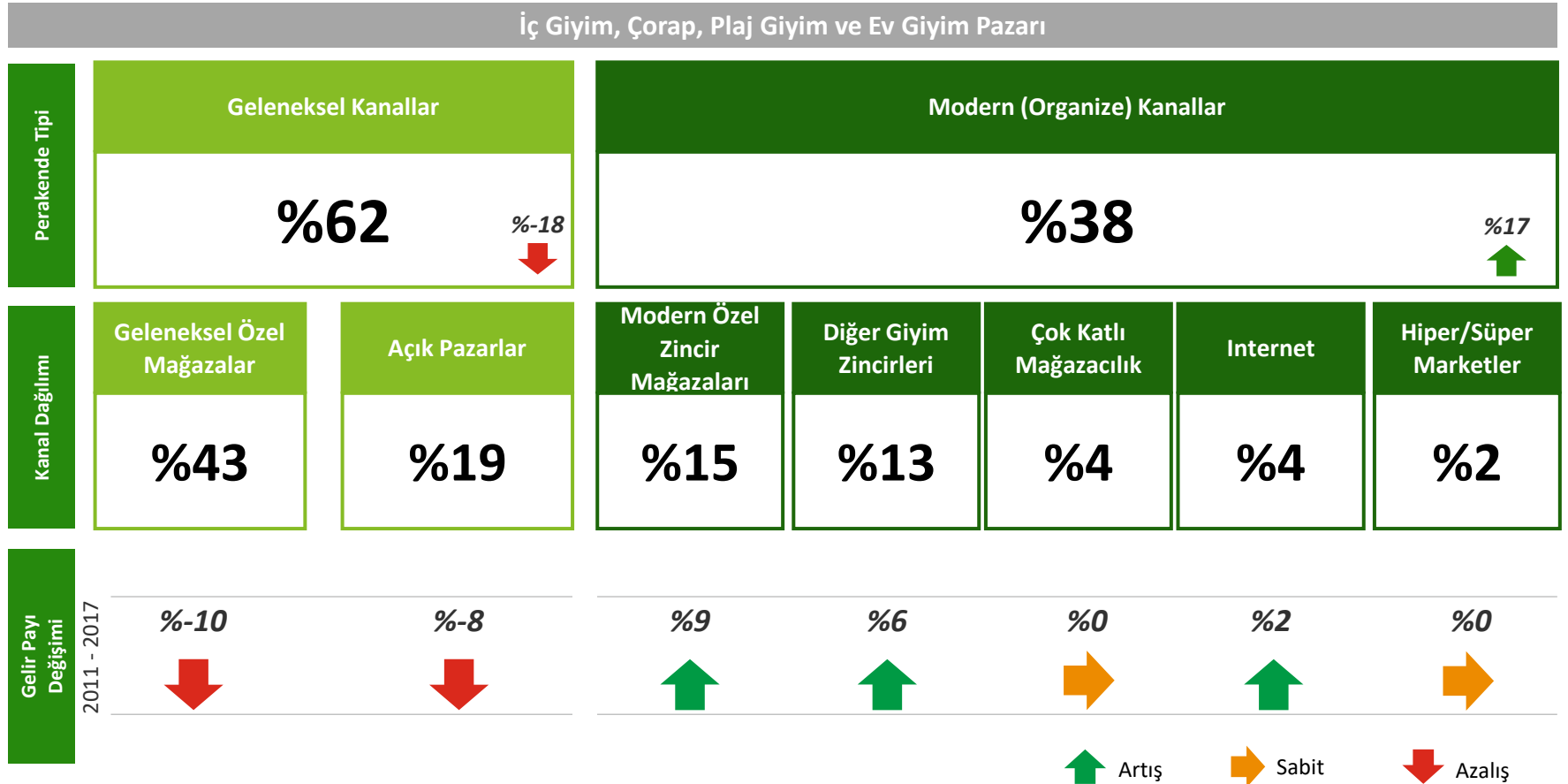
© 2022. Daha fazla bilgi için Deloitte Türkiye (Deloitte Touche Tohmatsu Limited üye şirketi) ile iletişime geçiniz.



# Toplam İç Giyim, Çorap, Plaj Giyim ve Ev Giyim Pazar Kanalı Kırılımı - 2017

2017 yılı, organize kanalın yüksek büyüme ivmesine rağmen geleneksel kanalların ağırlıkta olduğu bir seneydi.

## Toplam İç Giyim, Çorap, Plaj Giyim ve Ev Giyim Pazarı, Kanal Payları (2017)

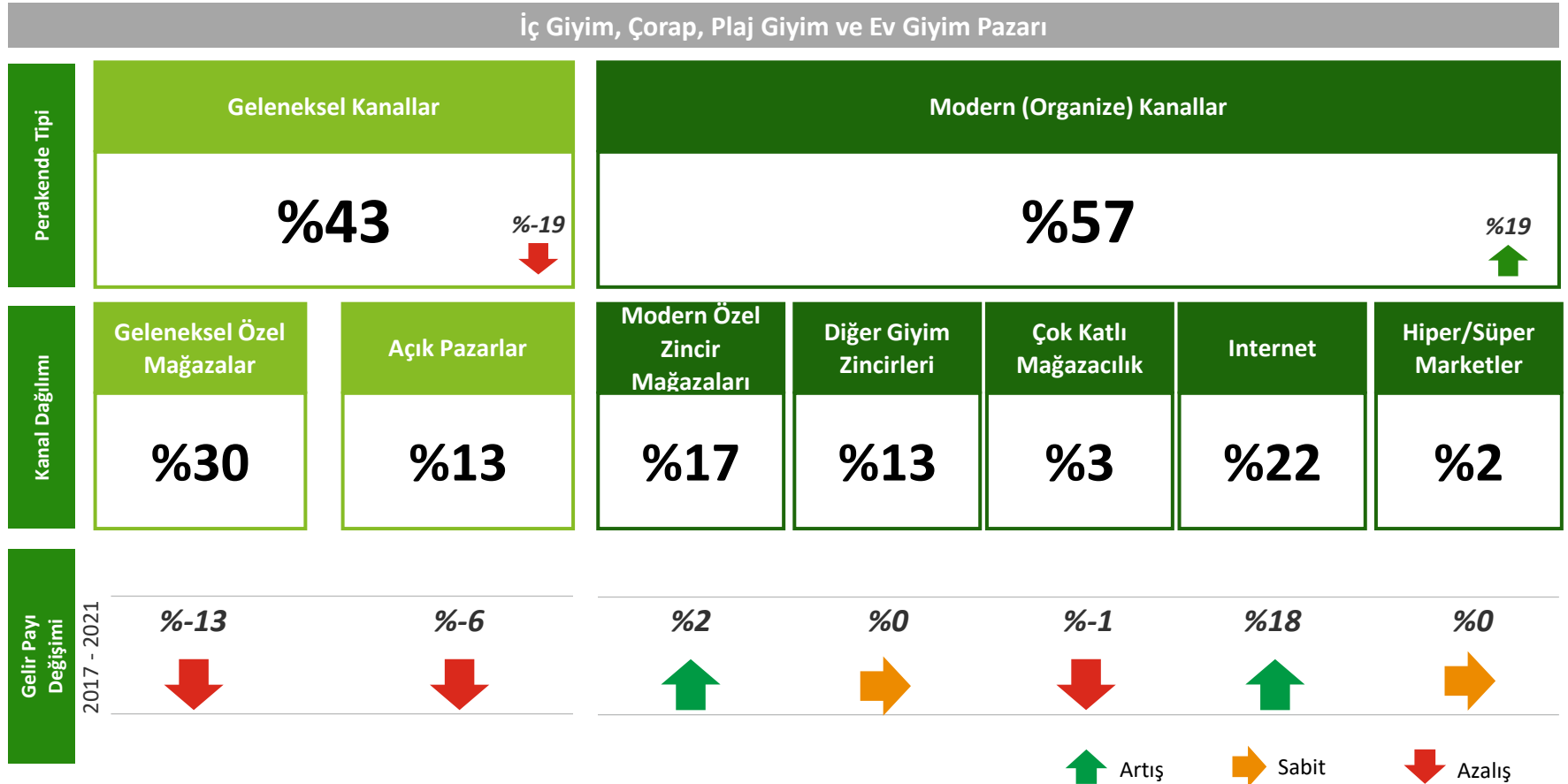


Kaynak: Deloitte analizi, Euromonitor, TÜİK, Ticaret Bakanlığı, ETBİS, ETİD, Pazar araştırması, Uzman görüşleri

# Toplam İç Giyim, Çorap, Plaj Giyim ve Ev Giyim Pazar Kanalı Kırılımı - 2021

Modern satış kanalları, müşteriler geleneksel kanallardan geçiş yaptıkça paylarını arttırmaktadır; pandemi sırasında değişen tüketici alışkanlıklarının da etkisiyle internetin payı büyük oranda artış göstermiştir.

## Toplam İç Giyim, Çorap, Plaj Giyim ve Ev Giyim Pazarı, Kanal Payları (2021)



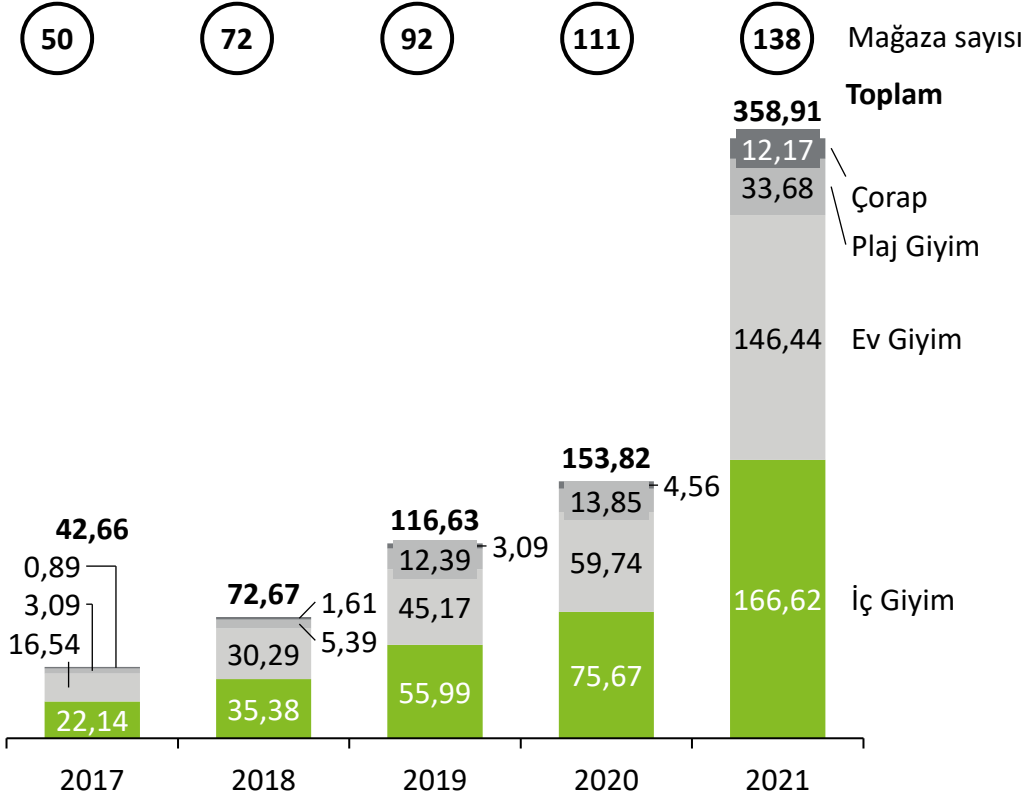
Kaynak: Deloitte analizi, Euromonitor, TÜİK, Ticaret Bakanlığı, ETBİS, ETİD, Pazar araştırması, Uzman görüşleri

© 2022. Daha fazla bilgi için Deloitte Türkiye (Deloitte Touche Tohmatsu Limited üye şirketi) ile iletişime geçiniz.

# Suwen İç Giyim, Çorap, Plaj Giyim ve Ev Giyim Pazarı Kırılımı

Suwen, satışlarını son 5 senede yıllık ortalama %70 oranında büyütürken pazar payını %1'den %2,9'a çıkarmıştır.

Suwen İç Giyim, Çorap, Plaj Giyim ve Ev Giyim Pazarı Kırılımları, 2017-2021 (milyon TL)



YBBO* ('17-'21)	Pazar Payı ('21)
%28,9	-
<b>%70,3</b>	<b>%2,9</b>
%92,1	%1,0
%81,7	%3,5
%72,5	%4,9
%65,6	%2,4

YBBO: Yıllık Bileşik Büyüme Oranı

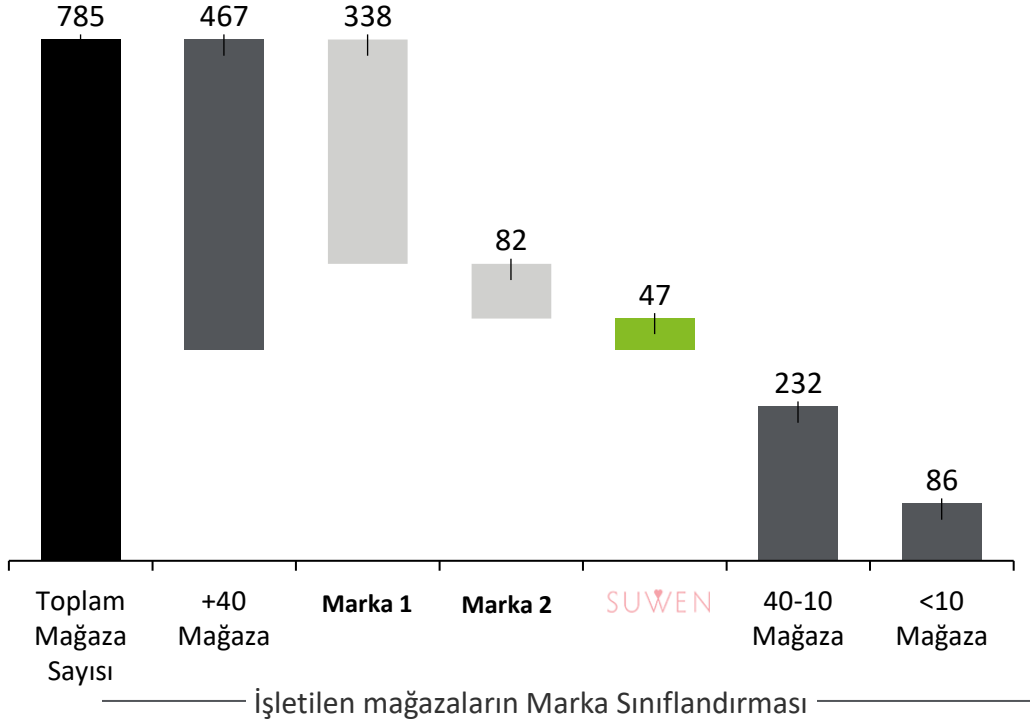
Kaynak: Deloitte analizleri, Euromonitor, Endüstri uzmanları

© 2022. Daha fazla bilgi için Deloitte Türkiye (Deloitte Touche Tohmatsu Limited üye şirketi) ile iletişime geçiniz.

# İç Giyim Perakende Mağazaları Yoğunluğu

Türkiye'de iç giyim pazarının konsantrasyonu yüksektir, çok az markanın mağaza kanalında olduğu görülmekte ve lider markanın toplam mağazaların yaklaşık %43'üne sahip olduğu görülmektedir.

## Kadın İç Giyim, Çorap, Plaj Giyim ve Ev Giyim Sektörü'ndeki Modern Özel Zincir Mağazalar\*, Ekim 2017



\* Yalnızca iç giyim markaları dahildir, çok kategorili giyim perakendecileri veya diğer markalar hariçtir.

Kaynak: Şirket web siteleri, Faaliyet raporları, Şirket sosyal medya hesapları

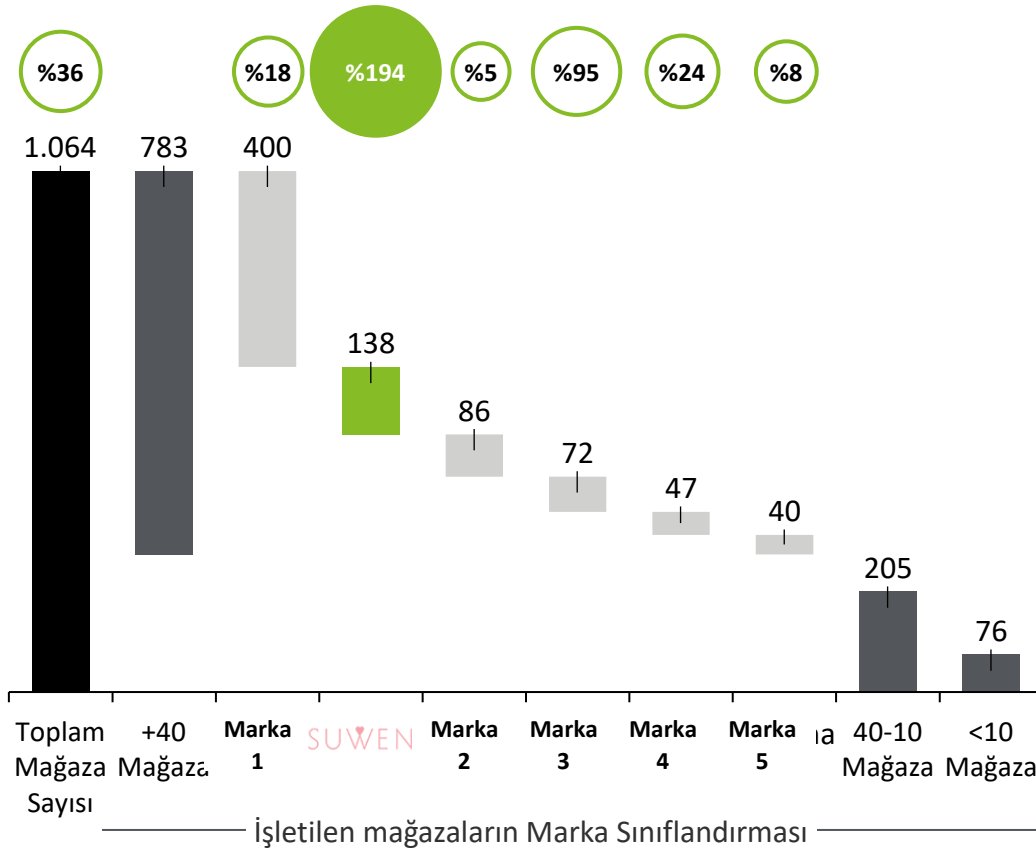
- 2017 yılında birden fazla mağazası olan 33 marka vardır. Perakende iç giyim pazarındaki toplam mağaza sayısı 785'dir.
- Rakipler, mağaza sayısına göre üç gruba ayrılabilir:
  - 1. 40'tan fazla mağazası olan markalar: Bu kategoride 3 marka bulunmaktadır. Pazar lideri Marka 1 338, peşinde gelen Marka 2 82 ve 3. sıradaki Suwen ise 47 mağazaya sahiptir.
  - 2. 10-40 mağazası olan markalar: Bu kategoride 10 marka bulunmaktadır. Lider markalar; 38 mağaza ile Marka 3 ve 37'şer mağaza ile Marka 4 ve 5'tir. Onları 28 mağaza ile Marka 6 takip etmektedir.
  - 3. 10'dan az mağazası olan markalar: 33 markanın çoğunluğu bu kategoride yer almaktadır. Bu kategoride 20 marka vardır ve lider marka Marka 7'yi (10 mağaza), Marka 8 (9 mağaza), Marka 9 (4 mağaza) ve Marka 10 (4 mağaza) takip etmektedir.

Not: Ekim 2017 ve 2021 yılı grafiklerinde yer alan marka isimlendirmeleri farklılık gösterebilmektedir.

# İç Giyim Perakende Mağazaları Yoğunluğu

Türkiye'de iç giyim pazarında markalı ve mağazalı bir yapıya doğru eğilim olduğu görülmektedir ve Suwen iç giyim mağaza zincirleri arasında ikinci sıradadır.

## Kadın İç Giyim, Çorap, Plaj Giyim ve Ev Giyim Sektörü'ndeki Modern Özel Zincir Mağazalar\*, 2021



- 2021 yılında perakende iç giyim pazarındaki toplam mağaza sayısı 1.064'tür.
- Rakipler, mağaza sayısına göre üç gruba ayrılabilir:
  - 1. 40'dan fazla mağazası olan markalar: Bu kategoride 6 marka bulunmaktadır. Pazar lideri Marka 1, ve 2. sıradaki 138 mağazası olan Suwen diğer markalara göre çok daha fazla mağazaya sahiptir.
  - 2. 10-40 mağazası olan markalar: Bu kategoride 9 marka bulunmaktadır. Lider marka 36 mağaza ile Marka 6'dır, onu Marka 7 (31 mağaza) ve Marka 8 (28 mağaza) takip etmektedir.
  - 3. 10'dan az mağazası olan markalar: Bu kategorideki lider marka Marka 9'un 8 mağazası vardır. Onu Marka 10 (4 mağaza) ve Marka 11 (4 mağaza) takip etmektedir.

\* Yalnızca iç giyim markaları dahildir, çok kategorili giyim perakendecileri veya diğer markalar hariçtir.

Kaynak: Şirket web siteleri, Faaliyet raporları, Şirket sosyal medya hesapları

© 2022. Daha fazla bilgi için Deloitte Türkiye (Deloitte Touche Tohmatsu Limited üye şirketi) ile iletişime geçiniz.



2021 yılında markaların mağaza sayılarının Ekim 2017 tarihine kıyasla değişimi

## Ek: Tanımlamalar

İç Giyim, Çorap, Plaj Giyim ve Ev Giyim satış kanalları tanımları

### Tanımlamalar

Kanal Adı	Açıklama
Geleneksel Özel Mağazalar	Tuhafiye vb. geleneksel mağazalar
Açık Pazarlar	Düzenli veya devamlı olan halk pazarları
Modern Özel Zincir Mağazaları	İç Giyim, Çorap, Plaj Giyim ve Ev Giyim alanında özelleşmiş mağazalar
Diğer Giyim Zincirleri	Çok kategorili diğer giyim mağaza zincirleri
Çok Katlı Mağazacılık	Giyim dışı kategorileri de içeren çok markalı mağazalar (department store)
İnternet	Çevrimiçi direkt (firma sitesi) ve endirekt (farklı siteler, pazar yerleri vb.) satışlar
Hiper/Süper Marketler	Market zincirleri



Deloitte; İngiltere mevzuatına göre kurulmuş olan Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”) şirketini, üye firma ağındaki şirketlerden ve ilişkili tüzel kişiliklerden bir veya birden fazlasını ifade etmektedir. DTTL ve üye firmalarının her biri ayrı ve bağımsız birer tüzel kişiliktir. DTTL (“Deloitte Global” olarak da anılmaktadır) müşterilere hizmet sunmamaktadır. Daha fazla bilgi almak için [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about) adresini ziyaret ediniz.

Deloitte, birçok farklı endüstride faaliyet gösteren özel ve kamu sektörü müşterilerine denetim, danışmanlık, finansal danışmanlık, risk danışmanlığı, vergi ve ilgili alanlarda hizmet sağlayan dünyanın önde gelen profesyonel hizmetler firmalarından birisidir. Deloitte dünya çapında farklı bölgelerde ve 150’den fazla ülkede yer alan global üye firma ağı ile, her beş Fortune Global 500® şirketinden dördüne hizmet vermektedir. Deloitte’un yaklaşık 312.000 kişilik uzman kadrosunun iz bırakan bir etkiyi nasıl yarattığı konusunda daha fazla bilgi almak için websitemiz [www.deloitte.com](http://www.deloitte.com) adresini veya [Facebook](#), [LinkedIn](#) ya da [Twitter](#) sayfalarımızı ziyaret ediniz.

Bu belgede yer alan bilgiler sadece genel bilgilendirme amaçlıdır ve Deloitte Touche Tohmatsu Limited, onun üye firmaları veya ilişkili kuruluşları (birlikte, “Deloitte Network” olarak anılacaktır) tarafından profesyonel bağlamda herhangi bir tavsiye veya hizmet sunmayı amaçlamamaktadır. Şirketinizi, işinizi, finansmanınızı ya da mali durumunuzu etkileyecek herhangi bir karar ya da aksiyon almadan, yetkin bir profesyonel uzmana danışın. Deloitte Network bünyesinde bulunan hiçbir kuruluş, bu belgede yer alan bilgilerin üçüncü kişiler tarafından kullanılması sonucunda ortaya çıkabilecek zarar veya ziyandan sorumlu değildir.

© 2022. Daha fazla bilgi için Deloitte Türkiye (Deloitte Touche Tohmatsu Limited üye şirketi) ile iletişime geçiniz.