

7. İTALYA

GSMH: 2,61 trilyon \$

Kişi Başı Gelir: 44.300 \$

Büyüme Oranı: %3,72

İhracat: 751,1 milyar \$

İhracat Partnerleri: Almanya (%12), A.B.D. (%11), Fransa (%10), İspanya (%5), Birleşik Krallık (%4)

İthalat: 781,1 milyar \$

İthalat Partnerleri: Almanya (%14), Fransa (%8), Çin (%8), Hollanda (%5), İspanya (%5)

Nüfus: 60,9 milyon

Nüfus Artış Hızı: %-0,08

Şehirleşme Oranı: %72

Şehirleşme Hızı: % 0,27



Türkiye ile Toplam Ticaret:

Yıl	Türkiye'nin İhracatı (Bin USD)	Türkiye'nin İthalatı (Bin USD)
2021	11,474,990	11,563,790
2022	12,353,974	14,083,454
2023	12,376,919	14,996,028

İlgili Ürünlerin İthalat Verileri

İthalat GTİP:2515.12				
Ülke	İthalat Rakamı (Bin USD)	Ton Başı Fiyat	İthalat Artışı 2019-2023 (%)	Gümrük Vergisi
Türkiye	6.397	548	11	0
Arnavutluk	4.144	251	44	0
Çin	3922	1046	-25	0
Afganistan	1997	1904	153	0
Yunanistan	845	270	21	0

İthalat GTİP:6802.21				
Ülke	İthalat Rakamı (Bin USD)	Ton Başı Fiyat	İthalat Artışı 2019-2023 (%)	Gümrük Vergisi
Yunanistan	3.467	3.123	102	0
Çin	2.404	1.277	16	1,7
Vietnam	2.119	1.299	31	0
Türkiye	1.438	1.080	5	0
Hindistan	703	787	13	0

Türk Menşeli Ürünlere Uygulanan Gümrük Vergisi Oranı:

Ürün GTİP	Gümrük Vergisi Oranı
2515.12	0%
6802.21	0%

Pazar Bilgisi:

İtalya, çeşitlendirilmiş ekonomisi, sanayileşme stratejisi ve turizm yoluyla ülkede yarattığı uluslararası trafik ile dünya ticaretinin aktif bir katılımcısıdır. İtalya'nın sanayi stratejisi, yenilikçi endüstrilerde başta Avrupa ülkeleri olmak üzere tüm dünyaya fırsatlar yaratmaktadır. Avrupa'nın en büyük, dünyanın ise ABD, Çin ve Japonya'nın ardından dördüncü lüks tüketim merkezi olan ve dünyada en fazla turist çeken beşinci ülke olan İtalya, yapılacak ticari yatırımlar için yüksek karlılık potansiyeli taşımaktadır.

2023 yılı itibarıyla 61 milyona ulaşan İtalya nüfusu, 2014 yılından sonra azalışa geçmiştir ve bu azalışı halen sürdürmektedir. İşsizlik oranı %9,1 civarında olan İtalya, %22 genç işsizlik oranı (15-24 yaş) ile bu anlamda Avrupa'daki en kırılgan ekonomilerden biridir. İş gücünün %69'u hizmetler sektöründe ve %20'si sanayide istihdam edilmektedir. IMF verilerine göre, 2022 yılı GSYH büyüklüğü cari fiyatlarla 2 trilyon dolar ile İtalya, Avrupa'nın üçüncü dünyanın en büyük sekizinci ekonomisidir. ISTAT verilerine göre 2022 yılında yıllık reel olarak %3,7 oranında büyüyen İtalya ekonomisinin, 2023 yılında %0,4 oranında büyüyeceği öngörülmektedir.

2. Dünya Savaşı sonrası dönemden günümüze kadarki süreçte İtalya, dünya savaşlarının sonuçlarından ciddi şekilde etkilenen tarım temelli bir ekonomiden Avrupa'nın en gelişmiş ülkelerinden birine dönüşmüştür. 2008 küresel finansal krizi sonrası ihracata verdiği önemi artırarak 2009'da ihracatın GSYH içindeki %19 olan payını 2023'de %32,6'e taşımıştır.

Sektörün Yapısı ve Trendler:

Avrupa sanayi üretiminde Almanya'dan sonra ikinci sırada olan İtalya, makine, otomotiv, ilaç, mobilya, gıda, giyim ve robotlar başta olmak üzere önemli bir ürün yelpazesinin büyük bir üreticisi ve ihracatçısıdır. Bunlarla birlikte, dünyanın önemli bir moda tasarım merkezi ve en büyük şarap üreticisidir.

Türkiye'nin İtalya'ya en çok ihracat yaptığı sektörler otomotiv, demir çelik, makine ve parçaları, meyve ve kuruyemiş, elektronik cihazlar ve plastik ve ürünleridir. Bu sektörler arasında, son 5 yılda yıllık ortalama %20 artışla demir çelik ve yıllık ortalama %19 artışla plastik ve ürünleri İtalya ihracatımızda en fazla büyüme gösteren sektörlerdir. Bunun yanı sıra, İtalya ihracatımızın %2'sini oluşturan mineral yağlar ve yakıtlar son 5 yılda yıllık ortalama %63 ve kimyasal ürünler yıllık ortalama %57 büyüme göstermiştir.

Bu sektörlerle ek olarak, örme giyim eşyası ve aksesuarları, örme veya tığ işi kumaşlar ve pamuk sektörlerinin üçü de İtalya ihracatımızda ilk 10'da yer alan fakat son 5 yılda yavaş bir oranda (%5 ve altı) payları azalan sektörlerdir. Tekstil endüstrisinin oldukça geliştiği ve dünyaca ünlü olduğu İtalya'da, tekstil hammaddesi devamlı bir ihtiyaçtır. Bu nedenle, Türkiye'nin İtalyan tekstil markaları ile kuracağı iş birlikleri, ihracatımızda değer taşıyan sektörü tekrar canlandırarak ihracat gelirlerimiz üzerinde olumlu etki yaratabilir.

Türkiye'nin İtalya'dan en fazla ithalat yaptığı sektörler makine ve makine parçaları, otomotiv, plastik ve plastik ürünleri ve elektrikli cihazlar, mineral yağlar ve yakıtlardır. Otomotiv ve makine ve parçaları sektörleri Türkiye'nin ithalatında son 5 yılda azalma gözlenirken, tüm sektörler arasında en fazla artış son 5 yılda yıllık %65'lik büyüme ile çinko ve mamulleri sektörü göstermiştir.

Pazarlama Yöntemleri:

Acenteler ve distribütörler: Yerel acenteler veya distribütörler kullanmak, İtalyancanın işletmelerin ana dili olması ve dilde akıcılığın yerel ortaklar kullanırken büyük bir avantaj yaratması açısından etkili pazara giriş yoludur. İtalya ile herhangi bir sözleşmeye girmeden önce vergi ve hukuk danışmanı ile görüşülmesi önerilmektedir.

Doğrudan satış: Coğrafi yakınlığa ve gümrük anlaşmasına sahip ülkeler için çekici bir seçenek olan doğrudan satış opsiyonu, beraberinde İtalyanca bilme veya tercüman kullanma zorunluluğunu getirmektedir. Girilecek pazarda kapsamlı bir hakimiyet kurmak zorluk oluştursa da yapılacak ihracattan en yüksek kar potansiyelini taşıyan yoldur.

E-ticaret: İtalya, 2021'de e-ticarete yaratılan 26,3 milyar ABD doları değer ile e-ticaret için küresel olarak 14. en büyük pazardır ve bu değer onu Brezilya'nın önüne ve İspanya'nın arkasına yerleştirir. Diğer seçeneklere göre daha uygun fiyatlı ürünlerin İtalya'ya ulaşımı açısından daha ulaşılabilir bir kanal olması ile birlikte İtalyan pazarındaki değişimlerin takip edilmesi ve karlılığın sürdürülmesi bu yolun temel zorluğudur.

İthalata Yönelik Standartlar:

İtalya, ürünlerin AB pazarına girişte tüketici sağlığı ve güvenliği ile çevrenin korunmasına ilişkin uyulması gereken zorunlulukları kapsayan AB teknik mevzuatını uygulamaktadır. Bu mevzuatta yer alan CE (Conformite European) işareti, gıda ürünleri için HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) ve kimyasal ürünler için REACH (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals) uygulamaları hem AB içinde üretilen hem de AB'ye ithal edilen ürünleri kapsayan zorunlu sertifikasyon uygulamalarıdır.

Bunlara ek olarak, ISO 9001:2000 Kalite Yönetim Sistemi, ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi ve GLOBALGAP sertifikaları İtalya'ya yapılacak ihracatta önem taşımaktadır.