



Πρεσβεία της Ελλάδος στη Μαδρίτη
Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων

ΕΠΙΚΑΙΡΟΠΟΙΗΜΕΝΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΙΣΠΑΝΙΚΟ ΚΛΑΔΟ ΕΝΔΥΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΩΝ ΕΝΔΥΣΗΣ



Η παρούσα κλαδική μελέτη αφορά τους ακόλουθους κωδικούς της Συνδυασμένης Ονοματολογίας (Combined Nomenclature): HS 61, HS 62, HS 63, HS 64

Μαδρίτη, Ιανουάριος 2024

ISO 9001:2008 GEN 30 - 02



ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

A. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	3
B. ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ	5
B1. Εξαγωγές	5
B2. Εισαγωγές	7
Γ. ΔΙΜΕΡΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΛΛΑΔΟΣ - ΙΣΠΑΝΙΑΣ	9
Γ1. Εισαγωγές Ελλάδας από Ισπανία	9
Γ2. Εξαγωγές Ελλάδας προς Ισπανία	10
Δ. ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΚΑΙ ΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ 2024	11
Ε. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ, ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	12
ΣΤ. ΠΗΓΕΣ – ΧΡΗΣΙΜΟΙ ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ	14



A. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τομέας του ενδύματος και των αξεσουάρ ένδυσης έχει βαρύνουσα σημασία για την ισπανική οικονομία, αλλά και τον κοινωνικό ιστό της χώρας, δεδομένου ότι οι Ισπανοί καταναλωτές αποδίδουν ιδιαίτερη βαρύτητα στα είδη ένδυσης και υπόδησης και ντύνονται τόσο με εγχώριες, όσο και με εισαγόμενες επωνυμίες. Πρόκειται για έναν πολύ δυναμικό τομέα για την απασχόληση και την επιχειρηματικότητα στην Ισπανία, με 20.377 εταιρείες να δραστηριοποιούνται στους κλάδους παραγωγής υφασμάτων, ενδυμάτων και δερμάτινων ειδών το 2021. Η συνολική παραγωγή του ισπανικού κλάδου κλωστοϋφαντουργίας – ενδύματος - υποδήματος αντιπροσώπευε το έτος 2021 το 0,74% της ακαθάριστης αξίας της συνολικής εγχώριας παραγωγής και το 5,95% της βιομηχανικής παραγωγής, ενώ ο κλάδος απασχολούσε συνολικά 109,2 χιλ. εργαζομένους, ήτοι το 0,55% του εργατικού δυναμικού της χώρας και το 5,6% του εργατικού δυναμικού της εγχώριας βιομηχανίας (στοιχεία 2021).

Ορισμένες από τις σημαντικότερες σε διεθνές επίπεδο πολυεθνικές του τομέα της κλωστοϋφαντουργίας είναι ισπανικές, με κυριότερη την μεγαλύτερη εταιρεία του κλάδου παγκοσμίως, την Inditex, στην οποία ανήκει ένα σύνολο επιχειρήσεων/επωνυμιών, όπως η παγκοσμίως γνωστή αλυσίδα Zara. Την τριάδα των σημαντικών εταιρειών συμπληρώνουν οι Mango και Tendam, ενώ ακολουθούν και άλλοι σημαντικοί σε παγκόσμιο επίπεδο Όμιλοι, όπως η Desigual. Πέραν των πολυεθνικών, στη χώρα δραστηριοποιείται ένα σύνολο μικρότερου μεγέθους επιχειρήσεων, υψηλής ωστόσο σημασίας για την εγχώρια οικονομία και απασχόληση.

Ο τομέας της μόδας έχει ιδιομορφίες όσον αφορά τις καταναλωτικές συνήθειες, καθώς οι τελευταίες εξαρτώνται από ένα σύνολο παραγόντων, καθιστώντας τον κλάδο ιδιαίτερα περίπλοκο και σύνθετο σε ό,τι αφορά την παραγωγή, το μάρκετινγκ και την πώληση των προϊόντων. Οι μεγάλες ισπανικές εταιρείες έχουν ήδη προσαρμοστεί στα νέα δεδομένα και κάνουν χρήση τεχνολογικών μέσων προκειμένου να αυξάνουν τη διεθνή ανταγωνιστικότητά τους, ενώ προσπαθούν συνεχώς να ενισχύσουν το επίπεδο βιωσιμότητας δικής τους και των προϊόντων τους. Τούτο συμβαίνει δεδομένου ότι τόσο στην Ισπανία όσο και παγκοσμίως κυριαρχεί η τάση των λεγομένων «ηθικών» αγορών περιβαλλοντικά φιλικών αγαθών, τα οποία έχουν παραχθεί με φιλικές επίσης προς το εργατικό δυναμικό μεθόδους. Η εν λόγω τάση είναι ιδιαίτερα έντονη και μάλιστα κυριαρχεί στους νεότερους, οι οποίοι αποδίδουν μεγάλη σημασία σε χαρακτηριστικά τα οποία παλαιότερα είχαν δευτερεύουσα σημασία, ένα εκ των οποίων είναι η οικολογική ταυτότητα της εταιρείας σε όλο το φάσμα παραγωγής και πώλησης.

Η πανδημία, όπως και σε άλλους κλάδους, υπήρξε υπεύθυνη για σημαντικές αλλαγές, τόσο σε ό,τι αφορά τα καταναλωτικά πρότυπα και το εισόδημα, όσο και τις προτεραιότητες των καταναλωτών, αλλά και τους τρόπους πραγματοποίησης αγορών, συμβάλλοντας στην ταχεία και μαζική αλλαγή των



δεδομένων της αγοράς. Εξαιτίας της ύφεσης της οποίας διήλθε ο κλάδος παγκοσμίως, της ενίσχυσης της τάσης διεθνοποίησης των οικονομιών και των αγορών των τελευταίων ετών, καθώς και άλλων αιτίων, οι επιχειρήσεις του κλάδου μόδας αναγκάστηκαν να εξελιχθούν, προκειμένου να τύχουν των προτιμήσεων των καταναλωτών. Στις εν λόγω ανταγωνιστικές συνθήκες φαίνεται να κερδίζουν έδαφος οι καλύτερα οργανωμένες επιχειρήσεις, που κάνουν χρήση νέων τεχνολογιών και καινοτομιών στην παραγωγή και διανομή των προϊόντων τους, προκειμένου να φθάσουν ταχύτερα και φθηνότερα στον τελικό αγοραστή, αυξάνοντας την πίεση σε μικρότερες επιχειρήσεις οι οποίες δεν μπορούν να ακολουθήσουν στους ίδιους ρυθμούς.

Σύμφωνα με στοιχεία του τέλους του 2022, σε ολόκληρη την Ισπανία λειτουργούσαν 575 εμπορικά κέντρα συνολικής εμπορικής επιφάνειας 16,6 εκατ. τετρ. μέτρων, στα οποία στεγάζονταν λίγο πάνω από 33.500 καταστήματα το 85% των οποίων είναι μικρά καταστήματα, μικρότερα των 300 τετρ. μέτρων, ενώ το σύνολο των θέσεων εργασίας στα εν λόγω εμπορικά κέντρα ανέρχεται σε 860.000 απασχολούμενους και το επίπεδο πωλήσεων (το 2022) ανήλθε σε 47,8 δισ. ευρώ. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Ισπανικής Ένωσης Εμπορικών Κέντρων και Πάρκων (AECC), το συνολικό ύψος των επενδύσεων σε νέες κατασκευές και αγοραπωλησίες εμπορικών αλυσίδων και καταστημάτων που πραγματοποιήθηκαν σε εμπορικά κέντρα της Ισπανίας κατά το 2022 ανήλθε σε 1,81 δισ. ευρώ, ενώ οι επενδύσεις σε ανακατασκευές και ανακαινίσεις εμπορικών κέντρων υπερέβησαν τα 70 εκατ. ευρώ, καθώς διαρκώς πραγματοποιούνται νέες επενδύσεις στον εν λόγω τομέα.

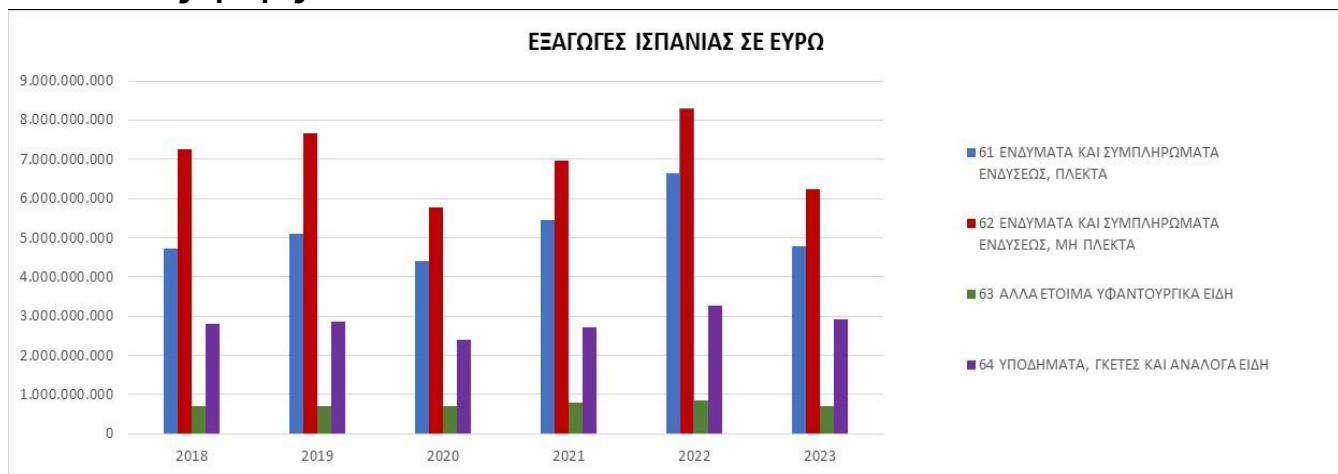
Ιστορικά, ο ισπανικός κλάδος ένδυσης και αξεσουάρ δεν αντιπροσωπεύεται από μία ενιαία συνομοσπονδία επιχειρηματικών ενώσεων, αλλά ο κάθε υποκλάδος έχει τη δική του ισχυρή ένωση. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, ο τομέας της μόδας να μην διαθέτει ιδιαίτερα ισχυρό ενιαίο "lobby", με αποτέλεσμα να χάνει σημαντικό έδαφος σε ό,τι αφορά ζητήματα διεκδίκησης και απορρόφησης δημόσιων οικονομικών ενισχύσεων και κρατικής υποστήριξης.

Δεδομένης της πρωτοφανούς κρίσης του κλάδου κατά το 2020, όταν η έναρξη της πανδημίας πάγωσε την οικονομική δραστηριότητα και διατήρησε τα καταστήματα λιανικής κλειστά για ένα αξιόλογο διάστημα, σε συνδυασμό με την οικονομική αβεβαιότητα των νοικοκυριών παγκοσμίως, ο ισπανικός κλάδος μόδας κατέβαλε προσπάθειες συνεργασίας με το κράτος προκειμένου να βοηθηθεί να ανακάμψει το γρηγορότερο δυνατόν. Ιδιαίτερα σημαντική υπήρξε η κινητοποίηση των κλαδικών ενώσεων στην απορρόφηση μέρους των ευρωπαϊκών κονδυλίων ανάκαμψης μέσω του προγράμματος Next Generation EU από το οποίο, η Ισπανία θα λάβει συνολικά κονδύλια της τάξεως λίγο άνω των 160 δισ. ευρώ, εκ των οποίων η ισπανική βιομηχανία μόδας διεκδικούσε περί τα 11 δισ. ευρώ, χωρίς ωστόσο η ισπανική Κυβέρνηση να προκρίνει τελικά την υλοποίηση ειδικού τομεακού προγράμματος για τον κλάδο κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων.



Β. ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ

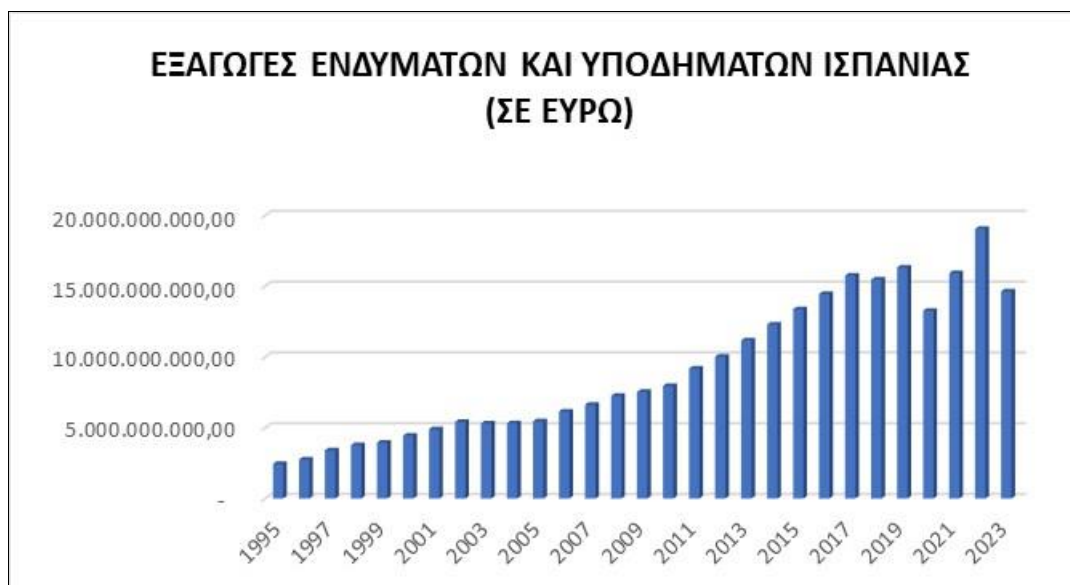
Β1. Εξαγωγές



Πηγή: DataComex, Γενική Γραμματεία Εμπορίου, Υπουργείο Βιομηχανίας, Εμπορίου και Τουρισμού, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Μαδρίτης. * 2023: Ιανουάριος - Οκτώβριος

Σύμφωνα με τα πλέον πρόσφατα διαθέσιμα στατιστικά στοιχεία εμπορίου, οι εξαγωγές της ισπανικής βιομηχανίας μόδας κατά τα έτη 2021 και 2022 παρουσίασαν αυξητική τάση, ξεπερνώντας ακόμη και τα προ-πανδημίας επίπεδα. Το 2021 οι ισπανικές εξαγωγές πλησίασαν τα επίπεδα του 2018 και του 2019, ανερχόμενες σε 15,92 δισ. ευρώ, σημειώνοντας σημαντική αύξηση σε σύγκριση με τα 13,27 δισ. ευρώ που κατέγραψε η χώρα το 2020 στον τομέα των εξαγωγών. Κατά το 2022, τα έσοδα από τις εξαγωγές του ισπανικού κλάδου κατέγραψαν αύξηση κατά 19,7% σε σύγκριση με τα ήδη ευνοϊκά μεγέθη του 2021 και ανήλθαν σε 19,06 δισ. ευρώ. Οι ισπανικές εξαγωγές ενδυμάτων και υποδημάτων το δεκάμηνο 2023, σύμφωνα με προσωρινά στοιχεία που έχουν δημοσιευθεί ανήλθαν στο συνολικό ποσό των 14,64 δισ. ευρώ (μείωση 7,1% έναντι του δεκαμήνου 2022).

Οι σημαντικότερες κατηγορίες εξαγόμενων ισπανικών προϊόντων μόδας για το δεκάμηνο 2023 ήταν τα ενδύματα, τόσο πλεκτά όσο και μη πλεκτά, αφού οι εν λόγω δύο κατηγορίες αποτελούν το 32,58% και το 42,55% αντίστοιχα του συνόλου των εξαγωγών για τον υπό εξέταση κλάδο (στοιχεία δεκαμήνου 2023).



Πηγή: DataComex, Γενική Γραμματεία Εμπορίου, Υπουργείο Βιομηχανίας, Εμπορίου και Τουρισμού, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Μαδρίτης, * 2023: Ιανουάριος - Οκτώβριος

Αναφορικά με το εμπόριο ανά γεωγραφική περιοχή, η Ισπανία το δεκάμηνο 2023 εξήγαγε 2,62 δισ. ευρώ στη γείτονα Γαλλία, με την Ιταλία, όπου και εξήχθησαν 2,09 δισ. ευρώ ισπανικών ενδυμάτων και υποδημάτων, να ακολουθεί. Μεγάλη συμβολή στην απορρόφηση των ισπανικών εξαγωγών έχει και η Πορτογαλία που απορρόφησε το δεκάμηνο 2023 ισπανικά προϊόντα μόδας συνολικής αξίας 1,45 δισ. ευρώ, ενώ την κατάταξη των βασικών χωρών – αποδεκτών συμπληρώνουν η Πολωνία και η Γερμανία, απορροφώντας εξαγωγές 1,40 και 1,28 δισ. ευρώ εκάστη. Ακολουθούν η Τουρκία (608,39 εκατ. ευρώ το δεκάμηνο 2023), η Ολλανδία (513,74 εκατ. ευρώ), η Ελλάδα (396,20 εκατ. ευρώ), το Βέλγιο (319,97 εκατ. ευρώ) και οι Η.Π.Α. (300,74 εκατ. ευρώ).

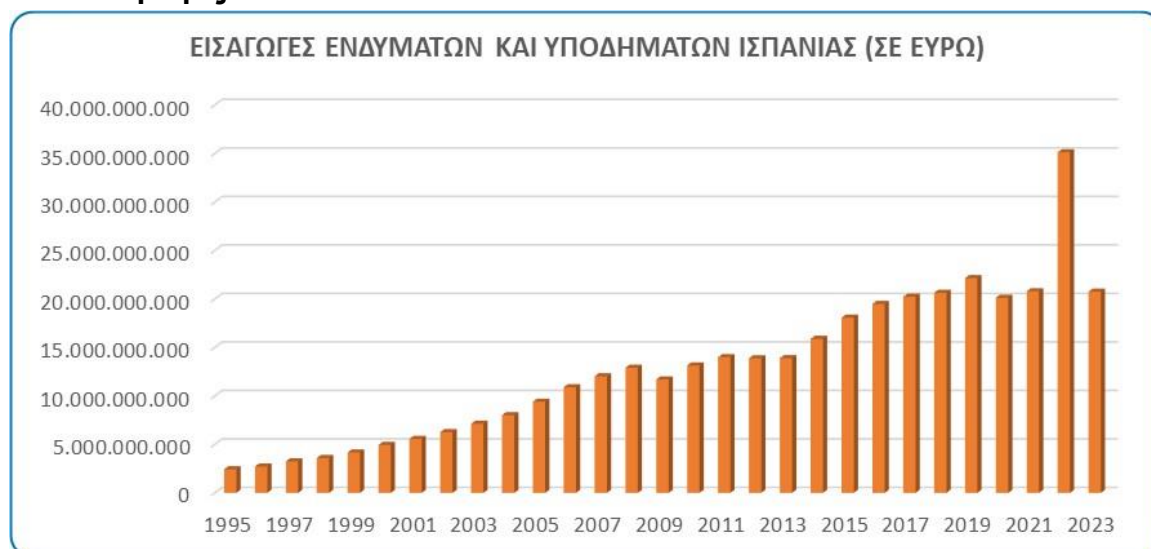
Ισπανικές εξαγωγές Ενδυμάτων και Υποδημάτων, 2022-2023

Χώρα	Αξία Εξαγωγών σε € 2022	Αξία Εξαγωγών σε € 2023 (δεκάμηνο)
01. Γαλλία	3.089.369.889	2.629.465.826
02. Ιταλία	2.285.343.738	2.091.895.055
03. Πορτογαλία	1.689.382.026	1.459.502.222
04. Πολωνία	1.362.905.212	1.404.447.489
05. Γερμανία	1.444.624.792	1.288.808.671
06. Τουρκία	608.650.419	608.394.900
07. Ολλανδία	563.844.583	513.748.720
08. Ελλάδα	434.897.506	396.203.079
09. Βέλγιο	361.152.713	320.768.888
10. Η.Π.Α	830.493.804	319.976.484
11. Ηνωμένο Βασίλειο	490.831.274	300.745.699

Πηγή: DataComex, Γενική Γραμματεία Εμπορίου, Υπουργείο Βιομηχανίας, Εμπορίου και Τουρισμού, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Μαδρίτης



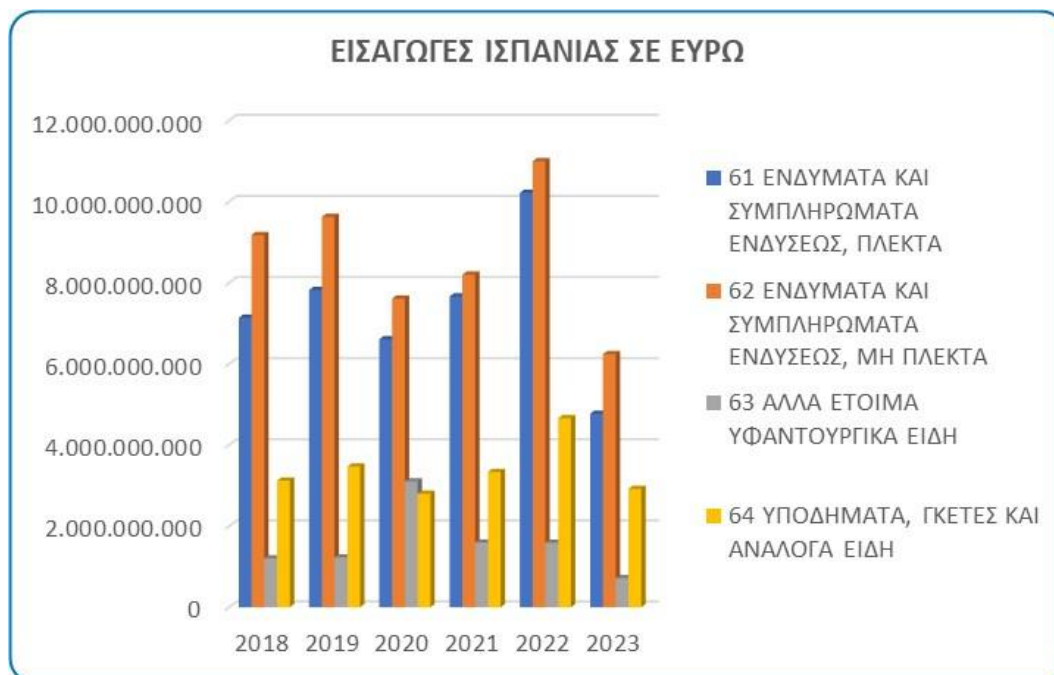
Β2. Εισαγωγές



Πηγή: DataComex, Γενική Γραμματεία Εμπορίου, Υπουργείο Βιομηχανίας, Εμπορίου και Τουρισμού, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Μαδρίτης * 2023: Ιανουάριος - Οκτώβριος

Οι εισαγωγές ενδυμάτων και υποδημάτων στην Ισπανία είχαν καταγράψει μείωση από την έναρξη της πανδημίας, περνώντας από το επίπεδο των 20,63 δισ. ευρώ το 2018 και των 22,14 δισ. ευρώ το 2019, στα 20,12 δισ. ευρώ το 2020 και στα 20,79 δισ. ευρώ το 2021. Το 2022 επέστρεψαν στην προ πανδημίας ανοδική τάση, αγγίζοντας την ιστορικά υψηλή τιμή των 27,46 δισ. ευρώ (αύξηση 32,1% σε ετήσια βάση). Η εκτίναξη των εισαγωγών, μετρημένων σε ευρώ, φαίνεται ασφαλώς να συνδέεται στενά και με τις πληθωριστικές τάσεις της ισπανικής και της ευρύτερης ευρωπαϊκής οικονομίας, καθώς τα εισαγόμενα ενδύματα και υποδήματα, μετρημένα σε μονάδες βάρους, παρουσίασαν χαμηλότερο ρυθμό αύξησης, της τάξεως του 16,6% μεταξύ του 2021 και του 2022. Αναμφίβολα πάντως, η σημαντική αύξηση των εισαγωγών ενδυμάτων και υποδημάτων το 2022 συνιστά απόρροια του αυξημένου επιπέδου κατανάλωσης κατά το εν λόγω έτος, μετά το τέλος της πανδημίας, γεγονός που επιβεβαιώνεται και από την ταυτόχρονη εκτίναξη των ισπανικών εξαγωγών των εν λόγω προϊόντων. Το δεκάμηνο 2023 οι ισπανικές εισαγωγές ενδυμάτων και υποδημάτων, σύμφωνα με προσωρινά στοιχεία που έχουν δημοσιευθεί, παρουσίασαν πτώση έναντι του αντίστοιχου διαστήματος του 2022, ανερχόμενες στο συνολικό ποσό των 20,74 δισ. ευρώ (μείωση 8,9%).

Όπως και στις εξαγωγές, έτσι και στις εισαγωγές παρατηρείται ότι τα ενδύματα, πλεκτά και μη, αφορούν το 81,2% του συνόλου (στοιχεία δεκαμήνου 2023), με την κατηγορία των πλεκτών ενδυμάτων να συνιστά το 35,6%, των ενδυμάτων εκτός πλεκτών να συνιστά το 39,5% και των άλλων έτοιμων υφαντουργικών ειδών να συνιστά το 6,1 % των συνολικών εισαγωγών. Το 2021 και κυρίως το 2022, οι εισαγωγές στις εν λόγω κατηγορίες είχαν σημειώσει σημαντική ανάκαμψη έναντι της πτώσης εισαγωγών που είχε παρατηρηθεί το 2020, ιδιαίτερα στην κατηγορία των μη πλεκτών ενδυμάτων.



Πηγή: DataComex, Γενική Γραμματεία Εμπορίου, Υπουργείο Βιομηχανίας, Εμπορίου και Τουρισμού, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Μαδρίτης * 2023: Ιανουάριος - Οκτώβριος

Ισπανικές εισαγωγές Ενδυμάτων και Υποδημάτων, 2022-2023

Χώρα	Αξία Εισαγωγών σε € 2022	Αξία Εισαγωγών σε € 2023 (δεκάμηνο)
1.Κίνα	6.095.514.577	4.507.300.554
2. Μπαγκλαντές	4.107.290.570	3.023.116.241
3. Τουρκία	3.005.693.459	1.880.756.284
4. Μαρόκο	2.140.804.995	1.447.590.415
5. Βιετνάμ	1.326.372.905	1.365.739.264
6. Ιταλία	1.571.478.676	1.282.773.842
7. Καμπότζη	1.052.000.100	962.914.248
8. Πακιστάν	1.184.767.193	879.637.565
9. Ινδία	958.380.479	812.414.995
10. Γαλλία	814.517.024	758.692.355

Πηγή: DataComex, Γενική Γραμματεία Εμπορίου, Υπουργείο Βιομηχανίας, Εμπορίου και Τουρισμού, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Μαδρίτης

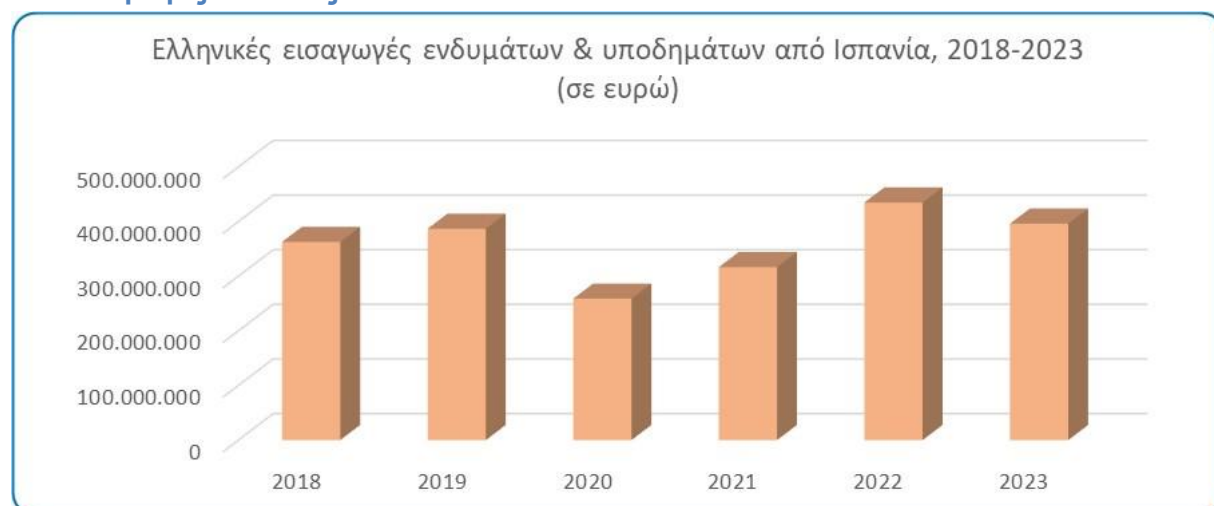
Οι προελεύσεις των εισαγωγών ενδυμάτων και υποδημάτων της Ισπανίας αφορούν κυρίως χώρες παραγωγούς χαμηλού κόστους, σε πολλές εκ των οποίων μεγάλες ισπανικές πολυεθνικές διαθέτουν εργοστάσια παραγωγής. Πιο συγκεκριμένα, οι εισαγωγές από την Κίνα ξεπερνούν κάθε άλλη χώρα, με τη συνολική αξία να ανέρχεται σε 4,5 δισ. ευρώ το δεκάμηνο 2023. Ακολουθούν οι εισαγωγές από Μπαγκλαντές (3,02 δισ. ευρώ το δεκάμηνο 2023), Τουρκία (1,88 δισ. ευρώ), Μαρόκο (1,44 δισ. ευρώ), Βιετνάμ (1,33 δισ. ευρώ), Ιταλία (1,28 δισ. ευρώ), Καμπότζη (926,91 εκατ. ευρώ), Πακιστάν (879,63 εκατ. ευρώ), Ινδία (812,41 εκατ. ευρώ) και Γαλλία (758,69 εκατ. ευρώ).



Γ. ΔΙΜΕΡΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΛΛΑΔΟΣ - ΙΣΠΑΝΙΑΣ

Το ισοζύγιο της Ισπανίας με τη χώρα μας όσον αφορά τα προϊόντα ένδυσης, συμπληρωμάτων ένδυσης και υποδημάτων είναι ιδιαίτερα αρνητικό, αφού η χώρα μας αποτελεί σημαντικότερο αποδέκτη προϊόντων της ισπανικής βιομηχανίας μόδας, με αποτέλεσμα οι ελληνικές εισαγωγές ενδυμάτων και υποδημάτων από την Ισπανία να είναι πολλαπλάσιες των εξαγωγών. Τούτο δεν σημαίνει βεβαίως ότι η αξία των ελληνικών εξαγωγών των εν λόγω ειδών προς Ισπανία είναι αμελητέα. Σημαντική ασφαλώς συμβολή στο μέγεθος των ισπανικών εξαγωγών προς Ελλάδα έχουν τα προϊόντα μόδας των μεγάλων πολυεθνικών της Ισπανίας στη χώρα μας. Στο κατωτέρω διάγραμμα βλέπουμε τις ελληνικές εισαγωγές από Ισπανία, με βάση τα ισπανικά στατιστικά στοιχεία (DataComex).

Γ1. Εισαγωγές Ελλάδας από Ισπανία



Πηγή: DataComex, Γενική Γραμματεία Εμπορίου, Υπουργείο Βιομηχανίας, Εμπορίου και Τουρισμού, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Μαδρίτης * 2023: Ιανουάριος - Οκτώβριος

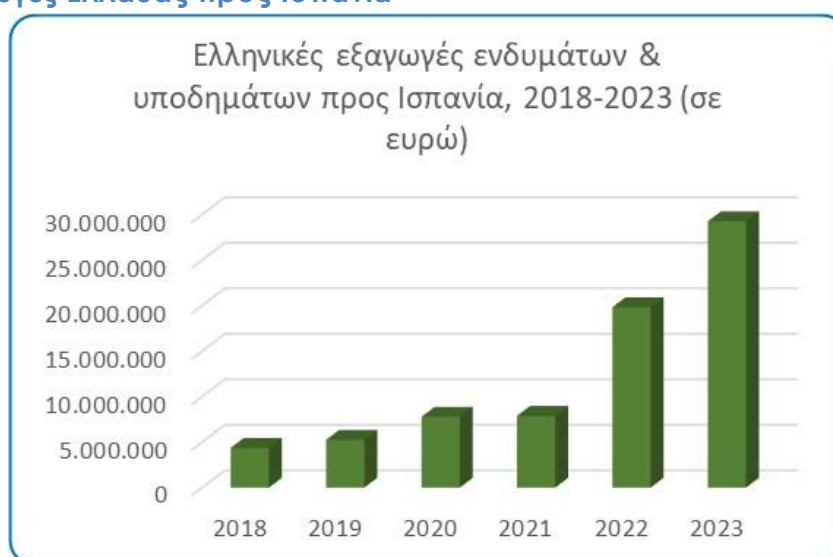


Πηγή: DataComex, Γενική Γραμματεία Εμπορίου, Υπουργείο Βιομηχανίας, Εμπορίου και Τουρισμού, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Μαδρίτης * 2023: Ιανουάριος - Οκτώβριος



Αναλύοντας τα είδη μόδας που εισάγονται στην Ελλάδα από την Ισπανία, παρατηρούμε ότι η μεγάλη πλειοψηφία αυτών αφορά τις κατηγορίες 61 και 62, ενδύματα πλεκτά και μη, τα οποία αποτελούν το 84,49% του συνόλου των εισαγωγών για το δεκάμηνο 2023 (36,34 % και 48,15 % αντίστοιχα). Κατά τη διάρκεια της πανδημίας, οι ελληνικές εισαγωγές προϊόντων μόδας από Ισπανία μειώθηκαν αισθητά κατά 33,1% το 2020 και κατά 18,2% το 2021 (έναντι των επιπέδων του 2019), ενώ το 2022 σημειώθηκε εκτίναξη των ισπανικών εξαγωγών προς Ελλάδα, ανερχόμενες στο συνολικό ποσό των 434,897 εκατ. ευρώ, με αύξηση ύψους 37,4% σε σύγκριση με το 2021. Το δεκάμηνο 2023 οι ελληνικές εισαγωγές προϊόντων μόδας από Ισπανία ανήλθαν στο επίπεδο των 396,203 εκατ. ευρώ (αύξηση 8,8 % έναντι του δεκαμήνου 2022).

Γ2. Εξαγωγές Ελλάδας προς Ισπανία



Πηγή: DataComex, Γενική Γραμματεία Εμπορίου, Υπουργείο Βιομηχανίας, Εμπορίου και Τουρισμού, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Μαδρίτης * 2023: Ιανουάριος - Οκτώβριος



Πηγή: DataComex, Γενική Γραμματεία Εμπορίου, Υπουργείο Βιομηχανίας, Εμπορίου και Τουρισμού, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Μαδρίτης * 2023: Ιανουάριος - Οκτώβριος



Με βάση τα ισπανικά στατιστικά στοιχεία (DataComex), οι ελληνικές εξαγωγές ειδών μόδας στη χώρα της Ιβηρικής παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον, αφού τα ποσά που εξάγονται είναι αξιοσημείωτα και κατά τα τελευταία έτη, παρά την κρίση της πανδημίας. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα του 2020, όταν οι ελληνικές εξαγωγές όχι μόνον δεν μειώθηκαν αλλά αντίθετα αυξήθηκαν κατά 48,2% έναντι του 2019, σύμφωνα με τα επίσημα ισπανικά στοιχεία, ανερχόμενες σε 7,79 εκατ. ευρώ έναντι 5,26 εκατ. ευρώ το 2019. Παρά την κρίση που φάνηκε να συνεχίζει να διανύει ο τομέας στην Ισπανία, το 2021 οι ελληνικές εξαγωγές κατέγραψαν νέο μικρό άλμα στα 7,88 εκατ. ευρώ (+1,1% σε ετήσια βάση), ενώ το 2022 κυριολεκτικά εκτινάχθηκαν στα 19,82 εκατ. ευρώ (+151,4% έναντι του 2021) και το δεκάμηνο 2023 ανήλθαν στο πρωτόγνωρο επίπεδο των 29,25 εκατ. ευρώ (αύξηση 89,1% έναντι του δεκαμήνου 2022).

Οι βασικές κατηγορίες των ελληνικών εξαγωγών προς Ισπανία είναι τα πλεκτά ενδύματα (13,75 εκατ. ευρώ και 47% του συνόλου του δεκαμήνου 2023), τα υποδήματα (9,01 εκατ. ευρώ και 30,8 % του συνόλου) και τα μη πλεκτά ενδύματα (3,43 εκατ. ευρώ και 11,7 % του συνόλου, πάντοτε το δεκάμηνο 2023). Εκτιμάται ως εκ τούτου ότι η ελληνική βιομηχανία μόδας έχει ξεκινήσει να καθιερώνεται στην ισπανική αγορά, αυξάνοντας το -μικρό- μερίδιό της παρά τη γενικότερη αρνητική τάση της εδώ αγοράς.

Δ. ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΚΑΙ ΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ 2024

Η μεταβολή των καταναλωτικών συνηθειών και των προτεραιοτήτων στις επιλογές αγορών ως αποτέλεσμα της πανδημίας κατά τη διετία 2020-2021 έχει φέρει επανάσταση σε όλους τους τομείς του εμπορίου, ιδίως δε έχει οδηγήσει στην ψηφιοποίηση των επιχειρήσεων και τις διαδικτυακές αγορές, ιδιαίτερα σε ό,τι αφορά τον κλάδο ένδυσης - υποδήσης. Ενώ προ πανδημίας, για πολλούς ήταν αδιανόητο να αγοράσουν ρουχισμό διαδικτυακά, τα δεδομένα καθιστούν σαφές ότι αυτή η τάση έχει αντιστραφεί, με τις διαδικτυακές πωλήσεις να αυξάνονται συνεχώς και με ταχείς ρυθμούς.

Αυτό αποβαίνει σε όφελος μεγάλων κυρίως επιχειρηματικών Ομίλων του κλάδου, δεδομένου ότι η αύξηση του ηλεκτρονικού εμπορίου μειώνει τα λειτουργικά κόστη, κάτι το οποίο συμπεριλαμβάνεται ως στοιχείο στο στρατηγικό σχεδιασμό πολλών μεγάλων εταιρειών μόδας στην Ισπανία και αλλού. Πιο συγκεκριμένα, οι μεγάλες εταιρείες του κλάδου μόδας προσβλέπουν σε αύξηση του μεριδίου των διαδικτυακών παραγγελιών με στόχο αυτές να αποτελούν περίπου το ένα τέταρτο του συνόλου, με παράλληλο κλείσιμο μικρότερων καταστημάτων, προκειμένου να πραγματοποιηθούν επενδύσεις σε λιγότερα, μεγαλύτερα και πιο επιβλητικά καταστήματα. Επομένως, παραδοσιακά καταστήματα που στηρίζονται αποκλειστικά στις αγορές μέσω επίσκεψης στο κατάστημα, εφ' όσον δεν είναι διατεθειμένα να δημιουργήσουν υποδομές για πωλήσεις μέσω διαδικτύου, είναι υποχρεωμένα να εντοπίσουν άλλους τρόπους προσέλκυσης πελατών.



Πέραν των διαδικτυακών πωλήσεων, η τεχνολογία είναι πλέον απαραίτητη και σε πτυχές επιχειρηματικής δραστηριότητας όπως η διαφήμιση, η οποία διενεργείται κατά βάση με τεχνολογικά μέσα και κυρίως μέσω των κοινωνικών δικτύων, τα οποία καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό τις καταναλωτικές συνήθειες και τις τάσεις που επικρατούν στην αγορά. Επομένως, η επένδυση σε τέτοιας μορφής εταιρικής παρουσίας και διαφήμισης αποτελεί θεμελιώδες στοιχείο για την προσέλκυση νέων πελατών, ιδιαίτερα στη βιομηχανία μόδας. Παράλληλα, ιδιαίτερης σημασίας χρήζουν τα μεγάλα δεδομένα ("big data") και η ανάλυση αυτών, μέσω των οποίων μπορεί να γίνει αναλυτική καταγραφή των καταναλωτικών αναγκών και να προβλεφθούν οι τάσεις της αγοράς, επιτρέποντας στις επιχειρήσεις να αντιδρούν ανάλογα. Όλα τα ανωτέρω πρέπει να αναπτυχθούν από τις επιχειρήσεις, λαμβάνοντας υπ' όψη ότι τα «έξυπνα» κινητά τηλέφωνα κερδίζουν διαρκώς ολοένα και μεγαλύτερη σημασία στην καθημερινότητα και στη λήψη αγοραστικών αποφάσεων του μέσου καταναλωτή. Σε αυτό το πλαίσιο, εξαιρετικά χρήσιμη είναι η ανάπτυξη ειδικών κινητών εφαρμογών που καθιστούν τις αγορές προϊόντων εύκολες και γρήγορες προς εξυπηρέτηση των καταναλωτών.

Παράλληλα, υπάρχει η τάση «ομαδοποίησης» ορισμένων εταιρειών, οι οποίες πωλούν τα προϊόντα τους, μέσω άλλων Ομίλων, όπως της Amazon. Η εξέταση της αγοράς και των τάσεων που επικρατούν είναι ιδιαίτερα σημαντική για τη συγκεκριμένη απόφαση μίας εταιρείας να προχωρήσει σε αντίστοιχες συνεργασίες και φαίνεται να αποτελεί φαινόμενο το οποίο θα συνεχίσει να υφίσταται στο μέλλον.

Η κατάσταση σε επίπεδο εσωτερικής ισπανικής αγοράς συνεχίζει να χαρακτηρίζεται από έντονη αβεβαιότητα, με αρκετές μικρομεσαίες επιχειρήσεις του κλάδου κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων να αντιμετωπίζουν προβλήματα βιωσιμότητας. Σημαντική για την περαιτέρω ανάκαμψη του κλάδου μόδας το 2024 στην Ισπανία εκτιμάται πως είναι η συμβολή του τουρισμού καθώς, συνεχίζοντας την αντίστοιχη τάση του 2023, καταγράφονται ικανοποιητικά αποτελέσματα εισερχόμενης τουριστικής κίνησης, απολύτως συγκρίσιμα με τα προ της πανδημίας επίπεδα. Η εν λόγω τάση ανάκαμψης της τουριστικής αγοράς συνιστά εξαιρετικά ενδιαφέρον στοιχείο για τις ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις που στέλνουν τα προϊόντα τους στην Ισπανία, δεδομένου ότι η πλειονότητα αυτών φαίνεται να αφορά ελαφρύ ρουχισμό και αξεσουάρ θερινών διακοπών και χρήσεων παραλίας.

Ε. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ, ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Η επανεκκίνηση των οικονομιών, ιδιαίτερα στο χώρο της μόδας, έχει ενισχύσει την παραγωγή και τις εξαγωγές του ισπανικού κλάδου ενδύματος και συμπληρώματος ένδυσης, ενώ παράλληλα, η πανδημία έχει επιφέρει ένα σύνολο αλλαγών στην αγορά ειδών μόδας, ενισχύοντας τη συμβολή του ηλεκτρονικού εμπορίου. Παράλληλα, η ευαισθητοποίηση των Ισπανών καταναλωτών για ζητήματα περιβάλλοντος, εργασιακών συνθηκών και άλλων βιώσιμων πρακτικών έχει μεταβάλλει τις πρακτικές των μεγάλων εταιρειών, οι



οποίες επιλέγουν ολοένα και περισσότερο να επενδύουν στη βιώσιμη παραγωγή, συνδυάζοντάς την με το επικρατούν παραδοσιακό μοντέλο της επίτευξης οικονομικών κλίμακας και εξοικονόμησης κόστους. Παρά την προσαρμογή των μεγάλων ισπανικών Ομίλων, ιδίως των εκπροσώπων της τάσης "fast fashion", η σταδιακά αυξανόμενη μεταστροφή των Ισπανών καταναλωτών προς περισσότερο ποιοτικά προϊόντα μόδας δεν επιβραδύνεται, αλλά αντιθέτως ενισχύεται περαιτέρω.

Σημαντική είναι η υιοθέτηση διαδικτυακών καναλιών παραγγελιών, με τις μικρότερες επιχειρήσεις να υστερούν στην υιοθέτηση τεχνολογίας έναντι των μεγαλύτερων. Αντίθετα, μικρότερες επιχειρήσεις προσανατολίζονται στην ηθική και περιβαλλοντικά φιλική πλευρά της παραγωγής, δημιουργώντας και πουλώντας ενδύματα και υποδήματα με οικολογικά υλικά, καθώς επίσης και προϊόντα για την παραγωγή των οποίων έχουν χρησιμοποιηθεί αποκλειστικά τοπικές πρώτες ύλες.

Οι ελληνικές εξαγωγές μόδας στην Ισπανία σημειώνουν σταθερά αξιόλογη άνοδο τα τελευταία έτη. Οι ελληνικές επιχειρήσεις, οι οποίες έχουν μακροχρόνια παρουσία στην ισπανική αγορά, διαθέτουν την απαραίτητη γνώση για τις εδώ τάσεις και προσαρμόζονται στις νέες συνθήκες που έχουν διαμορφωθεί μετά την πανδημία. Όπως έχουμε προαναφέρει, η πλειονότητα των ελληνικών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην ισπανική αγορά διαθέτει καλοκαιρινά ρούχα και αξεσουάρ ένδυσης, τα οποία απευθύνονται κυρίως σε Ισπανούς και ξένους τουρίστες που επισκέπτονται τους πολυάριθμους θερινούς προορισμούς της χώρας, ηπειρωτικούς ή νησιωτικούς. Ορισμένες μάλιστα ελληνικές επιχειρήσεις έχουν ήδη πραγματοποιήσει βήματα εγκατάστασης και απ' ευθείας παρουσίας, αρκετά επιτυχημένης μάλιστα, στην εδώ αγορά.

Ιδιαίτερης σημασίας είτε για τη συνέχιση της παρουσίας είτε για την είσοδο στην αγορά της Ισπανίας, είναι η σταθερή συμμετοχή των ενδιαφερόμενων σε εμπορικές εκθέσεις και, ιδιαίτερα, στη διεθνή έκθεση μόδας Momad, η οποία πραγματοποιείται ταυτόχρονα με τις εκθέσεις κοσμημάτων Bisutex και Madridjoga, καθώς και με τη διεθνή έκθεση δώρου Intergift, δύο φορές το χρόνο (Σεπτέμβριο και Φεβρουάριο εκάστου έτους), όπου το Γραφείο μας έχει επανειλημμένως εισηγηθεί την προσπάθεια διοργάνωσης εθνικής συμμετοχής υπό την αιγίδα ελληνικού κρατικού φορέα προώθησης των εξαγωγών.



ΣΤ. ΠΗΓΕΣ – ΧΡΗΣΙΜΟΙ ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ

Συνομοσπονδία Ισπανικών Επιχειρήσεων Μόδας **MODA ESPAÑA**:

<https://www.modaespana.org>

Ομοσπονδία Ισπανικών Επιχειρήσεων Παραγωγής Ενδυμάτων **FEDECON**:

<https://fedecon.es>

Εθνική Ένωση Λιανικού Εμπορίου Μόδας **ACOTEX**:

<https://www.acotex.org>

Ισπανική Ένωση Δημιουργών Μόδας **ACME**:

<https://creadores.org>

Ισπανική Ένωση Παραγωγών Δημιουργημάτων από Δέρμα **ASEFMA**:

<https://asefma.com>

Ισπανική Ένωση Γουνοποιών **SFA**:

<http://spanishfurassociation.es>

Ένωση για τη Βιώσιμη Μόδα **AMSE**:

<https://esmodasostenible.org>

Ιβηρική Ένωση Ανακύκλωσης Κλωστοϋφαντουργικών **ASIRTEX**:

<https://www.asirtex.org>

Επιχειρηματική Ένωση Παραγωγών και Πωλητών Ειδών Δώρου **REGALO FAMA**:

<https://www.regalofama.com>

Ισπανική Ένωση Επαγγελματιών Γάμου **APBE**:

<https://www.modaespana.org>

Ισπανική Ένωση Εμπορικών Κέντρων και Πάρκων **AECC**

<https://www.aedecc.com>