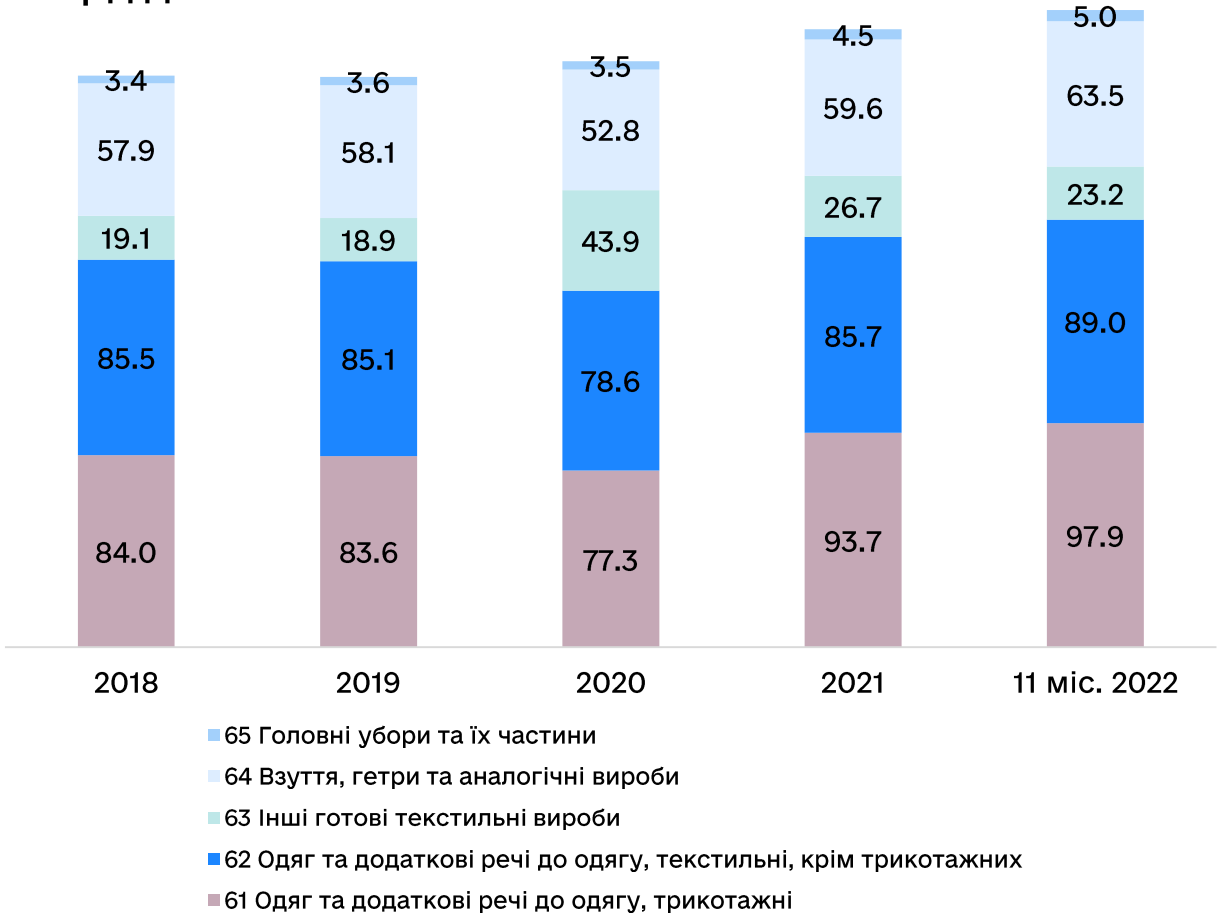
Ринок одягу та взуття ЄС

Імпорт одягу та взуття країнами ЄС

Обсяги імпорту одягу та взуття країнами ЄС (27), млрд дол США



Джерело: Trademap

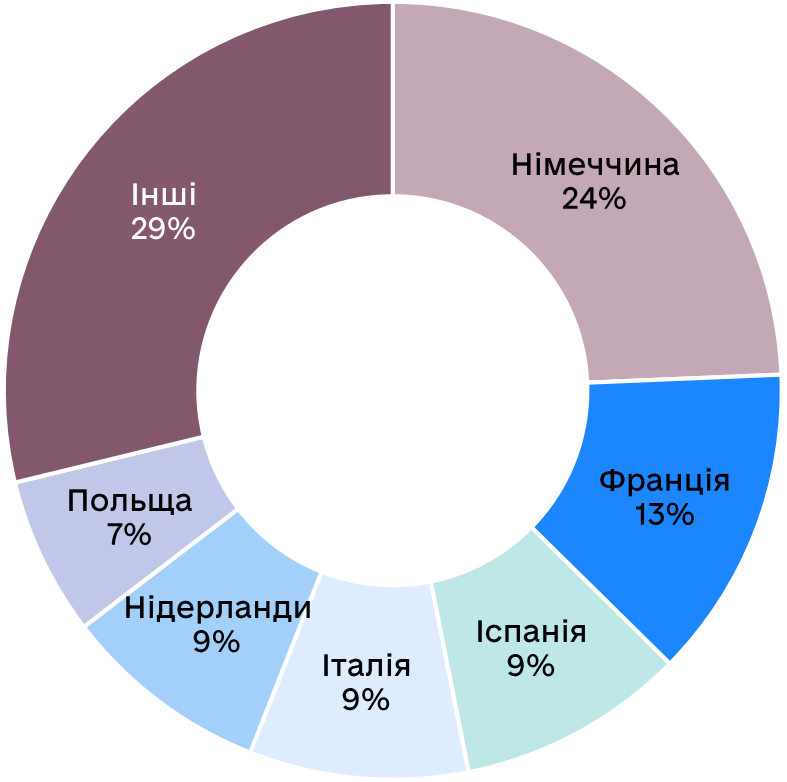
- Середньорічне зростання імпорту одягу та взуття країн ЄС протягом останніх 5 років (2017 – 2021 роки) за категоріями:
  - 61 Одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні – 6%;
  - 62 Одяг та додаткові речі до одягу текстильні, крім трикотажних – 3,4%;
  - 63 Інші готові текстильні вироби – 21,2%;
  - 64 Взуття, гетри та аналогічні вироби – 4,5%;
  - 65 Головні убори та їх частини – 10,4%.

Імпорт одягу та взуття країнами ЄС

61 Одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні

- Всього за 2021 рік країнами ЄС було імпортовано категорії 61 Одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні обсягом 94 млрд дол США.
- За 11 місяців 2022 року було імпортовано товарів категорії 61 Одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні країнами ЄС на суму 96,3 млрд дол США.
- Найбільшими постачальниками категорії 61 Одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні у 2021 році були:
  - Китай – 18,1%;
  - Бангладеш – 16%;
  - Туреччина – 9%;
  - Німеччина – 7,7%;
  - Італія – 4,9%.

Найбільші імпортери категорії 61 Одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні серед країн ЄС у 2021 році, %



Джерело: Trademap

Імпорт одягу та взуття країнами ЄС

62 Одяг та додаткові речі до одягу, текстильні, крім трикотажних

- Всього за 2021 рік країнами ЄС було імпортовано категорії 62 Одяг та додаткові речі до одягу, текстильні, крім трикотажних обсягом 85,8 млрд дол США.
- За 11 місяців 2022 року було імпортовано товарів категорії 62 Одяг та додаткові речі до одягу, текстильні, крім трикотажних країнами ЄС на суму 87,3 млрд дол США.
- Найбільшими постачальниками категорії 62 Одяг та додаткові речі до одягу, текстильні, крім трикотажних у 2021 році були:
  - Китай – 20,9%;
  - Бангладеш – 10,9%;
  - Німеччина – 7,6%;
  - Туреччина – 7,4%;
  - Італія – 5,3%.

Найбільші імпортери категорії 62 Одяг та додаткові речі до одягу, текстильні, крім трикотажних серед країн ЄС у 2021 році, %

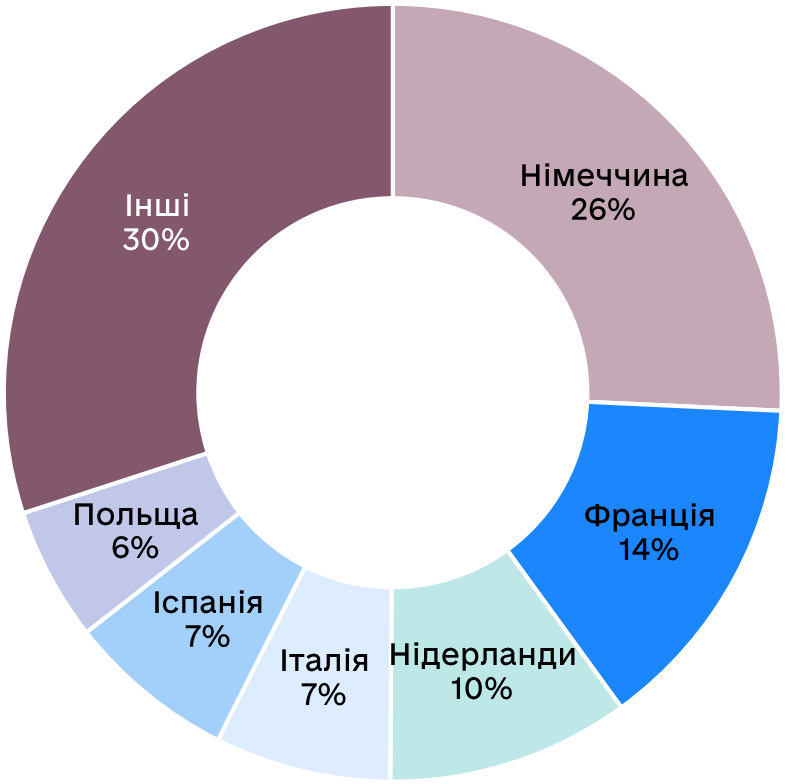
Джерело: Trademap

Імпорт одягу та взуття країнами ЄС

63 Інші готові текстильні вироби

- Всього за 2021 рік країнами ЄС було імпортовано категорії 63 Інші готові текстильні вироби обсягом 26,8 млрд дол США.
- За 11 місяців 2022 року було імпортовано товарів категорії 63 Інші готові текстильні вироби країнами ЄС на суму 22,7 млрд дол США.
- Найбільшими постачальниками 63 Інші готові текстильні вироби у 2021 році були:
  - Китай – 33,9%;
  - Пакистан – 8,6%;
  - Німеччина – 8,4%;
  - Туреччина – 6,5%;
  - Індія – 5,8%.

Найбільші імпортери категорії 63 Інші готові текстильні вироби серед країн ЄС у 2021 році, %



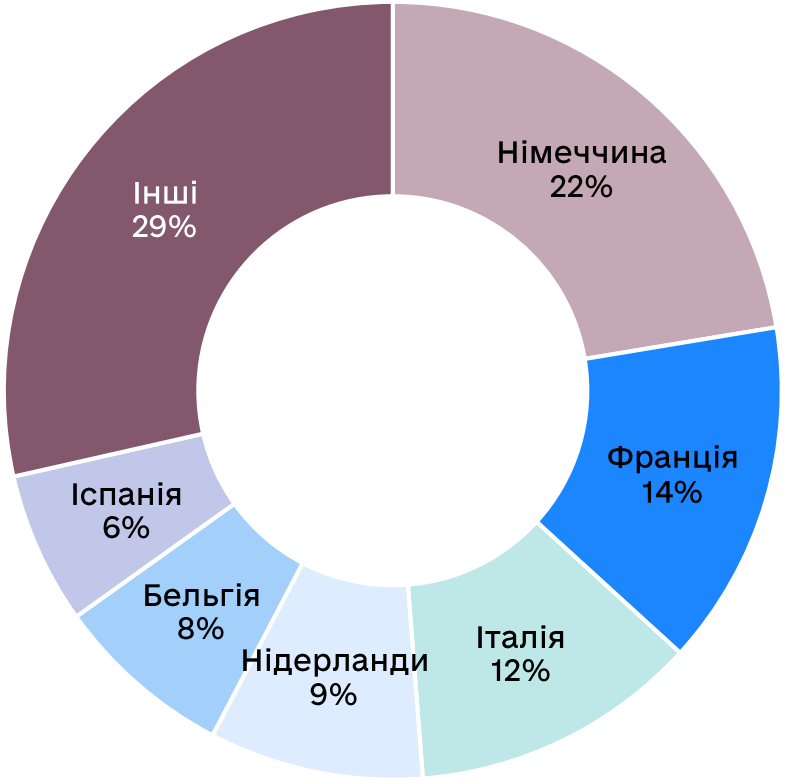
Джерело: Trademap

Імпорт одягу та взуття країнами ЄС

64 Взуття, гетри та аналогічні вироби; їх частини

- Всього за 2021 рік країнами ЄС було імпортовано категорії 64 Взуття, гетри та аналогічні вироби; їх частини обсягом 59,5 млрд дол США.
- За 11 місяців 2022 року було імпортовано товарів категорії 64 Взуття, гетри та аналогічні вироби; їх частини країнами ЄС на суму 62,3 млрд дол США.
- Найбільшими постачальниками 64 Взуття, гетри та аналогічні вироби; їх частини у 2021 році були:
  - Китай – 20,4%;
  - В'єтнам – 12,6%;
  - Італія – 9,4%;
  - Німеччина – 7,7%;
  - Бельгія – 4,9%.

Найбільші імпортери категорії 64 Взуття, гетри та аналогічні вироби; їх частини серед країн ЄС у 2021 році, %



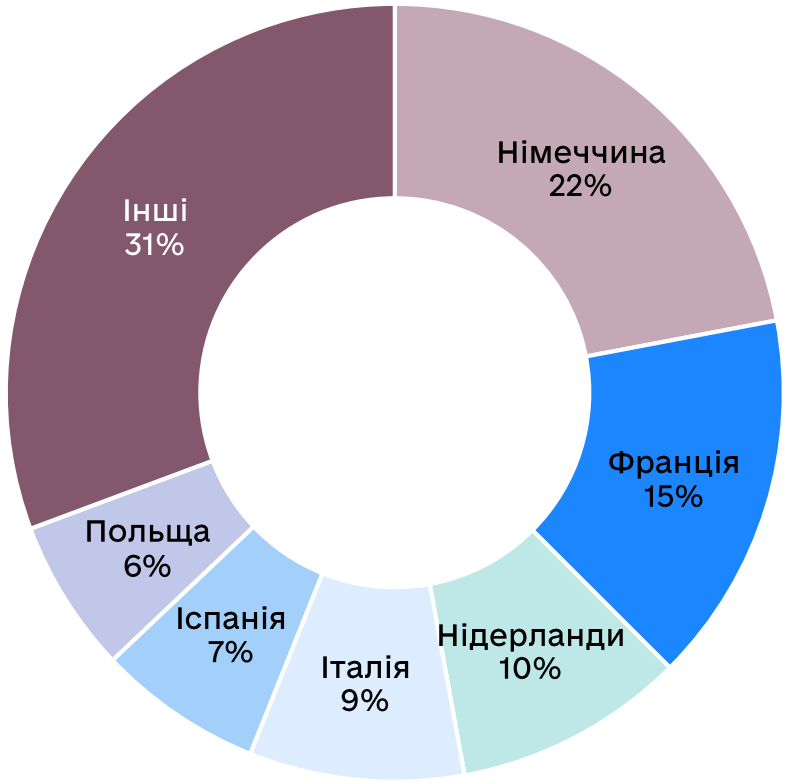
Джерело: Trademap

Імпорт одягу та взуття країнами ЄС

65 Головні убори та їх частини

- Всього за 2021 рік країнами ЄС було імпортовано категорії 65 Головні убори та їх частини обсягом 4,5 млрд дол США.
- За 11 місяців 2022 року було імпортовано товарів категорії 65 Головні убори та їх частини країнами ЄС на суму 4,9 млрд дол США.
- Найбільшими постачальниками 65 Головні убори та їх частини у 2021 році були:
  - Китай – 44,8%;
  - Німеччина – 8,1%;
  - Італія – 6,6%;
  - Франція – 4,9%;
  - Нідерланди – 3,6%.

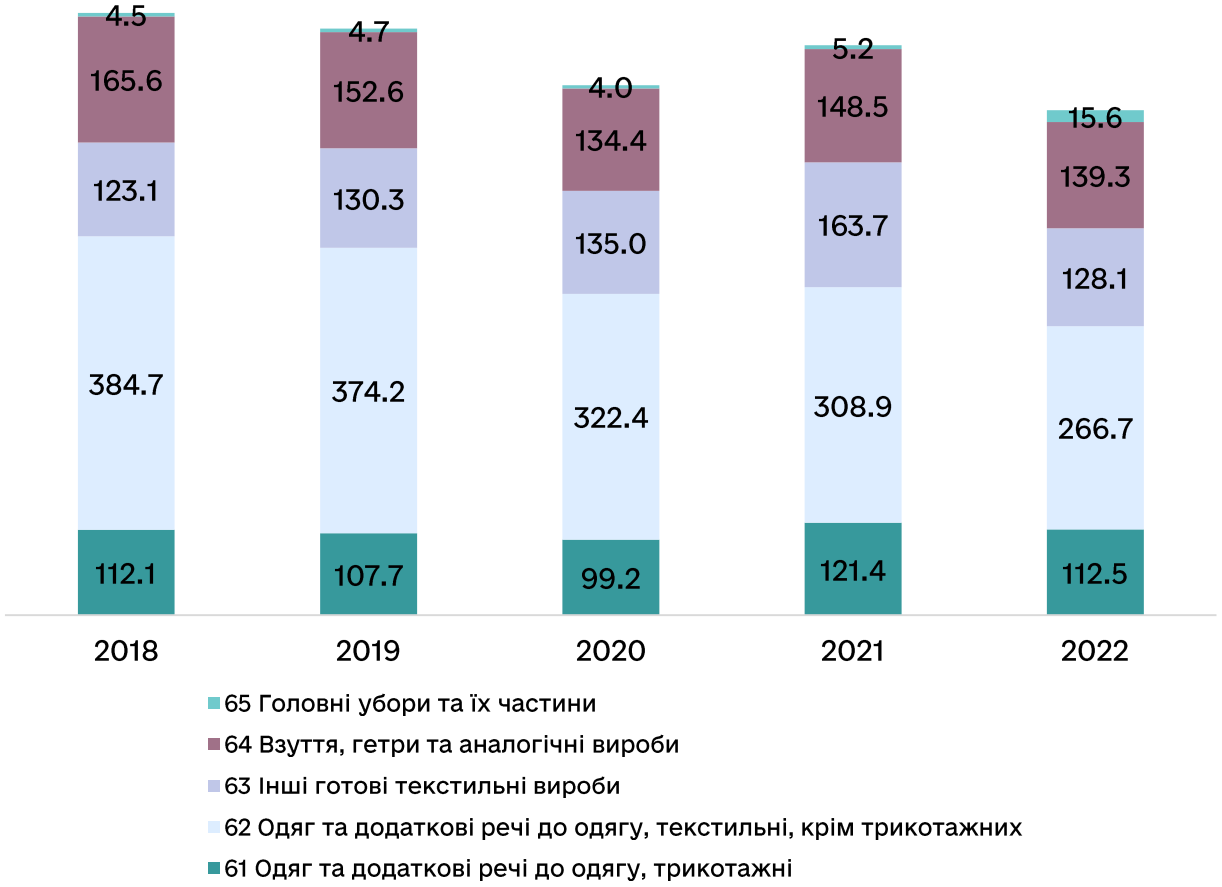
Найбільші імпортери категорії 65 Головні убори та їх частини серед країн ЄС у 2021 році, %



Джерело: Trademap

Імпорт одягу та взуття країнами ЄС з України

Обсяги імпорту одягу та взуття країнами ЄС (27) з України, млн дол США

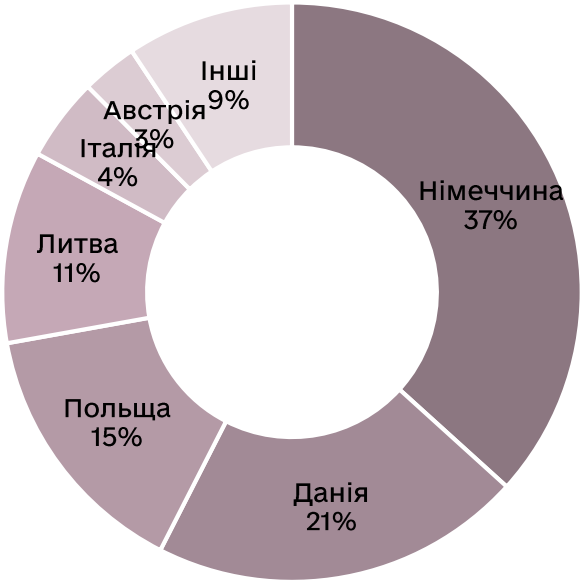


Джерело: Trademap

- Загальна сума експорту у 2022 році склала 662,2 млн дол США, що на 11,4% менше, ніж у 2021 році.
- Середньорічне зростання імпорту одягу та взуття країн ЄС з України протягом останніх 5 років (2017 – 2021 роки) за категоріями:
  - 61 Одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні – 3,3%;
  - 62 Одяг та додаткові речі до одягу текстильні, крім трикотажних – ↓5,6%;
  - 63 Інші готові текстильні вироби – 6,8%;
  - 64 Взуття, гетри та аналогічні вироби – 1,4%;
  - 65 Головні убори та їх частини – 55,2%.

Імпорт одягу та взуття країнами ЄС з України

Найбільші імпортери українських товарів категорії 61 Одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні у 2022 році, %



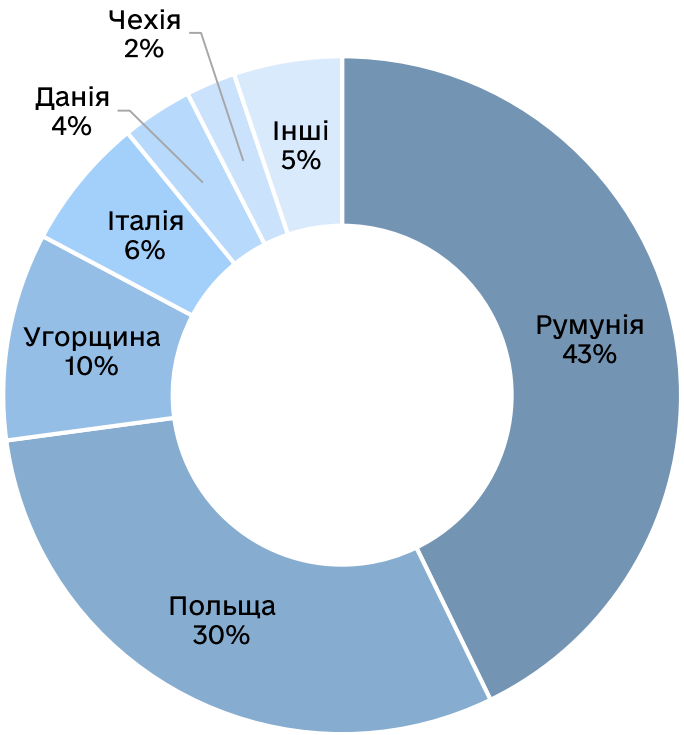
Найбільші імпортери українських товарів категорії 62 Одяг та додаткові речі до одягу, текстильні, крім трикотажних у 2022 році, %

Найбільші імпортери українських товарів категорії 63 Інші готові текстильні вироби у 2022 році, %

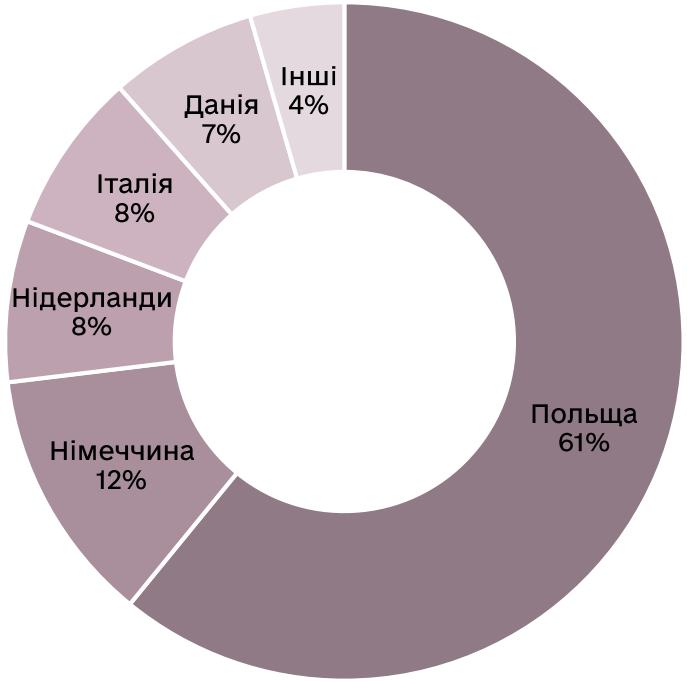
Джерело: Trademap

Імпорт одягу та взуття країнами ЄС з України

Найбільші імпортери українських товарів категорії 64
Взуття, гетри та аналогічні вироби; їх частини у 2022 році, %



Найбільші імпортери українських товарів категорії 65
Головні убори та їх частини у 2022 році, %



Джерело: Trademap

Внутрішній ринок та тренди у споживанні одягу та взуття

Інфляція

Зміна цін на одяг та взуття в ЄС у 2022 році в порівнянні 2021 роком

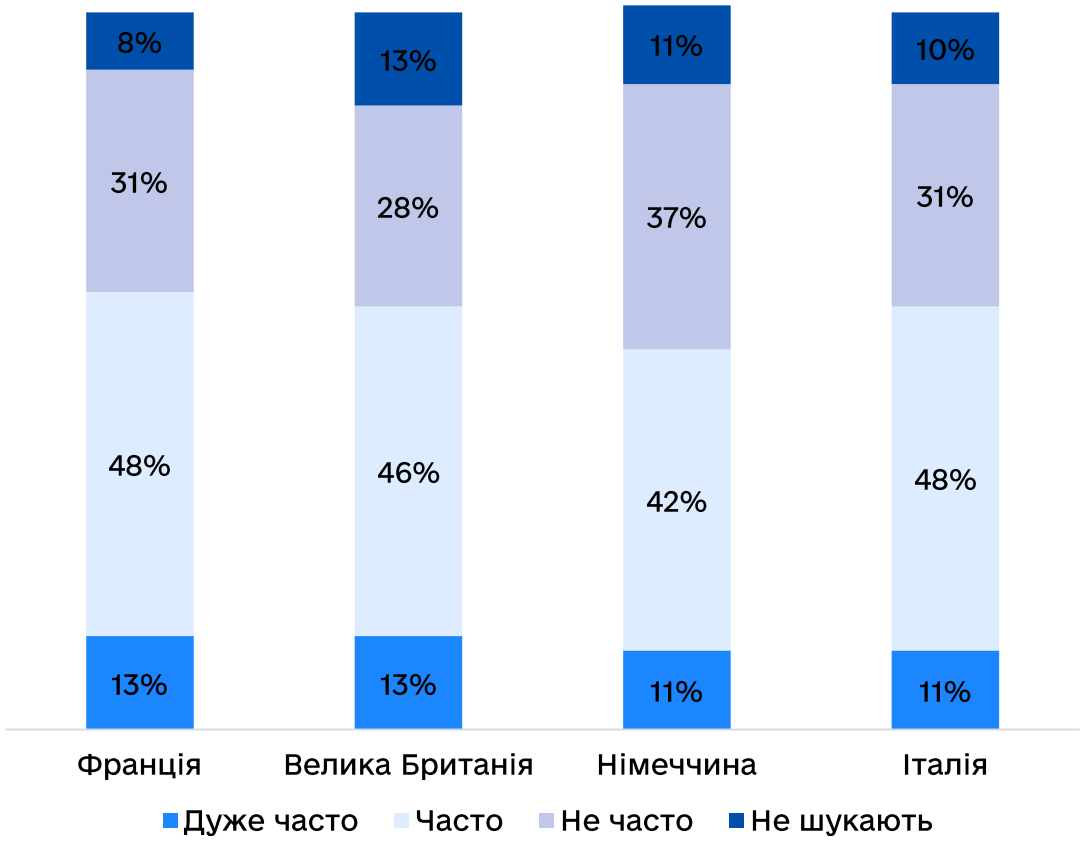
Категорія	Середня ціна у 2022 році	Зміна відносно 2021 року
Аксесуари	28 €	15%
Піжами	34 €	13%
Білизна	19 €	11%
Футболки	19 €	11%
Сорочки та блузи	39 €	10%
Взуття	65 €	7%

Джерело: Euromonitor International, FashionNetwork

- У всій Європі інфляція є ключовою проблемою як для урядів, так і для споживачів. За даними Ipsos, «споживачі зараз кажуть, що вони «вибірково заощаджують» на так званих «вторинних» потребах, таких як соціалізація та культурні витрати (для 60% з них), одяг (56%) і високотехнологічні гаджети (54%)».
- За даними Retviews, ціни на предмети розкоші зросли на 15% з січня 2021 року по січень 2022 року. Це є проблемою для багатьох брендів із більш доступним позиціонуванням.
- В Європі середній показник підвищення цін у 2022 році для великих роздрібних торговців масового ринку, таких як Zara, Uniqlo та Mango, досяг 8%. У Франції у 2022 році ці бренди підвищили ціни на 7%. В Італії та Німеччині зростання цін склало 8% і 9% відповідно.
- Також через зростання витрат на транспортування бренди прагнуть зменшити свою залежність від азійських постачальників. Так, вартість контейнеру з Китаю чи В'єтнаму у 2019 році складала 3 тис євро, у період пандемії 17 тис євро, і зараз вартує приблизно 10 тис євро. Через це багато брендів переглядають своє виробництво в азійських країнах.

Сталий розвиток

Як часто покупці шукають інформацію про методи сталого розвитку брендів, коли вирішують купити продукт у вибраних країнах у 2022 році



Джерело: Euromonitor International, Statista, EuropeanCommission

Візія ЄС до 2030 року:

- Збільшення довговічності текстилю. ЄС має Стратегію стійкого та циркулярного текстилю для створення екологічнішого текстильного сектора. Згідно даної стратегії всі текстильні вироби мають бути міцними, придатними для ремонту та переробки. Будуть також нові вимоги щодо мінімального вмісту перероблених матеріалів у текстильних виробах.

- Покращення циркулярності сектору та зменшення відходів. Швидка мода заохочує непотрібне надмірне споживання. Це призводить до надмірного сміття, значна частина якого не підлягає переробці. У ЄС уже є комплексні закони про відходи , а основний закон (Рамкова директива про відходи) буде переглянуто у 2023 році. Основна увага буде зосереджена на текстильних і харчових відходах.

- Боротьба з мікропластиком. ЄС фінансує багато досліджень мікропластику. Ризики, які вони становлять, потребують подальшого вивчення. Але очевидно, що мікропластик, який виділяється з текстилю, має вимірний вплив на навколишнє середовище. Тож ЄС розробляє конкретні способи вирішення цього ненавмисного викиду мікропластику.

- Захист людей від грінвошинга. В ЄС наразі використовується понад 200 марок сталого розвитку. Деякі з них ненадійні. Вони можуть вводити в оману. Для цього в березні 2023 року ЄС запропонував загальні критерії проти «зеленого відмивання» та оманливих екологічних заяв.

Рослинна мода

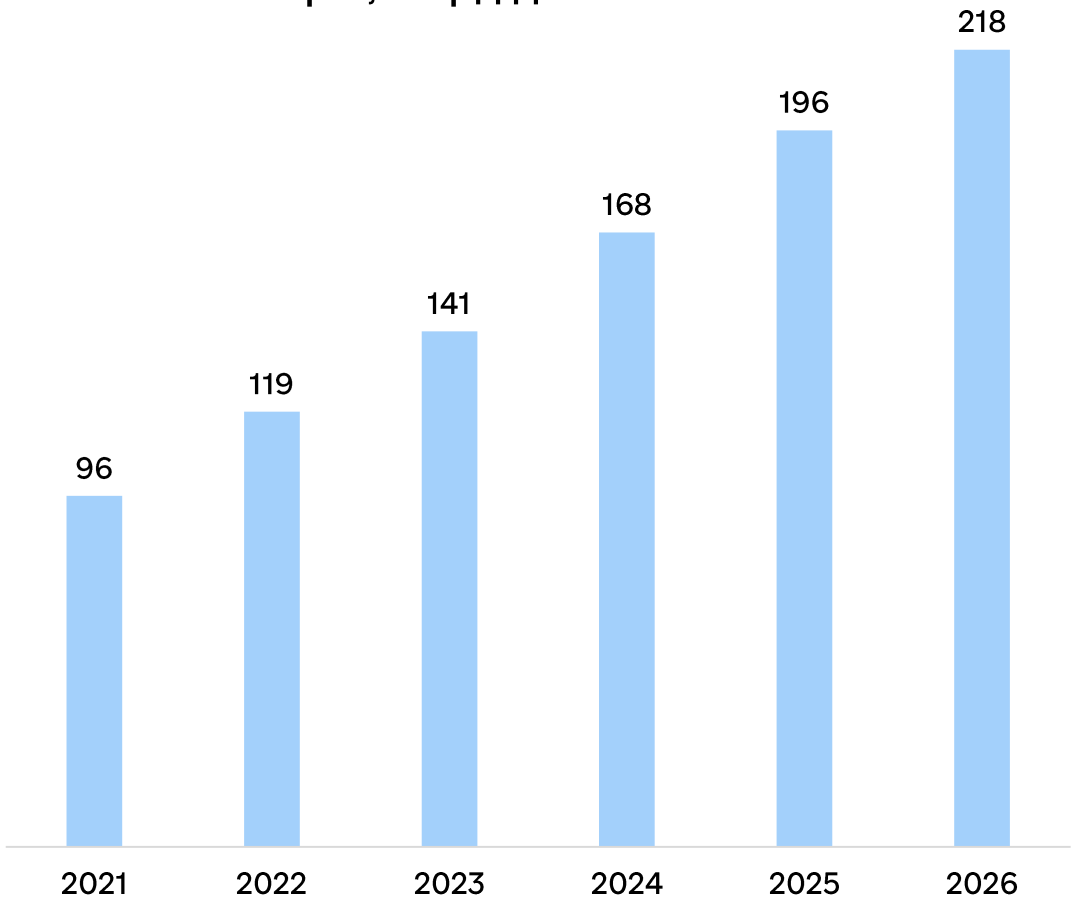
Відсоток команій у світі, які планують випуск веганської, вегетаріанської та рослинної продукції, за категоріями

Джерело: Euromonitor International

- 46% респондентів планують найближчим часом випустити продукти з веганськими, вегетаріанськими або рослинними продуктами.
- Інновації в альтернативній шкірі не є чимось новим. Однак після кризи COVID-19 темпи інновацій значно прискорилися, а також спостерігається явний перехід від альтернатив на основі пластику до біоматеріалів.
- У майбутньому очікується шквал екологічних інновацій у біоматеріалах, які дозволять не лише веганські види продукції але й без хімікатів і пластику.
- Ті бренди, які можуть створювати колекції з матеріалів, які біологічно розкладаються, або матеріалів, виготовлених із відходів, матимуть особливо хороші можливості для досягнення успіху.

Зростання продажів вживаного одягу

Ринкова вартість вживаного одягу в усьому світі з 2021 по 2026 рік, млрд дол США

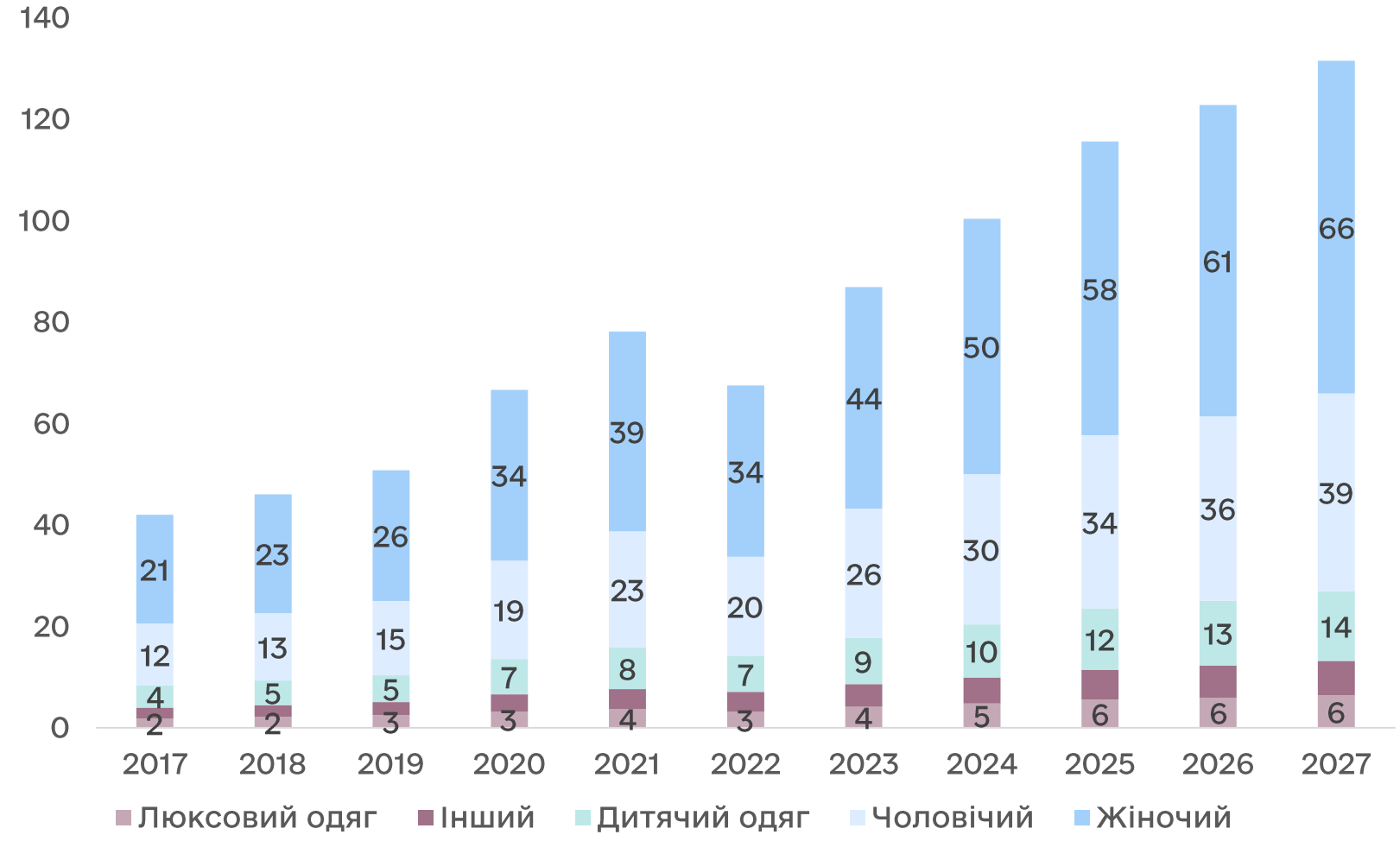


Джерело: Future Market Insights

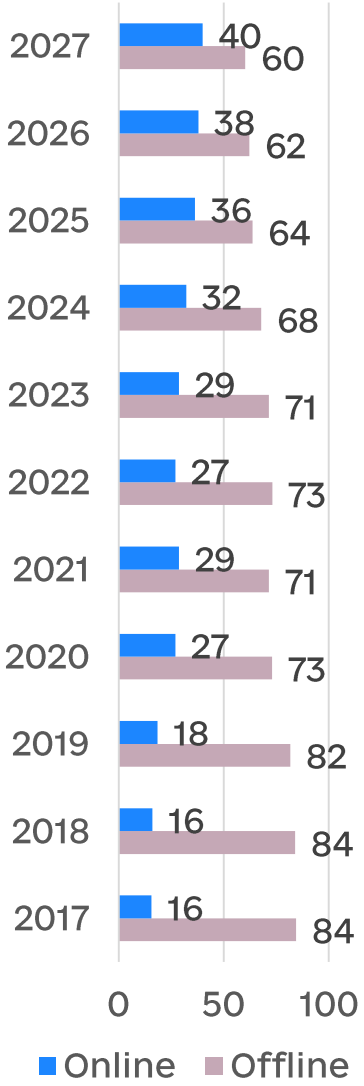
- Очікується, що європейський ринок вживаного одягу становитиме з 18,1 млрд дол США у 2022 році до 40,7 млрд дол США до 2032 року, зростаючи на 8,4% CAGR з 2022 по 2032 рік.
- Очікується, що через канали продажів роздрібні онлайн-магазини отримають максимальний прибуток по всій Європі від продажу вживаного одягу (CAGR складе 15,5%).
- З точки зору типу продукту, сегменти светрів, пальто та курток спостерігатимуть найвище зростання протягом прогнозованого періоду (на 12% до 2032 року).
- Провідними гравцями, які працюють на ринку секонд-хенду Європи є Vinted, eBay, Vestiaire Collective, StockX, Depop, Artpal, Etsy, Rubylane, Amazon, Spoonflower, Farfetch, Yaga, F&P Stock Solutions і Garson & Shaw та інші.

Ринок одягу країн ЄС

Обсяги продажів, млрд дол США

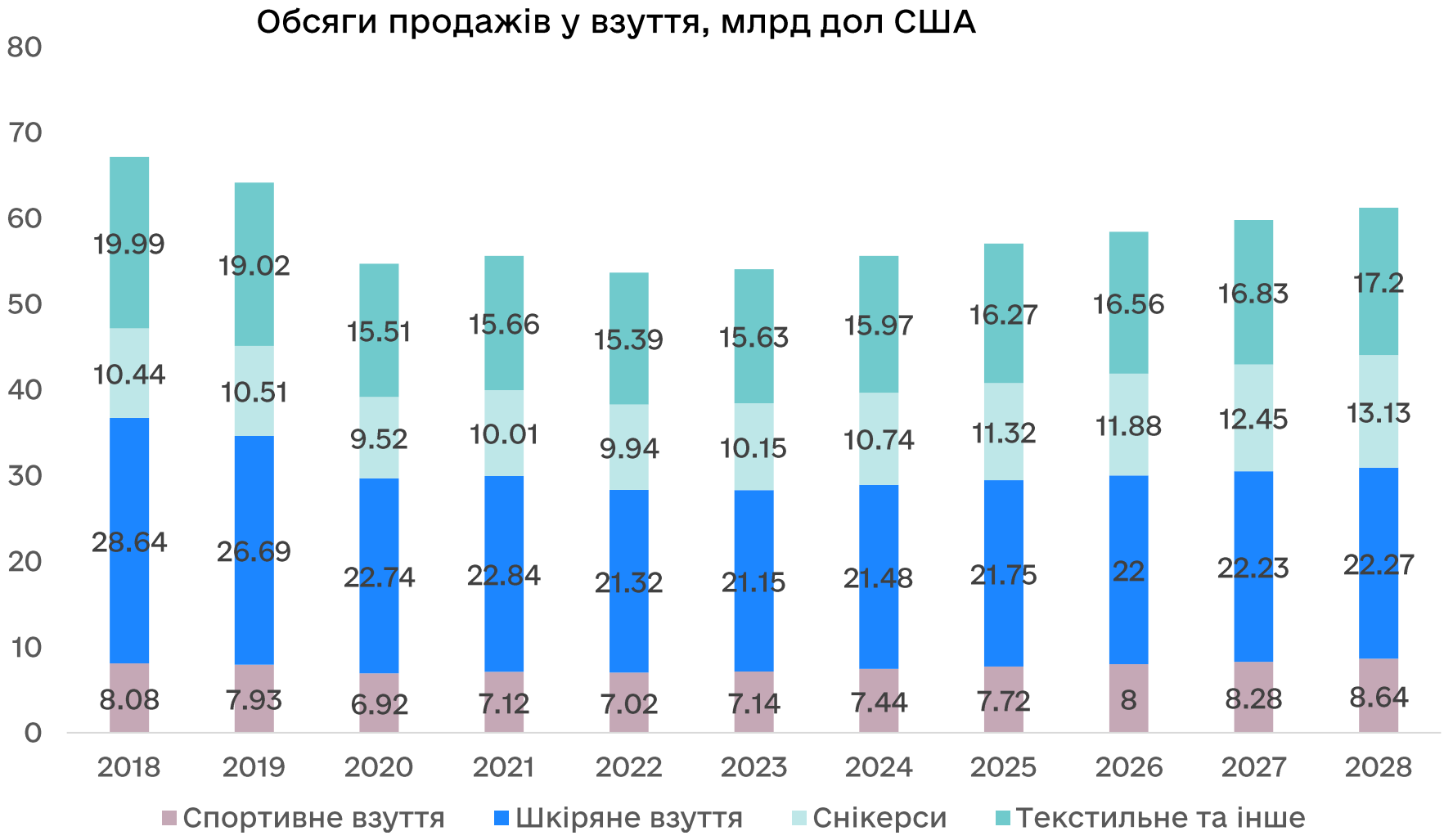


Канали продажів, %

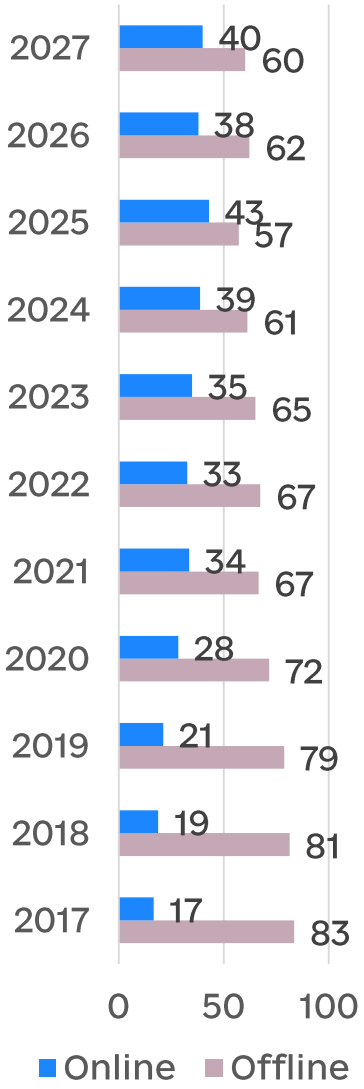


Джерело: Statista

Ринок взуття країн ЄС



Канали продажів, %



Джерело: Statista

🇩🇪 Німеччина

Торгівля

- Обсяги імпорту у 2022 році складали:
  - Одягу – 50,8 млрд євро;
  - Взуття – 14,4 млрд євро.
- Середньорічне зростання обсягів імпорту за останні 5 років (2018 – 2022) складає:
  - Одягу – 6,4%;
  - Взуття – 6%.
- Найбільш імпортовані категорії товарів:
  - 6110 Светри, пуловери, джемпери, тощо;
  - 6109 Футболки, майки та інша натільна білизна;
  - 6104/6204 Костюми, комплекти, жакети, блейзери жіночі;
  - 6203 Костюми, комплекти, піджаки для чоловіків.

Внутрішній ринок

- Обсяги продажів у 2022 році складали:
  - Одягу – 55,7 млрд євро;
  - Взуття – 12,4 млрд євро.
- Середньорічне зростання обсягів продажів до 2027 року:
  - Одягу – 5,4%;
  - Взуття – 5,2%.
- Найбільші канали продажів одягу та взуття у 2022 році були:
  - Спеціалізовані магазини одягу та взуття – 40,3%;
  - e-commerce – 36,4%.
- Витрати на 1 особу у 2022 році складали:
  - Одяг – 754 євро;
  - Взуття – 139 євро.

Лідери ринку у 2022 році

Бренд	Частка на ринку
H&M	3,8%
C&A	2,5%
adidas	2,4%
Deichmann	2,3%
Lidl (Private Label)	1,7%
Nike	1,7%
Aldi (Private Label)	1,3%
Primark	1,2%
Takko	1,2%
s Oliver	1,2%
Інші	80,7%

Джерело: Euromonitor International, Trademap

🇮🇹 Італія

Торгівля

- Обсяги імпорту у 2022 році складали:
  - Одягу – 20,8 млрд євро;
  - Взуття – 8,5 млрд євро.
- Середньорічне зростання обсягів імпорту за останні 5 років (2018 – 2022) складає:
  - Одягу – 7,6%;
  - Взуття – 10%.
- Найбільш імпортовані категорії товарів:
  - 6110 Светри, пуловери, джемпери, тощо;
  - 6109 Футболки, майки та інша натільна білизна;
  - 6104/6204 Костюми, комплекти, жакети, блейзери жіночі;
  - 6203 Костюми, комплекти, піджаки для чоловіків.

Внутрішній ринок

- Обсяги продажів у 2022 році складали:
  - Одягу – 29,6 млрд євро;
  - Взуття – 7,1 млрд євро.
- Середньорічне зростання обсягів продажів до 2027 року:
  - Одягу – 1,5%;
  - Взуття – 1,2%.
- Найбільші канали продажів одягу та взуття у 2022 році були:
  - Спеціалізовані магазини одягу та взуття – 56,4%;
  - e-commerce – 22,9%.
- Витрати на 1 особу у 2022 році складали:
  - Одяг – 856 євро;
  - Взуття – 157 євро.

Лідери ринку у 2022 році

Бренд	Частка на ринку
OVS	4,2%
Nike	2,7%
adidas	2,7%
Zara	2,4%
Decathlon	1,6%
H&M	1,6%
Shein	1,3%
United Colors of Benetton	1,2%
Levi's	1,2%
Calzedonia	1%
Інші	80,1%

Джерело: Euromonitor International, Trademap

🇫🇷 Франція

Торгівля

- Обсяги імпорту у 2022 році складали:
  - Одягу – 29,8 млрд євро;
  - Взуття – 9 млрд євро.
- Середньорічне зростання обсягів імпорту за останні 5 років (2018 – 2022) складає:
  - Одягу – 6,1%;
  - Взуття – 5,5%.
- Найбільш імпортовані категорії товарів:
  - 6110 Светри, пуловери, джемпери, тощо;
  - 6109 Футболки, майки та інша натільна білизна;
  - 6104/6204 Костюми, комплекти, жакети, блейзери жіночі;
  - 6203 Костюми, комплекти, піджаки для чоловіків.

Внутрішній ринок

- Обсяги продажів у 2022 році складали:
  - Одягу – 30,5 млрд євро;
  - Взуття – 7,6 млрд євро.
- Середньорічне зростання обсягів продажів до 2027 року:
  - Одягу – 1,1%;
  - Взуття – 0,8%.
- Найбільші канали продажів одягу та взуття у 2022 році були:
  - Спеціалізовані магазини одягу та взуття – 52%;
  - e-commerce – 22,4%.
- Витрати на 1 особу у 2022 році складали:
  - Одяг – 550 євро;
  - Взуття – 151 євро.

Лідери ринку у 2022 році

Бренд	Частка на ринку
Kiabi	3,8%
Nike	3,3%
Zara	3,2%
adidas	2,8%
Quechua / Tribord	2,2%
H&M	2%
Shein	1,9%
Intersport	1,8%
Cache Cache	1,5%
Gémo	1,4%
Інші	76,1%

Джерело: Euromonitor International, Trademap

Іспанія

Торгівля

- Обсяги імпорту у 2022 році складали:
  - Одягу – 23,9 млрд євро;
  - Взуття – 4,9 млрд євро.
- Середньорічне зростання обсягів імпорту за останні 5 років (2018 – 2022) складає:
  - Одягу – 7,6%;
  - Взуття – 12,1%.
- Найбільш імпортовані категорії товарів:
  - 6110 Светри, пуловери, джемпери, тощо;
  - 6109 Футболки, майки та інша натільна білизна;
  - 6104/6204 Костюми, комплекти, жакети, блейзери жіночі;
  - 6203 Костюми, комплекти, піджаки для чоловіків.

Внутрішній ринок

- Обсяги продажів у 2022 році складали:
  - Одягу – 19,2 млрд євро;
  - Взуття – 6 млрд євро.
- Середньорічне зростання обсягів продажів до 2027 року:
  - Одягу – 3,1%;
  - Взуття – 1%.
- Найбільші канали продажів одягу та взуття у 2022 році були:
  - Спеціалізовані магазини одягу та взуття – 48,5%;
  - e-commerce – 20,5%.
- Витрати на 1 особу у 2022 році складали:
  - Одяг – 367 євро;
  - Взуття – 127 євро.

Лідери ринку у 2022 році

Бренд	Частка на ринку
Zara	8,4%
Carrefour (Private Label)	4,7%
Primark	4,5%
Nike	3,9%
Lidl (Private Label)	3,1%
Bershka	2,7%
Auchan (Private Label)	2,6%
adidas	2,2%
Pull & Bear	2,2%
H&M	1,8%
Інші	63,9%

Джерело: Euromonitor International, Trademap

🇳🇱 Нідерланди

Торгівля

- Обсяги імпорту у 2022 році складали:
  - Одягу – 21,8 млрд євро;
  - Взуття – 6,1 млрд євро.
- Середньорічне зростання обсягів імпорту за останні 5 років (2018 – 2022) складає:
  - Одягу – 12,7%;
  - Взуття – 9,8%.
- Найбільш імпортовані категорії товарів:
  - 6110 Светри, пуловери, джемпери, тощо;
  - 6109 Футболки, майки та інша натільна білизна;
  - 6104/6204 Костюми, комплекти, жакети, блейзери жіночі;
  - 6203 Костюми, комплекти, піджаки для чоловіків.

Внутрішній ринок

- Обсяги продажів у 2022 році складали:
  - Одягу – 10,9 млрд євро;
  - Взуття – 2,8 млрд євро.
- Середньорічне зростання обсягів продажів до 2027 року:
  - Одягу – 4,4%;
  - Взуття – 4,8%.
- Найбільші канали продажів одягу та взуття у 2022 році були:
  - e-commerce – 47,4%;
  - Спеціалізовані магазини одягу та взуття – 32,9%.
- Витрати на 1 особу у 2022 році складали:
  - Одяг – 851 євро;
  - Взуття – 175 євро.

Лідери ринку у 2022 році

Бренд	Частка на ринку
Primark	5,3%
H&M	3,3%
C&A	3,2%
Hema (Private Label)	2,5%
adidas	1,4%
Shein	1,3%
VanHaren	1,2%
Zara	1,2%
Nike	1%
Zeeman	1%
Інші	78,6%

Джерело: Euromonitor International, Trademap

Виставки та асоціації

Виставки та ярмарки

- The Gallery Duesseldorf (Дюссельдорф, Німеччина) https://gallery-duesseldorf.com/
- Premium Berlin (Берлін, Німеччина) https://www.premium.fashion/
- SEEK (Франкфурт, Німеччина) https://www.seek.fashion/en/
- Babywelt (Мюнхен, Берлін, Франкфурт, Дрезден, Штутгарт, Кельн, Німеччина) https://www.babywelt-muenchen.de/de/Home.html
- Pitti Immagine (Флоренція, Італія) https://www.pittimmagine.com/en
- The One Milano (Мілан, Італія) https://www.theonemilano.com/en/
- Salon International de la Lingerie (Париж, Франція) https://saloninternationaldelalingerie.com/
- Mare di Moda (Канни, Франція) https://www.maredimoda.com/en/home-en/
- MOMAD (Мадрид, Іспанія) https://www.ifema.es/en/momad
- FIMI (Валенсія, Іспанія) https://www.fimi.es/en/
- Modefabriek (Амстердам, Нідерланди) https://www.modefabriek.nl/en

Асоціації

- EURATEX European Apparel and Textile Confederation https://euratex.eu/
- French Union of Fashion & Clothing Industries (Франція) http://www.lamodefrancaise.org/
- The Confederation of the German Textile and Fashion Industry (Німеччина) https://textil-mode.de/en/
- Sistema Moda Italia (Італія) https://www.sistemamodaitalia.com/it/
- MODINT (Нідерланди) https://modint.nl/
- Consejo Intertextil Espagnol (Іспанія) http://consejointertextil.com/

EURATEX
THE EUROPEAN APPAREL AND TEXTILE CONFEDERATION

smi SISTEMA MODA ITALIA

UNION FRANÇAISE DES INDUSTRIES MODE & HABILLEMENT

textil+mode

consejointertextilespañol

MODINT.

ГАЙДИ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Export.gov.ua

Дослідження підготовлене Офісом з розвитку підприємництва та експорту та національним проєктом Дія.Бізнес за підтримки Програми USAID «Конкурентоспроможна економіка України»

Дія.Бізнес реалізується ДУ «Офіс з розвитку підприємництва та експорту» спільно з Міністерством цифрової трансформації України.

ОФІС З РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ
ДЕРЖАВНА УСТАНОВА

Дія Бізнес

USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ

Дія Бізнес

Дія Бізнес
Експортний напрям

info@epo.org.ua

Instagram

Facebook