

**MISSIONE ECONOMICA ITALIA IN TURCHIA - ISTANBUL, 1-3 MAGGIO 2012**  
**Focus settoriale Profumeria e Cosmesi**

**DATI GENERALI**

		<i>commento sull'attività</i>
<b>AMBASCIATA ITALIANA</b>	<p>Ambasciatore: Gianpaolo Scarante</p> <p>Ataturk Bulvari, 118 Ankara Tel. : 00903124574200 Fax. : 0090312457428 ambasciata.ankara@esteri.it www.ambankara.esteri.it</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> positivo <input type="checkbox"/> negativo</p> <p>Commento: .</p>
<b>CONSOLATO ITALIANO</b>	<p>Console: Gianluca Alberini</p> <p>Tom Tom Kaptan Sokak, 5 - 34433 Beyoglu Tel. : 00902122431024-25 Fax. : 00902122525879 consolatogenerale.istanbul@esteri.it www.consistanbul.esteri.it</p>	<p><input type="checkbox"/> positivo <input type="checkbox"/> negativo</p> <p>Commento: NON INCONTRATO .</p>
<b>ICE</b>	<p>Direttore: Ferdinando Pastore Vice Direttore: Paolo Pinto</p> <p>ITALYAN BASKONSOLOSLUGU TICARI ILISKILERI GELISTIRME BOLUMU Lutfi Kirdar Uluslarasi Kongre ve Sergi Sarayi Gumus Sok. No:60 34267 Harbiye - ISTANBUL Tel: (0090212) 373.03.00 (pbx) Fax: (0090212) 241.82.23 istanbul@ice.it www.ice.gov.it</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> positivo <input type="checkbox"/> negativo</p> <p>commento: competente e disponibile</p>
<b>CAMERA COMMERCIO ITALIANA IN TURCHIA</b>	<p>Segretario Generale: Fatih Ayçin</p> <p>Mesrutiyet Caddesi No:75 34430 Tepebasi - Istanbul Tel : +90 212 2442268 Fax : +90 212 2525885 cciist@cciist.com www.cciist.com</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> positivo <input type="checkbox"/> negativo</p> <p>commento: Competente, ben collegato alla realtà economica locale e disponibile.</p>
<b>PROMOS</b>	<p>Responsabile: Ceyda Oğraş</p> <p>Desk Promos C/o Camera di Commercio Italiana di Istanbul Mesrutiyet Caddesi 75, 34430 Tepebasi - Istanbul Tel : +90 212 2442268 Fax : +90 212 2525885 ceyda@cciist.com</p>	<p><input type="checkbox"/> positivo <input type="checkbox"/> negativo</p> <p>commento: NON INCONTRATO</p>
<b>KTSD Kozmetik Ve Temizlik Urunleri Sanyicileri Dernegi</b>	<p>Segretario Generale: Mr Vuranel C. Okay</p> <p>Cosmetics and Toiletries Industry Association Sahrayicedit, Ataturk Caddesi Eris Sitesi B-Blok, Kat 1, Daire 10 TR - 34734 Kadikoy, Istanbul</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> positivo <input type="checkbox"/> negativo</p> <p>commento: disponibile e ben collegato a istituzioni e realtà locali.</p>

**MISSIONE ECONOMICA ITALIA IN TURCHIA - ISTANBUL, 1-3 MAGGIO 2012**  
**Focus settoriale Profumeria e Cosmesi**

**(Cosmetics and Cleaning Products Industry Association)**  
C.T.I.A.  
tel 90 216 368 76 84  
fax 90 216 368 70 16  
vuranel.okay@ktsd.org.tr  
info@ktsd.org.tr  
www.ktmd.org.tr

KTSD è l'associazione di riferimento in Turchia, raggruppa una quarantina di imprese che operano nella produzione di cosmetici, prodotti igienici e detergenti. Supporting member di Cosmetics Europe, membro della Camera di commercio locale, forti legami con il Ministero della salute (attualmente impegnato all'allineamento della normativa cosmetica turca a quella europea).

Dall'incontro è emerso che il mercato turco vale 1,8 mld di € (dati 2010). La maggior parte sono prodotti per l'igiene della persona (sapone e deodoranti). Vengono esportati saponi 2,5 volte in più di quelli consumati. Il 25% dei cosmetici è venduto nel mass-market, un altro 25% attraverso il canale porta a porta e il restante 50% si divide in negozi monomarca e retail.

**TÜSIAD  
TURKISH  
INDUSTRY &  
BUSINESS  
ASSOCIATION  
(Associazione degli imprenditori e degli industriali turchi)**

Senior Expert TÜSIAD International:  
Ms. Asli Baskaracaoglu

Mesrutiet Caddesi 46  
Tepebasi - 34420 Istanbul  
tel: +90 212 249 19 29  
Fax: +90 212 249 13 50  
aslib@tusiad.org  
tusiad@tusiad.org  
www.tusiad.org.tr

positivo  
 negativo

commento:

Fondata nel 1971, la TUSIAD, membro di BUSINESSEUROPE, rappresenta l'associazione degli industriali più influente, i cui membri contribuiscono per più del 60% del PIL, dell'occupazione e delle esportazioni della Turchia.

Gli associati, perlopiù federazioni ed associazioni di settore, sono circa 600 e rappresentano nel complesso circa 2.500 grandi aziende turche.

I settori maggiormente rappresentati sono quello manifatturiero (35%), il commercio all'ingrosso e al dettaglio (13%), le infrastrutture (11%), i servizi finanziari (11%) ed i trasporti (10%).

La TUSIAD è presente con uffici di rappresentanza anche all'estero (Bruxelles, Washington, Pechino, Berlino e Parigi). All'interno dell'associazione è stata istituita la TUSIAD INTERNATIONAL, unità separata finalizzata al coordinamento e alla pianificazione delle relazioni commerciali bilaterali e degli investimenti all'estero.

Attuale Presidente dell'Associazione è Umit Boyner, imprenditrice già ai vertici della Boyner Holding, una delle maggiori realtà tessili del paese.

**DEIK  
(DIS EKONOMIK  
ILISKILER  
KURULU)  
(Consiglio per le Relazioni Economiche con l'Estero)**

Vice Presidente per i rapporti con l'Italia:  
Mr. Cafer Sait Okray

TOBB Plaza Talatpaşa Cad. No:3 K:5  
34394 Gültepe Levent – ISTANBUL  
Tel : 0090 (212) 3395000  
Fax : 0090 (212) 2703092  
csokray@udas.com  
info@deik.org.tr  
www.deik.org.tr

positivo  
 negativo

commento:

Costituito nel 1988, il DEIK è un organo affiliato della TOBB preposto allo sviluppo ed alla promozione delle relazioni economiche, commerciali, industriali e finanziarie con paesi ed enti stranieri al fine di favorire una sempre maggiore apertura della Turchia agli scambi internazionali.

Il DEIK rappresenta una realtà forte ed attiva sull'intero territorio nazionale ed è un'istituzione di riferimento che coordina l'attività dei suoi cosiddetti "enti fondatori", 36 associazioni, istituzioni e fondazioni, operanti nel settore delle relazioni economiche ed industriali estere, che contano a loro volta migliaia di aziende associate.

Il DEIK promuove soprattutto la costituzione di Business Council bilaterali con controparti straniere che siano rappresentative del settore privato di quel paese. Si contano circa 100 Business Council alle quali partecipano per parte turca più di 700 aziende associate.

Il DEIK condivide con la propria istituzione di riferimento, la TOBB, la figura del Presidente. Presidente del Business Council Turchia-Italia è Zeynep Bodur Okyay, (la

**MISSIONE ECONOMICA ITALIA IN TURCHIA - ISTANBUL, 1-3 MAGGIO 2012**  
**Focus settoriale Profumeria e Cosmesi**

Presidenza per parte italiana del Business Council deve essere rinominata), imprenditrice che opera nel settore della ceramica e Presidente dell'Associazione Nazionale turca della ceramica.

**TUSKON**  
**Confederation of**  
**Businessmen**  
**and**  
**Industrialists of**  
**Turkey**

Coordinatore EU: Ahmet Aydin  
Merkez Mh. Abide-i Hürriyet Cad.  
Hanımefendi Sk. No : 135 / 4B Şişli / İstanbul  
tel: 0212 315 83 00 (Pbx)  
Fax: 0 212 315 83 01  
info@tuskon.org  
www.tuskon.org

positivo  
 negativo

commento: NON INCONTRATO  
Fondata nel 2005, la TUSKON conta 7 federazioni e 160 associazioni di industriali, per un totale di più di 33 mila aziende rappresentate, dislocate sull'intero territorio nazionale, per la maggior parte di piccole e medie dimensioni.  
Le aziende associate operano nei più svariati settori industriali.  
La Tuskon ha di recente aperto uffici anche a Pechino, Mosca, Bruxelles e Washington.  
Presidente dell'Associazione è Rizanur Meral, imprenditore ai vertici della Sanko Group, grande gruppo industriale operante in diversi settori tra cui quello tessile, delle infrastrutture e della meccanica.

**MUSIAD**  
**Independent**  
**Industrialists**  
**and**  
**Businessmen's**  
**Association**

Chairman of Foreign Relations Commission:  
Mr. Can Tulumen  
Beyoğlu/İSTANBUL  
Sütlüce Mah. İmrahor CD. No:28, 341000212  
222 0406  
can.tulumen@superonline.com  
musiad@musiad.org.tr  
www.musiad.org.tr

positivo  
 negativo

commento:  
Fondata nel 1990 da 5 imprenditori turchi, la MUSIAD conta oggi 3.150 "senior members" e 1.750 "young members". Questi rappresentano nel complesso più di 15.000 piccole e medie aziende dei più svariati settori che contribuiscono annualmente alle esportazioni turche per circa 17 miliardi di USD ed impiegano circa 1,2 milioni di lavoratori.  
L'associazione è presente sull'intero territorio turco con circa 31 uffici e dispone di rappresentanze all'estero in 44 paesi; l'attività della MUSIAD si ispira ad un'etica e a valori di fondo di matrice islamica.  
Attuale Presidente è Ömer Cihad Vardan, imprenditore a capo della Çukurova Heating Systems Industry and Trade Ltd e di altre associazioni del comparto meccanica-ingegneria.

**TOBB**  
**Unione delle**  
**Camere di**  
**commercio e**  
**delle Borse**  
**Merci**

Presidente: Rifat Hisarcıkıoğlu  
Dumlupınar Bulvarı No:252 (Eskişehir Yolu 9.  
Km.) 06530 /ANKARA  
TEL. +90 (312) 218 20 00 (PBX)  
Pbx +90 (312) 219 40 90 - 91 - 92  
info@tobb.org.tr  
www.tobb.org.tr

positivo  
 negativo

commento: NON INCONTRATO  
Costituita nel 1950, la TOBB rappresenta una delle realtà giuridiche ed economiche più rilevanti nel settore privato turco. Conta 365 membri tra Camere di commercio, Camere dell'Industria, del Commercio Marittimo e Borse Merci dislocate sull'intero territorio nazionale e rappresenta gli interessi di oltre 1,4 milioni di aziende, senza distinzione di settori o di dimensioni.  
Obiettivo della TOBB è quello di garantire l'unità e la solidarietà tra i vari enti camerali, facendosi portatrice di interessi unitari presso i più alti livelli istituzionali del paese, le associazioni internazionali e gli interlocutori stranieri.  
La TOBB conta anche numerosi organismi affiliati a supporto dell'importante ruolo guida esercitato nel panorama socioeconomico turco; tra questi ricordiamo il DEIK (organo preposto alla promozione delle relazioni industriali, commerciali e finanziarie con paesi stranieri), il TEPAV (fondazione che conduce ricerche in ambito di

**MISSIONE ECONOMICA ITALIA IN TURCHIA - ISTANBUL, 1-3 MAGGIO 2012**  
**Focus settoriale Profumeria e Cosmesi**

politica economica) ed il KOSGEB (associazione turca per lo Sviluppo delle Piccole e Medie Imprese).  
Rilevante è anche il sostegno e l'affiancamento della TOBB University of Economics and Technology e del TOBB ETU Hospital, struttura all'avanguardia dotata delle più alte professionalità e tecnologie.  
Presidente attuale della TOBB è Rifat Hisarcıklıoğlu, che tra i numerosi incarichi ricopre anche quello di Vicepresidente dell'Eurochambres, l'Associazione delle camere di commercio europee.

**IPEKYOLU**

President: Mahmut Er

29 Ekim Cd. No: 1 Vizyon Park A1 Blok Ofis 29  
Yenibosna - Istanbul  
Tel: +90.212.603 33 33  
Fax: +90.212.603 33 34  
info@beautyeurasia.com  
www.beautyeurasia.com

positivo  
 negativo

commento: Organizzatore di BeautyEurasia, fiera settoriale frequentata abitualmente anche da buyer dei paesi limitrofi che non necessitano di visto per la Turchia.  
Molto disponibile ad accogliere imprese italiane (Unipro negli ultimi anni ha promosso l'organizzazione di collettive Italia gestite da ICE e/o Promos).

**OPTIMER  
SAĞLIK  
HİZMETLERİ**

Export Department: Kübra Yonucuoğlu

Mesa Plaza No: 25/5-6 Merter İstanbul  
Tel: +90 212 677 37 01-02  
Import & Export Dept: +90 5336944541  
k.yonucuoglu@optimersaglik.com  
www.optimersaglik.com

positivo  
 negativo

commento: vedi dettaglio singola scheda

**ROSS PHARMA**

Assistant General Manager: Okan Capkun

Küçük Çamlıca Mah. Şekerkaya Sok. No:9/3  
Üsküdar - İstanbul  
Tel: +90 216 469 86 10  
o.bulbul@rosspharma.com.tr  
www.rosspharma.com.tr

positivo  
 negativo

commento: vedi dettaglio singola scheda

**UNICREDIT**

Nicola Longo-Dente  
Head of International & Multinational Relationship  
Banking

Yapi ve Kredi Bankasi A.Ş.  
Head Office - 12 Levent  
34330 Istanbul - Turkey  
tel.+90 212 3397988  
mob. +90 530 9773862  
mob. +39 331 6394620  
nicola.longodente@yapikredi.com.tr  
nicola.longodente@unicredit.eu

positivo  
 negativo

commento: competente e disponibile

**VEPA GROUP**

Business Development: Ms. Selin Gülez

Muallim Naci Caddesi İncesu İş Merkezi  
No: 43/1 Kat: 2/3 Daire: 7-8-9  
Ortaköy / İSTANBUL  
Tel : +90 212 381 20 00  
Fax : +90 212 381 20 01  
selingulez@vepagroup.com  
info@vepagroup.com  
www.vepagroup.com

positivo  
 negativo

commento: vedi dettaglio singola scheda

**MISSIONE ECONOMICA ITALIA IN TURCHIA - ISTANBUL, 1-3 MAGGIO 2012**  
**Focus settoriale Profumeria e Cosmesi**

**KOPRULU DIS  
TIC.**

TAHAAR MAJVAL

positivo  
 negativo

commento: vedi dettaglio singola scheda

**YKM**

www.ykmden.com

positivo  
 negativo

commento: : NON INCONTRATO

**BMD  
BIRLESMIS  
MARKALAR  
DERNEGI  
United Brands  
Association of  
Turkey**

Darülaceze Caddesi Nadide Sokak SESA Plaza  
No:30 Kat 3  
80260 Şişli/İstanbul  
Tel: + 90 212 320 82 00-01-02  
Fax: + 90 212 320 82 03  
info@birlesmismarkalar.org.tr

positivo  
 negativo

commento: : NON INCONTRATO

**ITRIYAT VE  
KOZMETIK  
DEPOCULARI  
DERNEGI  
(Istanbul  
Cosmetic &  
Wholesalers  
Warehouses  
Association)**

positivo  
 negativo

commento: : NON INCONTRATO

**IKMIB  
(ISTANBUL  
CHEMICALS  
AND CHEMICAL  
PRODUCTS  
EXPORTER'S  
ASSOCIATION)**

Executive Board Chairman: Mr. Murat

positivo  
 negativo

commento: : NON INCONTRATO

**SEDES  
HOLDING A.Ş.  
(GRATIS)**

Deputy General Manager: Mr. Kubilay Posteki  
Consulente: Mr. Burak Aktas

positivo  
 negativo

Yapı Kredi Plaza C Blok Kat 2 34330  
Levent – İstanbul / Türkiye  
Tel. +90 212 2644646  
fax +90 212 2644565  
info@sedesholding.com  
kubilay.posteki@sedesholding.com  
aktasburak@yahoo.ca

commento: vedi dettaglio singola scheda

## MISSIONE ECONOMICA ITALIA IN TURCHIA - ISTANBUL, 1-3 MAGGIO 2012

### Focus settoriale Profumeria e Cosmesi

#### SCHEDA RELAZIONE MISSIONE

compilata da MAURIZIO CRIPPA  
 qualifica DIRETTORE GENERALE UNIPRO  
 data compilazione maggio 2012

**TITOLO MISSIONE** MISSIONE ECONOMICA ITALIA IN TURCHIA

#### **OBIETTIVO GENERALE DELLA MISSIONE**

La missione, organizzata da Confindustria, ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane), Unioncamere, ABI (Associazione Bancaria Italiana) e promossa dal Ministero dello Sviluppo Economico in collaborazione con il Ministero degli Affari Esteri con l'obiettivo di rafforzare le relazioni economiche con la Turchia, ha rappresentato un'importante occasione per le imprese italiane di esplorare nuove opportunità di mercato e collaborazione bilaterale ma anche di osservare le potenzialità di tipologie di investimento in ambiti in espansione non necessariamente collegati al consumo interno.

La missione, guidata dalla Presidente di Confindustria Emma Marcegaglia (accompagnata dal Vicepresidente per l'internazionalizzazione Paolo Zegna), si è sviluppata in un forum economico Italia-Turchia con seminari settoriali e in momenti di business contraddistinti da incontri individuali b2b con realtà locali.

Benché la missione si concentrasse ufficialmente su settori quali Macchinari industriali, Energia ed energie rinnovabili, e Infrastrutture, di fatto è stato sviluppato un Focus settoriale su Profumeria e Cosmesi con azioni ed un programma parallelo per la delegazione Unipro.

#### **OBIETTIVO DELLA PARTECIPAZIONE ISTITUZIONALE DI UNIPRO**

Azione di scouting, istituzionale e commerciale, e rafforzamento di precedenti contatti, in un paese dalle buone prospettive per i prodotti italiani.  
 La partecipazione della delegazione Unipro, formata dalla Presidenza e dai Presidenti e Referenti dei Gruppi merceologici, segue la partecipazione del Direttore Generale alla pre-missione di scouting a Istanbul a febbraio scorso.  
 Unipro ha anche partecipato alle ultime edizioni della fiera Beauty Eurasia (collettiva e azioni promozionali).

#### **PAESE E MERCATO**

La Turchia rappresenta un mercato prioritario per le imprese italiane; è stato, infatti, uno dei Paesi con la maggior crescita nel 2010 (+8.9%) e nei primi nove mesi del 2011 (+9.6%). L'Italia è il secondo partner commerciale (dopo la Germania), con un interscambio in costante crescita, aumentato del 28% nel 2011 per un valore di 21,3 miliardi di dollari.

Il mercato turco è considerato dalle imprese italiane un'area strategica, importante non solo per il commercio bilaterale e piattaforma distributiva nei Paesi dell'area Euro-Asiatica, ma anche come destinazione di investimenti. L'Italia si colloca al settimo posto nella graduatoria dei principali Paesi investitori ed è presente in Turchia con 928 imprese residenti.

Interessante mercato interno con elevate potenzialità.  
 Generazione giovane: 74,4 mln di abitanti di cui la metà di età inferiore ai 30 anni, un terzo dei turchi è iscritto a FaceBook, 5 milioni iscritti a Twitter.  
 Progressiva crescita economica.  
 Vicinanza geografica con l'Italia.  
 Armonizzazione alla normativa Europea.  
 Paese ponte come base produttiva e come punto di accesso ai mercati limitrofi quali Caucasia e Asia Centrale, Balcani, Russia e CSI, Medio Oriente e Golfo, Nord Africa (oltre 400 canali TV seguiti da 45 paesi).  
 Accordi di libero scambio con 21 paesi.

- Popolazione: 74 milioni
- PIL(\*): +3,4%
- Commercio Estero(\*): Import +18,1% - Export +4,5%
- Export cosmetico Italia - Turchia, Gennaio-Dicembre (valori in migliaia di Euro)

2010	2011	Var % 2011/2010
2.502	23.313	+3,6%

(\* stima 2011)

## **MISSIONE ECONOMICA ITALIA IN TURCHIA - ISTANBUL, 1-3 MAGGIO 2012**

### **Focus settoriale Profumeria e Cosmesi**

---

Alcuni highlights:

- Il potenziale del mercato turco, legato a consumatori giovani e relativamente nuovi, ai comportamenti ispirati allo stile di vita dei paesi occidentali, al forte accesso delle donne al mercato del lavoro, sta portando nuovi marchi di cosmetici e prodotti per la cura della persona nel paese: negli ultimi anni circa 30 nuovi marchi sono entrati sul mercato indirizzandosi a tutti i segmenti, da quello di lusso a quello di fascia bassa.
  - La crescita generalizzata dell'economia sta interessando anche il settore cosmetico; lusso, servizio ed alta tecnologia sono ancora poco attesi.
  - Prodotti naturali e personal care in grande aumento.
  - Distribuzione disomogenea anche se il futuro è nell'organizzazione dei centri commerciali e specialty shops; il canale farmaceutico rappresenta un importante canale di distribuzione per i prodotti cosmetici intercettando una quota significativa – e crescente – delle vendite del settore cosmesi/cura e igiene personale.
  - La spesa per i cosmetici in Turchia ha raggiunto nel 2011 i 3 miliardi di €
  - L'80% dei prodotti cosmetici venduti in Turchia viene importato dall'estero
- 

#### **IMPRESSIONE GENERALE SUL PAESE**

La Turchia a prima vista sembra un paese di aperte contraddizioni, un luogo dove ancora oggi il moderno si fa strada in una società dalle antiche tradizioni, mai sopite e pur sempre presenti nell'animo della gente.

E' una terra ospitale con una popolazione in continua ricerca di approvazione ed orgogliosa del proprio patrimonio storico-culturale.

Istanbul è una città caotica, in parte pulita e ordinata, ricca di bazar pieni di prodotti attraenti, ristoranti e caffetterie pronti ad attirare al proprio cospetto l'enorme folla di turisti, anche locali, che ad ogni stagione si riversa nelle strade dei quartieri più conosciuti. E' una città cosmopolita che è più Europa che Asia e rappresenta la Turchia moderna, quella che vuole entrare in Europa e che ha quindi tutto l'interesse nel mostrare il meglio di sé.

Secondo la rivista statunitense Forbes, Istanbul, insieme a New York, Mosca, Londra e Los Angeles è fra le cinque città con la maggiore concentrazione di miliardari al mondo.

---

#### **SITUAZIONE POLITICA DEL PAESE**

Repubblica parlamentare dal 1923, stabile. La repubblica turca si basa su un sistema democratico pluralistico e parlamentare, nel quale i diritti umani sono protetti dalla legge e dalla giustizia sociale. La sovranità del popolo si esprime attraverso la Grande Assemblea Nazionale eletta a suffragio universale. Il potere esecutivo è esercitato dal Presidente della Repubblica e dal Consiglio dei Ministri. La Turchia fa parte della NATO e dell'OECD ed è membro associato della Comunità Economica Europea.

Sono in corso cambiamenti legislativi.

Politica Interna - Il partito islamico moderato per la Giustizia e lo Sviluppo (AKP) del primo ministro Erdogan e del presidente Abdullah Gül si mantiene saldamente alla guida del paese. Il Governo ha conseguito un grande successo a settembre 2010 con l'approvazione del referendum per modificare la Costituzione. L'AKP ha vinto le elezioni dello scorso 12 giugno 2011, ma non avendo raggiunto i 2/3 dei seggi, non potrà modificare la costituzione.

Permangono tensioni tra secolaristi/nazionalisti e islamismi, una costante della politica turca. Tali tensioni si sono manifestate anche nelle accuse rivolte dal pubblico ministero al partito AKP di attentare alla natura secolare dello Stato turco, tutelata dalla Costituzione. La Corte Costituzionale ha respinto, per un voto, la richiesta di scioglimento del partito. Oppure nell'arresto di 40 alti esponenti dell'esercito turco che avrebbero organizzato un colpo di Stato ai danni del partito di maggioranza.

Relazioni internazionali - Il processo di allargamento dell'UE alla Turchia è stato parzialmente sospeso: alcuni capitoli del negoziato di adesione sono stati congelati. Uno dei principali ostacoli rimane la questione di Cipro che resta senza soluzione per il momento.

La Turchia sta accrescendo la sua rilevanza in tema di sicurezza regionale e approvvigionamento energetico grazie alla posizione strategica che occupa. A livello regionale si segnala una cauta apertura verso l'Armenia.

Al confine con il Kurdistan iracheno, permangono scontri e tensioni con il partito curdo PKK (Partito dei Lavoratori del Kurdistan).

Buoni rapporti politici con l'Italia.

---

#### **POLITICA COMMERCIALE DEL PAESE**

Categoria di rischio OCSE= 4 (rischio medio).  
Accordi di libero scambio con 21 paesi.

Il rapido progresso economico della Turchia è dovuto principalmente alla crescita delle piccole e medie

---

## **MISSIONE ECONOMICA ITALIA IN TURCHIA - ISTANBUL, 1-3 MAGGIO 2012**

### **Focus settoriale Profumeria e Cosmesi**

imprese che rappresentano le fondamenta portanti del nuovo sistema di sviluppo economico del paese.

Particolarmente interessante è il nuovo piano d'incentivi agli investimenti recentemente approvato dal Governo Turco che prevede finanziamenti alle imprese estere che investono in Turchia in proporzione al business sviluppato.

Il programma del Governo si concentra sulla necessità di aumentare l'occupazione e di ridurre la rigidità del mercato del lavoro, promettendo anche un sistema fiscale più equo e più semplice, con un aumento della percentuale delle entrate fiscali provenienti dalle imposte dirette. Il disavanzo strutturale delle partite correnti deve essere affrontato promuovendo l'innovazione, la produzione interna di beni intermedi e l'uso di energie alternative. Tuttavia queste politiche non dovrebbero avere un impatto sul disavanzo delle partite correnti a breve termine. Il Governo continuerà a perseguire la privatizzazione nel settore energetico e negli altri comparti, ma molto dipenderà dalle condizioni di mercato.

Per approfondimenti al nuovo piano di incentivi agli investimenti recentemente approvato dal governo

**TURCO:** <http://www.confindustria.it/Conf2004/DBDocPriv2004.nsf/bb8791cc41ae9156c1256f26003693e6/24E5DD1663A134B5C12579F8004871F8?opendocument>

Il grado di apertura della Turchia al commercio internazionale è ormai da anni elevato. Il Paese ha un sistema produttivo trainato dalle esportazioni, che a sua volta si alimenta grazie alle forniture di beni intermedi e di investimento. Il saldo della Bilancia Commerciale, tuttavia, è in passivo ed in costante crescita.

La ripresa dei flussi esportativi non riesce difatti a controbilanciare il peso delle importazioni. Il disavanzo è fondamentalmente spiegato, oltre che dalla recente crisi recessiva, anche (ma non solo) da una struttura degli scambi che pone la Turchia nella necessità di dotarsi di forniture energetiche dall'estero, ma anche di un sistema industriale che certamente necessita ancora di forniture di beni intermedi e industriali di vario tipo.

Secondo il rapporto annuale della Commissione Europea sull'avvicinamento della Turchia all'Unione pubblicato il 12.10.2011 (che copre un periodo di osservazione che va da ottobre 2010 a settembre 2011), benché il livello complessivo dell'allineamento con l'Unione Europea rimanga alto come risultato dell'Unione Doganale Europa/Turchia, vi sono stati progressi limitati proprio riguardo la legislazione doganale. Nonostante questo, l'Unione Doganale continua a stimolare il commercio fra Unione Europea e Turchia.

Le questioni riguardanti le barriere all'entrata al mercato turco ed in particolare quelle attinenti alla presenza di dazi, di contingenti, nonché di altre misure di protezione di tipo non tariffario, devono essere inquadrati nel contesto dell'Accordo di Unione Doganale che lega il Paese all'Unione Europea sin dal 1° gennaio 1996. L'Accordo, che lascia al momento scoperto solo il settore agricolo e parte di quello dei servizi, ha sinora ben funzionato, come riconosciuto peraltro anche dalla Commissione Europea che persegue l'obiettivo di espanderne l'applicazione nei campi sinora esclusi. La parte turca, tuttavia, ancora oggi rimane inadempiente rispetto a molti impegni presi con l'Unione, in seguito ai quali Ankara avrebbe dovuto rimuovere le barriere tecniche all'ingresso dei prodotti comunitari entro il 31 dicembre 2000, al fine di adeguarsi completamente all'acquis comunitario in materia. L'insieme delle normative, degli indirizzi e delle sentenze giurisprudenziali europee (acquis) in materia di fiscalità riguardano essenzialmente il settore della fiscalità indiretta, che comprende l'IVA (imposta sul valore aggiunto) e le accise. Esso stabilisce portata, definizioni e principi per l'IVA. Anche le accise sui prodotti energetici, sui prodotti del tabacco e sulle bevande alcoliche sono dettagliatamente regolati dalla legislazione UE.

Progressi limitati possono essere osservati proprio nel settore della fiscalità indiretta. E' tuttavia necessario un ulteriore allineamento, soprattutto per quanto riguarda la struttura, le esenzioni, i regimi speciali e l'applicazione delle aliquote ridotte. Il Fondo del Tabacco, ad esempio, fissa sul tabacco e sulle sigarette di importazione un dazio speciale, che non è applicato ai prodotti nazionali. In linea con il piano d'azione adottato il 18 maggio 2009, la Turchia ha ridotto il prelievo fiscale sul tabacco importato non trattato del 25% a partire dal 1° gennaio 2010. Si tratta di un passo positivo verso la completa abolizione di pratiche discriminatorie in materia di tassazione del tabacco. Tuttavia, secondo la Commissione, sino a tutto il 2011 le discrepanze tra legislazione turca e l'acquis comunitario continuano ad esistere in termini di struttura e valore delle accise. Non si registrano poi progressi riguardo la tassazione delle bevande alcoliche. I dazi specifici imposti sulle bevande alcoliche sono differenziati sulla base del tipo di prodotto piuttosto che sul contenuto alcolico.

Per quanto riguarda le imposte dirette, l'acquis copre alcuni aspetti della tassazione del risparmio e le imposte sulle società. Inoltre, gli Stati membri sono tenuti a rispettare i principi del codice di condotta in materia di imposte sulle società che cerca di eliminare le misure fiscali dannose. La cooperazione amministrativa e l'assistenza reciproca tra gli Stati membri è volta a garantire il buon funzionamento del mercato interno nel settore della fiscalità e fornisce gli strumenti per prevenire le frodi e l'evasione fiscale intracomunitaria. Il rafforzamento dell'amministrazione fiscale e la lotta contro l'economia sommersa non compensano, comunque, secondo la Commissione Europea, la quasi completa assenza di progressi in materia di imposizione diretta e indiretta.

## **MISSIONE ECONOMICA ITALIA IN TURCHIA - ISTANBUL, 1-3 MAGGIO 2012**

### **Focus settoriale Profumeria e Cosmesi**

---

#### **ORGANIZZAZIONE DELLE VENDITE E CANALI DISTRIBUTIVI**

La distribuzione e la vendita in Turchia dei beni di consumo di importazione può avvenire tramite importatori che provvedono direttamente alla vendita, oppure tramite importatori-grossisti che curano anche la distribuzione tramite una loro rete. Tuttavia, tutte le forme di distribuzione e vendita sono ipotizzabili.

Sta aumentando il peso delle vendite dirette verso le grandi catene.

Per quanto riguarda invece il franchising, esso è presente in Turchia soprattutto nel settore dell'abbigliamento e nella ristorazione.

Per le caratteristiche socio-economiche del Paese, lo sviluppo della grande distribuzione modernamente intesa, in Turchia, è un fenomeno relativamente recente.

Le ragioni di questo solo apparente ritardo sono da ricercare, infatti, nelle caratteristiche rigide della distribuzione sociale del reddito: si tratta di un paese di oltre settanta milioni di abitanti con un reddito annuo pro-capite stimato in US\$ 4.500, e caratterizzato tuttora da fortissime sperequazioni economiche nonché da un ceto medio di dimensioni e forza contrattuale troppo contenute.

La fascia di reddito più elevata, che coincide con le classi dirigenti, oscilla intorno al 5% mentre una percentuale intorno al 15/20% è relativa alla classe media, con abitudini e consumi che si ispirano a modelli occidentali.

Per la distribuzione di beni di consumo, i supermercati sono ormai diffusi, anche se gran parte del commercio al dettaglio si svolge ancora in piccoli negozi (70% del totale).

Per esempio, sono ancora molto diffusi, anche se in diminuzione, piccoli negozi, con clientela limitata a un quartiere o addirittura a un isolato, dove viene venduto di tutto, dai generi alimentari, ai detersivi, ai giornali, ai prodotti di cartoleria, ai piccoli utensili da cucina.

---

#### **FIERE DEL SETTORE COSMETICO PRESENTI NEL PAESE**

BEAUTY EURASIA  
14-16 giugno 2012  
Ipekyolu  
[www.beautyeurasia.com](http://www.beautyeurasia.com)  
(dati 2011: 327 espositori, 13.500 mq., 23.000 visitatori)

BEAUTY & CARE FAIR  
22-25 marzo 2012  
Interteks  
[www.beautycarefair.com](http://www.beautycarefair.com)  
(dati 2011: 280 espositori, 8.000 mq., 13.500 visitatori)

---

#### **B2B – QUADRO GLOBALE**

300 presenze italiane: 160 imprese, 14 associazioni, 11 gruppi bancari.

280 presenze turche per un totale di circa 400 incontri bilaterali.

---

#### **B2B SETTORE COSMETICO**

*riferimenti a singole schede degli incontri*

---

#### **CONCLUSIONI**

La Turchia presenta molteplici opportunità di business per gli operatori italiani, sia per quelli che vogliono intercettare le crescenti capacità di assorbimento del mercato locale dei beni di consumo sia in termini di sviluppo commerciale e penetrazione dei mercati limitrofi.

Alcuni motivi per fare affari in Turchia:

- Paese in forte e rapido sviluppo con popolazione giovane (media 28 anni) e ricchezza in crescita.
  - Industria cosmetica consolidata con molte PMI e fiere settoriali qualificate.
  - Paese con un sistema di distribuzione, anche dei cosmetici, molto articolato.
  - La Turchia è la porta per l'Eurasia, l'incrocio tra quattro aree diverse ma complementari con facile mobilità, usi e costumi simili e relazioni commerciali consolidate.
-

**MISSIONE ECONOMICA ITALIA IN TURCHIA - ISTANBUL, 1-3 MAGGIO 2012**  
**Focus settoriale Profumeria e Cosmesi**

**SCHEMA INTERLOCUTORI INCONTRATI**

**DATI IDENTIFICATIVI**      **OPTIMER SAĞLIK HİZMETLERİ**      Export Department: Ms. Kübra Yonucuoğlu  
Mesa Plaza No: 25/5-6 Merter İstanbul  
Tel: +90 212 677 37 01-02  
Import & Export Dept: +90 5336944541  
k.yonucuoglu@optimersaglik.com  
www.optimersaglik.com  
Elenco Rivenditori: www.optimersaglik.com/bayilerimiz.asp

**TIPOLOGIA DELL'INTERLOCUTORE**       istituzione  
 operatore commerciale  
 altro

**SE operatore commerciale, specificare settore**       importatore / distributore prodotti finiti  
 produttore / interessato a esportare prodotti finiti  
 produttore materie prime / interessato a esportare materie prime  
 altro \_\_\_\_\_

**ANNO DI FONDAZIONE**      2005

**CLASSE DI ADDETTI**       fino a 9  
 da 10 a 19  
 da 20 a 49  
 da 50 a 99  
 da 100 a 499  
 500 ed oltre

**FATTURATO (MIL. €)**       meno 0,5  
 0,5 – 2,5  
 2,5 – 5  
 5 - 25  
 25 – 50  
 50

**ISCRIZIONE ALL'ASSOCIAZIONE LOCALE DI CATEGORIA**       sì  
 no  
quale \_\_\_\_\_

**CANALI DISTRIBUTIVI**       mass market  
 department stores  
 profumeria  
 canale professionale estetica/spa  
 canale professionale acconciatori  
 farmacia, parafarmacia, drugstore (800 punti vendita)  
 propri negozi  
 altro"

**MISSIONE ECONOMICA ITALIA IN TURCHIA - ISTANBUL, 1-3 MAGGIO 2012**  
**Focus settoriale Profumeria e Cosmesi**
**PRODOTTI DISTRIBUITI**

	brand name	esclusività	dall'anno	numero punti vendita
<b>Profumeria e cosmesi</b>				
<input checked="" type="checkbox"/>	skincare	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input checked="" type="checkbox"/>	cura corpo	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	toilettries	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	profumi	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input checked="" type="checkbox"/>	make-up	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input checked="" type="checkbox"/>	prodotti per capelli	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input checked="" type="checkbox"/>	cosmetici naturali	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	accessori per l'igiene e articoli regalo	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	cosmeceutical	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	tecnologie e servizi per l'industria cosmetica	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<b>Saloni di acconciatura</b>				
<input type="checkbox"/>	prodotti professionali per capelli	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	arredi e attrezzature	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	articoli e accessori per acconciatori	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<b>Beauty Salon &amp; Spa</b>				
<input type="checkbox"/>	prodotti per unghie	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	prodotti professionali per cura corpo	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	prodotti professionali per skincare	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	arredi e attrezzature per beauty salon	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	arredi e attrezzature per Spa	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<b>Altri</b>				
<input type="checkbox"/>	servizi per la farmacia	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	integratori alimentari e dietetici	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	prodotti omeopatici	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	farmaci	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	parafarmaci-prodotti sanitari	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		

**CONTENUTO DELL'INCONTRO / TIPO DELLE INFORMAZIONI RACCOLTE**

Distributori di prodotti per farmacia e dermatologi. Hanno una distribuzione diretta impegnando 10 persone in ufficio e 50 venditori. Il mercato delle farmacie è in crescita: su 23.000 farmacie solo 1.000 vendono cosmetici. Loro fanno vendita assistita nei punti vendita e ne raggiungono circa 800. Ha dimostrato molto interesse ai prodotti per capelli e al contoterzismo in quanto prevedono entro tre anni di sviluppare una loro linea di prodotti igiene piedi e prodotti per la cura dei capelli (antiforfora). Invitati a Cosmofarma 2012 per incontrare alcune imprese associate.

**AUTOPRESENTAZIONE DELL'AZIENDA**

Fondata nel 2005 da due farmacisti, l'azienda rappresenta oggi un importante attore del settore farmaceutico, attiva nel campo della produzione ed importazione di prodotti cosmetici. La collaborazione con importanti partner internazionali si è tradotta nella concessione di licenze di distribuzione in Turchia di brand famosi a livello mondiale. L'azienda ha cominciato con la distribuzione del marchio spagnolo Babé Laboratories, per poi entrare nel 2009 nel settore del "Make up organico", distribuendo i prodotti australiani Nvey Eco. Tra gli altri marchi distribuiti figurano: Bomtech (per la cura della pelle) e Aftamed (per l'igiene orale).  
 Brand: Babé Laboratories, Nvey Eco, Bomtech, Aftamed

**MISSIONE ECONOMICA ITALIA IN TURCHIA - ISTANBUL, 1-3 MAGGIO 2012**  
**Focus settoriale Profumeria e Cosmesi**

**SCHEMA INTERLOCUTORI INCONTRATI**

**DATI IDENTIFICATIVI**

**ROSS PHARMA**

Küçük Çamlıca Mah.  
Şekerkaş Sok. No:9/3  
Üsküdar - İstanbul  
Tel: +90 216 469 86 10  
www.rosspharma.com.tr  
Punti vendita:  
www.rosspharma.com.tr/Title  
/Eczanelerimiz/



**ROSSPHARMA**  
Since 1999  
Drug & Cosmetics Company

*Okan Çapkin*  
Asst. General Manager

Sağlık Sektöründe Lider Kuruluş

Küçük Çamlıca Mah. Şekerkaş Sok.  
No:9/3 Üsküdar - İstanbul - TURKEY  
Tel : +90 216 469 86 10 (Pbx)  
Fax : +90 216 469 85 99  
GSM : +90 530 418 17 27  
e-mail : o.capkin@rosspharma.com.tr  
web : www.rosspharma.com.tr

Logos: DDF, AFAS, BÉRES, VigRX, PHARCO, FLYTEHABCO

**TIPOLOGIA  
DELL'INTERLOCUTORE**

- istituzione  
 operatore commerciale  
 altro

**SE operatore commerciale,  
specificare settore**

- importatore / distributore prodotti finiti  
 produttore / interessato a esportare prodotti finiti  
 produttore materie prime / interessato a esportare materie prime  
 altro \_\_\_\_\_

**ANNO DI FONDAZIONE**

2000

**CLASSE DI ADDETTI**

- fino a 9  
 da 10 a 19  
 da 20 a 49  
 da 50 a 99  
 da 100 a 499  
 500 ed oltre

**FATTURATO (MIL. €)**

- meno 0,5  
 0,5 – 2,5  
 2,5 – 5  
 5 - 25  
 25 – 50  
 50

**ISCRIZIONE  
ALL'ASSOCIAZIONE  
LOCALE DI CATEGORIA**

- si  
 no  
quale \_\_\_\_\_

**CANALI DISTRIBUTIVI**

- mass market  
 department stores  
 profumeria  
 canale professionale estetica/spa  
 canale professionale acconciatori  
 farmacia, parafarmacia, drugstore (500 punti vendita)  
 propri negozi  
 altro" medici

**MISSIONE ECONOMICA ITALIA IN TURCHIA - ISTANBUL, 1-3 MAGGIO 2012**  
**Focus settoriale Profumeria e Cosmesi**
**PRODOTTI DISTRIBUITI**

	brand name	esclusività	dall'anno	numero punti vendita
<b>Profumeria e cosmesi</b>				
<input checked="" type="checkbox"/>	skincare	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input checked="" type="checkbox"/>	cura corpo	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	toilettries	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	profumi	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input checked="" type="checkbox"/>	make-up	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input checked="" type="checkbox"/>	prodotti per capelli	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input checked="" type="checkbox"/>	cosmetici naturali	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	accessori per l'igiene e articoli regalo	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input checked="" type="checkbox"/>	cosmeceutical	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	tecnologie e servizi per l'industria cosmetica	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<b>Saloni di acconciatura</b>				
<input type="checkbox"/>	prodotti professionali per capelli	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	arredi e attrezzature	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	articoli e accessori per acconciatori	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<b>Beauty Salon &amp; Spa</b>				
<input type="checkbox"/>	prodotti per unghie	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input checked="" type="checkbox"/>	prodotti professionali per cura corpo	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input checked="" type="checkbox"/>	prodotti professionali per skincare	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	arredi e attrezzature per beauty salon	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	arredi e attrezzature per Spa	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<b>Altri</b>				
<input type="checkbox"/>	servizi per la farmacia	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	integratori alimentari e dietetici	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	prodotti omeopatici	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	farmaci	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	parafarmaci-prodotti sanitari	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		

**CONTENUTO DELL'INCONTRO / TIPO DELLE INFORMAZIONI RACCOLTE**

Lavorano con azienda americana DDF, una delle marche più importanti; un prodotto spagnolo Comlaude prodotto sempre in Spagna (in Italia distribuito dal gruppo genesi). A oggi sono il terzo soggetto che vende in farmacia. In Turchia ci sono circa 24.000 farmacie ma solo 600\800 sono interessate alla dermocosmesi.

Contatti con 350 centri estetici e in futuro prevedono di inserirsi nei canali professionali (estetiste e parrucchieri).

Fanno formazione ai farmacisti e medici in occasione di convention mediche.

Molto selettivi e quindi interessati a quello che chiamiamo masstige, interessati a prodotti efficaci e forti sul mercato.

Invitati a Cosmofarma 2012 per incontrare alcune imprese associate.

**AUTOPRESENTAZIONE DELL'AZIENDA**

Fondata nel 2000, l'azienda importa e distribuisce prodotti cosmetici ed è specializzata nel canale farmaceutico. Sono circa 50 i punti vendita serviti, dislocati sull'intero territorio turco. L'azienda dispone inoltre di contatti con grandi rivenditori all'ingrosso.

Brand: AFAs, Béres, DDF, VigRX

**MISSIONE ECONOMICA ITALIA IN TURCHIA - ISTANBUL, 1-3 MAGGIO 2012**  
**Focus settoriale Profumeria e Cosmesi**

**SCHEMA INTERLOCUTORI INCONTRATI**

**DATI IDENTIFICATIVI**

**VEPA GROUP**

Vepa Group

Muallim Naci Caddesi İncesu İş Merkezi  
No: 43/1 Kat: 2/3 Daire: 7-8-9  
Ortaköy / İSTANBUL  
Tel : +90 212 381 20 00  
Fax : +90 212 381 20 01  
info@vepagroup.com  
www.vepagroup.com

**Selin Gülez**  
Business Development

Muallim Naci Cad. İncesu İş Mktz. No:43/1  
K:2 34330 Ortakoy İstanbul - Turkey  
t : +90 212 381 20 00  
m : +90 530 387 03 74  
f : +90 212 381 20 01  
@ : selin.gulez@vepagroup.com  
www.vepagroup.com

**TIPOLOGIA  
DELL'INTERLOCUTORE**

- istituzione  
 operatore commerciale  
 altro

**SE operatore commerciale,  
specificare settore**

- importatore / distributore prodotti finiti  
 produttore / interessato a esportare prodotti finiti  
 produttore materie prime / interessato a esportare materie prime  
 altro \_\_\_\_\_

**ANNO DI FONDAZIONE**

1962

**CLASSE DI ADDETTI**

- fino a 9  
 da 10 a 19  
 da 20 a 49  
 da 50 a 99  
 da 100 a 499  
 500 ed oltre

**FATTURATO (MIL. €)**

- meno 0,5  
 0,5 – 2,5  
 2,5 – 5  
 5 - 25  
 25 – 50  
 50

**ISCRIZIONE  
ALL'ASSOCIAZIONE  
LOCALE DI CATEGORIA**

- sì  
 no  
quale \_\_\_\_\_

**CANALI DISTRIBUTIVI**

- mass market  
 department stores  
 profumeria  
 canale professionale estetica/spa  
 canale professionale acconciatori  
 farmacia, parafarmacia, drugstore  
 propri negozi  
 altro"

**MISSIONE ECONOMICA ITALIA IN TURCHIA - ISTANBUL, 1-3 MAGGIO 2012**  
**Focus settoriale Profumeria e Cosmesi**
**PRODOTTI DISTRIBUITI**

	brand name	esclusività	dall'anno	numero punti vendita
<b>Profumeria e cosmesi</b>				
<input checked="" type="checkbox"/>	skincare	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input checked="" type="checkbox"/>	cura corpo	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input checked="" type="checkbox"/>	toilettries	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input checked="" type="checkbox"/>	profumi	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input checked="" type="checkbox"/>	make-up	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	prodotti per capelli	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	cosmetici naturali	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	accessori per l'igiene e articoli regalo	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	cosmeceutical	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	tecnologie e servizi per l'industria cosmetica	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<b>Saloni di acconciatura</b>				
<input type="checkbox"/>	prodotti professionali per capelli	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	arredi e attrezzature	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	articoli e accessori per acconciatori	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<b>Beauty Salon &amp; Spa</b>				
<input type="checkbox"/>	prodotti per unghie	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	prodotti professionali per cura corpo	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	prodotti professionali per skincare	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	arredi e attrezzature per beauty salon	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	arredi e attrezzature per Spa	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<b>Altri</b>				
<input type="checkbox"/>	servizi per la farmacia	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	integratori alimentari e dietetici	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	prodotti omeopatici	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	farmaci	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	parafarmaci-prodotti sanitari	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		

**CONTENUTO  
DELL'INCONTRO / TIPO  
DELLE INFORMAZIONI  
RACCOLTE**

Vepa Group è una delle prime aziende ad importare cosmetici in Turchia, sul mercato da 50 anni. Hanno due monobrand store Nars a Istanbul, sono attualmente distributori di Clinique e Shiseido di cui entro l'anno ne diventeranno partner. Seguono inoltre sia il canale skincare (H2O+, e Laliq), il make up (Make Up For Ever) e l'estetica professionale (Valmont). Sono interessati ad inserire nuovi marchi di profumeria ed estetica professionale.

**MISSIONE ECONOMICA ITALIA IN TURCHIA - ISTANBUL, 1-3 MAGGIO 2012**  
**Focus settoriale Profumeria e Cosmesi**

**SCHEMA INTERLOCUTORI INCONTRATI**

**DATI IDENTIFICATIVI**

**KOPRULU DIS TIC LTD**

**ثائر رمضان الراوي**  
**THAAR AL-RAWI**  
Genel Müdür

Akşemsettin Mh. Fevzi Paşa Cd.  
No:75 Kat:2 Daire:3 Fatih / İST.  
Tel.: +90 212 621 74 40 (4 Hat)  
Fax: +90 212 631 31 72  
Mobil: 0532 215 06 71  
Fatih V.D.: 586 000 5475

Dubai (B.A.E)  
Tel.: 9714 228 82 25  
Fax: 9714 228 82 02  
Mobil: +971 50 702 67 86  
E-mail: tmajwai@yahoo.com  
E-mail: thaar\_alrawi@hotmail.com  
E-mail: thaar\_alrawi@gmail.com

**KÖPRÜLÜ**  
DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.  
شركة كوبرلو للتجارة الخارجية

**KÖPRÜLÜ**  
DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.  
شركة كوبرلو للتجارة الخارجية

**مؤيد محمد طيب**  
**Göksel İLERİ**  
Export Manager

Akşemsettin Mh. Fevzi Paşa Cd.  
No:75 Kat:2 Daire:3 Fatih / İST.  
Tel.: +90 212 621 74 40 (4 Hat)  
Fax: +90 212 631 31 72  
Mobil: 0532 417 19 62  
Mobil: 0532 355 82 83  
Fatih V.D.: 586 000 5475  
E-mail: mmtms67@gmail.com  
E-mail: koprulu.d.t@gmail.com

**TIPOLOGIA  
DELL'INTERLOCUTORE**

- istituzione  
 operatore commerciale  
 altro

**SE operatore commerciale,  
specificare settore**

- importatore / distributore prodotti finiti  
 produttore / interessato a esportare prodotti finiti  
 produttore materie prime / interessato a esportare materie prime  
 altro \_\_\_\_\_

**ANNO DI FONDAZIONE**

**CLASSE DI ADDETTI**

- fino a 9  
 da 10 a 19  
 da 20 a 49  
 da 50 a 99  
 da 100 a 499  
 500 ed oltre

**FATTURATO (MIL. €)**

- meno 0,5  
 0,5 – 2,5  
 2,5 – 5  
 5 - 25  
 25 – 50  
 50

**ISCRIZIONE  
ALL'ASSOCIAZIONE  
LOCALE DI CATEGORIA**

- si  
 no  
quale \_\_\_\_\_

**CANALI DISTRIBUTIVI**

- mass market  
 department stores  
 profumeria  
 canale professionale estetica/spa  
 canale professionale acconciatori  
 farmacia, parafarmacia, drugstore  
 propri negozi  
 altro"

**MISSIONE ECONOMICA ITALIA IN TURCHIA - ISTANBUL, 1-3 MAGGIO 2012**  
**Focus settoriale Profumeria e Cosmesi**

**SCHEMA INTERLOCUTORI INCONTRATI**

**DATI IDENTIFICATIVI**

**SEDES HOLDING**

*Deputy General Manager:*  
*Mr. Kubilay Posteki*

*Marketing Consultant:*  
*Mr. Burak Aktas*

**KUBILAY PÖSTEKİ**  
GENEL MÜDÜR YARDIMCISI

BÜYÜKDERE CAD.  
YAPI KREDİ PLAZA, C BLOK  
KAT:2 34330 LEVENT  
İSTANBUL/TÜRKİYE  
T: +90 212 264 46 46  
F: +90 212 264 45 65  
M:+90 530 149 49 60  
SEDESHOLDING.COM

kubilay.posteki@sedesholding.com

**TIPOLOGIA  
DELL'INTERLOCUTORE**

- istituzione  
 operatore commerciale  
 altro

**SE operatore commerciale,  
specificare settore**

- importatore / distributore prodotti finiti  
 produttore / interessato a esportare prodotti finiti  
 produttore materie prime / interessato a esportare materie prime  
 altro \_\_\_\_\_

**ANNO DI FONDAZIONE**

2002

**CLASSE DI ADDETTI**

- fino a 9  
 da 10 a 19  
 da 20 a 49  
 da 50 a 99  
 da 100 a 499  
 500 ed oltre

**FATTURATO (MIL. €)**

- meno 0,5  
 0,5 – 2,5  
 2,5 – 5  
 5 - 25  
 25 – 50  
 50

**ISCRIZIONE  
ALL'ASSOCIAZIONE  
LOCALE DI CATEGORIA**

- si  
 no  
quale \_\_\_\_\_

**CANALI DISTRIBUTIVI**

- mass market  
 department stores  
 profumeria  
 canale professionale estetica/spa  
 canale professionale acconciatori  
 farmacia, parafarmacia, drugstore  
 propri negozi  
 altro"

**MISSIONE ECONOMICA ITALIA IN TURCHIA - ISTANBUL, 1-3 MAGGIO 2012**  
**Focus settoriale Profumeria e Cosmesi**
**PRODOTTI DISTRIBUITI**

	brand name	esclusività	dall'anno	numero punti vendita
<b>Profumeria e cosmesi</b>				
<input checked="" type="checkbox"/>	skincare	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input checked="" type="checkbox"/>	cura corpo	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input checked="" type="checkbox"/>	toilettries	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	profumi	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input checked="" type="checkbox"/>	make-up	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	prodotti per capelli	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	cosmetici naturali	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	accessori per l'igiene e articoli regalo	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	cosmeceutical	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	tecnologie e servizi per l'industria cosmetica	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<b>Saloni di acconciatura</b>				
<input type="checkbox"/>	prodotti professionali per capelli	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	arredi e attrezzature	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	articoli e accessori per acconciatori	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<b>Beauty Salon &amp; Spa</b>				
<input type="checkbox"/>	prodotti per unghie	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	prodotti professionali per cura corpo	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	prodotti professionali per skincare	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	arredi e attrezzature per beauty salon	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	arredi e attrezzature per Spa	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<b>Altri</b>				
<input type="checkbox"/>	servizi per la farmacia	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	integratori alimentari e dietetici	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	prodotti omeopatici	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	farmaci	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	parafarmaci-prodotti sanitari	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		

**CONTENUTO  
DELL'INCONTRO / TIPO  
DELLE INFORMAZIONI  
RACCOLTE**

Sono interessati a distribuire marchi masstige e a creare una linea a marchio proprio BOND di Male Grooming.

Hanno la catena GRATIS che al momento ha 70 punti in Istanbul e Ankara ma prevedono 500 punti entro il 2040.

I negozi hanno 600 referenze e il ricavo maggiore viene da make up e skincare.

Il loro turnover cresce del 12% ogni anno. Turnover totale della catena 300.000.000 tI Ogni punto vendita ha 11 specialisti che educano il pubblico. Ogni mese spediscono 500.000 cataloghi. Spesa media del carrello 23 euro. Per ora sono solo in Turchia ma prossimamente distribuiranno in middle East, Balcani e ex paesi sovietici (Georgia e Azerbaijan). Svilupperanno e-commerce entro il 2013. Sito [www.gratis.com.tr](http://www.gratis.com.tr)