



LÜBNAN



MOBİLYA SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih : 16 Aralık 2025

Raporu Hazırlayan: Beyrut Ticaret Müşavirliği

1. Lübnan Pazarında Mobilya Sektörü

Lübnan’da Mobilya sektörü, genel olarak ekonominin istihdam, gelir ve katma değer yaratma gücü ile iç ve dış ticarete katkısı açısından önemli sektörler arasında yer almaktadır. Taşıma, lojistik, zamanında teslim ve teknolojik gelişme ile moda gelişmeleri gibi unsurların önemli ve belirleyici olduğu sektörde, Türkiye hem pazara yakınlığın getirdiği nakliye avantajı, hem sektörün gelişmişlik düzeyi ve ihracat potansiyeli hem de lojistik imkanlar açısından önemli avantajlara sahip bulunmaktadır.

Lübnan’da mobilya sektörü COVID-19 pandemisinin ilk aşamalarında gelir büyümesinde keskin bir artış görmüştür. Bu durum, tüketici harcamalarının ev dışı harcamalardan hane halkı harcamalarına kaymasından kaynaklanmıştır. Bu dönemde, mağaza içi satışlar, geleneksel mobilya perakendecilerinin kapanmasından olumsuz etkilenirken, çevrimiçi satışlardaki artışla telafi edilmiştir. 2021’in ikinci yarısında COVID-19 kısıtlamalarının kaldırılmasıyla ev dışı harcamalarda kademeli olarak normal seviyelere geri dönüş görülse de dünya genelinde insanlar gıda ve enerjiye daha fazla finansal kaynak ayırmak zorunda kalmış ve bu da harcanabilir gelirden bir azalmaya neden olmuştur. Dolayısıyla, 2022 yılı itibariyle Lübnan’da mobilya sektörü dünya genelinde artan yaşam maliyetinden ciddi şekilde etkilenmiş ve bu durum mobilya sektörü için 2022’deki en büyük zorluk olmuştur. Daha sonraki süreçte ise, Rusya-Ukrayna savaşı, Ekim 2023 tarihi itibariyle Lübnan Hizbullahı ile İsrail arasında başlayan çatışmalar ve Lübnan’da yaşanan hiperenflasyon süreci sektörü olumsuz etkilese de Çin’de COVID-19 ile ilgili kısıtlamaların gevşetilmesinin sektördeki büyüme üzerinde olumlu bir etkisi olmuştur. Bu çerçevede, Lübnan’da Mobilya pazarının 2025 yılında yaklaşık 357,51 milyon ABD doları gelir elde etmesi ve yıllık bazda %9,51’lik bir büyüme oranı göstermesi öngörülmektedir.

Söz konusu avantajları dikkate alınarak çalışma konusu olarak seçilen Mobilya Sektörü ile ilgili olarak bu çalışmada, sektörün Lübnan’daki arz ve talep kaynakları, teknolojik gelişme düzeyi, tüketici eğilimleri açısından belirleyici olan zevk ve tercihlerin düzeyi ile sektör modasındaki gelişmeler açısından konumu ele alınmıştır.

1.1 İlgili Sektörde Üretim

Lübnan’da büyük ulusal sanayi şirketlerinin bulunmaması sebebiyle genel olarak sanayi ve tüketim mallarının ithalatına ağırlık verilmiştir. Sanayi sektörünün GSYİH içindeki payı 2020 yılında %11,35 seviyesinde iken 2024 yılında %12,90 seviyesine ulaşmıştır. Sektörde faaliyet gösteren işletmelerin %96’sında 10 kişiden az kişi ve yalnızca %0,1’inde 250’den fazla işçi çalışmaktadır. Ortalamada firma başına düşen çalışan sayısı 5’tir, bu da işletmelerin ne kadar küçük olduğunun göstergesidir.

Mobilya sektörünün, Lübnan sanayii sektörü içinde %12 seviyesinde bir paya sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. Ağaç Ürünleri de dahil edildiğinde, sektörün sanayideki payı %23-25 seviyelerine çıkmaktadır.

Lübnan Sanayi Bakanlığı tarafından yapılan söz konusu sanayi araştırmasına göre faaliyet alanlarına göre sanayi kuruluşlarının dağılımı aşağıdaki şekilde ortaya çıkmıştır.

Faaliyet Alanlarına Göre Sanayi Kuruluşlarının Dağılımı(2024)	
Faaliyet Alanı	Pay(%)
Gıda -İçecek	26.0
Metal Mamuller	13.0
Mobilya	12.0
Ağaç Mamülleri	10.0
Kimya maddeleri	8.0
Hazır Giyim	6.0
İlaç	5.0
Diğer	20.0
	100.0
<i>Kaynak: Lübnan Sanayi Bakanlığı</i>	

Lübnan’da Bakanlıklar, Ticaret Odaları, Belediyeler ve diğer çeşitli otoritelerde listelenen fabrika sayısı 2024 yılında toplam 18.542 olmuştur ve bu, 2023'te listelenen 18.816 endüstriyel kuruluşa kıyasla bir düşüş olduğunu göstermektedir. Endüstriyel faaliyet, İsrail ve Lübnan arasındaki Kasım 2024 ateşkes anlaşmasının ardından yeniden başlamış ancak yıkıcı saldırılar fabrikalar, binalar, ekipmanlar ve kamu hizmetleri de dahil olmak üzere varlıkların ve altyapının ciddi şekilde tahrip olmasına neden olmuş ve bu da üretkenlik seviyelerini düşürmüştür. Ek olarak, özellikle Bekaa, Güney banliyöleri ve Güney'de artan gerginlik korkuları devam ettiği için üretim, dağıtım ve ihracat süreçleri kesintilerle karşılaşmaya devam etmektedir. Yine de olumlu bir not olarak, Ocak 2025'te yeni Cumhurbaşkanı'nın seçilmesi ve Şubat 2025'te yeni bir Kabin'e'nin kurulması, yatırımcı güveninin ve iş faaliyetlerinin artmasına yardımcı olmaktadır.

Lübnan’ da mobilya sektörü yedi ayrı segmentte ele alınabilir:

Oturma Odası Mobilyaları segmenti, genellikle oturma odalarında bulunan kanepeler, sehpa ve medya dolapları gibi mobilyalara odaklanır. Bu segment şu alt segmentlere ayrılır: Koltuklar ve Kanepeler ile Dolaplar, TV Sehpaları ve Sehpalar.

- Lübnan’da mobilya sektöründeki en büyük segmenti, 2025 yılında 115,71 milyon ABD doları pazar hacmine sahip olan Oturma Odası Mobilyaları segmenti oluşturmaktadır.

Yatak Odası Mobilyaları segmenti, uyku için kullanılan mobilyaları ve diğer aksesuarları, ayrıca giysi ve diğer kişisel eşyaların saklanması için kullanılan mobilyaları ve diğer aksesuarları kapsar. Bu segment şu alt segmentlere ayrılır: Yataklar, Şilteler, Dolaplar, Komodinler ve Şifonyerler ve Yatak Takımları.

- Oturma Odası Mobilyaları segmentinden sonra ikinci en yüksek pazar payına sahip olan Yatak Odası Mobilyaları segmenti gelmektedir. Yatak Odası Mobilyaları, 2023 yılında dünya çapında toplam 131 milyar ABD doları gelir elde etmiş olup, 2029 yılına kadar bu rakamın 163 milyar ABD dolarına yükselmesi beklenmektedir. Lübnan'ın bu segmentteki gelirinin

2025 yılında 17,86 milyon ABD doları olması ve yıllık % -10,40 büyüme oranı göstermesi beklenmektedir.

Mutfak ve Yemek Odası Mobilyaları segmenti, insanların yemek yeme, yiyecek saklama ve hazırlama ihtiyaçlarını karşılamak için kullanılan çeşitli ürünleri kapsar. Bu segment şu alt segmentlere ayrılır: Mutfak Eşyaları ve Yemek Masaları, Mutfak Adaları ve Kilerler.

- Lübnan'da, Yemek Masaları, Mutfak Adaları ve Kiler pazarından elde edilen gelirin 2025 yılında 18,70 milyon ABD doları olması ve bu pazarın yıllık % -3,86 büyüme oranı göstermesi tahmin edilmektedir.

Dış Mekan Mobilyaları segmenti, yağmur, güneş ve rüzgar gibi dış etkenlere dayanacak şekilde özel olarak tasarlanmış ve genellikle hava koşullarına dayanıklı malzemelerden üretilen ürünleri kapsar.

- Lübnan'da, 2025 yılında Dış Mekan Mobilyaları pazarından elde edilen gelirin 23,21 milyon ABD doları olması ve bu pazarın yıllık % -10,96 büyüme oranı göstermesi beklenmektedir.

Ev Ofis Mobilyaları segmenti, geleneksel bir ofise kıyasla evde iyi bir çalışma ortamı sağlayan ürünlere odaklanır. Bu segment şu alt segmentlere ayrılır: Masalar ve Sandalyeler, Kitaplıklar ve Dosya Dolapları.

- Lübnan'da, Ev Ofis Mobilyaları pazarından 2025 yılında elde edilen gelirin 26,11 milyon ABD doları olması ve pazarın yıllık % -0,26 büyüme oranı göstermesi öngörülmektedir.

Lambalar ve Aydınlatma segmenti, bir alanda aydınlatma sağlayan çeşitli cihaz ve armatürleri kapsar. Bu segment şu alt segmentlere ayrılır: Masa ve Ayaklı Lambalar, Tavan Lambaları, Avizeler ve Armatürler.

Ev Dekorasyonu segmenti, bir alanı estetik açıdan daha çekici hale getirmek için tasarlanmış çeşitli aksesuar ve mobilyaları kapsar. Bu segment şu alt segmentlere ayrılır: Dekorasyon Ürünleri, Halılar ve Kilimler, Mumlar ve Perdeler ve Jaluziler.

- Lübnan'da, Ev Dekorasyonu pazar segmentinden 2025 yılında elde edilen gelirin 55,71 milyon ABD doları olması ve pazarın yıllık % -22,52 büyüme oranı göstermesi öngörülmektedir.

- Lübnan'da, Halı ve Kilim pazarından 2025 yılında elde edilen gelirin 20,90 milyon ABD doları olması ve pazarın yıllık % -24,42 büyüme oranı göstermesi öngörülmektedir.

- Lübnan'da, Dekorasyon (süslemeler ve ev aksesuarları) pazarı gelirinin 2025 yılında 25,82 milyon ABD doları olması ve yıllık % -23,42 büyüme oranı yaşanması öngörülmektedir.

- Lübnan'da, Bebek ve Çocuk Mobilyaları pazarı gelirinin 2025 yılında 10,69 milyon ABD doları olması ve pazarın yıllık % 3,53 oranında büyümesi beklenmektedir.

(Not: Mobilya Sektörüne ilişkin bahse konu veriler yalnızca işletmeden tüketiciye (B2C) satışları içermektedir. İşletmeden işletmeye (B2B) satışlar (örneğin; kafeler, ofisler vb. için mobilyalar) rakamlara dahil edilmemiştir.)

1.2 Ortalama Üretici Fiyatları

Lübnan'da enerji arzının kısıtlı ve çok yüksek maliyetli olması ve bunun yanı sıra işçilik ve toprak maliyetlerinin de yüksek olması sebebiyle genel olarak ortalama üretici maliyetleri dünyadaki sektör ortalamalarının üzerinde seyretmektedir. Ayrıca, organize sanayi bölgesi bulunmayan ülkedeki mobilya sektöründe seri üretim kapasitesine sahip büyük ölçekli herhangi bir fabrika da mevcut değildir. Mobilya sektöründe faaliyet gösteren mevcut işletmeler çoğunlukla atölye tipi ve özelleştirilmiş, nispeten piyasa ortalamasının üzerinde, yüksek fiyatlı ürünler tasarlayıp üreten küçük aile işletmeleridir. Diğer taraftan, Lübnan'da mobilya sektörü hammadde tedariki bakımından da ithalata dayalı bir sektördür. Günümüz itibarıyla Lübnan, başta Çin ve İtalya olmak üzere, toptan mobilya bileşenleri ve mamul ürünlerin önemli bir ithalatçısı olmaya devam etmektedir. Dolayısıyla, Lübnan'da mobilya sektörü, ortalama üretim maliyetleri bakımından dezavantajlı bir konumdadır.

1.3 İlgili Sektörde Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler

Lübnan'da mobilya sektörü özelinde herhangi bir üretici birliği/derneği bulunmamakla birlikte mobilya üreticileri Lübnan Sanayiciler Birliği(ALI)'ne ([Association of Lebanese Industrialists](https://www.associationoflebaneseindustrialists.com)) bağlı olarak faaliyet göstermektedir. Lübnanlı üretici firma bilgilerine ALI web sitesi ve <https://lb.kompass.com> ile www.5index.com internet sitelerinden ulaşılması mümkündür.

1.4 Mobilya Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

Lübnan mobilya pazarında, B2C segmentinde en büyük paya çevrimdışı perakendecilik sahiptir. Lübnan'da bu durum, tüketicilerin mobilya satın alma kararlarında daha çok dokunsal bir deneyimi tercih etmelerinden kaynaklanmaktadır. Diğer bir ifadeyle, satın almadan önce mobilyaya dokunabilme, hissedebilme ve boyutunu değerlendirebilme olanağı müşterilerin mobilya satın alma kararlarında en önemli etkidir.

Lübnan'da mobilya sektöründe perakende pazarı, 2025 yılı itibarıyla modern, çağdaş, minimalist ve çok fonksiyonlu tasarımlar ile geri dönüştürülmüş ahşap ve bambu gibi sürdürülebilir ve çevre dostu malzemelere doğru güçlü bir şekilde kaymaktadır. Sektör genelinde perakende satış endeksi 2024 yılının sonlarında düşüş eğilimi gösterirken, 2025 yılı için ev ofis mobilyaları gibi uzmanlaşmış sektörlerde artış eğilimindedir.

Lübnan'da mobilya sektörü, 2025 yılı itibarıyla ekonomik ve yaşam tarzı değişiklikleri nedeniyle dijital entegrasyona doğru önemli bir kayma gösteren çeşitli birincil perakende satış kanalları aracılığıyla faaliyet göstermektedir.

Uzman Mobilya Perakendecileri: Orta ve üst düzey franchise'lardan IKEA gibi büyük mağazalara kadar uzanan özel teşhir salonları, konut ve ticari alıcılar için baskın fiziksel kanal olmaya devam etmektedir.

Bağımsız Perakendeciler ve Yerel Atölyeler: Geleneksel bağımsız mağazalar ve yerel marangoz atölyeleri, genellikle özelleştirilmiş ahşap ve mobilya ürünleri sunarak hayati bir kanal olarak hizmet vermeye devam etmektedir.

Çevrimiçi/E-Ticaret: Bu kanal hızla büyüyerek, tüketicilere özel web platformları ve mobil uygulamalar aracılığıyla kolaylık ve rekabetçi fiyatlandırma sunmaktadır.

Kendin Yap Mağazaları: Büyük ölçekli ev geliştirme ve "bricolage" mağazaları, hem hazır mobilyalar hem de kendin yap malzemeleri için önemli kanallar olarak hareket etmektedir.

Süpermarketler ve Hipermarketler: Bu mağazalar öncelikle seri üretim, daha düşük fiyatlı mobilya ürünleri ve dış mekan mobilyaları dağıtmaktadır.

Doğrudan Satış ve Ticaret Fuarları: Beyrut Tasarım Haftası ve uluslararası ticaret fuarları (örneğin, Interiors Lebanon) gibi etkinlikler, özgün Lübnan tasarımları için doğrudan pazarlama ve satış kanalları olarak hizmet vermektedir.

Lübnan'da mobilya sektöründeki toptan satışlarda, tedarikçiler daha küçük perakendecilere veya işletmelere büyük miktarlarda satış yapmakta ve daha niş bir müşteri tabanına ve dağıtım ağına hizmet etmektedir. Doğrudan tüketiciye satışlara kıyasla toptan satışlar genel pazarın daha küçük bir bileşenidir. 2025 yılının sonu itibarıyla Lübnan'da 37 kayıtlı mobilya toptancısı bulunmaktadır; bu da 2023 yılına göre %5,56'lık bir artış anlamına gelmektedir. Lübnan'da mobilya sektöründeki toptan satışlarda bölgesel merkezler ele alındığında Beyrut ve çevre bölgesi, 21 toptancı ile ana merkez olmaya devam ederken, bu bölgeyi 7 toptancı ile Kuzey Lübnan Bölgesi ve 6 toptancı ile Güney Lübnan bölgesi takip etmektedir. Sektörde toptancıların yaklaşık %38'i şu anda bir web sitesine sahip olup, bu durum giderek artan dijital entegrasyon ile birlikte geleneksel showroom ağlarına ve yerleşik B2B ticaret ilişkilerine önemli ölçüde bağımlılığı göstermektedir.

2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti

2.1 Mobilya Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (2024)

Sıra	Ülke Adı	İthalat Değeri (Bin \$)	Miktar (Ton)	Oran (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1	Çin	46,270	15,840	42.14
2	İtalya	27,073	1,743	24.65
3	Türkiye	6,817	2,965	6.21
4	İspanya	4,721	413	4.30
5	Mısır	2,524	1,053	2.30
6	Fransa	2,454	136	2.23
7	Almanya	2,378	279	2.17
8	ABD	1,764	332	1.61
9	Polanda	1,129	164	1.03
10	İngiltere	1,126	109	1.03
Diğerleri		13,558	2,980	12.35
TOPLAM		109,812	26,016	100.00

2.2 Mobilya Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (2024)

Sıra	Ülke Adı	İhracat Değeri (Bin \$)	Miktar (Ton)	Oran (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat)
1	BAE	7,248	1,084	13.33
2	Ürdün	5,524	955	10.16
3	ABD	4,351	610	8.00
4	Katar	4,274	677	7.86
5	Fransa	3,385	454	6.22
6	Irak	2,876	780	5.29
7	Nigerya	2,384	312	4.38
8	Fildişi Sahili	2,343	926	4.31
9	Kongo	1,997	440	3.67
10	Türkiye	1,510	77	2.78
Diğerleri		18,488	3,919	34.00
TOPLAM		54,378	10,236	100.00

2.3 Mobilya Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (10 ürün - 2024)

Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İthalat Değeri (Bin\$)	Türkiye'den İthalatı (Bin \$)	Türkiye'den İthalatının Payı (%)
9403.60	Diğer ahşap mobilyalar	12,962	2,394	18.47
9403.20	Metalden yapılmış diğer mobilyaları	11,743	907	7.72
9401.80	Oturmaya Mahsus Diğer Mobilyalar	6,354	535	8.42
9403.89	Diğer maddelerden mobilyalar	5,660	267	4.72
9401.61	Ahşap iskeletli oturmaya mahsus diğer mobilyalar	5,495	43	0.78
9404.90	Yatak takımları ve benzeri doldurulmuş eşyaları	4,566	215	4.71
9403.70	Plastik Maddelerden Diğer Mobilyalar	4,505	294	6.53
9402.90	Tıpta ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar	3,319	142	4.28
9403.90	Diğer Mobilyalar ve Bunların Aksam ve Parçaları	3,202	234	7.31
9401.71	Metal iskeletli, içleri doldurulmuş (döşenmiş) ve kaplanmış oturmaya mahsus mobilyaları	3,197	25	0.78

2.4 Mobilya Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (10 ürün)

Ürün Adı	Tarife Pozisyonu (6 Basamaklı)	İhracat Değeri (Bin \$)	Türkiye'ye İhracatı (Bin \$)	Türkiye'ye İhracatının Payı (%)
Diğer ahşap mobilyalar	9403.60	19,473	160	0,82
Diğer maddelerden mobilyalar	9403.89	7,271	1,366	18,79
Metalden yapılmış diğer mobilyaları	9403.20	6,691	0	0
Mutfaklarda kullanılan türden ahşap mobilyalar	9403.40	2,923	0	0
Plastik Maddelerden Diğer Mobilyalar	9403.70	2,360	2	0,09
Şilte, yorgan, yastık, puf, diz-ayak örtüleri, minderler..	9404.90	776	0	0
Ahşap iskeletli oturmaya mahsus diğer mobilyalar: İçleri doldurulmuş, kaplanmış olanlar	9401.61	721	0	0
Diğer Mobilyalar ve Bunların Aksam ve Parçaları	9403.90	700	0	0
bürolarda kullanılan türden ahşap mobilyaları	9403.30	557	0	0
Yatak odalarında kullanılan türden ahşap mobilyalar	9403.50	508	0	0

3. Sektörde Ülkemizden İhracat (Değer ve Miktar)

3.1 Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (Bin \$)

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024
1	9403.60	Diğer ahşap mobilyalar	1,348	4,236	6,449	4,396	2,394
2	9403.20	Metalden yapılmış diğer mobilyaları	107	499	1,142	1,533	907
3	9401.80	Oturmaya Mahsus Diğer Mobilyalar	407	2,687	2,760	852	535
4	9404.29	Şilteler (Yataklar)	35	97	193	227	377
5	9403.70	Plastik Maddelerden Diğer Mobilyalar	151	757	1,997	442	294
6	9403.89	Diğer maddelerden mobilyalar	265	437	1,266	129	267

7	9403.90	Diğer Mobilyalar ve Bunların Aksam ve Parçaları	94	207	215	301	234
8	9404.90	Şilte, yorgan, yastık, puf, diz-ayak örtüleri, minderler vb	73	148	316	267	215
9	9403.50	Yatak odalarında kullanılan türden ahşap mobilyalar	62	556	676	291	209
10	9402.90	Tıpta, cerrahide, diş hekimliğinde ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar	168	148	273	268	142
	TOPLAM		2,710	9,772	15,287	8,706	5,574

3.2 Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (Miktar Ton)

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024
1	9403.60	Diğer ahşap mobilyalar	856	2,403	3,271	2,116	1,188
2	9403.20	Metalden yapılmış diğer mobilyaları	35	252	398	712	486
3	9401.80	Oturmaya Mahsus Diğer Mobilyalar	327	2,095	1,876	463	378
4	9404.29	Şilteler (Yataklar)	22	37	46	81	153
5	9403.70	Plastik Maddelerden Diğer Mobilyalar	91	334	860	180	115
6	9403.89	Diğer maddelerden mobilyalar	140	236	348	48	79
7	9403.90	Diğer Mobilyalar ve Bunların Aksam ve Parçaları	46	88	69	105	105
8	9404.90	Şilte, yorgan, yastık, puf, diz-ayak örtüleri, minderler vb	13	36	48	51	34
9	9403.50	Yatak odalarında kullanılan türden ahşap mobilyalar	52	418	331	117	110
10	9402.90	Tıpta, cerrahide, diş hekimliğinde ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar	18	18	33	30	21
	TOPLAM		1,600	5,917	7,280	3,903	2,669

4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

4.1 Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Lübnan, 10452 Km2 yüzölçümüne sahip küçük bir ülkedir ve ülkenin en büyük şehirleri Beyrut, Trablus-Şam, Sayda, Sur ve Zahle'dir. Mobilya sektöründe en yüksek satış hacmi, alım gücünün en yüksek olduğu Beyrut ve çevre bölgelerinde gerçekleşmektedir.

4.2 Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

Ülkede sanayi alt yapısının güçlü olmaması nedeniyle tüketimin çok büyük kısmı ithalat yoluyla karşılanmaktadır. İthalat; ithalatçı-toptancı-dağıtım-perakendeci zinciri üzerinden yürümekte olup küçük bir pazar olan ülkede çok sayıda ürünün ithalat haklarını elinde bulunduran büyük sermaye grupları bu zincirin tamamını veya en az üç aşamasını bünyelerinde barındırmaları nedeniyle avantajlı konumdadırlar.

Lübnan pazarına satış yapmayı planlayan firmaların finansman konusundaki çözümler hakkında hazırlıklı olmalarında fayda bulunmaktadır. Ancak, 2020 yılı başından bu yana satışların önemli bir bölümü çok kısa vadeli satışlardır.

Lübnan'da mobilya sektöründe en önde gelen firmalar arasında Aihom (İstikbal bayisi), Mobilitop, Sleepcomfort, Ferri Furniture (Alfemo ve Doğtaş bayisi), Perla Home, Citi Furniture, Matta Design firmaları bulunmaktadır.

4.2.1 İlgili Oda/Birlik/Dernek/STKlar ve İletişim Bilgileri

Kuruluş Adı	Yetkilisi	Tel	e-posta / Web Sitesi
The Federation of the Chambers of Commerce, Industry and Agriculture in Lebanon	Mr. Mohamed Choucair President	+9611744702	fccial@cci-fed.org.lb www.cci-fed.org.lb
The Chamber of Commerce, Industry and Agriculture of Beirut and Mount Lebanon	Mr. Mohamed Choucair President	+9611353390 +9611353190 +9611745288	president@ccib.org.lb www.ccib.org.lb
The Chamber of Commerce, Industry and Agriculture of Tripoli	Mr. Toufic Dabboussi President	+9616425600	info@cciat.org.lb www.cciat.org.lb
The Chamber of Commerce, Industry and Agriculture of Saida	Mr. Mohamed Saleh President	+9617720123	chamber@ccias.org.lb www.ccias.org.lb
The Chamber of Commerce, Industry and Agriculture of Zahle	Mr. Edmond Jreissati President	+9618802077 +9618802602	info@cciaz.org.lb www.cciaz.org.lb ygeha@cciaz.org.lb
Association of Lebanese Industrialists	Mr. Selim Zeenni President	+961350280	ali@ali.org.lb www.ali.org.lb

4.2.2 Varsa İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

Lübnan'da mobilya sektörü özelinde faaliyet gösteren ithalatçı firmaların ünvan, adres, telefon ve faaliyet alanı bilgilerine <https://lb.kompass.com> (Kompass Lebanon – Firma rehberi) ve www.5index.com (5 Index Lebanon – Firma rehberi) ile yukarıda bilgilerine yer verilen bölgesel oda ve birliklerin internet siteleri üzerinden ulaşılması mümkündür.

4.3 Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

İthalat işlemlerinde aşağıdaki belgeler aranmaktadır.

- Tek İdari Belgeye (SAD) dayalı beyan formu
- Konşimento
- Paket listesi
- Ticari fatura (aslı)
- Menşe şahadetnamesi
- Teslimat emri (malların sahipliğini kanıtlamak için)
- Sosyal Güvenlik Kurumu'ndan alınacak muafiyet belgesi (SAD'nin kayıt tarihinde geçerlilik süresi dolmamış olmalıdır), yalnızca şirket ve ticari işletmeler için gereklidir.
- İhracatın yapıldığı ülkede ithalatçı ile satıcı arasında yapılan satış sözleşmesi veya bankadan fatura bedelinin belirli bir süre içinde ödendiğini veya ödeneceğini gösteren akreditif (Fatura değerinden şüphe edilmesi halinde, değer tespiti için gümrük memurları tarafından istenebilir.)
- Faturada eşyanın menşei belirtilmemişse veya ihracatçı ülkenin gümrük idaresince onaylanmıyorsa ithalatçının tercihli muameleden yararlanmak istemesi durumunda, ihracatçı ülkenin yetkili tarafı tarafından düzenlenen menşe şahadetnamesi.
- İthal edilen malın türüne bağlı olarak, ithalat lisansları, zorunlu standartlara uygunluk sertifikaları veya bitki sağlığı sertifikaları gibi başka belgeler de istenebilir.

4.4 Sektörde sevk öncesi inceleme zorunluluğu var mıdır? Varsa yetkilendirilmiş gözetim şirketleri hangileridir?

Lübnan'da ithalatatta özel gözetim veya denetim (SGS, Intertek gibi zorunlu sevk öncesi denetimler benzeri) uygulaması bulunmamaktadır. Lübnan'da pazara sunulan ürünlerde genel olarak tüm testler ithalat sırasında ürün gümrüklere geldiği aşamada gerçekleştirilmektedir. Muayene de yine gümrükleme aşamasında örnekleme usulü ile gerçekleştirilmektedir. Örnekler devlet laboratuvarlarında incelenmektedir.

4.5 Sektördeki Önemli Fuarlar (milli katılım olup olmadığı) ve Tarihleri

Lübnan'da mobilya sektörüne yönelik olarak 16-19 Haziran 2026 tarihleri arasında uluslararası katılımlı “Interiors Lebanon Fair” düzenlenecektir. Söz konusu fuara önceki

yıllarda ülkemizden milli katılım olmamakla birlikte B2B ve B2C faaliyetleri içeren fuar özelinde detaylı bilgiye <https://interiorslebanon.com> adresinden ulaşılması mümkündür.

4.6 Sektör firmalarına hitap eden ve gerçekleştirilmesi planlanan ticaret heyetleri

Lübnan'da mobilya sektörüne yönelik olarak öngörülen bir ticaret heyeti organizasyonu bulunmamaktadır. Lübnan'a gerçekleştirilmesi öngörülen ticaret heyeti organizasyonlarına ilişkin olarak <https://tim.org.tr/tr/ticaret-ve-alim-heyetleri> adresinden bilgi alınması mümkündür.

4.7 Varsa Sektörde İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler

Kurumsal ihaleler Kamu İhale Kurumu'nun web sitesi <http://www.ppma.gov.lb> üzerinden takip edilebilir. Altyapı projeleri dışında kalan kamu alımları uluslararası ihalelere açık olsalar dahi genel olarak Lübnan'da yerleşik firmalar tercih edilmektedir. Bu nedenle ilgili sektörde yerleşik bir firma ile işbirliği önerilmektedir.

4.8 Ülkenin, Ülkemiz ve Diğer Ülkelerle STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları Hakkında Bilgi

Lübnan'ın dış ticaret politikası liberaldir ve özel sektör ağırlıklıdır.

Lübnan, Birleşmiş Milletler şemsiyesi altındaki bütün örgüt ve komitelere, Dünya Bankasına, Uluslararası Para Fonuna (IMF) ve Uluslararası Kalkınma Birliğine üyedir. Diğer taraftan, 1999 yılından bu yana Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) ile katılım müzakereleri gerçekleştirmekte olan Lübnan, halen DTÖ nezdinde "Gözlemci" statüsünde bulunmaktadır.

Arap Ligi üyesi olan Lübnan, 1 Ocak 1998 tarihinde yürürlüğe giren ve her yıl gümrük vergilerinin %10 oranında indirilmesini öngören (Arap Ligi kapsamındaki) Arap Serbest Ticaret Anlaşmasına da (GAFTA) taraftır. Bu ülkeler arasında Ocak 2005 itibarıyla gümrük vergisi indirimleri gerçekleştirilmiştir. Bu çerçevede, 17 üye ülke arasındaki ticarete gümrük vergisi muafiyeti bulunmaktadır.

Lübnan, 12 Haziran 2002 tarihinde Avrupa-Akdeniz Ortaklığı girişimi kapsamında, Avrupa Birliği (AB) ile serbest ticareti düzenleyen bir İşbirliği Anlaşması (association agreement) imzalamıştır. Anlaşmanın nihai amacı, Akdeniz Serbest Ticaret Alanını oluşturmak ve gümrük vergilerini aşamalı olarak indirmektir. Nisan 2006'da yürürlüğe giren Anlaşma (STA) çerçevesinde, Lübnan menşeli sanayi mallarının ve bir kısım tarım ürünlerinin AB pazarına gümrüksüz girmesi imkânı getirilirken, AB menşeli malların 2008 yılından itibaren yapılacak gümrük vergisi indirimleri ile nihai olarak 2014 yılında, Lübnan pazarına gümrüksüz girmeleri kabul edilmiştir. Lübnan ayrıca, AB ile Avrupa Komşuluk Politikası (European Neighbourhood Policy-ENP) çerçevesindeki on Akdeniz ülkesinden biridir.

Lübnan'ın 24 Haziran 2004 tarihinde EFTA (İsviçre, Norveç, İzlanda ve Lihtenştayn) ile imzaladığı Serbest Ticaret Anlaşması da 1 Ocak 2007'de yürürlüğe girmiştir. Anlaşma ile 1 Mart 2015 tarihinden itibaren sanayi ürünleri, balıkçılık ve deniz ürünlerinde gümrük vergilerinin sıfırlanması kabul edilmiştir.

1992 yılından bu yana Türkiye'nin de aralarında bulunduğu çok sayıda ülke ile Yatırımları Karşılıklı Geliştirme ve Koruma Anlaşmaları imzalayan Lübnan'ın ayrıca, yine Türkiye'nin de aralarında bulunduğu 20 ülke ile imzaladığı Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşmaları bulunmaktadır.

Lübnan ile Türkiye arasında 24 Kasım 2010 tarihinde imzalanan STA'ya ilişkin ülkemiz iç onay süreci, 30 Nisan 2013 tarihli Mükerrer Resmi Gazete'de yayımlanan Bakanlar Kurulu Kararı ile tamamlanmıştır. Ancak Anlaşma'nın yürürlüğe girebilmesi için Lübnan tarafının da iç onay sürecini tamamlaması gerekmekte olup, bugüne kadar Lübnan Parlamentosu tarafından onaylanmamıştır.

Lübnan'ın taraf ya da üyesi olduğu ikili/uluslararası anlaşmalar Lübnan Ekonomi ve Ticaret Bakanlığının web sayfasında yer almaktadır.

<https://www.economy.gov.lb/en/services/trade/foreign-trade-department>

4.9 Tercihli Tarifeden Yararlanmak İçin Gereken Belgeler

İki ülke arasındaki ticarete halihazırda tercihli tarifeden yararlanma imkanı bulunmamaktadır.

4.10 Sektörde Standartlar

Lübnan Standartlar Enstitüsü, Lübnan'da standardizasyon alanında tek yetkili resmi kuruluştur <http://www.libnor.gov.lb> AB normları (CE) Lübnan için de geçerlidir. ISO üyesi olan Lübnan Standartlar Enstitüsü (LIBNOR) mevcut standartları gözden geçirmektedir.

LIBNOR, standartların hazırlanması, benimsenmesi ve uygulanması için Dünya Ticaret Örgütü'nün TBT (Ticarete Teknik Engeller) iyi uygulama kurallarını kabul etmiş ve bunlara bağlıdır. Lübnan DTÖ üyesi olmasa da uluslararası standardizasyon faaliyetlerinde aktif rol almaktadır. Standartların hazırlanması için programlar yıllık olarak belirlenmektedir.

LIBNOR, Uluslararası Standardizasyon Örgütü (ISO), Codex Alimentarius Komisyonu, Arap Endüstriyel Kalkınma ve Madencilik Örgütü (AIDMO), Association Réseau Normalization et Francophonie (RNF) ve İslam Ülkeleri Standartlar ve Metroloji Enstitüsü (SMIIC) ve Avrupa Standardizasyon Komitesi'nin (CEN) bağlı bir üyesidir.

4.11 Sektörde Etiketleme ve Ambalajlama

Özellikle gıda ve ilaç gibi ürünlerin açık bir şekilde etiketlenmesi ve menşeinin gösterilmesi gerekmektedir. Tüketim ürünlerinde etiketlerin Arapça, İngilizce veya Fransızca olması yeterlidir. Ürün etiketinde, üretim ve son kullanım tarihi, menşei, içindekiler ve ayrıca imalatçının ünvanı ve mümkünse kalite standart bilgilerinin yer alması gerekmektedir. Paketleme üzerinde hiçbir şekilde İbranice dili içeren ifadelerin yer almaması gerekmektedir, aksi takdirde ürüne Lübnan'a girişte el konulmaktadır. AB normları (CE) genelde Lübnan için de geçerlidir. ISO üyesi olan Lübnan Standartlar Enstitüsü (LIBNOR) mevcut standartları gözden geçirmektedir.

Lübnan'a ihraç edilecek ürünler ürünün yapısına, taşıma şekline ve iklim koşullarına göre güvenli bir şekilde paketlenmelidir.

4.12 Lojistik (nakliye süresi, en fazla tercih edilen taşıma modları, güzergahlar v.b.)

Lübnan ve Türkiye arası ticarete hava, deniz ve karayolu ile nakliye imkanları mevcut olmakla birlikte en çok tercih edilen taşıma yöntemleri sırasıyla denizyolu(konteyner), kara-deniz kombine taşımacılık (Mersin Taşucu Limanı – Trablusşam Limanı arasında Ro-Ro hattı) ve havayoludur.

Türkiye, coğrafi olarak Lübnan’a yakın bir ülke olduğu için nakliye süreleri, taşıma moduna bağlı olarak 1-15 gün arasında değişmektedir.

4.13 Dağıtım Kanalları

Lübnanlı ithalatçıları ve tüketicileri son derece bilinçli olup, uluslararası ticareti iyi bilmektedir. Pazarda dünyanın değişik bölgelerinde yerleşik diasporanın etkisi ve Lübnan’la devam eden ticari ilişkilerinin bir sonucu olarak Avrupa ve Kuzey Amerika menşeli marka ürünleri tüketme alışkanlığı yaygındır. Bu noktada müşteri memnuniyeti ve ülke imajını ön plana çıkararak, satış sonrasında ortaya çıkabilecek sorunlarla yakından ilgilenmek ve tüketicilerin güvenini kazanmak son derece önemlidir.

Lübnan’a mal ithalatında “münhasır temsilcilik (exclusive agency)” uygulamasının tercih edilmesi ve pazarın çok büyük olmaması nedeniyle, ithalatın önemli kısmını yüzlerce ürünün ithal hakkını elinde bulunduran büyük sermaye sahibi gruplar yapmaktadır. Başka bir deyişle Lübnan’da sanayi üretimi de pek fazla olmadığı için bir anlamda büyük ithalatçı firmalar önemli bir etkinliğe sahiptir. Büyük şehirlerde başlıca süpermarketler bulunmakta olup, gıda ürünleri açısından da küçük market ve bakkallar başlıca dağıtım kanallarıdır.

Ayrıca Lübnan pazarı Ortadoğu, Arap ülkeleri ve Afrika pazarı için bir çeşit vitrin işlevi gördüğü için, Lübnanlı firmalarla birebir temas ve görüşmelerde bulunulması da son derece avantajlıdır. Lübnan’daki ithalatçı gruplar, birden fazla ülke menşeli çeşitli marka ve ürünleri pazarlayabilmektedir.

4.14 E-Ticaret (Sınır Ötesi E-Ticaret/E-İhracat)

Türkiye ve Lübnan arasındaki sınır ötesi e-ticaret, genel olarak güçlü ticari bağlar ve Türkiye’nin bölgesel e-ticaret potansiyeli nedeniyle aktif, ancak Lübnan’ın yerel ekonomisi ve gümrük düzenlemeleri nedeniyle belirli zorluklar içeren bir alandır. Türkiye’den Lübnan’a gönderiler yayginken, özellikle moda, kozmetik, ev eşyaları gibi ürünlerde artış gözlemleniyor, ancak yüksek vergi oranları ve lojistik zorluklar dikkat edilmesi gereken noktalar olarak öne çıkmaktadır.

4.14.1 Ülkedeki Pazaryerleri

PAZARYERİ	E-POSTA	FİRMA WEB SAYFASI
Makhsoum	antoun.abouzeid@gmail.com	www.makhsoum.com
Ishtari	moussa@ishtari.com ahmad@ishtari.com	www.ishtari.com
Waw Shopping	hani.najjar@hicmedia.com rosy.ghssoub@hicmedia.com	https://waw.shopping/
Deal	omar@deal.com.lb	www.Deal.com.lb https://www.deal.com.lb/item.php
HiCart Lebanon	s.kotob@hicart.com	www.hicart.com
Higalo	CEO@higalo.com	www.higalo.com

4.14.2 Özel Günler, Bayramlar v.b.

Lübnan’da resmi mesai saatleri: 08:30 – 15:30 (Pazartesi – Cuma)
Cumartesi ve Pazar günleri hafta sonu tatilidir.

2025 yılı için tatil günleri aşağıda verilmekle birlikte, dini bayramlar nedeniyle yıllara göre değişiklik göstermektedir.

Ocak 01	New Year Day
Ocak 06	Christmas Day - Armenian Orthodox
Şubat 09	St. Maroun Day
Şubat 14	Rafik Hariri Memorial Day
Mart 25	Annunciation Day
Mart 30	Eid Al-Fitr (Ramadan) (2 gün tatil)
Nisan 18	Good Friday (East & Western Churches)
Nisan 21	Easter (East & Western Churches)
Mayıs 01	Labor Day
Mayıs 25	South Liberation Day
Haziran 06	Eid Al-Adha (Kurban Bayramı) (2 gün tatil)
Haziran 25	Hijri New Year
Temmuz 05	Ashoura
Ağustos 15	Assumption of Virgin Mary
Eylül 04	Prophet Mohammad's Birthday
Kasım 22	Independence Day
Aralık 25	Christmas Day
Yerel Saat:	EET (UTC+2) Summer (DST) EEST (UTC+3)

4.14.3 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Lübnan’da sosyal medya kullanımı yoğun olmakla birlikte en çok kullanılan platformlar Facebook, Instagram ve Tiktok’tur.

4.14.4 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

Lübnan’da E-ticaret alanına yönelik farklı bir gümrük vergisi uygulaması ve sağlanan muafiyet bulunmamaktadır.

4.14.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

Lübnan'ın e-ticaret düzenlemeleri, elektronik belgelerin/imzaların yasal geçerliliğini belirleyen, elektronik sözleşmeleri tanımlayan, elektronik ödemeleri düzenleyen ve kişisel veri korumasını sağlayan 81/2018 sayılı Elektronik İşlemler ve Kişisel Veriler Kanunu etrafında şekillenmektedir. Bu kanun, işletmelerin kayıt yaptırmasını, veri gizliliğine uymasını (Ekonomi Bakanlığına önceden bildirimde bulunma) ve 10 günlük cayma süresi gibi net tüketici hakları sağlamasını zorunlu kılarak, uluslararası standartlara uygun, güvenli ve şeffaf bir dijital ticaret hedeflemektedir.

4.14.6 E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri (Hızlı kargo ve sipariş karşılama hizmetleri (fulfillment) sunan firmalar v.b.)

Lübnan’da DHL, Aramex, UPS, TNT, Fedex ve Liban Post gibi firmalar e-ticarete yönelik olarak lojistik hizmet vermektedir.

4.15 Tanıtım ve Pazarlama

Başta tekstil-konfeksiyon, gıda-içecek hizmetleri ve mobilya olmak üzere markalı ürünlerin söz konusu olduğu sektörlerde “franchising” sıkça başvurulan bir yöntemdir. Özel markaları bulunan Türk firmaları da sıkça bu yönteme başvurumaktadırlar. Bu yöntemle pazara girişte reklam ve promosyon faaliyetleri, özellikle yeni ürün ve markalar söz konusu olduğunda büyük önem taşımaktadır.

Lübnan’da mobilya sektöründeki pazarlama ve tanıtım faaliyetleri için başlıca tercih edilen kanallar şu şekilde özetlenebilir.

- **Ticaret Fuarları ve Sergiler:**

Interiors Lebanon: Tasarımcılar, mimarlar ve alıcılarla bağlantı kurmak için önde gelen bir platformdur ve sponsorluk, B2B eşleştirme ve pazar öngörülerini sunmaktadır.

Beyrut Tasarım Haftası: Lübnan’ın tasarım yeteneklerinin sergilendiği ve mobilya için yerel ve uluslararası görünürlüğü artıran bir organizasyondur.

- **Dijital ve E-Ticaret:**

Sosyal Medya Pazarlaması: Ajanslar ve çeşitli mobilya markalarının reklam ve çevrimiçi görünürlük için sosyal medya platformlarından yararlanmasını sağlamaktadır.

E-Ticaret Platformları: Mobilya satışları için yüksek performanslı çevrimiçi mağazaların kullanılmasını içermektedir.

- **Showroom İçi ve Etkinlik Taktikleri (Örneğin, Interiors Lebanon'da):**

Etkileşimli Stantlar: Ziyaretçileri çekmek için parlak ekranlar, canlı gösteriler ve hediyeler kullanılmaktadır.

- **Ürün Lansmanları:** Yeni ürünleri tanıtmak için fuarlarda özel etkinlikler düzenlenmektedir.

- **Kişiselleştirilmiş Davetiyeler:** E-posta ve bültenler aracılığıyla önemli müşteriler hedeflenmektedir.

- **Stratejik Ortaklıklar:** B2B Eşleştirme: Tedarikçileri nitelikli alıcılarla buluşturmak için etkinliklerde birebir görüşmeler düzenlenmektedir.

- **Sponsorluklar:** Etkinlik paketleri aracılığıyla marka görünürlüğü kazandırma faaliyetidir.

4.16 Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

Lübnanlı mobilya alıcıları, çok işlevli tasarımlara, sürdürülebilirliğe ve geleneksel el işçiliğinin modern minimalizmle harmanlanmasına öncelik vermektedir. Daha kompakt kentsel yaşam nedeniyle, modüler mobilyalara, katlanır masalara ve uzatılabilir yemek

masaları gibi depolama açısından verimli parçalara talep artmaktadır. Lübnanlı tüketiciler, sosyal medya trendlerinden etkilenen şık, minimalist ve çağdaş tasarımları giderek daha fazla tercih etmektedir. Ayrıca, geleneksel Lübnan el sanatlarını sergileyen, hem kültürel mirası hem de yerel işletmeleri destekleme arzusunun yansıtan yerel yapım mobilyalara olan eğilim de artış kaydetmektedir. Yüksek kalite ve özelleştirme arayışına rağmen, tüketiciler son yıllarda azalan satın alma gücü nedeniyle baskı altındadır ve aktif olarak daha düşük fiyatlı, uygun fiyatlı seçeneklere yönelmektedir.

Mobilya sektöründe tasarım ve malzeme trendleri açısından sert formların yerini, sakın ve samimi mekanlar yaratmak için kavisli mobilyalar, yuvarlak masalar ve yumuşak çizgiler almaktadır. Ahşap, taş, rattan ve keten gibi organik malzemelere olan tercih, genellikle toprak tonlarında (terrakota, zeytin yeşili ve sıcak bej gibi) artış göstermektedir. Bunun yanı sıra, otomatik aydınlatma, akıllı termostatlara ve motorlu panjurların entegrasyonu, modern Lübnan evlerinde standart bir beklenti haline gelmektedir. Çevre dostu malzemeler (bambu, geri dönüştürülmüş ahşap/metal) ve sürdürülebilir üretim uygulamaları, birçok alıcı için artık temel bir karar verme faktörü haline gelmiştir.

Alışveriş alışkanlıkları bakımından mağazalardaki fiziksel teşhir alanları dokunsal değerlendirme için kritik önem taşıırken, çevrimiçi alışveriş kolaylığı ve daha geniş seçenek yelpazesi nedeniyle hızla büyümektedir. Diğer taraftan, Lübnan'da uzaktan ve serbest çalışma modellerinin yayılması, ergonomik evden çalışma düzeneklerine yönelik güçlü talebi sürdürmektedir.

4.17 Sektörde Vergiler (gümrük vergisi, katma değer vergisi, özel tüketim vergisi, ilave gümrük vergisi, anti dumping vergisi v.b.)

DTÖ kurallarıyla uyumlu olarak 2000 yılı sonunda çıkarılan yeni gümrük kanunu uyarınca, ortalama gümrük tarife oranı %20'den %15'e düşürülmüş, ancak Lübnan'da üretilmekte olan mallara rakip olabilecek ürünler üzerinden alınan gümrük vergisi oranları ise %25 oranında azaltılarak, %70-100 seviyesinde bırakılmıştır.

	Yıl	Genel	Tarım Ürünleri	Tarım Dışı Ürünler
Basit Ortalama MFN Oranı (%)	2023	11.3	33.0	7.8
	2022	6.0	15.7	4.4
	2021	6.0	15.7	4.4

Kaynak: DTÖ - https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/world_tariff_profiles24_e.pdf

İthal malların yüzde 83'ünden fazlası, %5'e eşit veya altında vergiye tabidir. DTÖ üyesi olmayan, bu nedenle uyguladığı gümrük vergisi oranlarını kolayca değiştirebilen ülkede, zaman zaman yerel üretimi bulunan ürünlerde gümrük vergisi artışı yapılabilmektedir.

2019 yılı Bütçe Kanunu'nun 59'uncu maddesine göre, akaryakıt, endüstriyel ekipmanlar ile imalat ve tarımda kullanılan hammaddeler hariç, KDV'ye tabi ithal mallarına üç yıl süreyle %3 oranında ek gümrük vergisi uygulanmaktadır. 2022 Bütçe Kanunu ile bir yıl daha (31 Aralık 2023 tarihine kadar) uygulanmak üzere %3 oranında ilave gümrük vergisi getirilmiş olup, 2025 Bütçe Kanunu ile bu süre 31 Aralık 2025 tarihine kadar uzatılmıştır. Halihazırda, Lübnan Gümrüklerinde bu vergi uygulaması devam etmektedir.

Lübnan'da özel tüketim vergileri esas olarak belirli içecekler ve alkollü içkiler, tütün

- Gelişmiş ülkelerin çabaları
- Az sayıda firmanın pazar hakimiyeti
- Firma şikayetlerine ilişkin yaptırım eksikliği
- Yavaş bürokrasi

FIRSATLAR

- Ortak yatırım imkanı
- Lübnan diasporası (15 milyon)
- İki ülke arasında imzalanan bir STA bulunması
- Sabit döviz kuru uygulaması
- Önemli altyapı yatırımlarına İhtiyaç (özellikle İsrail-Hizbullah çatışması sonrası dönemde)
- CEDRE sürecinin devamına ilişkin donör ülkelerin olumlu finansman taahhütleri
- Trablus Özel Ekonomi Bölgesi projesi
- Suriye üzerinden transit karayolu hattının yakın zamanda faaliyete geçirilmesi beklentisi
- Kuzey Lübnan’da mevcut Rene Mouawad Havalimanı’nın faaliyete geçirilmesi projesi

TEHDİTLER

- Siyasi istikrarsızlık, savaş tehdidi
- Artan korumacılık eğilimi/Bölgedeki siyasi gelişmeler
- Karşılıklı uygulanan gümrük ve tüketim vergileri
- Korumacılık (Sanayi KOBİ’leri)
- Uzakdoğu mallarına karşı açıklık ve artan talep
- GAFTA ülkeleri mallarının rekabeti
- Orta sınıfın nisbi azlığı

6. Mobilya Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

Lübnan’da mobilya sektöründe “franchising” yöntemi, yerli olmayan marka sahibi firmalar tarafından sıkça kullanılan ve hem pazara giriş hem de pazar payının artırılması açısından etkili bir yöntemdir. Halihazırda, özel marka sahibi Türk firmaları tarafından Lübnan mobilya sektöründe kullanılmakta olan bu yöntem ile Türk markalı mobilyaların pazar payının artırılacağı değerlendirilmektedir.

Diğer taraftan, Lübnan’da mobilya sektörünün hammadde ve yarı mamul açısından ithalata dayalı olması da Türkiye için önemli bir ihracat potansiyeli arz etmektedir. Türkiye ile Lübnan arasında imzalanan Serbest Ticaret Anlaşması’nın henüz yürürlüğe girmemiş olması nedeniyle mobilya sektöründe Türkiye’den ithal edilen nihai ürün için en yüksek oranda

gümrük vergisi tahsil edilirken, mobilya hammaddesi ithalatında en düşük ve yarı mamul ithalatında ise orta seviye kabul edilebilecek gümrük vergisi oranları uygulanmaktadır.

Ayrıca, Lübnanlı yatırımcılar mobilya sektöründe ortak yatırım ve üretim yapma konusunda da isteklidir. Mobilya sektöründe yapılacak ortak yatırımlar kapsamında mobilya hammaddesi veya yarı mamulün Türkiye’den ithalatında avantajlı gümrük vergisi oranlarından faydalanılması ve nihai ürün montajının Lübnan’da yapılarak piyasaya sevk edilmesi mümkündür.

7. Belirtilmesinde Fayda Görülen Diğer Hususlar

Türkiye ile Lübnan arasında 24 Kasım 2010 tarihinde imzalanan Serbest Ticaret Anlaşması’na ilişkin ülkemiz iç onay süreci tamamlanmış olsa da Lübnan iç onay süreci tamamlanmadığı için henüz yürürlüğe girmemiştir. Diğer taraftan, Lübnan ile Avrupa Birliği arasındaki Euro-Med Ortaklık Anlaşması kapsamında Avrupa menşeli ürünlerin büyük bir kısmının gümrük vergisinden muaf olması veya düşük vergi oranlarına tabi olması pazara girişte haksız rekabet yaratmaktadır. Aynı durum Lübnan’ın Arap ülkelerinden oluşan partnerleri için de geçerlidir. Keza Lübnan’ın, başlıca Arap ülkeleri ile ikili serbest ticaret anlaşmaları, ayrıca Körfez ülkeleri ve 16 ülkenin taraf olduğu GAFTA kapsamında çoklu ticaret anlaşmaları bulunmaktadır.

Ülkemiz ile Lübnan arasında imzalanan Serbest Ticaret Anlaşması’nın yürürlüğe girmesi halinde, ülkemiz ihracatçıları Lübnan pazarında çok daha avantajlı ve rekabetçi bir konuma gelecektir. Böyle bir durumda, halihazırda Lübnan pazarında kendini ispatlamış ve yüksek talep gören Türk mallarına olan talebin katlanarak artması beklenmektedir.

Ayrıca, iki ülke arasındaki ticari yük taşımacılığı büyük oranda Mersin (Taşucu Limanı) – Lübnan (Trablus Limanı) arası RO-RO gemi hattı üzerinden gerçekleştirilmekte iken Suriye üzerinden Türkiye’ye bağlanan karayolu hatlarının da devreye girmesi, Lübnan ile Türkiye arasında ticari yük taşımacılığı açısından daha hızlı ve daha ekonomik bir alternatif teşkil edecektir.

8. Genel Değerlendirme

Lübnan’da birçok sektör gibi mobilya sektörü de büyük hacimli üreticilerin bulunmadığı ve büyük oranda ithalata dayalı bir sektördür. Türkiye’nin coğrafi olarak Lübnan’a en yakın üretim merkezlerinden biri olması, yüksek hacimli ürünlerin nakliyesini gerektiren ve zamanında teslimin önem arz ettiği mobilya sektöründe ülkemizi özellikle nakliye süresi ve maliyeti bakımından avantajlı bir konuma getirmektedir. Bunun yanı sıra, Türkiye’nin gerek yurtiçi gerek ise yurt dışı mobilya pazarında kalite/fiyat/performans açısından kendini ispatlamış çok sayıda markaya ve güçlü bir üretim altyapısına sahip olması, özellikle son yıllarda müşteri talebinin giderek daha uygun maliyetli ürünlere kaydığı Lübnan mobilya pazarında ülkemizi öne çıkaran diğer bir faktördür.

Ayrıca Lübnan’ın dünya çapında sayıları 15 milyonu bulan geniş bir diasporaya sahip olması, Lübnanlı iş adamlarının dünya çapında ticaret yapmalarını sağlamakta ve Lübnan pazarını özellikle Körfez, Afrika ve Latin Amerika ülkeleri için bir vitrin haline getirmektedir. Bu çerçevede Lübnan mobilya pazarı, Türk mobilya sektörünün çok daha geniş bir coğrafyadan alıcı kitlesine hitap edebilmesini sağlama potansiyeline sahiptir.

Sonuç olarak, Lübnan mobilya sektöründe olumlu Türk malı imajının halihazırda yerleşmiş olduğu, gerek tasarım gerek kalite gerek ise fiyat/performans açısından Türk mobilyasının Lübnan pazarında kabul gördüğü ve pazar dinamikleri doğrultusunda ülkemiz mobilya sektörünün sahip olduğu avantajlar göz önüne alındığında, Lübnan mobilya sektörünün ülkemiz ihracatı açısından önemli bir potansiyele sahip olduğu değerlendirilmektedir.

9. Yararlı Adresler

Kuruluş Adı	Yetkilisi	Tel	e-posta / Web Sitesi
The Federation of the Chambers of Commerce, Industry and Agriculture in Lebanon	Mr. Mohamed Choucair President	+9611744702	fccial@cci-fed.org.lb www.cci-fed.org.lb
The Chamber of Commerce, Industry and Agriculture of Beirut and Mount Lebanon	Mr. Mohamed Choucair President	+9611353390 +9611353190 +9611745288	president@ccib.org.lb www.ccib.org.lb
The Chamber of Commerce, Industry and Agriculture of Tripoli	Mr. Toufic Dabboussi President	+9616425600	info@cciat.org.lb www.cciat.org.lb
The Chamber of Commerce, Industry and Agriculture of Saida	Mr. Mohamed Saleh President	+9617720123	chamber@ccias.org.lb www.ccias.org.lb
The Chamber of Commerce, Industry and Agriculture of Zahle	Mr. Edmond Jreissati President	+9618802077 +9618802602	info@cciaz.org.lb www.cciaz.org.lb ygeha@cciaz.org.lb
Association of Lebanese Industrialists	Mr. Selim Zeenni President	+961350280	ali@ali.org.lb www.ali.org.lb
T.C. Beyrut Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği Tel: +961 4 408484 beyrut@ticaret.gov.tr			

KAYNAKÇA

<https://stat.unido.org>
<https://www.worldbank.org/ext/en/country/lebanon>
<http://www.industry.gov.lb/>
<https://ali.org.lb/>
<https://bdl.gov.lb/>
<https://investinlebanon.gov.lb/>