



HİNDİSTAN



ÇİKOLATA ve ŞEKERLEME SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih : Haziran 2026

Raporu Hazırlayan: Mumbai Ticaret Ataşeliği

1. Hindistan Pazarında Sektörün Durumu

Hindistan çikolata pazarı, son on yılda istikrarlı bir büyüme göstererek ülkenin gıda sanayisinin en dinamik segmentlerinden biri haline gelmiştir.

Kentleşme, harcanabilir gelir seviyelerindeki artış ve değişen tüketici tercihlerine sahip genç nüfus, çikolata tüketiminin her zamankinden daha yaygın hale gelmesini sağlamıştır. Tüketicilerin bitter, şekersiz ve el yapımı (artisan) çikolata çeşitlerine giderek daha fazla yönelmesiyle birlikte, premium ürünlere olan talep de pazarın büyümesini hızlandırmaktadır.

Hindistan'da faaliyet gösteren çikolata markaları, farklı boyut, şekil ve ambalaj seçenekleriyle tüketicilerin çeşitli beklenti ve tercihlerine hitap etmektedir. Ferrero International, Mondelez International, Nestlé ve Hershey's gibi sektörün önde gelen firmaları, çikolatayı geniş bir tüketici kitlesi için erişilebilir hale getirmektedir. Özellikle gençler ve çocuklar, ülkede giderek güçlenen çikolata hediye etme kültürünün gelişmesine önemli katkı sağlamaktadır. Çikolataya yönelik talebi artıran diğer unsurlar arasında Batı yaşam tarzının etkisinin artması ve daha rahat, eğlence odaklı yaşam biçiminin benimsenmesi yer almaktadır.

1.1 İlgili Sektörde Üretim

Hindistan çikolata pazarının büyüklüğünün 2025 yılında yaklaşık 2,48 milyar ABD doları seviyesine ulaştığı tahmin edilmekte olup, pazarın 2025-2030 döneminde yıllık bileşik büyüme oranının (CAGR) %7,63 seviyesinde büyüyerek 2030 yılı itibarıyla 3,58 milyar ABD dolarına ulaşması beklenmektedir.

Hindistan çikolata pazarında talep ve tüketimde gözlenen artış; tüketicilerin geleneksel şekerleme ürünleri yerine çikolatayı daha fazla tercih etmeye başlaması, harcanabilir gelir düzeyindeki artış, premium ürünlere yönelik talebin güçlenmesi ve sağlıklı beslenmeye ilişkin farkındalığın yükselmesi gibi çeşitli faktörlerden kaynaklanmaktadır.

Görece yoğunlaşmış bir pazar yapısına sahip olan Hindistan çikolata sektöründe, önde gelen şirketler toplam pazarın yaklaşık %70'ini kontrol etmektedir.

1.2 Ortalama Üretici Fiyatları

Hindistan'da çikolata ve şekerleme sektöründe üretici fiyatları; ürün türü, kakao oranı, kullanılan hammaddelerin kalitesi, ambalaj özellikleri ve üretim ölçeğine göre önemli ölçüde farklılık göstermektedir. Seri üretim yapan büyük ölçekli üreticilerin fiyatları, butik ve premium üreticilere kıyasla daha düşük seviyelerde oluşmaktadır.

2025 yılı itibarıyla iç piyasada faaliyet gösteren üreticilerin fabrika çıkış (ex-factory) seviyesindeki ortalama fiyatları aşağıdaki gibidir:

Ürün	Ortalama Üretici Fiyatı
Sütlü çikolata (100 g)	INR 70–110
Bitter çikolata (100 g)	INR 100–180
Premium / Artisan çikolata (100 g)	INR 180–400
Dolgulu çikolata (100 g)	INR 120–220
Şekerleme (sert şeker, karamel vb.)	INR 180–350/kg

Ürün	Ortalama Üretici Fiyatı
Çikolata kaplamalı şekerleme	INR 250–500/kg

Kakao çekirdeği fiyatlarında son yıllarda küresel ölçekte yaşanan artış, Hindistan'daki üretim maliyetlerini de yukarı yönlü etkilemiştir. Buna karşın büyük üreticiler ölçek ekonomisi sayesinde maliyet artışlarının bir bölümünü absorbe edebilmekte, premium segmentte faaliyet gösteren firmalar ise artan maliyetleri nihai satış fiyatlarına daha kolay yansıtmaktadır.

Özellikle premium, şekersiz ve yüksek kakao oranına sahip ürünlerde üretici fiyatları standart ürünlere göre %50-150 oranında daha yüksek seviyelerde gerçekleşmektedir. Yerli üreticiler, maliyet avantajı sağlamak amacıyla mümkün olduğunca yerli kakao üretiminden faydalanmakla birlikte, kaliteli kakao çekirdeği ve bazı özel hammaddelerde ithalata bağımlılık devam etmektedir.

1.3 İlgili Sektörde Üretici Yerli Firmalar

Firma	Merkez	Web
Mondelez Foods Pvt Ltd	Mumbai	https://www.mondelezfoods.com
Nestlé Ltd.	Gurgaon	https://www.nestle.in
Ferrero Pvt Ltd	Pune	https://www.ferrero.com
Mars International Pvt Ltd	Gurgaon	https://www.mars.com/
Amul (GCMMF)	Anand	https://www.amul.com
ITC Limited	Kolkata	https://www.itcportal.com
DS Group	Noida	https://www.dsgroup.com
Lotus Chocolate Company Ltd.	Hyderabad	https://www.lotuschocolate.com
Reliance Consumer Products	Mumbai	https://www.relianceconsumer.com
Dukes	Hyderabad	https://www.dukes.com
Surya Food & Agro Ltd. (Priyagold)	Noida	https://www.priyagold.com
Barry Callebaut	Mumbai	https://www.barry-callebaut.com
Puratos	Mumbai	https://www.puratos.in
Cargill	Gurgaon	https://www.cargill.co.in
Campco	Mangalore	https://www.campco.org
DP Cocoa Products Pvt Ltd	Kochi	https://www.dpcocoa.com
Manam Chocolate	Hyderabad	https://www.manamchocolate.com

Kaynak: <https://www.imarcgroup.com/top-indian-chocolate-companies>

1.4 Hindistan'daki Çikolatalar ve Şekerlemeler-Üretim Kümeleri

Hindistan'da çikolata ve şekerleme üretimi ağırlıklı olarak Maharashtra (Mumbai-Pune), Telangana (Haydarabad), Karnataka (Bengaluru ve Mangalore), Kerala, Tamil Nadu, Gujarat, Delhi/NCR, Andhra Pradesh ve Puducherry eyaletlerinde yoğunlaşmaktadır.

Maharashtra, Mondelez (Cadbury), Ferrero India ve Mars gibi küresel üreticilerin tesisleriyle ülkenin en önemli endüstriyel üretim merkezi konumundadır. Telangana, Karnataka, Puducherry ve Delhi/NCR ise premium, butik ve "bean-to-bar" çikolata üreticilerinin yoğunlaştığı merkezler olarak öne çıkmaktadır. Kerala, Karnataka, Tamil Nadu ve Andhra Pradesh kakao üretimi ve işleme faaliyetlerinin yoğunlaştığı başlıca hammadde tedarik bölgeleri olup, Gujarat ise Amul'un üretim tesisleriyle önemli bir endüstriyel çikolata üretim merkezidir.

2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti

2.1 Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

GTİP17041000 Şeker kaplı olsun veya olmasın çiğneme sakızı		
İhracatçılar	2024 yılı İthalat Değeri (Bin ABD Doları)	%
Dünya	500	
Birleşik Arap Emirlikleri	128	25.6
Endonezya	105	21
Çin	65	13
İngiltere	50	10
Suudi Arabistan	49	9.8
Japonya	39	7.8
G. Kore	34	6.8
ABD	11	2.2
İspanya	7	1.4
Hollanda	6	1.2

Kaynak: Trade Map

GTİP17049010 Kakao içermeyen şekerlemeler (çiğneme sakızı hariç), beyaz çikolata dâhil: Jöle şekerlemeler		
İhracatçılar	2024 yılı İthalat Değeri (Bin ABD Doları)	%
Dünya	2564	
Malezya	1352	52.73
Endonezya	364	14.20
Bangladeş	197	7.68
Çin	184	7.18
Tayland	112	4.37
İngiltere	84	3.28
G. Kore	72	2.81
İtalya	52	2.03
İspanya	39	1.52
Nepal	30	1.17
Türkiye	29	1.13

Kaynak: Trade Map

GTİP 17049030 Kakao içermeyen şekerlemeler (çiğneme sakızını hariç), beyaz çikolata dâhil: Tofu ve karamel türü şekerlemeler		
İhracatçılar	2024 yılı İthalat Değeri (Bin ABD Doları)	%
Dünya	2708	
Vietnam	1426	52.66
Tayland	564	20.83
Çin	187	6.91
Almanya	155	5.72
İsviçre	150	5.54
Belçika	125	4.62
İtalya	35	1.29
ABD	25	0.92
Türkiye	18	0.66
Birleşik Arap Emirlikleri	8	0.30

Kaynak: Trade Map

GTİP 18063100 Dolgulu, net ağırlığı 2 kg'ı geçmeyen blok, levha veya tablet formundaki çikolata ve kakao içeren diğer gıda müstahzarları		
İhracatçılar	2024 yılı İthalat Değeri (Bin ABD Doları)	%
Dünya	8139	
Hollanda	4392	53.96
Belçika	2172	26.69
Malezya	383	4.71
İspanya	264	3.24
Mısır	262	3.22
Birleşik Arap Emirliği	176	2.16
İsviçre	156	1.92
Türkiye	152	1.87
Singapur	63	0.77
Çin	48	0.59

Kaynak: Trade Map

GTİP 18063200 Dolgulu olanlar hariç, net ağırlığı 2 kg'ı geçmeyen blok, levha veya tablet formundaki çikolata ve kakao içeren diğer gıda müstahzarları.		
İhracatçılar	2024 yılı İthalat Değeri (Bin ABD Doları)	%
Dünya	7161	
Malezya	2127	29.70
Belçika	1346	18.80

Japonya	930	12.99
İsviçre	897	12.53
Birleşik Arap Emirliği	375	5.24
Almanya	372	5.19
Mısır	327	4.57
Endonezya	315	4.40
ABD	303	4.23
YENİ Zelanda	61	0.85

Kaynak: Trade Map

GTİP 18069010 Net ağırlığı 2 kg'ı geçmeyen kaplar veya perakende satışa hazır ambalajlar içinde sunulan çikolata ve kakao içeren diğer gıda müstahzarları

İhracatçılar	2024 yılı İthalat Değeri (Bin ABD Doları)	%
Dünya	38142	
İtalya	21066	55.23
Hollanda	2841	7.45
İsviçre	2311	6.06
Birleşik Arap Emirliği	2266	5.94
Almanya	2048	5.37
İspanya	1768	4.64
Belçika	1739	4.56
Türkiye	831	2.18
ABD	695	1.82
Mısır	497	1.30

Kaynak: Trade Map

2.2 Şekerli ve Çikolatalı ürünlerde Hindistan'ın En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

GTİP 17041000 Şeker kaplı olsun veya olmasın çiğneme sakızı

İthalatçılar	2024 yılı İthalat Değeri (Bin ABD Doları)	%
Dünya	15527	
Kongo	3094	19.93
Chad	2566	16.53
Angola	1912	12.31
Senegal	942	6.07
Birleşik Arap Emirliği	891	5.74
Gambia	872	5.62
Camerun	700	4.51
Moritanya	623	4.01
Somali	409	2.63
Tanzanya	344	2.22

Kaynak: Trade Map

GTİP 17049010 Kakao içermeyen şekerlemeler (çiğneme sakızını hariç), beyaz çikolata dâhil: Jöle şekerlemeler		
İthalatçılar	2024 yılı İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	%
Dünya	2249	
Dominik Cumhuriyeti	748	33.26
Nepal	236	10.49
G. Afrika	152	6.76
Kanada	116	5.16
Cameron	115	5.11
Senegal	112	4.98
Birleşik Arap Emirliği	101	4.49
Haiti	90	4.00
Bhutan	85	3.78
Chat	53	2.36

Kaynak: Trade Map

GTİP 17049030 Kakao içermeyen şekerlemeler (çiğneme sakızını hariç), beyaz çikolata dâhil: Tofiler ve karameller		
İthalatçılar	2024 yılı İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	%
Dünya	11936	
Suudi Arabistan	1526	12.78
Nijerya	1262	10.57
Birleşik Arap Emirliği	1180	9.89
Nepal	1038	8.70
Nijer	476	3.99
ABD	423	3.54
İtalya	406	3.40
Türkiye	384	3.22
Irak	337	2.82
Kuveyt	334	2.80

Kaynak: Trade Map

GTİP 18063100 Dolgulu, net ağırlığı 2 kg'ı geçmeyen blok, levha veya tablet formundaki çikolata ve kakao içeren diğer gıda müstahzarları		
İthalatçılar	2024 yılı İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	%
Dünya	3158	
Nepal	1845	58.42
Bangladeş	360	11.40

Malezya	290	9.18
Singapur	119	3.77
Bhutan	98	3.10
Filipinler	76	2.41
ABD	64	2.03
Maldiv	61	1.93
Kanada	51	1.61
İngiltere	46	1.46

Kaynak: Trade Map

GTİP 18063200 Dolgusuz, net ağırlığı 2 kg'ı geçmeyen blok, levha veya tablet formundaki çikolata ve kakao içeren diğer gıda müstahzarları		
İthalatçılar	2024 yılı İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	%
Dünya	17376	
Nepal	6723	38.69
Bangladeş	2636	15.17
Hollanda	1974	11.36
Birleşik Arap Emirliği	895	5.15
Malezya	770	4.43
Bhutan	586	3.37
Endonezya	568	3.27
Singapur	559	3.22
Hong Kong, China	549	3.16
Maldiv	526	3.03

Kaynak: Trade Map

GTİP 18069010 Net ağırlığı 2 kg'ı geçmeyen kaplarda veya perakende satışa hazır ambalajlarda bulunan çikolata ve kakao içeren diğer gıda müstahzarları		
İthalatçılar	2024 yılı İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	%
Dünya	22104	
Birleşik Arap Emirliği	4685	21.20
Sri Lanka	2316	10.48
Nepal	1484	6.71
Singapur	1440	6.51
Hollanda	1229	5.56
Hong Kong, China	1093	4.94
Somali	925	4.18
Katar	814	3.68
Filipinler	785	3.55
Oman	615	2.78

Kaynak: Trade Map

3. Çikolatalı ve Şekerlemeler Sektöründe Ülkemizin Hindistan'a İhracatı

Türkiye'nin Hindistan'a çikolatalı ve şekerli mamuller ihracatı, toplam ihracat potansiyeline kıyasla sınırlı düzeyde seyretmektedir. İhracatta en önemli kalemi **kakao içeren sürülebilir ürünler (GTİP 180690600000)** oluştururken, bunu kakao içermeyen şekerlemeler ile çeşitli çikolata ürünleri izlemektedir. Buna karşın Türkiye'nin söz konusu ürün gruplarında dünya ihracatı oldukça yüksek seviyelerde olup, Hindistan pazarındaki payı henüz düşük kalmaktadır. Bu durum, büyüyen Hindistan pazarında Türk firmaları için önemli bir ihracat geliştirme potansiyeline işaret etmektedir.

GTİP	Ürün	Türkiye'nin Hindistan'a İhracatı (Bin ABD Doları)			Türkiye'nin Dünyaya İhracatı (Bin ABD Doları)		
		2023	2024	2025	2023	2024	2025
170410	Şeker kaplı olsun veya olmasın çiğneme sakızı	0	0	0	68512	64782	60211
170490	Kakao içermeyen şekerlemeler (çiğneme sakızı hariç), beyaz çikolata dâhil	1717	1981	1238	83853 8	858771	841877
1806310 00000	Diğerleri: Blok, levha veya tablet formunda olanlar: Dolgulu	268	163	139	18956 0	169022	355976
1806321 00000	Diğerleri: Blok, levha veya tablet formunda olanlar: Dolgusuz; tahıl, meyve veya sert kabuklu meyve ilave edilmiş olanlar	30	35	77	43932	59005	105139
1806329 00000	Diğerleri: Blok, levha veya tablet formunda olanlar: Dolgusuz; diğerleri	81	47	0	62049	62141	73856
1806906 00000	Diğerleri: Kakao içeren sürülebilir ürünler	17364	13981	16356	17304 3	192551	186614
1806903 90000	Diğerleri: Çikolata ve çikolata ürünleri: Diğerleri: Dolgusuz	694	768	915	61333	66329	80188
1806901 90000	Diğerleri: Çikolata ve çikolata ürünleri: Çikolatalar (pralinler dâhil), dolgulu veya dolgusuz: Diğerleri	973	778	843	13908 4	150391	213895
1806903 10000	Diğerleri: Çikolata ve çikolata ürünleri: Diğerleri: Dolgulu	81	79	82	43354	55028	123752
1806905 00000	Diğerleri: Kakao içeren şekerlemeler ile şeker ikame	186	244	14	47760	43132	35389

	maddelerinden üretmiş şekerleme benzeri ürünler						
1806909 00000	Diğerleri: Diğerleri	0	2	1	45018	50502	115657
1806901 10000	Diğerleri: Çikolata ve çikolata ürünleri: Çikolatalar (pralinler dâhil), dolgulu veya dolgusuz: Alkol içerenler	0	0	0	8	30	30
1806907 00000	Diğerleri: İçecek hazırlamaya mahsus kakao içeren müstahzarlar	0	0	0	6916	7699	10170

Kaynak: Trade Map

4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

4.1 Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Hindistan çikolata sektöründe hedef bölgeler, firmaların faaliyet alanı ve ticari hedeflerine göre farklılık göstermektedir. Büyük ölçekli üretim yatırımları ve endüstriyel iş birlikleri açısından Mumbai ve Maharashtra Eyaleti, Anand (Gujarat) ile Bengaluru (Karnataka) öne çıkan merkezler arasında yer almaktadır. Söz konusu bölgelerde Mondelez, Ferrero ve Amul gibi sektörün önde gelen üreticileri faaliyet göstermektedir.

Premium ve el yapımı (artisan) çikolata pazarına yönelik faaliyetler bakımından ise Haydarabad (Telangana), Delhi Ulusal Başkent Bölgesi (Delhi/NCR), Auroville/Puducherry ve Bengaluru yüksek kaliteli ve niş çikolata ürünlerine yönelik artan tüketici talebi sayesinde önemli pazarlar olarak öne çıkmaktadır.

Kakao hammaddesi temini ve işlenmesi açısından Kochi ve Idukki (Kerala), Coimbatore ve Pollachi (Tamil Nadu), Mangalore ve Batı Ghatlar (Karnataka) ile Rajahmundry (Andhra Pradesh) bölgeleri, yoğun kakao üretimi ve işleme faaliyetleri nedeniyle stratejik öneme sahiptir.

Dağıtım faaliyetleri ve yüksek tüketici talebi bakımından ise Mumbai, Delhi/NCR, Bengaluru ve Pune, yüksek satın alma gücü, gelişmiş modern perakende altyapısı ve yaygın e-ticaret ağı sayesinde sektör açısından en önemli hedef pazarlar arasında yer almaktadır.

4.2 Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

Hindistan çikolata ve şekerleme pazarı, çok uluslu şirketlerin liderliğinde, ancak güçlü yerli üreticilerin de önemli paya sahip olduğu rekabetçi bir yapıya sahiptir. Mondelez India, Nestlé India, Ferrero India, Mars International ve Amul tüketici pazarının önde gelen oyuncularındır. Endüstriyel çikolata ve kakao tedarikinde ise Barry Callebaut, Cargill, Puratos ve CAMPCO önemli rol oynamaktadır. Son yıllarda premium ve butik çikolata segmentinde Manam Chocolate, Paul and Mike, Mason & Company ve Soklet gibi yerli markalar da hızlı büyüme

göstermektedir. E-ticaret ve modern perakendenin gelişmesi, yeni markaların pazara girişini kolaylaştırırken rekabeti de artırmaktadır.

Firma	Merkez	Web sitesi
Mondelez Foods Pvt Ltd	Mumbai	https://www.mondelezfoods.com
Nestlé Ltd.	Gurgaon	https://www.nestle.in
Ferrero Pvt Ltd	Pune	https://www.ferrero.com
Mars International Pvt Ltd	Gurgaon	https://www.mars.com/
Amul (GCMMF)	Anand	https://www.amul.com
ITC Limited	Kolkata	https://www.itcportal.com
DS Group	Noida	https://www.dsgroup.com
Lotus Chocolate Company Ltd.	Hyderabad	https://www.lotuschocolate.com
Reliance Consumer Products	Mumbai	https://www.relianceconsumer.com
Dukes	Hyderabad	https://www.dukes.com
Surya Food & Agro Ltd. (Priyagold)	Noida	https://www.priyagold.com
Barry Callebaut	Mumbai	https://www.barry-callebaut.com
Puratos	Mumbai	https://www.puratos.in
Cargill	Gurgaon	https://www.cargill.co.in
Campco	Mangalore	https://www.campco.org
DP Cocoa Products Pvt Ltd	Kochi	https://www.dpcocoa.com
Manam Chocolate	Hyderabad	https://www.manamchocolate.com

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

Dernek	Faaliyetleri	İletişim Bilgileri
Hindistan Şekerleme Üreticileri Birliği (Indian Confectionery Manufacturers' Association - ICMA)	ICMA, kamu kurumları ile üreticiler arasında koordinasyonu sağlayan temel kuruluş olup, sektörün kapsayıcı büyümesini desteklemek, yenilikçiliği teşvik etmek ve kalite ile gıda güvenliği alanında en yüksek standartların uygulanmasını sağlamak amacıyla faaliyet göstermektedir.	203, Amrit Chambers, 78-79, SCindia House, Janpath, New Delhi-110001 Email: info@icma.group Website: https://www.icma.group/

4.2.1 İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

TradeStat

TradeStat, Hindistan Ticaret ve Sanayi Bakanlığı tarafından işletilen resmî dış ticaret istatistikleri portalıdır. Portal, GTİP (HS) kodları bazında kapsamlı ithalat ve ihracat istatistikleri sunmakta olup, kullanıcıların ticaret hacmi, ticaret değeri ve ticaret yapılan ülkeler hakkında ayrıntılı verilere erişmesine imkân sağlamaktadır. İlgili sektörlerde pazar büyüklüğü, ticaret eğilimleri ve başlıca ticaret ortaklarının analiz edilmesinde önemli bir veri kaynağı olarak kullanılmaktadır.

Web: <https://tradedstat.commerce.gov.in/>

Indian Trade Portal

Indian Trade Portal, Hindistan'da uygulanan gümrük vergileri, dış ticaret mevzuatı, belgelendirme ve sertifikasyon yükümlülükleri ile tarife dışı ticaret önlemlerine ilişkin ürün bazında ayrıntılı bilgi sunan resmî bilgi platformudur. Portal, Hindistan Ticaret ve Sanayi Bakanlığı bünyesinde faaliyet gösteren Hindistan İhracat Organizasyonları Federasyonu (Federation of Indian Export Organisations – FIEO) tarafından işletilmektedir. İhracatçı ve ithalatçı firmaların mevzuata uyum, ticaret duyuruları ve Hindistan pazarına giriş koşulları hakkında güncel bilgi edinmelerini sağlayan temel başvuru kaynaklarından biridir.

Web: <https://indiantradeportal.in/>

Trade Map

Trade Map, Uluslararası Ticaret Merkezi (International Trade Centre – ITC) tarafından işletilen küresel bir dış ticaret istatistikleri portalıdır. ITC, Birleşmiş Milletler (BM) ile Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) tarafından ortaklaşa kurulan uluslararası bir kuruluştur. Portal, GTİP (HS) kodları bazında ülkeler ve ürün grupları itibarıyla ithalat ve ihracat verileri sunmakta; kullanıcıların küresel ticaret akımları, ticaret ortakları, pazar büyüklüğü ve uluslararası ticaret eğilimlerini analiz etmelerine olanak sağlamaktadır.

Web: <https://www.trademap.org/Index.aspx>

4.3 İthalat Düzenlemeleri

4.3.1 Hindistan'da Gümrük İthalat Vergisi

Şekerleme ve çikolata ürünleri, Hindistan Gümrük Tarife Cetveli (ITC-HS) kapsamında **17 ve 18. Fasıllarda** sınıflandırılmaktadır.

Başlıca GTİP (HS) Kodları

- **HS 1704.10** – Çiğneme sakızı
- **HS 1704.90** – Diğer şekerlemeler
- **HS 1806.31** – Dolgulu çikolata
- **HS 1806.32** – Dolgusuz çikolata
- **HS 1806.90** – Kakao içeren diğer çikolata ve gıda müstahzarları

Temel Gümrük Vergisi (Basic Customs Duty – BCD)

2025 yılı itibarıyla uygulanmakta olan temel gümrük vergisi oranları aşağıdaki gibidir:

- **Şekerleme ürünleri (HS 1704): %45**
- **Çikolata ve kakao içeren müstahzarlar (HS 1806): %30**

Not: Gümrük vergisi oranları Hindistan Hükûmeti tarafından yıllık bütçe düzenlemeleri kapsamında değiştirilebilmektedir.

Sosyal Refah Ek Vergisi (Social Welfare Surcharge – SWS)

Temel gümrük vergisi (BCD) tutarı üzerinden **%10 oranında Sosyal Refah Ek Vergisi (SWS)** uygulanmaktadır.

Entegre Mal ve Hizmet Vergisi (Integrated Goods and Services Tax – IGST)

Çikolata ve şekerleme ürünlerinin ithalatında genel olarak **%18** oranında IGST uygulanmaktadır.

Vergi matrahı aşağıdaki unsurların toplamından oluşmaktadır:

CIF Bedeli + Temel Gümrük Vergisi (BCD) + Sosyal Refah Ek Vergisi (SWS)

Diğer Düzenlemeler

- Çikolata ve şekerleme ürünlerine yönelik **genel bir anti-damping vergisi uygulanmamaktadır.**
- İthal edilen ürünlerin **Hindistan Gıda Güvenliği ve Standartları Kurumu (FSSAI)** düzenlemelerine uygun olması zorunludur.
- Ürünlerin etiketleme, içerik bilgileri, raf ömrü ve ambalajlama uygulamalarının FSSAI mevzuatına uygun olması gerekmektedir.
- İthalatçı firmaların geçerli bir **FSSAI lisansına** sahip olmaları zorunludur.

Çikolata İthalatına İlişkin Vergi Hesaplama Örneği

Açıklama	Tutar
CIF Değeri	100
Temel Gümrük Vergisi (BCD – %30)	30
Sosyal Refah Ek Vergisi (SWS – BCD'nin %10'u)	3
IGST Matrahı	133
IGST (%18)	23,94
Toplam Vergi Yüğü	56,94

Bu örnekte, **100 birim CIF değeri** üzerinden hesaplanan toplam ithalat vergisi **56,94 birim** olup, **etkin vergi yükü CIF değerinin yaklaşık %56,9'una** karşılık gelmektedir.

Not : Türkiye ile Hindistan arasında halen yürürlükte bir **Serbest Ticaret Anlaşması (STA)** veya **Tercihli Ticaret Anlaşması (TTA)** bulunmadığından, Türk menşeli çikolata ve şekerleme ürünlerinin ithalatında genel gümrük vergisi oranları uygulanmaktadır. Bununla birlikte, Hindistan'ın **BAE (CEPA), Avustralya (ECTA), EFTA (TEPA)** gibi anlaşmaları kapsamında ilgili ülke menşeli ürünler tercihli gümrük vergilerinden yararlanabilmektedir.

Kaynak: <https://www.old.icegate.gov.in/Webappl/Trade-Guide-on-Imports>

4.3.2 İthalat Düzenlemeleri ve Uyumluluk

Hindistan'a çikolata ve şekerleme ürünlerinin ithalatı, esas olarak **Hindistan Gıda Güvenliği ve Standartları Kurumu (Food Safety and Standards Authority of India - FSSAI)** tarafından belirlenen düzenlemeler ile kamu otoritelerince yürütülen gümrük prosedürleri çerçevesinde gerçekleştirilmektedir. Gıda ürünlerinin ithalatını gerçekleştirecek firmaların, ithalat öncesinde geçerli bir **FSSAI lisansı** ile **İthalat-İhracat Kodu (Import-Export Code - IEC)** temin etmeleri zorunludur. Ürünler ülkeye giriş yaptığında, sevkiyatlar belge kontrolüne, fiziki incelemeye ve gerekli görülmesi halinde laboratuvar analizlerine tabi tutulmaktadır. Gıda güvenliği standartlarına uygunluğun teyit edilmesinin ardından düzenlenen **İtirazsızlık Belgesi (No Objection Certificate - NOC)** sonrasında gümrükten çekilmesine izin verilmektedir.

Ayrıca ithal edilen ürünlerin, ithalat anında mevzuatta öngörülen asgari raf ömrüne sahip olması ve **2017 tarihli Gıda Güvenliği ve Standartları (İthalat) Yönetmeliği** kapsamındaki tüm düzenleyici gereklilikleri karşılaması gerekmektedir.

Uyumluluk yükümlülükleri kapsamında; ambalaj ve etiketleme kurallarına da eksiksiz uyulması zorunludur. Bu çerçevede ürün etiketlerinde içerik bilgileri, besin değerleri, ithalatçı firma bilgileri, menşe ülke ve vejetaryen/vejetaryen olmayan ürün sembollerinin açık şekilde yer alması gerekmektedir. Mevzuata uygun olmayan etiketler, belirli koşullar dâhilinde gümrük idaresi gözetiminde düzeltilebilmekle birlikte, gerekli şartların yerine getirilmemesi durumunda sevkiyatın reddedilmesi veya ihraç edildiği ülkeye geri gönderilmesi söz konusu olabilmektedir. Bunun yanı sıra ürünlerin katkı maddeleri, kontaminantlar ve hijyen kriterleri bakımından FSSAI tarafından belirlenen standartlara uygun olması gerekmekte olup, risk esaslı numune alma ve denetim uygulamalarına tabi tutulabilmektedir.

Sonuç olarak, özellikle **etiketleme, belgelendirme ve mevzuata uyum** süreçlerinin eksiksiz yerine getirilmesi, çikolata ve şekerleme ürünlerinin Hindistan'a sorunsuz şekilde ithal edilebilmesi açısından kritik önem taşımaktadır. Kaynak: <https://www.fssai.gov.in/>

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

Fuar İsmi	Tarih	Şehir	Organizatör	Web	Faaliyet
AAHAR – International Food & Hospitality Fair	Mart	Yeni Delhi	India Trade Promotion Organisation (ITPO)	https://indiatradeair.com	Hindistan'ın en büyük gıda fuarlarından biri, şekerleme ve çikolata sektörlerine yönelik özel bölümleri de içermektedir.
Annapoorna – ANUFOOD India	Eylül	Mumbai	Koelnmesse India & FICCI	https://www.anufoodindia.com	Gıda ve içecek ticaretine odaklanmış, çikolata ithalatı alanında faaliyet gösteren firmalar açısından önemli fırsatlar sunmaktadır.
World Food India	Kasım	Yeni Delhi	Ministry of Food Processing Industries	https://worldfoodindia.gov.in	Hindistan Hükûmeti tarafından desteklenen, ülkenin önde gelen uluslararası gıda fuarlarından biridir.
India International Coffee Festival (with chocolate segment)	Mart	Bengaluru	India Coffee Trust	https://indiacoffeefestival.com	El yapımı (artisan) çikolata ve kakao sektöründe faaliyet gösteren katılımcıları da kapsamaktadır.
Sweet & SnackTec India	Değişik dönemlerde	Mumbai / Delhi	Koelnmesse India	https://www.sweetssnacktecindia.com	Şekerleme, atıştırmalık ürünler ve şekerleme sanayisine odaklanan ihtisas fuarıdır.
Bakery Business Expo	Haziran/Ekim	Mumbai / Delhi / Bangalore	Hospitality First	https://www.bakerybusinessexpo.com	Çikolata ve unlu mamuller sektörüne yönelik hammadde ve girdi tedarikçilerinin yoğun katılım sağladığı bir fuardır.

Indus Food	Ocak	Greater Noida	Trade Promotion Council of India (TPCI)	https://indusfood.co.in	İhracat ve ithalata yönelik güçlü bir B2B (işletmeden işletmeye) ticaret platformu niteliğindedir.
------------	------	---------------	---	---	--

4.5 Sektör firmalarına hitap eden ve gerçekleştirilen ticaret heyetleri

Şu anda aktif bir heyet program bulunmamaktadır.

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

Hindistan, dış ticaretini çeşitlendirmek ve küresel değer zincirlerine entegrasyonunu güçlendirmek amacıyla çok sayıda **Serbest Ticaret Anlaşması (STA)** ve **Tercihli Ticaret Anlaşması (TTA)** imzalamıştır. Son yıllarda özellikle **Birleşik Krallık, EFTA, Umman, Avrupa Birliği ve Yeni Zelanda** ile gerçekleştirilen anlaşmalar, Hindistan'ın ticaret ağını önemli ölçüde genişletmiştir.

Yürürlükteki veya İmzalanmış Serbest Ticaret Anlaşmaları (STA)

1. Güney Asya Serbest Ticaret Alanı (SAFTA)
2. Hindistan–Sri Lanka Serbest Ticaret Anlaşması
3. Hindistan–Nepal Ticaret Anlaşması
4. Hindistan–Bhutan Ticaret Anlaşması
5. Hindistan–Tayland Serbest Ticaret Anlaşması (Early Harvest Scheme)
6. Hindistan–Singapur Kapsamlı Ekonomik İşbirliği Anlaşması (CECA)
7. Hindistan–ASEAN Serbest Ticaret Anlaşması
8. Hindistan–Kore Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Anlaşması (CEPA)
9. Hindistan–Japonya Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Anlaşması (CEPA)
10. Hindistan–Malezya Kapsamlı Ekonomik İşbirliği Anlaşması (CECA)
11. Hindistan–Mauritius Kapsamlı Ekonomik İşbirliği ve Ortaklık Anlaşması (CECPA)
12. Hindistan–Birleşik Arap Emirlikleri Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Anlaşması (CEPA)
13. Hindistan–Avustralya Ekonomik İşbirliği ve Ticaret Anlaşması (ECTA)
14. Hindistan–Avrupa Serbest Ticaret Birliği (EFTA) Ticaret ve Ekonomik Ortaklık Anlaşması (TEPA) (1 Ekim 2025 tarihinde yürürlüğe girmiştir.)
15. Hindistan–Birleşik Krallık Kapsamlı Ekonomik ve Ticaret Anlaşması (CETA) (2025 yılında imzalanmıştır.)
16. Hindistan–Umman Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Anlaşması (CEPA) (2025 yılında sonuçlandırılmıştır.)

17. Hindistan–Avrupa Birliği Serbest Ticaret Anlaşması (2026 yılında imzalanmıştır.)
18. Hindistan–Yeni Zelanda Serbest Ticaret Anlaşması (2026 yılında imzalanmıştır; yürürlüğe giriş süreci devam etmektedir.)

Tercihli Ticaret Anlaşmaları (TTA)

1. Asya-Pasifik Ticaret Anlaşması (APTA)
2. Küresel Tercihler Sistemi (GSTP)
3. Güney Asya Bölgesel İşbirliği Örgütü Tercihli Ticaret Düzenlemesi (SAPTA)
4. Hindistan–Afganistan Tercihli Ticaret Anlaşması
5. Hindistan–Mercosur Tercihli Ticaret Anlaşması
6. Hindistan–Şili Tercihli Ticaret Anlaşması

4.7 Sektörde Standartlar

Hindistan'da çikolata ve şekerleme ürünlerine ilişkin standartlar, **Hindistan Gıda Güvenliği ve Standartları Kurumu (Food Safety and Standards Authority of India – FSSAI)** tarafından yayımlanan **2011 tarihli Gıda Güvenliği ve Standartları (Gıda Ürünleri Standartları ve Gıda Katkı Maddeleri) Yönetmeliği** kapsamında belirlenmektedir. Söz konusu düzenlemeler; ürünlerin bileşimi, kalite kriterleri, kullanılmasına izin verilen bileşenler ile etiketleme şartlarını düzenleyerek, gıda ürünlerinin güvenliğini ve standartlara uygunluğunu sağlamayı amaçlamaktadır.

Kaynatılmış şekerleme (Sugar Boiled Confectionery); sert şeker, tofi ve pastil gibi, esas itibarıyla şeker şurubunun belirli sıcaklıklarda kaynatılmasıyla üretilen ürünleri ifade etmektedir. Bu ürünlerin kontaminant içermemesi, yalnızca izin verilen aroma vericiler, renklendiriciler ve asit düzenleyiciler gibi katkı maddelerini içermesi ve ürün güvenliği ile raf ömrünün korunmasını sağlamak amacıyla belirlenen kalite ve hijyen standartlarına uygun olması gerekmektedir.

Çikolata ürünleri ise kakao kitlesi (kakao likörü), kakao yağı ve kakao tozu gibi kakao bileşenlerinin şeker ve isteğe bağlı olarak süt bileşenleri ile birleştirilmesiyle elde edilen ürünler olarak tanımlanmaktadır. FSSAI düzenlemeleri; sütlü, bitter ve beyaz çikolata gibi farklı çikolata türlerini, asgari kakao içeriği kriterlerini, kullanılabilecek bitkisel yağ oranını (**en fazla %5**) ve tağışışın önlenmesi ile doğru etiketlemenin sağlanmasına yönelik kalite şartlarını ayrıntılı olarak düzenlemektedir.

Kaynak:<https://www.fssai.gov.in/>

4.8 Lojistik

Hindistan'da çikolata ve şekerleme ürünlerinin lojistik süreçleri; depolama, taşıma, ambalajlama ve mevzuata uyum açısından sıkı kontrol gerektirmektedir. Çikolata ürünlerinin erimeyi ve kalite kayıplarını önlemek amacıyla **15–20°C** arasındaki sıcaklık kontrollü

koşullarda depolanması ve taşınması gerekmektedir. Şekerleme ürünlerinde ise yapışma ve bozulmayı önlemek amacıyla düşük nem seviyesine sahip depolama koşullarının sağlanması önem arz etmektedir.

Depolama tesislerinin, Hindistan Gıda Güvenliği ve Standartları Kurumu (Food Safety and Standards Authority of India – FSSAI) tarafından belirlenen hijyen, haşere kontrolü ve gıda güvenliği standartlarına uygun olması gerekmektedir. Bu kapsamda, gıda ile temasa uygun altyapının oluşturulması ve ürünlerin uygun taşıma ile elleçleme uygulamaları çerçevesinde muhafaza edilmesi zorunludur.

Özellikle yüksek sıcaklıkların görüldüğü bölgelerde, çikolata ürünlerinin taşınmasında soğutmalı veya ısı yalıtımlı taşıma araçları tercih edilmektedir. Şekerleme ürünleri ise gerekli koruyucu önlemlerin alınması kaydıyla standart taşıma araçlarıyla sevk edilebilmektedir.

Ambalajlama süreçlerinde, ürünlerin ısı, nem ve diğer dış etkenlerden korunmasını sağlayacak uygun ambalaj malzemelerinin kullanılması ve ambalajların FSSAI tarafından belirlenen etiketleme ve gıda güvenliği düzenlemelerine uygun olması gerekmektedir.

4.9 E-Ticaret

Hindistan'da e-ticaret kanallarının hızla gelişmesi, çikolata pazarının büyümesini destekleyen temel faktörlerden biri olmaya devam etmektedir. Artan internet penetrasyonu, akıllı telefon kullanımındaki yükseliş, dijital ödeme sistemlerinin yaygınlaşması ve hızlı teslimat hizmetlerinin gelişmesi, tüketicilerin çikolata ürünlerine çevrim içi kanallar üzerinden erişimini önemli ölçüde kolaylaştırmaktadır.

2025 yılı itibarıyla Amazon India, Flipkart, BigBasket, Blinkit, Zepto, Instamart ve JioMart gibi e-ticaret ve hızlı ticaret (quick commerce) platformları; yerli ve ithal çikolata markalarının tüketicilere ulaşmasında başlıca satış kanalları arasında yer almaktadır. Özellikle premium, gurme ve ithal çikolata ürünlerine yönelik talebin artması, çevrim içi satış kanallarının sektör içerisindeki payını güçlendirmektedir.

Festival dönemleri (Diwali, Raksha Bandhan, Noel ve Sevgililer Günü gibi) ile kurumsal hediyeleşme dönemlerinde çevrim içi çikolata satışlarında önemli artışlar yaşanmakta; kişiselleştirilmiş hediye paketleri, premium ürün seçenekleri ve aynı gün teslimat hizmetleri tüketici tercihlerini destekleyen unsurlar arasında öne çıkmaktadır. Ayrıca hızlı ticaret platformlarının büyük şehirlerde 10–30 dakika içerisinde teslimat hizmeti sunması, çikolata ve şekerleme ürünlerinin anlık tüketim amaçlı satın alımlarını da artırmaktadır.

Sonuç olarak, e-ticaret ve özellikle **quick commerce** kanallarının yaygınlaşması, Hindistan çikolata pazarında hem yerli üreticiler hem de ithalatçılar açısından önemli bir büyüme ve pazara erişim fırsatı sunmaktadır.

4.10 Tanıtım ve Pazarlama

Hindistan çikolata pazarı, yerli ve uluslararası üreticiler arasındaki yoğun rekabetin yaşandığı dinamik bir yapıya sahiptir. Pazarda faaliyet gösteren firmalar, pazar paylarını korumak ve

artırmak amacıyla fiyatlandırma, ürün çeşitlendirme, yenilikçi ürün geliştirme, marka konumlandırması ve dağıtım ağlarının genişletilmesi gibi çeşitli stratejiler uygulamaktadır.

Hintli tüketicilerin büyük bölümünün fiyat odaklı satın alma davranışı sergilemesi nedeniyle firmalar, **ürün kalitesi ile ulaşılabilir fiyat** arasında optimum dengeyi sağlamaya çalışmaktadır. Bununla birlikte, özellikle büyük şehirlerde yaşayan orta ve üst gelir grubundaki tüketicilere yönelik premium ürün segmentine yapılan yatırımlar da hız kazanmıştır.

2025 yılı itibarıyla firmalar; **Instagram, YouTube, Facebook ve WhatsApp** başta olmak üzere sosyal medya platformları, dijital reklam kampanyaları, içerik üreticileri (influencer) ile iş birlikleri ve e-ticaret platformlarına yönelik dijital pazarlama faaliyetlerine daha fazla ağırlık vermektedir. Özellikle genç tüketicilere ulaşmada kısa video içerikleri, etkileşim odaklı kampanyalar ve çevrim içi reklamlar önemli pazarlama araçları olarak öne çıkmaktadır.

Ayrıca markalar, çikolatayı yalnızca bir gıda ürünü olarak değil; **hediyeleşme, kutlama, mutluluk, paylaşım ve kendini ödüllendirme** kavramlarıyla ilişkilendirerek duygusal pazarlama stratejileri uygulamaktadır. Diwali, Raksha Bandhan, Noel, Sevgililer Günü ve diğer özel günlerde hazırlanan özel koleksiyonlar ve hediye paketleri bu stratejinin önemli unsurlarını oluşturmaktadır.

Bunun yanı sıra firmalar; **ürün inovasyonu**, sağlıklı ürün geliştirme (şekersiz, yüksek kakao oranlı ve fonksiyonel ürünler), sürdürülebilir ambalaj kullanımı, premium ürün segmentine yönelik yatırımlar ve **e-ticaret ile hızlı teslimat (quick commerce) kanallarının etkin kullanımı** sayesinde pazardaki rekabet güçlerini artırmayı hedeflemektedir. Geniş dağıtım ağı, dijital satış kanallarının etkin kullanımı ve güçlü marka iletişimi, pazardaki başarıyı belirleyen temel unsurlar arasında yer almaktadır.

4.11 Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

Premium ve El Yapımı (Artisan) Çikolatalara Yönelim

Hindistan çikolata pazarında tüketici tercihleri, yüksek kaliteli ve katma değerli ürünlere doğru değişim göstermektedir. Artan gelir seviyeleri, sağlıklı yaşam bilincinin güçlenmesi ve farklı lezzet arayışı; premium, el yapımı (artisan), tek menşeli (single origin), yüksek kakao oranına sahip ve **çekirdekten tablete (bean-to-bar)** üretilen çikolatalara olan talebi artırmaktadır. Yerel hammaddeler kullanılarak üretilen butik çikolatalar ile şekersiz, organik ve fonksiyonel ürün segmentleri de hızlı büyüme göstermektedir. E-ticaret ve hızlı ticaret (quick commerce) platformlarının yaygınlaşması, bu ürünlerin daha geniş tüketici kitlelerine ulaşmasını sağlamaktadır.

Festival Dönemlerinde Talep Artışı

Hindistan'da özellikle **Eylül-Aralık** döneminde kutlanan **Raksha Bandhan, Dussehra, Diwali, Noel ve Yeni Yıl** gibi festivaller ile **Sevgililer Günü** ve kurumsal hediyeleşme dönemlerinde çikolata talebinde önemli artış yaşanmaktadır. Geleneksel tatlılara alternatif olarak sunulan çikolata ürünleri; özel tasarım ambalajlar, hediye kutuları ve kişiselleştirilmiş ürün seçenekleri sayesinde tüketiciler tarafından yoğun ilgi görmektedir. Bu dönemler, sektörün yıllık satış hacmi açısından en önemli sezonları oluşturmaktadır.

Sürdürülebilirlik ve Etik Tedarik

Çevresel ve sosyal sürdürülebilirliğe yönelik farkındalığın artmasıyla birlikte üreticiler; sürdürülebilir kakao tedariki, adil ticaret (Fair Trade), organik üretim, geri dönüştürülebilir ambalaj kullanımı ve karbon ayak izinin azaltılmasına yönelik uygulamalara daha fazla önem vermektedir. Bu yaklaşım, özellikle genç ve yüksek gelir grubundaki tüketiciler nezdinde marka güvenilirliğini artırırken, premium ürün segmentinin büyümesini de desteklemektedir.

Sağlıklı Ürünlere Yönelik Talebin Artması

2025 yılı itibarıyla Hindistan pazarında düşük şekerli, şekersiz, yüksek kakao içerikli, protein ilaveli ve fonksiyonel içeriklere sahip çikolatalara yönelik talep belirgin şekilde artmaktadır. Özellikle şehirli ve sağlık bilinci yüksek tüketiciler, doğal içerikli ve katkı maddesi içeriği düşük ürünleri tercih etmekte olup, bu eğilim üreticilerin ürün geliştirme stratejilerini doğrudan etkilemektedir.

5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

Hindistan; genç nüfusu, büyüyen orta sınıfı ve artan gelir seviyesi sayesinde çikolatalı ve şekerli mamuller sektöründe önemli ihracat potansiyeli sunmaktadır. Premium, yenilikçi, şekersiz ve fonksiyonel ürünlere yönelik talebin artması, Türk üreticileri için katma değerli ürünlerle pazara giriş fırsatı oluşturmaktadır.

E-ticaret ve hızlı teslimat (quick commerce) platformlarının yaygınlaşması, ithal ürünlerin tüketicilere daha kolay ulaşmasını sağlarken, organize perakende zincirlerinin büyümesi de dağıtım kanallarını güçlendirmektedir. Diwali, Holi ve düğün sezonları gibi yoğun hediyeleşme dönemleri ile kurumsal hediye pazarı, çikolata ve premium şekerleme satışlarını destekleyen önemli unsurlar arasında yer almaktadır.

Türkiye'nin güçlü üretim altyapısı, yüksek kalite standartları ve rekabetçi fiyat yapısı, özellikle Mumbai, Delhi, Bengaluru, Hyderabad, Pune ve Chennai gibi büyük şehirlerde premium segmentte önemli fırsatlar sunmaktadır. Ayrıca, otel, restoran, kafe ve pastacılık sektörünün büyümesi, endüstriyel çikolata ve profesyonel pastacılık ürünlerine yönelik talebi artırmaktadır.

6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler

Hindistan çikolatalı ve şekerli mamuller pazarı, güçlü yerli üreticiler ve uluslararası markalar nedeniyle yoğun rekabetin yaşandığı bir pazardır. İthal ürünlere uygulanan yüksek gümrük vergileri ve Türkiye ile Hindistan arasında Serbest Ticaret Anlaşması bulunmaması fiyat rekabetini zorlaştırmaktadır.

Bunun yanında, tüketici tercihlerindeki bölgesel farklılıklar, dağıtım ve lojistik zorlukları ile döviz ve hammadde fiyatlarındaki dalgalanmalar ihracatçılar açısından başlıca risk unsurlarını oluşturmaktadır.

7. Genel Değerlendirme

Hindistan, hızla büyüyen tüketici pazarı, artan orta sınıf nüfusu ve gelişen perakende altyapısıyla çikolatalı ve şekerli mamuller sektörü açısından önemli ihracat fırsatları sunmaktadır. Ancak yoğun rekabet, yüksek gümrük vergileri ve tüketici tercihlerindeki farklılıklar nedeniyle pazara girişte doğru fiyatlandırma, güçlü yerel iş ortakları ve etkin pazarlama stratejileri büyük önem taşımaktadır. Özellikle premium ve katma değerli ürünlere

odaklanan Türk firmalarının, uzun vadeli ve planlı bir pazar yaklaşımıyla Hindistan'da başarı elde etme potansiyeli yüksektir.

Kaynaklar :

1. Gıda Güvenliği ve Standartları Kurumu (*Food Safety and Standards Authority of India - FSSAI*) <https://www.fssai.gov.in/>
2. Gıda Güvenliği ve Standartları Kurumu (*Food Safety and Standards Authority of India - FSSAI*) <https://www.fssai.gov.in>
3. Hindistan Standartlar Bürosu (*Bureau of Indian Standards - BIS*)<https://www.bis.gov.in>
4. Hindistan Ticaret Bakanlığı – Ticaret Dairesi (*Department of Commerce, Ministry of Commerce and Industry*)<https://www.commerce.gov.in>
5. Hindistan Ticaret Bakanlığı – Ticaret İstatistikleri Sistemi (*Trade Statistics – TradeStat*) <https://tradedstat.commerce.gov.in>
6. Hindistan Ticaret Portalı (*Indian Trade Portal*)<https://indiantradeportal.in>
7. Hindistan Vergi ve Gümrük İdaresi – ICEGATE (*Indian Customs Electronic Gateway - ICEGATE*) <https://www.old.icegate.gov.in>
8. Uluslararası Ticaret Merkezi - (Trade Map Database) <https://www.trademap.org>
9. Hindistan Fuarları ve Ticaret Etkinlikleri (Trade Shows and Exhibitions in India). <https://www.tradeindia.com/tradeshows>