



FRANSA

AMBALAJ SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih : 01/05/2025

Raporu Hazırlayan: Lyon Ticaret Ataşeliği

İÇİNDEKİLER

1.	FRANSA PAZARINDA AMBALAJ SEKTÖRÜ.....	3
1.1	<i>İlgili Sektörde Üretim</i>	
1.2	<i>Başlıca Ambalaj Firmaları ve Ambalaj Sektöründe Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler</i>	
1.3	<i>Ambalaj Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi</i>	
2.	FRANSA’NIN AMBALAJ DIŞ TİCARETİ	7
2.1	<i>Fransa’nın En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke</i>	
2.2	<i>Fransa’nın En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke</i>	
2.3	<i>Fransa’nın Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler</i>	
2.4	<i>Fransa’nın Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler</i>	
3.	SEKTÖRDE ÜLKEMİZDEN İHRACAT.....	11
3.1	<i>Sektörde Ülkemizin Fransa’ya İhracatı (değer)</i>	
3.2	<i>Sektörde Ülkemizin Fransa’ya İhracatı (ton)</i>	
4.	AMBALAJ SEKTÖRÜNDE İHRACAT YOLUYLA PAZARA GİRİŞ.....	14
4.1	<i>Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler</i>	
4.2	<i>Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı</i>	
4.3	<i>Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler</i>	
4.4	<i>Sektörde Sevk Öncesi İnceleme Zorunluluğu Olup Olmadığı ve Yetkilendirilmiş Gözetim Şirketleri</i>	
4.5	<i>Sektördeki Önemli Fuarlar</i>	
4.6	<i>Sektör Firmalarına Hitap Eden ve Gerçekleştirilmesi Planlanan Ticaret Heyetleri</i>	
4.7	<i>İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler</i>	
4.8	<i>Ülkenin, Ülkemiz ve Diğer Ülkelerle STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları Hakkında Bilgi</i>	
4.9	<i>Tercihli Tarifeden Yararlanmak İçin Gereken Belgeler</i>	
4.10	<i>Ambalaj Sektöründe Teknik Düzenlemeler (Standartlar, Etiketleme ve Ambalaj Mevuzatı)</i>	
4.11	<i>Lojistik</i>	
4.12	<i>E-Ticaret</i>	
4.13	<i>Tanıtım ve Pazarlama</i>	
4.14	<i>Sektörde Tüketici/Alıcı Tercihleri ve Güncel Eğilimler</i>	
4.15	<i>Sektörde Vergiler</i>	
4.16	<i>Varsa Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller</i>	
5	SEKTÖRDE İHRACATÇILARIMIZI BEKLEYEN FIRSATLAR.....	32
6	SEKTÖRDE İHRACATÇILARIMIZI BEKLEYEN TEHDİTLER.....	32
7	AMBALAJ SEKTÖRÜNDE İHRACATIN ARTIRILMASI İÇİN FİRMALARA ÖNERİLER.....	33
8	BELİRTİLMESİNDE FAYDA GÖRÜLEN DİĞER HUSUSLAR.....	33
9	GENEL DEĞERLENDİRME.....	34
	<i>Yararlı Adresler</i>	
	<i>Kaynakça</i>	
	<i>Ekler</i>	

1. Fransa Pazarında Ambalaj Sektörü

1.1 İlgili Sektörde Üretim ¹

Fransız Ulusal İstatistik ve Ekonomik Araştırmalar Enstitüsü'nün son verilerine göre (2019) Fransa'da ambalaj ürünleri üretimi, 18.3 milyar Avro olarak gerçekleşmiştir. 1.460 ambalaj firmasının faaliyetleri, gıda dışı sanayi istihdamının %4,7'sini oluşturmuştur. Bu pay Normandiya ve Burgundy-Franche-Comté'de daha yüksektir. 138.1 milyar €'ya ulaşan AB ambalaj üretiminin %13'ünü gerçekleştiren Fransa, Almanya (%20) ve İtalya'nın (%15) ardından üçüncü sırada yer almaktadır. Alt sektörler incelendiğinde, ahşap ambalaj üretiminde Avrupa'da lider konumunda olan Fransa plastik grubunda ikinci sıradadır. (AB'nin cirosunun %15'i). Kâğıt ve karton ambalaj üretimindeki katkısı ise daha mütevazıdır. (%10)

Sektörün satışları ağırlıklı olarak plastik ambalajlardan (6.9 milyar € veya satışların %38'i), ardından kâğıt ve karton ambalajlardan (5.3 milyar € veya satışların %29'u), daha sonra da metal, cam ve ahşap ambalajlardan (her biri 2.0 milyar Euro veya satışların %11'i) gelmektedir.

Plastik ambalaj üreticileri nakliye ve lojistik maliyetlerini en aza indirmek amacıyla genellikle ilaç ve gıda üretim tesislerinin yakınında bulunan paketleme merkezlerinin yakınında konumlanmaktadır. Kâğıt ve karton ambalaj fabrikaları çoğunlukla en sanayileşmiş bölgelerde (Nouvelle-Aquitaine, Hauts-de-France ve Auvergne-Rhône-Alpes) yer almaktadır. Cam ambalaj endüstrisi belli bölgelerde yoğunlaşmış olup, Hauts-de-France ve Normandiya'da faaliyet göstermektedir.

Ambalaj üretimi, oldukça parçalı bir yapıya sahip emek yoğun bir sektördür. Özellikle ahşap ambalajda 20'den az çalışana sahip olan işletmelerin oranı %70'dir. Plastik ambalaj (%39) ve kâğıt-karton (%37) ambalajda da küçük ölçekli işletmelerin payı yüksektir. Metal ve cam ambalaj ise daha büyük işletmelere sahip olup, 20'den az çalışanı olan işletmelerin payı sırasıyla sadece %25 ve %5'tir.

Fransa'daki ambalaj pazarı, yıllık %1,54 ila %1,76 oranında bir bileşik yıllık büyüme oranına sahip olup, bu büyüme, çevre dostu ürünlere olan tüketici talebine cevap veren esnek ve sürdürülebilir ambalaj çözümlerinin artan kullanımı ile desteklenmektedir. ²

Ülkedeki üretim fiyatları ise hammaddelerin maliyetleri, teknolojik yenilikler ve pazar trendleri gibi çeşitli faktörlerden etkilenmektedir. Bilhassa enerji maliyetlerindeki dalgalanmalar üretim fiyatları üzerinde önemli rol oynamaktadır.

¹ <https://www.insee.fr/fr/statistiques/5016665>

² www.mordorintelligence.com

1.2 Ambalaj Sektöründe Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler

1.2.1 Başlıca Ambalaj Firmaları

FİRMA ADI	İŞTİGAL ALANI	MERKEZİ
Amcor Flexibles France	Amcor grubunun bir iştiraki olup, gıda, ilaç ve endüstriyel sektörler için esnek ambalajlar üretmektedir.	Neuilly-sur-Seine
Smurfit Kappa France	Kağıt bazlı ambalajlar, özellikle oluklu mukavva ambalajlar konusunda uzmanlaşmış bir şirkettir.	Suresnes
DS Smith Packaging France	Geri dönüşüm odaklı oluklu mukavva ambalaj çözümleri sağlayıcısıdır.	Paris
Mondi France	Mondi grubunun Fransız kolu olup, endüstriyel torbalar ve esnek ambalajlar dahil olmak üzere geniş bir yelpazede ambalaj ve kağıt çözümleri sunmaktadır	Paris
Sealed Air France	Koruyucu ambalaj çözümleri ve hijyen ürünleri konusunda uzmanlaşmıştır. Bubble Wrap ve Cryovac ürünleriyle tanınmaktadır.	Épernon
Huhtamaki France	Gıda ve içecek ambalajları, özellikle bardak ve tepsi üretimi yapmaktadır.	Rueil-Malmaison
Sonoco France	Endüstriyel ve tüketici ambalajları, özellikle tüp ve bobin üretimi konusunda uzmanlaşmıştır.	Cernay
International Paper France	Oluklu mukavva ve kağıt bazlı ambalaj üretiminde önde gelen firmalardandır.	Paris
Saica Pack France	Sürdürülebilir ve yenilikçi oluklu mukavva ambalaj çözümleri sunmaktadır.	Toulouse
AR Packaging France	AR Packaging grubunun bir parçası olup, karton ve esnek ambalaj çözümleri sunmaktadır	Cholet

1.2.2 Ambalaj Sektöründeki Sivil Toplum Kuruluşları

STK ADI	İŞTİGAL ALANI
CNE – Conseil National de l’Emballage 	Fransa Ulusal Ambalaj Konseyi, ambalajın çevresel etkilerini azaltmak ve sürdürülebilir ambalaj çözümlerini teşvik etmek amacıyla kurulmuştur.
ELIPSO - 	Fransız Plastik ve Esnek Ambalaj Derneği, ülkedeki esnek plastik ambalaj ve plastik kap üreticilerini temsil eden bir dernektir.
COFEPAC - Le Comité Français de l’Emballage Papier Carton 	1992 yılında kurulan COFEPAC- Fransız Kağıt ve Karton Ambalaj Komitesi, kağıt ve karton ambalaj malzemesi üreticileri ile bunları dönüştüren ambalaj üreticilerini bir araya getirmektedir.
SECIMEP - Syndicat des Entreprises de Commerce International de Matériels d’Emballage et de Production 	Ambalaj ve üretim ekipmanlarının uluslararası ticaretiyle uğraşan şirketleri temsil eden bir sendikadır. Üyelerinin iletişim bilgilerine web sitesinden erişim sağlanmaktadır.
SNFBM -Syndicat National des Fabricants de Boîtes, emballages, bouchages Métalliques 	Ulusal Metal Kutu, Ambalaj ve Kapak Üreticileri Birliği’nin misyonu, metal ambalaj sektörünü temsil ederek metal ambalaj kullanımının artırılmasını teşvik etmektir.
COPACEL - l’Union Française des Industries des Cartons, Papiers et Celluloses 	Fransız Karton, Kağıt ve Selüloz Endüstrileri Birliği, Fransız kağıt endüstrisine hizmet veren ve 72 şirketi(82 tesisi) bir araya getirerek kağıt endüstrisinin kapasitesinin neredeyse tamamını temsil eden mesleki bir kuruluştur.
La Fédération CAP- cartonnage et articles de papeterie 	Fransa Karton ve Kağıt Ürünleri Federasyonu, karton ve kağıttan ambalaj üreten firmaları bir araya getiren bir dernektir.
FIV - La Fédération des Industries du Verre	Fransa Cam Sanayi Federasyonu (FIV), cam ambalaj üreticilerini temsil eder.

1.3 Ambalaj Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

Fransa'da dağıtım kanalları, ürünün türüne ve hedef pazara bağlı olarak çeşitlilik göstermektedir. Geleneksel perakende mağazaları, toptancılar, distribütörler ve e-ticaret platformları yaygın olarak kullanılmaktadır.

Özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelere ve bireysel müşterilere hitap eden perakende satışlar, süpermarketler, e-ticaret platformları ve ambalaj mağazaları aracılığıyla müşteriye geniş bir ürün yelpazesi sunulmaktadır.

Öne Çıkan Perakende Kanalları:

- **Büyük market zincirleri:** Carrefour, Auchan, E.Leclerc, Aldi, Lidl, Casino, Super U, Intermarche gibi marketler ambalaj ürünleri satmaktadır.
- **E-ticaret platformları:** Amazon, Cdiscount, AliExpress, Ebay, Manutan gibi platformlar geniş bir ambalaj ürünü seçeneği sunmaktadır.
- **Uzmanlaşmış mağazalar:** Metro, Raja, Packdiscount gibi toptancı ve perakendeciler çeşitli sektörler için ambalaj malzemeleri sunmaktadır.

Toptan satış, ağırlıklı olarak büyük ölçekli üreticilere ve endüstriyel müşterilere yönelik olarak gerçekleştirilmekte olup, toptancılar genellikle restoranlar, lojistik firmaları ve üreticiler için büyük hacimli ambalaj çözümleri sunmaktadır.

Öne Çıkan Toptan Satış Kanalları:

- **Sanayi tedarikçileri:** DS Smith, Smurfit Kappa, Mondi gibi firmalar büyük ölçekli ambalaj üretimi yapmaktadır.
- **Özel toptancılar:** Raja, Europack ve Embaleo gibi şirketler, özel sektör için geniş yelpazede ambalaj ürünleri sunar.
- **B2B (işletmeler arası) platformlar:** Europages ve Kompass gibi platformlar, ambalaj sektöründeki toptan satış yapan firmaları listeler.

2. Fransa'nın Ambalaj Dış Ticareti *(2024 Yılı)

2.1 Ambalaj Sektöründe Fransa'nın En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

	Ülke Adı	İthalat Değeri (1.000\$)	Miktar (ton)	Oran (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1	Almanya	3 852 645	1 944 506	20.93
2	İtalya	2 522 951	884 896	13.71
3	İspanya	1 974 644	1 123 197	10.73
4	Belçika	1 349 720	603 997	7.33
5	Çin	1 202 072	211 480	6.53
6	Birleşik Krallık	955 578	216 269	5.19
7	Hollanda	893 837	413 454	4.86
8	Polonya	830 328	488 911	4.51
9	Portekiz	551 700	430 402	3.00
10	ABD	358 702	38 980	1.95
13	Türkiye	297 709	112 218	1.62
	Toplam	18 405 159	8 036 987	100

2.2 Ambalaj Sektöründe Fransa'nın En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

	Ülke Adı	İhracat Değeri (1.000\$)	Miktar (ton)	Oran (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat)
1	Almanya	1 743 462	894 608	12.82
2	İspanya	1 742 562	852 553	12.81
3	Belçika	1 430 957	777 643	10.52
4	İtalya	1 396 132	603 375	10.27
5	Birleşik Krallık	970 623	388 421	7.14
6	ABD	788 414	118 218	5.80
7	Hollanda	654 579	337 261	4.81
8	Polonya	609 967	205 080	4.49
9	İsviçre	365 882	107 932	2.69
10	Cezayir	228 452	166 599	1.68
14	Türkiye	227 390	54 303	1.67
	Toplam	13 600 094	5 480 544	100

Kaynak: Trademap

(*Ambalaj sanayi ürün tanımları bkz EK1)

2.3 Ambalaj Sektöründe Fransa'nın Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (10 ürün)

Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İthalat Değeri (1.000\$)	Türkiye'den İthalatı (\$)	Türkiye'den İthalatının Payı (%)
701090	Ticari malların taşınması veya ambalajlanmasında kullanılan camdan damacaneler, şişeler, mataralar, kavanozlar, kaplar, flakonlar ve diğer kaplar ile camdan konserve kavanozları ...	1 725 555	12 485	0.72
392010	Takviye edilmemiş, lamine edilmemiş, desteklenmemiş veya diğer malzemelerle benzer şekilde birleştirilmemiş, arkalıksız, işlenmemiş veya sadece yüzeysel işlenmiş veya sadece kare veya dikdörtgen şeklinde kesilmiş, etilenin hücreli olmayan polimerlerinden levhalar, tabakalar, film, folyo ve şerit ...	994 383	29 768	2.99
392190	Plastikten levha, tabaka, film, folyo ve şerit, güçlendirilmiş, lamine edilmiş, desteklenmiş veya benzer şekilde diğer malzemelerle birleştirilmiş, işlenmemiş veya sadece yüzeyi işlenmiş veya sadece kare veya dikdörtgen şeklinde kesilmiş...	919 751	13 000	1.41
481920	Oluklu olmayan kağıt veya mukavvadan katlanır kartonlar, kutular ve kılıflar	855 316	7 993	0.93
392350	Plastikten tıplar, kapaklar, kapaklar ve diğer kapaklar	796 935	3 446	0.43
830990	Tıplar, kapaklar ve kapaklar, vidalı kapaklar ve dökme tıplar dahil, şişeler için kapsüller, dişli tıplar, tapa kapakları, contalar ve ana metalden diğer ambalaj aksesuarları...	719 167	2 242	0.31

392330	Malların taşınmasına veya ambalajlanmasına mahsus damacanalara, şişeler, mataralar ve benzeri eşya	697 400	738	0.11
391990	Kendinden yapışkanlı plakalar, levhalar, film, folyo, bant, şerit ve diğer düz şekiller, plastikten, > 20 cm genişliğinde rulolar halinde olsun veya olmasın...	592 142	1.075	0.18
481910	Oluklu kağıt veya mukavvadan kartonlar, kutular ve kılıflar	577 684	22.170	3.84
392310	Plastikten, malların taşınmasına veya ambalajlanmasına mahsus kutular, kılıflar, kasalar ve benzeri eşya	573 500	10.835	1.89

2.4 Ambalaj Sektöründe Fransa'nın Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (10 ürün)

Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İhracat Değeri (1.000\$)	Türkiye'ye İhracatı (1.000\$)	Türkiye'ye İhracatının Payı (%)
701090	Ticari malların taşınması veya ambalajlanmasında kullanılan camdan damacanalara, şişelere, mataralara, kavanozlara, kaplara, flakonlara ve diğer kaplarla camdan konserve kavanozları ...	864 877	9 904	1.15
392350	Plastikten tıplar, kapaklar, kapaklar ve diğer kapaklar	822 555	13 646	1.66
392310	Plastikten, malların taşınmasına veya ambalajlanmasına mahsus kutular, kılıflar, kasalar ve benzeri eşya	794 304	49 443	6.22
392010	Takviye edilmemiş, lamine edilmemiş, desteklenmemiş veya diğer malzemelerle benzer şekilde birleştirilmemiş, arkalıksız, işlenmemiş veya sadece yüzeysel işlenmiş veya sadece kare veya dikdörtgen şeklinde kesilmiş, etilenin hücreli olmayan polimerlerinden levhalar, tabakalar, film, folyo ve şerit ...	665 668	2 919	0.44

392190	Plastikten levha, tabaka, film, folyo ve şerit, güçlendirilmiş, lamine edilmiş, desteklenmiş veya benzer şekilde diğer malzemelerle birleştirilmiş, işlenmemiş veya sadece yüzeyi işlenmiş veya sadece kare veya dikdörtgen şeklinde kesilmiş...	659 963	10 643	1.61
391990	Kendinden yapışkanlı plakalar, levhalar, film, folyo, bant, şerit ve diğer düz şekiller, plastikten, > 20 cm genişliğinde rulolar halinde olsun veya olmasın...	550 258	16 501	3.00
441600	Fıçılar, variller, fıçılar, küvetler ve diğer kooperatif ürünleri, bunların parçaları, ahşaptan, çıtalar dahil	541 986	1.491	0.28
830990	Tıplar, kapaklar ve kapaklar, vidalı kapaklar ve dökme tıplar dahil, şişeler için kapsüller, dişli tapalar, tapa kapakları, contalar ve ana metalden diğer ambalaj aksesuarları...	521 311	6.551	1.26
392330	Malların taşınmasına veya ambalajlanmasına mahsus damacanalara, şişelere, mataralara ve benzeri eşya	505 012	3.336	0.66
761290	Fıçılar, variller, teneke kutular, kutular ve benzeri kaplar, sert boru şeklindeki kaplar dahil, alüminyumdan, herhangi bir malzeme için (sıkıştırılmış veya sıvılaştırılmış gaz hariç), ≤ 300 l kapasiteli,	386 952	3.410	0.88

Kaynak: Trademap

3. Sektörde Ülkemizden İhracat (Değer ve Miktar)

3.1 Sektörde Ülkemizin Fransa'ya İhracatı (1.000 \$)

	Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024
1	392010	Takviye edilmemiş, lamine edilmemiş, desteklenmemiş veya diğer malzemelerle benzer şekilde birleştirilmemiş, arkalıksız, işlenmemiş veya sadece yüzeysel işlenmiş veya sadece kare veya dikdörtgen şeklinde kesilmiş, etilenin hücreli olmayan polimerlerinden levhalar, tabakalar, film, folyo ve şerit..	28 160	38 995	50 230	35 064	29 768
2	630532	Sentetik veya suni tekstil malzemelerinden, malların paketlenmesi için esnek ara dökme konteynerler	24 424	31 141	32 362	23 928	27 175
3	482369	Kağıt veya kartondan tepsiler, tabaklar, tabaklar, bardaklar ve benzerleri...	5 192	13 802	28 698	19 821	23 604
4	481910	Oluklu kağıt veya mukavvadan kartonlar, kutular ve kılıflar	10 054	20 134	24 783	20 288	22 170
5	481940	Kağıttan, mukavvadan, selüloz vatkadan veya selüloz liflerinden ağlardan çuvallar ve torbalar, koniler dahil...	11 247	20 450	29 258	18 456	21 361
6	392020	Takviye edilmemiş, lamine edilmemiş, desteklenmemiş veya diğer malzemelerle benzer şekilde birleştirilmemiş, arkalıksız, işlenmemiş veya sadece yüzeysel işlenmiş veya sadece kare veya dikdörtgen şeklinde kesilmiş, etilenin hücreli olmayan polimerlerinden levhalar, tabakalar, film, folyo ve şerit...	21 992	16 939	19 949	16 536	17 661

7	392321	Çuvallar ve torbalar, koniler dahil, etilen polimerlerinden	10 289	12 966	18 232	13 533	15 253
8	392190	Plastikten levha, tabaka, film, folyo ve şerit, güçlendirilmiş, lamine edilmiş, desteklenmiş veya benzer şekilde diğer malzemelerle birleştirilmiş, işlenmemiş veya sadece yüzeyi işlenmiş veya sadece kare veya dikdörtgen şeklinde kesilmiş	8 018	13 663	14 935	14 014	13 000
9	731021	Lehimleme veya kıvrırma yoluyla kapatılacak olan <50 l kapasiteli demir veya çelik kutular	1 099	1 736	8 215	11 698	12 550
10	701090	Ticari malların taşınması veya ambalajlanmasında kullanılan camdan damacaneler, şişeler, mataralar, kavanozlar, kaplar, flakonlar ve diğer kaplar ile camdan konserve kavanozları	11 403	10 297	9 289	10 363	12 485
	TOPLAM		210571	277777	344684	288352	297712

3.2 Sektörde Ülkemizin Fransa'ya İhracatı (ton)

	Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024
1	701090	Ticari malların taşınması veya ambalajlanmasında kullanılan camdan damacaneler, şişeler, mataralar, kavanozlar, kaplar, flakonlar ve diğer kaplar ile camdan konserve kavanozları	25 457	20 891	15 224	11 806	24 269
2	481910	Oluklu kağıt veya mukavvadan kartonlar, kutular ve kılıflar	8 380	12 789	13 387	13 453	16 328
3	481940	Kağıttan, mukavvadan, selüloz vatkadandan veya selüloz liflerinden ağlardan çuvallar ve torbalar, koniler dahil...	5 447	8 010	11 814	7 319	8 881

4	392010	Takviye edilmemiş, lamine edilmemiş, desteklenmemiş veya diğer malzemelerle benzer şekilde birleştirilmemiş, arkalıksız, işlenmemiş veya sadece yüzeysel işlenmiş veya sadece kare veya dikdörtgen şeklinde kesilmiş, etilenin hücresele olmayan polimerlerinden levhalar, tabakalar, film, folyo ve şerit..	9 949	12 596	15 395	11 372	8 423
5	482369	Kağıt veya kartondan tepsiler, tabaklar, bardaklar ve benzerleri...	1 506	3 856	7 221	5 084	7 002
6	630532	Sentetik veya suni tekstil malzemelerinden, malların paketlenmesi için esnek ara dökme konteynerler	5 786	6 538	7 007	5 330	6 216
7	392020	Takviye edilmemiş, lamine edilmemiş, desteklenmemiş veya diğer malzemelerle benzer şekilde birleştirilmemiş, arkalıksız, işlenmemiş veya sadece yüzeysel işlenmiş veya sadece kare veya dikdörtgen şeklinde kesilmiş, etilenin hücresele olmayan polimerlerinden levhalar, tabakalar, film, folyo ve şerit...	6 067	5 226	5 453	8 459	6 059
8	392321	Çuvallar ve torbalar, koniler dahil, etilen polimerlerinden	3 203	3 454	4 876	3 571	4 262
9	731021	Lehimleme veya kıvrırma yoluyla kapatılacak olan <50 l kapasiteli demir veya çelik kutular	348	469	2 455	3 193	3 569
10	392190	Plastikten levha, tabaka, film, folyo ve şerit, güçlendirilmiş, lamine edilmiş, desteklenmiş veya benzer şekilde diğer malzemelerle birleştirilmiş..	2 594	3 640	3 444	2 934	2 850
	TOPLAM		91 912	101 914	111 415	96 979	112 219

4. Ambalaj Sektöründe İhracat Yoluyla Pazara Giriş

4.1 Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Fransa'da ekonomik ve ticari faaliyetler ülke geneline yayılmış olmakla birlikte ithalat ve ihracat potansiyelinin en fazla olduğu bölgeler Ile-de-France, Auvergne-Rhône-Alpes, Grand Est ve Hauts-de-France'dır. Ticari aktivitenin en yoğun olduğu bu bölgelerin yanı sıra Occitanie ve Provence-Alpes-Côte d'Azur da ambalaj sektörü için hedef bölgeler olarak değerlendirilebilir.

Bu kapsamda, kimya, plastik ve gıda endüstriyel tesislerinin yer aldığı Lyon merkezli Auvergne-Rhône-Alpes'de Groupe Guillin, Rovip ve ActiPack gibi ambalaj sektörünün önemli firmaları bulunmaktadır. Paris ve çevresi (Île-de-France), özellikle kozmetik, lüks ve ilaç ambalajında Ar-Ge, tasarım ve inovasyon merkezidir. Burada Albéa, Pochet du Courval, Texen gibi firmalar faaliyet göstermektedir. Ayrıca L'Oréal, ambalaj geliştirme birimiyle sektöre yön vermektedir.

Batı Fransa'nın önemli endüstriyel ve gıda üretim şehirlerinden Nantes şehri civarında gıda ambalajı, karton kutu ve çevre dostu ambalajlama çözümleri yaygındır. Carolex, Multivac France gibi firmaların yanı sıra Atlanpack adlı ambalaj kümelenmesi bulunmaktadır. Yine güçlü gıda sanayisi (örneğin hardal, şarap, şarküteri ürünleri) ile Dijon gıda ambalajı ve lojistik ambalaj üretiminde öne çıkmaktadır. Bölgede Smurfit Kappa ve Ferdinand Hutteau gibi üreticiler faaliyet göstermektedir.

Pierre Fabre ve Stiplastics Healthcaring gibi firmaların yerleşik olduğu Toulouse, ilaç ve kozmetik ambalajlara yönelik bir potansiyel bulunmaktadır. Verallia ve O-I Glass (Owens-Illinois) gibi büyük cam üreticilerinin bulunduğu Reims, şarap ve özellikle şampanya üretiminin merkezi olduğundan cam ambalaj (şişe) grubunda önemlidir. Lille, karton, plastik ve lojistik ambalaj sanayinde güçlü olan ve Belçika ile Hollanda'ya yakınlığı sayesinde lojistik açıdan avantajlı bir şehir olup, DS Smith, ve GPI (Graphic Packaging International) gibi büyük firmalara ev sahipliği yapmaktadır.

4.2 Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

Fransa'da plastik, kağıt/karton, metal, cam ve ahşap ambalaj gruplarında iştegal eden yerel ve uluslararası firmalardan bazıları aşağıda yer almaktadır:

- Verallia: Gıda ve içecek sektörü için cam ambalaj üretiminde Fransa'nın lideridir.
- Groupe Raja: İşletmelere yönelik ambalaj ürünleri dağıtımında Avrupa'nın en büyüklerinden biridir.
- Smurfit WestRock France: Kağıt ve karton bazlı ambalaj üretiminde uzmanlaşmış; Smurfit Kappa ve WestRock'ın birleşimiyle oluşmuştur.
- Sidel Blowing & Services: Özellikle içecek ambalajlarında kullanılan plastik şişirme makineleri ve teknolojileri sunar.
- DS Smith Packaging France: Karton ve oluklu mukavva ambalaj alanında Fransa genelinde çok sayıda üretim tesisi bulunmaktadır.
- Mayr-Melnhof Packaging France: Katlanabilir karton ambalaj üretiminde uzmanlaşmıştır.

- Gascogne Groupe: 400 milyonu aşan cirosu ile kraft kâğıt, torba ve çok katmanlı ambalaj üretmektedir.

- Albéa: Kozmetik ve kişisel bakım ürünleri için plastik tüpler, kapaklar ve özel ambalaj çözümleri sunmaktadır.

- SGD Pharma: İlaç sektörü için cam ambalaj üretiminde uzmanlaşmış küresel bir şirkettir.

4.2.1 İlgili Oda/Birlik/Dernek/STK'lar ve İletişim Bilgileri

Fransa'da alt ürün grupları itibarıyla sektörün paydaşlarını bir araya getiren başlıca sivil toplum kuruluşlarının listesine, bu raporun 1.2.2 başlıklı bölümünde yer verilmiştir.

4.2.2 Varsa İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

Fransa'da ithalatçı firmaların bilgilerine ulaşmak için aşağıdaki kaynaklar kullanılabilir:

-Europages : Avrupa merkezli bu B2B platformunda, ithalat yapan firmalar sektör ve ülkeye göre listelenebilmektedir. (www.europages.fr)

- North Data : Almanya merkezli olan North Data, Avrupa'daki şirketlerin finansal verilerini, ticaret sicil bilgilerini, ortaklık yapılarını ve bağlantılarını analiz etmeye yarayan bir veri platformudur. (<https://www.northdata.com/>)

- Packaging France : Fransa ambalaj sektörüyle ilgili firmaların ve çözümlerin tanıtıldığı bir B2B portalıdır. Bu platformda, ambalaj üreticileri, tedarikçileri ve distribütörleri listelenir. (<http://www.packaging-france.com/>)

- Top Lien : Fransa'da ambalaj sektöründeki firmalara ilişkin arama yapılabilmektedir. (<https://www.toplien.fr/>)

- Pages Jaunes : Fransa'daki ilgili firmaları bulmak için "emballage" gibi anahtar kelimelerle arama yapılabilir. (<https://www.pagesjaunes.fr/>)

- Elipso : Fransız Plastik ve Esnek Ambalaj Derneği, " Annuaire " bölümünden plastik grubundaki firmalara ulaşmak mümkündür. (<https://www.elipso.org/>)

4.3 Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

Fransa, Avrupa Birliği üyesi olduğundan, ithalat işlemlerinde AB mevzuatına tabi olup, genel olarak gerekli belgeler şunlardır:

- **Ticari fatura:** Ürünün detaylarını ve değerini belirtir.
- **Paketleme listesi:** Gönderilen malların detaylı listesidir.
- **Menşe şahadetnamesi:** Ürünün menşe ülkesini gösterir.
- **Gümrük beyannamesi:** İthalat işlemleri için gereklidir.

Bunun yanı sıra, merkezi AB dışında bulunan bir şirketin, yasal varlığını onaylayan ticaret sicilini gösteren EORI (Ekonomik Operatör Kayıt ve Kimlik Numarası) adlı belgenin dijital olarak temin edilmesi için SOPRANO platformundan bir EORI numarası talep edilebilmektedir. (<https://www.douane.gouv.fr/service-en-ligne/demande-dautorisation-douaniere-et-fiscale-soprano>)

Öte yandan, Türkiye ve AB arasında 1996 yılından beri geçerli olan Gümrük Birliği çerçevesinde ambalajın da dahil olduğu sanayi ürünleri karşılıklı olarak gümrük vergisinden muaftır.

Ayrıca, ürünün türüne/içeriğine bağlı olarak ek sertifikalar veya izinler gerekebilir.³

A220 - Gıda veya yem ürünlerinde ve bunların temas ettiği malzemelerde belirli maddelerin kısıtlayıcı kullanımı: A220 mevzuatı, gıda ve yem ürünleri ile bunlarla temas eden malzemelerde bazı kimyasal maddelerin kullanımını kısıtlayan bir düzenlemedir. Temel amacı, insan ve hayvan sağlığını korumak ve zararlı maddelerin gıda yoluyla vücuda geçmesini önlemektir. Bu kapsamda, ambalajlar, kaplama malzemeleri ve benzeri ürünlerde kullanılan belirli maddelerin kullanımına sınırlar getirilir. BPA, ftalatlar ve ağır metaller gibi maddeler bu düzenleme kapsamında örnek olarak yer alır. Mevzuat, üreticiler, ithalatçılar ve dağıtıcılar için bağlayıcıdır ve Avrupa Birliği'nin (EC) No 1935/2004 gibi yönetmeliklerine dayanır.

B310 - Etiketleme gereksinimleri: B310 mevzuatı, ambalajlı ürünlerde bulunması gereken etiket bilgilerini düzenleyen bir kurallar bütünüdür. Tüketicilerin ürün hakkında doğru ve yeterli bilgiye ulaşmasını sağlamayı amaçlar. Bu kapsamda, ürün etiketlerinde ürün adı, içeriği, net miktarı, son kullanma tarihi, üretici bilgisi, kullanım talimatı, saklama koşulları ve gerekiyorsa alerjen uyarıları gibi bilgilerin yer alması zorunludur. Etiket bilgilerinin, ürünün satıldığı ülkenin resmi dilinde yazılması gerekir. Bu düzenleme gıda, kozmetik, temizlik ürünü ve kimyasal gibi pek çok ambalajlı ürünü kapsar ve tüketici güvenliğini destekler.

B320 - İşaretleme gereksinimleri: B320 mevzuatı, ambalajlı ürünlerde bulunması gereken işaretlerin ve sembollerin kullanımını düzenler. Bu işaretler; ürünün güvenli kullanımı, çevreye etkisi, geri dönüşüm durumu ve yasal uygunluğu hakkında bilgi vermeyi amaçlar. Ambalajlarda yer alması gereken simgeler arasında geri dönüşüm işaretleri, uyarı sembolleri, CE işareti, kırılabilir veya tehlikeli madde uyarıları gibi unsurlar bulunur. Bu işaretlerin ambalaj üzerinde görünür, kalıcı ve kolay okunabilir şekilde yer alması zorunludur. Mevzuat, hem tüketiciyi bilgilendirmek hem de ürün güvenliği ve çevre korumasını sağlamak amacıyla uygulanır.

B700 - Ürün kalitesi, güvenliği veya performansı ile ilgili gereklilik: Ürün kalitesi, güvenliği veya performansı ile ilgili gereklilikler mevzuatı, ambalaj ve paketlemeyi de kapsayarak, ürünlerin güvenli, kaliteli ve performans açısından uygun olmasını sağlar. Ürünlerin ambalajı, içeriğini koruyacak, güvenli kullanım sağlayacak ve ürünün kalitesini bozmadan tüketiciye ulaşmasını garantileyecek şekilde tasarlanmalıdır. Üreticiler, ambalajlı ürünlerin belirli güvenlik standartlarına ve performans gerekliliklerine uygun olduğuna dair belgeler sunmak zorundadır. Bu mevzuat, tüketici güvenliğini ve ürün kalitesini korumayı amaçlar.

B830 - Sertifikasyon Gerekliliği: Bu alandaki mevzuat, ambalaj ve paketleme ürünlerinin belirli kalite, güvenlik ve çevresel standartlara uygunluğunu doğrulamak için gerekli sertifikaların alınmasını zorunlu kılar. Bu gereklilik, üreticilerin ve tedarikçilerin ürünlerinin veya ambalajlarının yasal ve teknik gereksinimlere uygun olduğunu belgelemelerini sağlar.

³ <https://www.macmap.org/en//query/results?reporter=251&partner=792&product=392010&level=6>

E323 - Çevre koruma ile ilgili sebeplerden dolayı yasaklı ürünler: Bu kapsamdaki mevzuat, çevreye zarar verebilecek veya ekolojik dengeyi olumsuz etkileyebilecek belirli maddelerin kullanımını yasaklar. Özellikle çevre dostu olmayan ve doğaya zarar veren kimyasal maddelerin, ürünlerde veya ambalajlarda kullanılmasını engeller.

4.4 Sektörde Sevk Öncesi İnceleme Zorunluluğu Var mıdır? Varsa Yetkilendirilmiş Gözetim Şirketleri Hangileridir?

Tüm Avrupa Birliğinde olduğu gibi Fransa'da da belirli ürün grupları veya yüksek riskli ürünler için sevk öncesi inceleme talep edilebilmektedir. Bu durumda, Bureau Veritas, SGS ve Intertek gibi uluslararası gözetim şirketlerinden hizmet almak gerekmektedir.

Bilhassa gıda ile temas eden ambalajların sevk öncesi standartlar ve sertifikalarla uyumlu olduğunu belgelemek için belirli süreçlerin izlenmesi zaruriyet arz etmektedir. Yetkilendirilmiş denetim kuruluşları veya sertifikalandırma kurumları tarafından düzenlenen başlıca belgeler aşağıda yer almaktadır:

-BPA İçermeme (Bisphénol A) Sertifikası : Gıda ambalajlarında BPA kullanımı olup olmadığı, laboratuvar testleri ve analizlerle belirlenir. Testler, kullanılan plastik malzemenin içeriğinin BPA içermediğini doğrulamak amacıyla yapılır. Bureau Veritas, SGS, TÜV Rheinland gibi yetkilendirilmiş denetim ve test kuruluşları, bu tür testleri yapabilir ve BPA içermediği konusunda sertifika verebilir.

-CE İşareti (Conformité Européenne) : Gıda ambalajlarının, Avrupa standartlarına uygun olduğunu göstermek için CE işareti alınması gerekir. Bu, ürünün güvenlik ve sağlık standartlarını karşıladığını kanıtlar. Ürün, ilgili güvenlik testlerine tabi tutulur ve üretici, teknik dosya hazırlayarak CE işaretini kullanmaya hak kazanır. Yetkilendirilmiş kurumlardan (örneğin, Bureau Veritas, TÜV Rheinland) onay alınması gerekmektedir.

-ISO 22000 ve FSSC 22000 (Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi) Sertifikaları : ISO 22000 ve FSSC 22000, gıda güvenliği yönetim sistemlerini belirleyen uluslararası standartlardır. Gıda ambalajı üreticisi, bu standartlara uygunluğu denetim ve değerlendirme süreçleriyle kanıtlar. Sertifika almak için, belirli denetim süreçlerinden geçmek gerekmektedir. SGS, Bureau Veritas, DNV GL, TÜV Rheinland gibi kuruluşlar, gıda güvenliği yönetim sistemine dair denetimler yapar ve ISO 22000/FSSC 22000 sertifikasını verir.

-EN 13432 – Kompostlanabilir Ambalaj Sertifikası : Ambalajın biyolojik olarak kompostlanabilir olduğunu kanıtlamak için laboratuvar testleri yapılır. Bu testler, ambalaj malzemesinin doğal ortamda çözünebileceğini gösterir. Ürün, ilgili çevre yönetmeliklerine uygunluk açısından denetlenir. TÜV Rheinland, Bureau Veritas gibi çevre sertifikalandırma kuruluşları, kompostlanabilir ambalajların EN 13432 standardına uygunluğunu belgeleyebilir.

-1935/2004 sayılı AB Tüzüğü (Gıda ile Temas Eden Malzemeler) Sertifikası: Gıda ambalajlarının, gıda ile doğrudan temasa uygun olduğunu belgelemek için, EU Regulation No. 1935/2004 gereksinimlerine uygunluk sağlanmalıdır. Ambalaj, kimyasal içerik testleri ve migrasyon testleri (gıdanın ambalajla etkileşimi) ile denetlenir. SGS, Bureau Veritas, Intertek gibi bağımsız denetim firmaları, gıda ambalajının bu yönetmeliğe uygunluğunu sertifikalandırabilir.

-Kosher ve Helal Sertifikaları : Kosher ve Helal sertifikaları, ambalajın belirli dini kurallara uygun olduğunu belgeleyen sertifikalardır. Gıda ambalajının kullanılan malzemeleri ve işleme süreçleri,

Kosher veya Helal sertifikasına sahip denetim kuruluşları tarafından incelenir. Kosher sertifikası için Kosher denetim kurumları (örneğin, Orthodox Union), Helal sertifikası için ise bu alanda uzman sertifikalandırma kuruluşları (örneğin, Halal Certification Services) bu belgeleri verir.

-REACH Sertifikası (Kimyasal Maddeler) : Ambalajda kullanılan kimyasal maddelerin güvenliğini kanıtlamak için, ambalaj malzemesi üreticileri, REACH düzenlemelerine uygunluk belgelerini sunmalıdır. Bu, kimyasal maddelerin analizini ve bazı testleri içerir. Bureau Veritas, SGS gibi şirketler, REACH regülasyonlarına uygunluk sertifikasını verebilir.

-Organik Sertifikaları : Organik gıda ambalajları için, kullanılan malzemelerin organik tarım standartlarına uygun olduğunu belgelemek gerekir. Organik ambalajların yasal gereklilikleri yerine getirdiği, sertifikalandırma kuruluşları tarafından doğrulanmalıdır. Ecocert, Soil Association, Global Organic Textile Standard (GOTS) gibi organik sertifikalandırma kuruluşları, organik ambalajlar için bu belgeleri verir.

Belgelendirme Süreci

1. Denetim ve Testler: Ambalaj üreticisi, ilgili testleri ve denetimleri geçmek zorundadır. Bu testler, ürünün gıda güvenliği, kimyasal içerik ve çevresel etkiler açısından uygun olup olmadığını belirler.
2. Teknik Dosya Hazırlığı: Gerekli denetimler ve testler tamamlandıktan sonra, üretici bir teknik dosya hazırlar. Bu dosya, ürünün tüm test sonuçları ve denetim belgelerini içerir.
3. Sertifikalandırma: Sertifikalandırma kuruluşları, yapılan testler ve denetimlere göre sertifikayı verir. Bu sertifika, ürünün gerekli standartlara ve regülasyonlara uygunluğunu kanıtlar.

4.5 Sektördeki Önemli Fuarlar (Milli Katılım Olup Olmadığı) ve Tarihleri

Fransa'da ambalaj sektörüne hitap eden, sektörel paydaşları bir araya getiren başlıca fuarlar aşağıda yer almakta olup, Ticaret Bakanlığı tarafından milli ve bireysel katılımı desteklenen yurt dışı fuarların listesine <https://www.ticaret.gov.tr/ihracat/fuarlar> adresinden erişim sağlanması mümkün bulunmaktadır.

- **Prod&Pack :**

Sürdürülebilir üretim ve ambalaj çözümlerine odaklanan ve uluslararası katılımın artırılmasına çalışan bölgesel bir etkinliktir. Özellikle çevre dostu üretim teknikleri ve yenilikçi ambalaj çözümleri ön plandadır. Fuar İdaresi ambalaj makinalarının yanında daha fazla nihai ambalaj ürünü sergilenmesi için tanıtım faaliyetleri düzenlemektedir.

Yer: Lyon – Eurexpo Fuar Alanı

Tarih : 18-20 Kasım 2025

İnternet Sitesi : <https://www.prodandpack.com/fr>

- **Paris Packaging Week :**

Ambalaj sektörünün önde gelen etkinliklerinden biri olan Paris Packaging Week, dört ana fuarı bir araya getirmektedir :

PCD (Parfüm, Kozmetik ve Kişisel Bakım Ambalajları)
ADF (Aerosol ve Dağıtım Sistemleri)
PLD (Premium ve Lüks İçecek Ambalajları)
Packaging Première (Lüks Ürün Ambalajları)

Yer: Paris Expo Porte de Versailles

Tarih : 05 – 06 Şubat 2026

İnternet sitesi : <https://www.parispackagingweek.com/fr/>

- **ALL4PACK Paris:**

Fransa'nın en büyük ambalaj fuarıdır. Ambalaj, paketleme, baskı ve lojistik alanlarında yeniliklerin sergilendiği çok kapsamlı bir etkinliktir.

Yer: Paris Nord Villepinte

Tarih : 24 – 26 Kasım 2026

İnternet sitesi : www.all4pack.com

- **CFIA – Gıda Sanayi Tedarikçileri Buluşması (Carrefour des Fournisseurs de l'Industrie Agroalimentaire) :**

Gıda sanayi tedarikçilerine yönelik önemli bir fuardır ve geniş bir gıda ambalajları bölümü içerir.

Yer: Rennes (Parc Expo)

Tarih : 10-12 Mart 2026

İnternet Sitesi : www.cfiaexpo.com

- **Sirha :**

Gastronomi, otelcilik, restoran ve toplu yemek hizmetleri sektörlerine hitap eden uluslararası bir fuardır. Ancak bu fuarın ambalaj sektörüyle de güçlü bir bağlantısı vardır, Özellikle üst segment gıda ambalajı ihraç eden firmalar için katılım faydalı olabilecektir.

Yer: Lyon – Eurexpo Fuar Alanı

Tarih : Ocak 2027

İnternet Sitesi : <https://www.sirha-lyon.com/fr>

4.6 Sektör Firmalarına Hitap Eden ve Gerçekleştirilmesi Planlanan Ticaret Heyetleri

Ambalaj sektöründe önümüzdeki dönemde düzenlenmesi planlanan bir ticaret heyeti programı, dış temsilciliklerimize ulaşmamış olmakla birlikte ihtiyaç duyan firmalarımızın üyesi oldukları Ticaret ve Sanayi Odaları, İhracatçı Birlikleri gibi iş birliği kuruluşları aracılığıyla B2B görüşmeler ve saha ziyaretlerinin kurumsal bir çatı altında yapılmasına yönelik ilgili kuruluşlardan talepte bulunabileceği düşünülmektedir. En az üç ay önce hazırlıklarına başlanması gereken bir ticaret heyeti programı için Ticaret Bakanlığımızın hem devlet yardımlarından (www.kolaydestek.gov.tr) hem de Ticaret Bakanlığı dış teşkilatının yerel tecrübesi ve ağından yararlanılarak daha verimli organizasyonlar gerçekleştirilmesi mümkün bulunmaktadır.

4.7 Varsa Sektörde İhale Yayınlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler

Diğer sektörlerde olduğu gibi ambalajda da kamu alımlarında çevreye duyarlı ve sürdürülebilir ambalaj çözümleri bir zorunluluk olarak ihale şartnamelerinde yer almaktadır. Geri dönüştürülebilir malzemelerden üretilmiş ambalajlar, biyolojik olarak çözünebilir poşetler, atık ayrıştırma kutuları, steril tıbbi ambalajlar ve lojistik süreçlerde kullanılan endüstriyel paketleme sistemleri gibi ürünler kamu kurumlarının sıklıkla talep ettiği kalemler arasındadır. Başlıca ihale siteleri şunlardır:

- Marchés Publics (PLACE) : Fransa Devleti'nin ana kamu ihale portalıdır. Ulusal ve yerel düzeydeki ihalelerin çoğu burada yayınlanır.

<https://www.marches-publics.gouv.fr>

- BOAMP (Bulletin Officiel des Annonces des Marchés Publics): Fransa'da kamu alımlarına ilişkin resmi ilanların yayımlandığı platformdur.

<https://www.boamp.fr/pages/entreprise-accueil/>

- France Marchés: Çeşitli sektörlerdeki kamu ihalelerinin listelendiği bir platformdur.

<https://www.francemarches.com/>

- Marchés Online: Kamu ve özel sektör ihalelerinin yer aldığı bir başka kaynaktır.

<https://www.marchesonline.com/>

Ayrıca, “Supplement to the Official Journal of the European Union” isimli ‘AB Resmî Gazetesi Eki’nde “Tenders Electronic Daily” (Günlük Elektronik İhale) adı altında bir ihale günlüğü yayımlanmaktadır. (<http://ted.europa.eu/TED/main/HomePage.do>)

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

Fransa, Avrupa Birliği'nin kurucu üyesi olarak, Birliğin tüm ortak politikalarına olduğu gibi Ortak Ticaret Politikası (OTP)'na da tam uyum sağlamıştır. Bu politika çerçevesinde Fransa, AB'nin ortak gümrük tarifelerini, çok taraflı ve ikili ticaret anlaşmalarını, üçüncü ülkelere yönelik tek taraflı tavizleri ve ticari savunma araçlarını uygulamaktadır.

AB'nin münhasır yetki alanına giren OTP; yalnızca mal ticaretini değil, hizmetler, ticaretle bağlantılı fikri mülkiyet hakları ve doğrudan yabancı yatırımları da kapsamaktadır. AB üyesi ülkeler tarafından uygulanan ortak gümrük tarifeleri ve varsa ithalata yönelik anti-damping, telafi edici vergi gibi ticari savunma önlemleri, Avrupa Komisyonu'nun TARIC veri tabanı üzerinden takip edilebilmektedir:

https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en

AB ile yapılan yeni nesil Serbest Ticaret Anlaşmaları (STA), sadece malların değil, kamu alımları, fikri mülkiyet hakları, sürdürülebilir üretim kriterleri gibi geniş kapsamlı alanların da dahil olduğu kapsamlı hükümler içermektedir.

https://policy.trade.ec.europa.eu/eu-trade-relationships-country-and-region/countries-and-regions_en

Türkiye ile AB arasında 1996'dan beri yürürlükte olan Gümrük Birliği Anlaşması, sanayi ürünleri ve işlenmiş tarım ürünlerini kapsamaktadır. Ambalaj ürünleri de büyük ölçüde bu kapsama dahil olduğundan, Türkiye menşeli ambalaj ürünleri Fransa'ya veya başka bir AB ülkesine ihracatta gümrük vergisinden muaftır (gümrük vergisi %0'dır).

Bu avantajdan yararlanılabilmesi için ürünlerin Gümrük Birliği statüsünde olduğunu belgeleyen ATR Dolaşım Belgesi düzenlenmelidir. ATR belgesi ile Fransa dahil tüm AB ülkelerinde mallar serbest dolaşıma girebilir. Gümrük Birliği, Türk ambalaj üreticileri açısından sadece vergi avantajı değil, aynı zamanda AB iç pazarına erişimde kolaylık sağlayarak rekabet gücünü artırmaktadır.

Avrupa Birliği'nin imzaladığı ve müzakeresi devam eden serbest ticaret anlaşmalar için :
https://policy.trade.ec.europa.eu/eu-trade-relationships-country-and-region/negotiations-and-agreements_en

4.9 Varsa Tercihli Tarifeden Yararlanmak İçin Gereken Belgeler

Türkiye ile Avrupa Birliği arasında 1/95 Sayılı Ortaklık Konseyi Kararı ile kurulan Gümrük Birliği kapsamında, taraflar arasında sanayi ürünleri ticaretinde gümrük vergileri kaldırılmış olup, bu tarife avantajlarından yararlanabilmek için A.TR Dolaşım Belgesi başta olmak üzere belirli belgelerin sunulması zorunludur. Bu zorunluluk, Avrupa Topluluğu-Türkiye Ortaklık Konseyi'nin 1/95 Sayılı Kararı uyarınca yürürlüğe giren düzenlemeleri detaylandıran ve uygulamayı netleştiren, AT-Türkiye Gümrük İşbirliği Komitesi'nin 26 Eylül 2006 tarihli 1/2006 sayılı kararı ile açık bir şekilde belirlenmiştir.

İhracatçıların, Gümrük Birliği kapsamındaki tarife muafiyetinden faydalanabilmeleri için bu belgeyi eksiksiz ve doğru şekilde düzenleyerek ithalat sırasında ibraz etmeleri gerekmektedir. Aksi takdirde, ilgili ürün Fransa gümrüğünde genel tarife üzerinden vergilendirilebilir.

4.10 Ambalaj Sektöründe Teknik Düzenlemeler (Standartlar, Etiketleme ve Ambalaj Mevzatu)

Fransa'da ambalaj sektörü, çevre koruma, tüketici sağlığı, ürün güvenliği ve dögüsel ekonomi ilkeleri doğrultusunda sıkı düzenlemelere tabidir. Bu düzenlemeler büyük ölçüde Avrupa Birliği (AB) direktiflerinden kaynaklanmakta olup, Fransa'nın iç hukukuna aktarılmıştır. Fransa'ya ambalaj malzemesi veya ambalajlı ürün ihraç eden firmaların, hem Avrupa düzeyindeki hem de Fransa'ya özgü mevzuata uymaları zorunludur.

4.10.1 Avrupa Birliği Düzeyinde Teknik Mevzuat

a. Ambalaj ve Ambalaj Atıkları Tüzüğü (2025/40/EC)

Uzun müzakere süreçlerinin ardından Şubat 2025'de yürürlüğe giren bu direktif, tüm AB üyesi ülkelerde atık oluşumunu azaltmak ve ambalajların yeniden kullanımını veya geri dönüşümünü artırmak amacıyla Topluluk düzeyinde daha standardize edilmiş bir ambalaj ve atık sanayi sistemi kurmaktadır. AB Komisyonu eskiden direktif ile düzenlenen bu sektörü Tüzük kapsamına alarak üye ülkelerin yetkilerini sınırlamıştır. Yeni mevzuat ile yüksek kalitede geri dönüşüm, yeniden kullanım, yasaklı ürünler ve depozito/iade sistemlerinin (DRS) getirilmesi gibi hükümler getirilmiştir.

2026 yazına kadar Fransa dahil tüm AB ülkeleri adı geçen mevzuatın hükümlerine kademeli geçiş sağlayacak olup, 2030 yılına kadar %100 geri dönüştürülebilir ambalaja geçilmesi planlanmaktadır. Bu süre zarfında ambalaj hacimlerinde önemli bir azalmaya gidilmesi ve belirli tek kullanımlık ürünlerin yasaklanması hedeflenmektedir.

Tüzük kapsamında ambalaj malzemesi ve diğer tüm ürünlerin ambalajlarında aşağıdaki başlıklarda düzenlemelere gidilmiştir:

- Ambalaj atığının azaltılması
- Ambalaj etiketleme kuralları
- Yeniden kullanım ve doldurma (lojistik, e-ticaret, içecek vd)
- Bazı ambalaj formatlarının yasaklanması
- Geri dönüştürülebilir ambalaj
- Plastikte asgari geri dönüştürülmüş içerik zorunluluğu
- Paketleme minimizasyonu

AB'nin yeşil dönüşüme ilişkin düzenlemelerinin sanayi sektörlerimize etkileri hakkında güncel gelişmeler için: <https://ticaret.gov.tr/dis-iliskiler/yesil-mutabakat/ab-dongusel-ve-surdurulebilir-sanayi-politikalari>

b. REACH Tüzüğü (EC No 1907/2006)

Ambalajda kullanılan kimyasal maddelerin insan sağlığına ve çevreye zarar vermemesi gerekir. Bu tüzük uyarınca bazı maddeler yasaklanmış, bazıları için bildirim ve izin şartları getirilmiş olduğundan bilhassa plastik ambalaj ihracatında ürünün içeriğine göre REACH sertifikasının gerekliliği sorgulanmalıdır.

c. Gıda ile Temas Eden Materyaller (EC No 1935/2004)

Gıda ambalajları, gıdanın güvenliğini ve hijyenini koruyacak şekilde üretilmelidir. Gıdyla doğrudan temas eden ambalaj malzemeleri için uygunluk beyanı, migration testleri ve izlenebilirlik şartları aranır.

4.10.2 Fransa Ulusal Mevzuatı ve Uygulamaları

Fransa atık yönetiminde AB'nin öncü ülkelerinden biri olup, Topluluk mevzuatının şekillenmesine kendi iç düzenlemeleri ile ciddi katkı sağlamıştır.

a. 2020-105 sayılı İsrarla Mücadele ve Döngüsel Ekonomi Yasası (AGEC) – Döngüsel Ekonomi Yasası:

Fransa'nın çevresel sürdürülebilirlik vizyonunun temelini oluşturan AGEC Yasası, üret, tüket ve at olarak tanımlanan lineer ekonomiden azalt, yeniden kullan ve geri dönüştür temasıyla döngüsel ekonomiye geçişi hedefleyen ve ambalaj üreticileri /ithalatçılarına da çeşitli yükümlülükler getiren bir yasal düzenleme olup, getirdiği başlıca yenilikler şunlardır:

- Tek kullanımlık plastik ambalajlar yasaklanarak (örneğin plastik tabak, çatal, poşet) ambalajlamanın, biyobozunur, kompostlanabilir veya geri dönüştürülebilir alternatiflere kaydırılmaktadır.
- Eko-tasarım ve geri dönüşüm ilkeleri çerçevesinde ambalaj ürünlerinin atık azaltıcı ve geri dönüştürülebilir şekilde tasarım ve üretimi zorunlu kılınmaktadır.
- Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu Sistemi daha fazla ambalaj türüne uygulanır hale getirilmektedir.

Sektörel bazda atık yönetimine ilişkin detaylara ilgili Fransız Bakanlıkların <https://www.ecologie.gouv.fr/politiques-publiques/economie-circulaire-dechets> sayfasından ulaşmak mümkündür.

b. Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu - REP :

Fransa'da çok eski tarihlerden bu yana yürürlükte olan genişletilmiş üretici sorumluluğu sistemi, ülkede piyasaya sürülen ürünlerin tüm yaşam döngüsünden üretici, ithalatçıyı sorumlu tutmaktadır.

AGEC Kanunu öncesinde 1993 yılından beri ev ambalajları bu sisteme dahilken AGEK Kanunu yürürlüğe girdikten sonra 2023 yılında restaurant ambalajları ve 2025 yılında ise endüstriyel ve sanayi ambalajları REP'e dahil olmuştur.

Ülkede ambalajla ilgili yetkilendirilmiş bir ekokuruluşa üye olup, genişletilmiş üretici sorumluluğu numarası olarak Fransa'da satılan ürünün atık sorumluluğu devredilmiş olmaktadır. Söz konusu eko-katkı payının ödenebileceği kuruluşlar, aşağıda yer almakta olup, ev ve sanayi tipi ambalajlamaya ilişkin ayrıntılı bilgiye Fransız Çevre ve Enerji Yönetimi Ajansı ADEME'in <https://filieres-rep.ademe.fr/filieres-rep> sayfasından erişim sağlanabilmektedir.

<https://www.citeo.com/> ; www.adelphe.fr

<http://www.revipac.com/>

<https://www.leko-organisme.fr/services/>

www.valorplast.com

Öte yandan, ISO'nun 14001 çevre, 22000 gıda ve 9001 kalite standartları ile gönüllü olmasına karşın Norme Française (NF) Belgesi'ne sahip olunması Fransız pazarına girişte avantaj sağlamaktadır. Söz konusu belgeler Fransa Standartlar Birliği (AFNOR-Association Française de Normalisation) tarafından düzenlenmektedir.

4.10.3 Etiketleme ve Ambalaj Kuralları

Fransa'da tüketicinin ve çevrenin korunmasına yönelik ambalaj ve etiketleme kuralları Avrupa Birliği mevzuatı esas alınarak düzenlenmiştir. Fransa'da pazarlanan ambalajlar, AB'nin çevrenin korunmasına yönelik genel kurallarının yanı sıra, tüketici sağlığı için özel hükümleri de yerine getirmelidir. Özellikle, 1272/2008/EC sayılı Tüzük, madde ve karışımların sınıflandırılması, etiketlenmesi ve ambalajlanması hakkında kurallar içermektedir. AB etiketleme mevzuatı, gıda, ev gereçleri, ayakkabı, tekstil gibi sektörler için zorunlu etiketleme standartları belirlemektedir. Açık ürün bilgilerinin (malzeme, geri dönüşüm, olası riskler) ambalaj üzerinde yer alması ve firmaların aşırı paketlemeden kaçınarak atık azaltma yoluna gitmesi gerekmektedir.

Ambalaj etiketlerindeki yanıltıcı çevresel iddialara karşı Fransız Tüketici Kanunu ("Code de la Consommation") koruma sağlamaktadır. Bunun yanı sıra şu düzenlemeler de Fransa'ya ambalaj satışında dikkate alınmalıdır:

-Çevre Kanunu ("Code de l'Environnement"):

Atık, geri dönüşüm, eko-tasarım ve üretici sorumluluğu ile ilgili her şeyi düzenleyen temel yasadır. Ambalajın nasıl tasarlanması ve geri dönüştürülmesi gerektiğine dair kuralları belirler. Bu kapsamda, 2023 yılından bu yana "biyolojik olarak parçalanabilir" veya 'çevre dostu' gibi terimler, kesin bilimsel kanıtlar sunulmadığı sürece yasaktır.

-2021-835 sayılı Kararname (Triman ve Info-Tri Kararnamesi):

2022 yılından bu yana Fransa’da ambalajların üzerinde aranan Triman logosu, tüketicilere ürünün geri dönüşüm için ayrılması gerektiğini göstermektedir. Ayrıca, atığın nasıl doğru şekilde ayrıştırılacağını açıklayan talimatlar (“info-tri” olarak adlandırılır) da ambalajlarda bulunmaktadır. Çoğu ev ambalajı, tekstil, mobilya, elektronik ürünlerde açık ve anlaşılır şekilde bu logonun bulunması zorunludur.

Konuya ilişkin ayrıntılı bilgiye Fransa Pazar Bilgileri Raporu’ndan(<https://ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/avrupa/fransa/pazar-bilgileri>) erişim sağlanması mümkün bulunmaktadır.

4.11 Lojistik

Fransa, Avrupa kıtasındaki stratejik konumu ile ulaşım sektöründe söz sahibi ülkelerden biridir. Dünya Bankası Lojistik Performansı Endeksi’ne göre, bu alanda dünyada 13. sıradadır.⁴ 34 uluslararası havalimanı, 66 deniz ticaret limanı (Dunkerque, Le Havre, Rouen, Nantes Saint-Nazaire, La Rochelle, Bordeaux, Marseille vd), 1,1 milyon km uzunluğunda karayolu, 28 bin km’den fazla demiryolu ağı ve 12 bin km’yi aşan otoyol uzunluğu ile farklı taşıma modellerinde gelişmiş bir altyapısı vardır. Eurostat nihai verilerine göre (2021), Fransa, ulaşım ve depolama alanında 182 bin şirket ve 1,4 milyon istihdam ile 229 milyar Avroluk katma değer sağlamaktadır.

Gelişmiş bir altyapıya sahip olan lojistik sektöründe nakliye süreleri ve tercih edilen taşıma modları, ürünün türüne ve varış noktasına bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Özellikle e-ticaretin yükselişiyle birlikte, hızlı kargo ve sipariş karşılama hizmetlerine olan talep artmıştır.

Türkiye’den Fransa’ya ihracat yapmanın lojistik maliyeti aşağıdaki gibi birçok faktöre bağlı olarak değişebilir: Ürün türü (kırılabılır, bozulabilir, ağırlık); hacim ve ağırlık (küçük koliler veya dolu konteynerler); nakliye yöntemi (kara/hava/deniz); liman veya teslimat şehri (örneğin, İstanbul’dan Paris’e vs Mersin’den Marsilya’ya); kullanılan Incoterms (EXW, FOB, CIF, DDP gibi – ödeme şartları) ile sigorta ve gümrük ücretleri

Fransa’da operasyonları olan Türk lojistik firmalarına ilişkin bilgi almak için Müşavirlik ve Ataşeliklerimizle irtibat kurulabilir.

4.12 E-Ticaret

Fransa’da e-ticaret pazarı hızla büyümekte olup, tüketiciler online alışverişe büyük ilgi göstermektedir. Özellikle moda, elektronik, yiyecek-içecek ve kozmetik sektörlerinde bu dağıtım kanalı payını hızla arttırmaktadır. Hızlı teslimat ve esnek iade politikaları e-ticareti ön plana çıkarmaktadır. Fransa E-ticaret ve Uzaktan Satış Federasyonu’na (Fédération du e-commerce et de la vente à distance-FEVAD) göre, 2024 yılında ülkedeki e-ticaret, bir önceki yıla göre %9,6 artışla 175,3 milyar Euro'luk rekor satış gerçekleştirmiştir.⁵

⁴ <https://lpi.worldbank.org/international/scorecard/radar/C/FRA/2023>

⁵ <https://www.fevad.com/bilan-du-e-commerce-en-france-en-2024-les-ventes-sur-internet-franchissent-le-cap-des-175-milliards-deuros-en-hausse-de-96-sur-un-an/#:~:text=En%202024%2C%20le%20e%2Dcommerce,du%20alentissement%20de%20l'inflation.>

Fransadaki e-ticaret pazarına ilişkin ayrıntılı bilgi için:
<https://ticaret.gov.tr/data/632b143413b8767974670b97/Potansiyel%20E-%C4%B0hracat%20Pazarlar%C4%B1%20Raporu.pdf>

4.12.1 Ülkedeki Pazaryerleri

Fransa'daki başlıca B2B Pazar yerleri şunlardır: Amazon Business France, Cdiscount Pro, Mercateo, Hellopro, Business France Marketplace

Tüketicilere yönelik olan ve genel pazar yerleri amazon.fr ; eBay.fr; leboncoin iken ambalaj özelinde verpack.fr ve deltasacs adlı web siteleri sürdürülebilir ambalaj e-ticareti üzerine yoğunlaşmıştır.

4.12.2 Özel Günler, Bayramlar vb.

Ülkede alışveriş hacminin arttığı özel günler Kara Cuma (Vendredi Fou-Black Friday), Siber Pazartesi (Cyber Monday), Yaz İndirimleri (Soldes d'été), Kış İndirimleri (Soldes d'hiver), Anneler Günü (Fête des mères), Babalar Günü (Fête des pères), Sevgililer Günü (Noël Saint-Valentin), Noel dönemi, Kitap Günleri (Journées du Livre) ve Okul Açılışı (La rentrée)'dir.

4.12.3 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

2022 Statista verilerine göre, Fransızların %77,41'i sosyal medya kullanmaktadır. Ülkede en çok tercih edilen platform olan Facebook'un ülkede aktif 27,36 milyon kullanıcısı vardır. Ardından sırası ile Instagram, Snapchat ve Youtube platformları tercih edilmektedir. Ülkede Instagram'ın 25,07 milyon, Snapchat'in 25,66 milyon ve YouTube'un 50,70 milyon aktif kullanıcısı bulunmaktadır.⁶

4.12.4 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

AB üyesi ülkeler arasında yapılan e-ticaret işlemlerinde gümrük vergisi uygulanmamaktadır. Ancak, AB dışı ülkelerden yapılan çevrim içi alışverişlerde 150 € üzerindeki ürünler için gümrük vergisi bulunmaktadır. Muafiyet tutarı 150 € olmakla birlikte KDV tüm ithalatta geçerli olup, genel KDV oranı %20'dir. Vergilendirmenin hesaplanmasında referans değer, nakliye ve sigorta masraflarının eklenmesiyle belirlenen tutardır. (genellikle satın alma fiyatı)

Yasalara veya kısıtlamalara tabi mallar (hassas mallar) ve özel tüketim vergisine tabi mallar hariç olmak üzere, değeri 150 €'dan az olan gönderilerde kullanılan Delta H7 beyannamesi, standart beyannameye (80) kıyasla daha basitleştirilmiş bir veri setine sahiptir. (yaklaşık 30) Söz konusu

⁶<https://ticaret.gov.tr/data/632b143413b8767974670b97/Potansiyel%20E-%C4%B0hracat%20Pazarlar%C4%B1%20Raporu.pdf>

beyanname, herhangi bir kişi tarafından düzenlenebilir ve gümrük makamlarından özel izin gerektirmez.

Öte yandan, Fransa'nın başı çektiği Avrupalı perakendeciler ve siyasilere, Shein ve Temu gibi platformların elbiseden akıllı telefona kadar pek çok ürünü çok düşük fiyatlarla satarak haksız bir avantaj sağladığını ve yeterince güvenlik kontrolleri yapılmadığını düşündükleri gümrüksüz satış politikasını giderek daha fazla eleştirdiğinden önümüzdeki yıldan itibaren Avrupa Birliği'ne gelen düşük değerli e-ticaret paketlerinden ücret alınması beklenmektedir. Buna göre, AB, internet üzerinden sipariş edilen ve değeri 150 Avro'nun (171 Dolar) altında olan paketlere uyguladığı gümrüksüz muameleyi 2028 yılına kadar kaldırmayı planlamaktadır.⁷ Fransız hükümeti bu süre zarfında ayrıca geçici ulusal önlemler alabileceğini ilan etmiştir. Ülke dışından gelen her parsel için sabit bir "yönetim ücreti" belirlemeye hazırlanan Fransız hükümeti, söz konusu önlem yürürlüğe girmeden önce diğer AB ülkeleriyle koordine edilmesi gerektiğinin altını çizmektedir.⁸

4.12.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

Fransa'da e-ticaret faaliyetleri, AB'nin tüketici koruma ve veri gizliliği mevzuatına uygun olarak yürütülmektedir. Tüketicileri korumak ve e-ticaret işletmelerinin nasıl çalıştığını düzenlemek için tasarlanan bu alandaki ulusal ve AB düzeyindeki düzenlemelerden bazıları Fransız Tüketici Kanunu, Medeni Kanun, Genel Veri Koruma Yönetmeliği, Dijital Hizmetler ve Dijital Pazarlar Tüzükleridir.

Fransa'nın öncülüğünde AB Komisyonu'nun 2025 yılından itibaren yurt dışından e-ticaret kapsamındaki getirilecek ürünler için çok daha sıkı tedbirler getireceği ve özellikle Çin'deki fabrikalardan doğrudan kargoya verilen ürünlere ilişkin haksız rekabetin ortadan kaldırılması yönünde tedbirlere başvuracağı anlaşılmaktadır.

Fransa'da e-ticaret üzerinden satış yapılmasına ilişkin ayrıntılı bilgi için: <https://entreprendre.service-public.fr/vosdroits/N32108>

<https://www.douane.gouv.fr/demarche/vous-achetez-sur-internet>

4.12.6 E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri

Fransa'da e-ticaret lojistiği için hızlı kargo ve sipariş karşılama hizmetleri sunan birçok firma bulunmaktadır. Türk lojistik firmaları da Fransa'da artan e-ticaret hacmine paralel olarak bu alanda daha fazla operasyonel olmaya başlamıştır.

Hızlı Kargo Firmaları

Fedex: <https://www.fedex.com/fr-fr/shipping-channel/ecommerce/international-shipping.html>

DHL: <https://ecommerce.dhl.fr/> UPS: https://wwwapps.ups.com/ctc/request?loc=fr_FR Mondial

⁷ <https://www.reuters.com/business/retail-consumer/france-urges-fees-cheap-e-commerce-packages-eu-2025-04-29/>

⁸ <https://europeanconservative.com/articles/news-corner/france-targets-temu-with-new-e-commerce-import-crackdown/>

Relay: <https://www.mondialrelay.fr/> My Ship Wisard: <https://www.myshipwizard.com/>

Colissimo: <https://www.laposte.fr/colissimo> DPD: <https://www.dpd.com/fr/fr/>

GLS: <https://gls-group.com/GROUP/en/home/>

Chronopost: <https://www.chronopost.fr/en>

Sipariş Karşılama Hizmeti Veren (Fulfillment) Firmalar:

Geodis: <https://geodis.com/fr>

XPO Logistics: <https://www.xpo.com/>

FBA (Fulfillment by Amazon): <https://sell.amazon.com/fulfillment-by-amazon>

UPS: <https://www.ups.com/fr/fr/home>

ShipBob: <https://www.shipbob.com/>

Cdiscount Fulfillment: <https://marketplace.cdiscount.com/en/service/Octopia-fulfillment/>

DHL: <https://www.dhl.com/fr-fr/microsites/supply-chain/fulfillment-network/ournetwork/fulfillment-in-france.html>

ColisExpat: <https://www.colisexpat.com/fr/>

Mobiltron: <https://www.mobiltron.fr/logistique-evolutive.html>

4.13 Tanıtım ve Pazarlama

-Fuar Katılımları: Paris'te Paris Packaging Week ve All Pack ile Lyon'da Prod&Pack Fuarlarına ziyaretçi olarak veya birer stant ile katılım sağlanmasında fayda görülmektedir. Bu kapsamda, ziyaretçi trafiğinin yoğun olduğu bir alanda stant tahsis için 9-12 ay öncesinde fuar organizatörü ile irtibata geçilmesi, tanıtım materyallerinin (broşür, katalog, afiş vb) Fransızca dilinde hazırlanması ve potansiyel alıcı firmalara e-davetiye göndererek standda davet edilmesi ve stanttaki toplantıların planlanması Fuar öncesinde yapılmasında fayda görülen bazı önemli hazırlıklardır. Ayrıca kalite, çevre sertifikalarının stantta görünür şekilde yer alması, birçok Fuar'da inovatif ürünlere ayrılan alanda yenilikçi ürünlerin sergilenmesi Fransız firmalar için dikkat çekici ve güven uyandırıcı birer detay olarak görülmektedir.

Ambalaj fuarları dışında bazı sektörel fuarlarda paketlemeye ilişkin alanlar da tahsis edildiğinden hedef sektörün önde gelen fuarları için dış temsilciliklerimizden bilgi alınabilir. Örneğin, gıda ambalajı ihracatı için SIRHA gibi gıda ve otel ekipmanları fuarlarına da iştirak edilebilir.

-Sektörel Dergilerde İlan: Fransa'daki başlıca sektörel dergilerin (Emballages Magazine, L'info Carton, Emballage Digest, Pack and Label Around gibi) takip edilmesi gerek sektördeki gelişmeler

hakkında bilgi sahibi olunması gerekse firma tanıtımlarının yapılabilmesi bakımından yararlı görülmektedir.

-Dijital Platformların Etkin Kullanılması: Fransa'da tanıtım ve pazarlama stratejilerine dijital platformların etkin kullanımını mutlaka ilave etmek gerekmektedir. Sosyal medya ilanları, arama motoru optimizasyonu (SEO) ve içerik pazarlaması, firmaların hedef kitlelerine ulaşmasında önemli rol oynamaktadır. Fransızca hazırlanmış bir web sitesine sahip olunması, potansiyel müşterilere eposta ile yeni ürünler, kampanyalar ve indirimler hakkında bilgi akışı sağlanması gibi doğru dijital pazarlama yaklaşımlarının müşteri ilişkilerine katkı sağlaması beklenmelidir.

- B2B Görüşmelere Katılım Sağlanması: Ticaret ve Sanayi Odaları, İhracatçı Birlikleri gibi iş birliği kuruluşları tarafından organize edilen alım ve ticaret heyetlerine iştirak ederek potansiyel alıcılara firma tanıtımı imkanları değerlendirilmelidir. Bazı fuar organizatörleri de fuar ile eş zamanlı B2B etkinlikleri düzenleyebildiğinden veya eşleştirme faaliyetlerinde bulunabildiğinden bu tip etkinlikler de ayrıca takip edilmelidir.

Öte yandan, fuar katılımı, iş görüşmeleri veya heyet organizasyonu kapsamında Fransa'ya gerçekleştirilecek ziyaretlerde makul bir süre (en az iki ay) öncesinde ve seyahate ilişkin tüm kanıtlayıcı bilgi/belgelerin sunulması vize başvurularının gerçekleştirilmesi elzem bulunmaktadır.

Son olarak, pazara girişteki tüm tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde Ticaret Bakanlığı'nın destek programlarından yararlanmak için www.kolaydestek.gov.tr adresinden ilave bilgi alınabilir ve destek başvurularını sonuçlandıran ilgili İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Devlet Yardımları Şubesi ile irtibat kurulabilir.

4.14 Sektörde Tüketici/Alıcı Tercihleri ve Güncel Eğilimler

Fransız hükümeti tarafından yapılan bir araştırmaya göre, Fransa'daki tüketicilerin yaklaşık %62'si, çevre sorunları konusunda artan farkındalığın da etkisiyle artık çevre dostu ambalaj seçeneklerini tercih etmektedir.⁹ Ev tipinin yanı sıra endüstriyel ambalaj türleri de ciddi bir dönüşüm geçirmektedir. Hem teknolojik ilerlemeler hem de ekolojik talepler tarafından yönlendirilen Distripackaging gibi yeni girişimler ve KOBİ'ler, ürünlerin paketlenme, taşınma ve yeniden kullanılma şeklini yeniden keşfetmek için yenilikler yapmaktadır. Bu dönüşüm, aşağıdaki örneklerde görüldüğü gibi teknolojik yenilik, çevresel sorumluluk, yeni iş modelleri ve maliyet azaltma başlıklarında kendini göstermektedir.

1.Ekolojik ve Biyoçözünür Materyallerden Mamul Ambalaj Tipleri: Mısıır, mantar patates ve şeker kamışı gibi yenilebilir kaynaklardan elde edilen biyoplastikler ve bambu, kenevir ve deniz yosunu gibi doğal lifler üretim sürecine entegre edilmektedir. Nişasta, yosun veya protein gibi doğal bileşenlerden yapılan yenilebilir ambalajlar, gıda ve kozmetik sektörlerinde ilgi çekmektedir.

Lactips (süt proteininden yapılan çözünebilir plastik) ve Embelium (kenevir ve miselyumdan yapılan ambalaj) gibi girişimler, yeşil kimya ve mühendisliğin kesiştiği noktada yüksek performanslı, dayanıklı ve gübrelenebilir çözümlerin doğduğunu göstermektedir.

⁹ <https://www.marketresearchfuture.com/reports/france-flexible-packaging-market-45817>

2. Akıllı Ambalaj Teknolojilerinin Kullanımı: Ambalaj artık sadece ürünleri korumakla kalmamakta; interaktif ve iletişimsel hale gelmektedir. NFC çipleri, QR kodları ve entegre sensörler (sıcaklık, nem, şok) gibi teknolojiler sayesinde akıllı ambalajlar çok sayıda işlev sunmaktadır. Nantes merkezli girişim LivingPackets, gömülü elektronikler, GPS izleme ve gelişmiş koruma içeren yeniden kullanılabilir bir ambalaj çözümü olan The Box ile bu trendi somutlaştırmakta, tek kullanımlık kutuları ortadan kaldırarak daha akıllı teslimatların önünü açmaktadır.¹⁰

Sanal Gerçeklik (Virtual Reality) ile ambalaj interaktif bir ortama dönüştürülmektedir. Tüketiciler akıllı telefonlarıyla bir paketi tarayarak videolar, yemek tarifleri veya marka hikayeleri gibi sürükleyici içeriklere erişebilmektedir.

Bir diğer yenilikçi ambalaj modeli olarak çalkalandığında otomatik olarak soğuyan içecek kutuları veya hazır bir yemeği sadece birkaç dakika içinde ısıtan ambalajlar ilgi çekmektedir.

3. Kişiselleştirilmiş/Özelleştirilmiş Baskılı Ambalaj Tipleri: Markalar artık ambalajlarını dijital baskı teknolojisi sayesinde özel günlere, müşteri segmentine göre uyarlayabilmektedir. Çikolata ambalajlarına kişiselleştirilmiş mesajlar basılmaktadır. Ayrıca, 3d teknolojisi, Fransa'nın iddialı olduğu parfüm ve mücevher gibi lüks sektöründe tercih edilen karmaşık ambalajların kişiye özel üretilmesinde esnek ve ekonomik üretim sağlamaktadır. Sektör verilerine göre, dijital baskı Fransa'da yıllık yaklaşık %18'lik bir büyüme göstererek pazarın esnek ambalajda teknolojik entegrasyon ve inovasyon potansiyelini ortaya koymaktadır.¹¹

4. Yeni Bir İş Modeli Olarak Ambalaj Hizmeti: Satın al-kullan-at paketleme modeline alternatif olarak Fransa'da "Hizmet Olarak Paketleme" (PaaS) kavramı ilgi görmeye başlamıştır. LivingPackets, The Box'ı kullandığın kadar öde esasına göre kiralarak, müşterinin ambalaj için değil, hizmet için ödeme yapmasını talep etmektedir. Hipli adlı şirket benzer şekilde iade edilebilir zarflarda bu sistemi yürütmektedir.

Pandobac da bir abonelik modeli sunmaktadır: işletmeler toplanan, yıkanan ve yeniden dolaşıma sokulan yeniden kullanılabilir kutular için kullanım başına ödeme yapmaktadır. Maliyetleri bir havuzda toplayan bu işbirlikçi model, uzun vadeli karlılığı teşvik etmektedir. BIBAK gibi diğer girişimler, ortak konteynerler ve akıllı iade terminaleri ile bağlantılı depozito sistemleri oluşturmaktadır.

5. Maliyet Düşürücü Çözümler: Ambalajda inovasyon aracılığıyla verimlilik artışı ve maliyet düşürücü yöntemler Sealed Air ve Berry Global gibi şirketlerin gündeminde ağırlığını korumaktadır. Ambalaj ağırlığının ve hacminin azaltılması nakliye ve depolamada optimizasyon sağladığından tercih edilmektedir. Ürün korumasından veya estetikten ödün vermeden kullanılan malzeme miktarını azaltma yönünde bir eğilim bulunmaktadır.

¹⁰ <https://www.jaimelesstartups.fr/emballage-industriel-en-france-innovation-ecologie-nouveaux-modeles-et-reduction-des-couts/>

¹¹ <https://www.marketresearchfuture.com/reports/france-flexible-packaging-market-45817>

Tekrar satın alma ve atık yönetiminden kaçınarak yeniden kullanmak da tasarruf sağlamaktadır. Nakliye kutularının yenilenmesi konusunda uzmanlaşmış yenilikçi bir şirket, ikinci el ambalajlarının yeni ambalajlara göre %50'ye kadar daha ucuza mal olabileceğini tahmin etmektedir.

6. Yeniden Kullanılabilir ve İade Edilebilir Ambalaj Tipleri: Tek kullanımlık plastiklere karşı mücadele nedeniyle, yeniden kullanılabilir ambalajlara talep artmaktadır. Fransa'daki bazı girişimler, kullanım ömrünün sonunda geri dönüştürmek yerine yeniden kullanıma odaklanmaktadır. Örneğin Hipli, 100 defaya kadar yeniden kullanılabilen koli zarfları sunarken Pandobac yeniden kullanılabilir, yıkanabilir ve izlenebilir gıda kapları sağlamaktadır. Bu çözümler hem atıkların azaltılmasına hem de marjların iyileştirilmesine yardımcı olmaktadır.

Büyük perakendeciler de bu eğilime dahil olmaya başlamıştır. Halihazırda Fransa'nın doğusundaki süpermarketlerde test edilen ve AB ve Citeo tarafından desteklenen R3Pack adlı pilot proje ile yeniden kullanılabilir sert ambalajlar için bir depozito sistemi test edilmektedir. Anılan proje, gıda ambalajı atıklarını büyük ölçüde azaltmayı hedeflemektedir.¹²

7. E-ticarete Yönelik Dayanaklı Ambalaj Tipleri: E-ticaretin yaygın bir dağıtım kanalı haline gelmesiyle birlikte ambalajlamanın, esnek ve dayanıklı lojistik ihtiyaçlara cevap vermesi de beklenmektedir. Ürün boyutuna uyarlanabilen, daha hafif ambalajların ve su geçirmez astarla güçlendirilmiş karton kutuların ön plana çıktığı anlaşılmaktadır.

4.15 Sektörde Vergiler

İthalatta gümrük vergisinin %0 olduğu daha önce belirtilmişti. Gümrük tarife istatistik pozisyonu bazında ihracat esnasında yürürlükte olabilecek olan diğer eş etkili önlem ve vergilerin TARIC https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en adresinden kontrol edilmesinde fayda bulunmaktadır.

Diğer taraftan, Fransa'da standart Katma Değer Vergisi (KDV) oranı %20 olup, ambalaj ürünleri de dahil olmak üzere çoğu mal ve hizmet için geçerlidir. Ambalaj ürününü doğrudan pazara sunmayı planlayan ihracatçılarımızın ise genişletilmiş üretici sorumluluğu sistemine kayıt olarak ürünün türüne ve niteliğine göre eko-kuruluş tarafından bildirilecek olan eko-katkı payını ödeme yükümlülüğü bulunduğu 4.10.2 no.lu başlıkta ifade edilmişti.

4.16 Varsa Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller

Doğrudan vergi ya da tarife şeklinde olmadığı halde Fransa ile ticareti etkileyen kural ve düzenlemelere 4.3 ve 4.10 no.lu alt başlıklarda yer verilmişti. Buna göre Ambalaj ve Ambalaj Atıkları Tüzüğü, Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu gibi çevresel düzenlemeler, Triman logosu, Fransızca dil

¹² <https://www.jaimelesstartups.fr/emballage-industriel-en-france-innovation-ecologie-nouveaux-modeles-et-reduction-des-couts/>

zorunluluğu gibi etiketleme/işaretleme kuralları, CE, REACH gibi ürün güvenliği uyum standartları ihracatta dikkat edilmesi gereken teknik ve yasal zorunluluklardır.

Öte yandan, Fransa tarafından dış ticarete uygulanmakta olan sistematik bir engele ilişkin Ataşeliğimize ulaşan bir bilgi bulunmamakla birlikte tarife dışı engellere dair gelişmeler Ticaret Bakanlığı'nın <https://teknikengel.ticaret.gov.tr/fransa> adresinden takip edilebilmekte ve bir teknik engelle karşılaşıldığında bu web sitesi üzerinden bildirimde bulunulabilmektedir. Ayrıca anılan internet sitesine üye olan firmalara seçili ülke ve ürün gruplarında bilgi akışı e-postayla sağlanmaktadır.

5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

Sürdürülebilir ve inovatif ambalaj çözümlerine ülkede talebin yüksek olması bu alanda önemli fırsatlar barındırmaktadır. 2030 yılına kadar tek kullanımlık plastik ambalajları yasaklamayı hedefleyen Fransa'da, biyolojik olarak parçalanabilen, geri dönüştürülebilir ve yeniden kullanılabilir ambalaj malzemeleri ihraç etmek isteyen üretici/ihracatçılar için pazar şansının daha yüksek olduğu düşünülmektedir.

Ayrıca çevrim içi alışverişin artmasıyla birlikte ambalaj ihtiyacı da katlanarak büyümektedir. Hafif, dayanıklı ve çevre dostu ambalajlar üreten firmaların e-ticaret pazarında pay edinme şansı yüksektir. Oluklu mukavva, esnek ambalaj ve koruyucu malzemeler e-ticaret piyasasında öne çıkan ambalaj tipleridir. Tarımsal gıda, kozmetik, ilaç ve otomotiv gibi Fransa'nın güçlü olduğu sektörlerde çok çeşitli ambalaj çözümlerine ihtiyaç duyulmakta olup, ülke bu sektördeki talebi karşılamak için dış dünyaya bağımlıdır. Türkiye ise esnek üretim modeli, daha düşük sipariş miktarlarını daha kısa teslim sürelerinde gerçekleştirebilme potansiyeli ile Fransız KOBİ'ler için cazip bir tedarikçi konumundadır. Gümrük Birliği Anlaşması sayesinde ambalaj ürünlerinin gümrük vergisinden muaf olarak ihraç edilebilmesi de Türk firmalar için üçüncü ülkelere karşı bir avantaj teşkil etmektedir.

6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler

Fransa'da yerli ve uluslararası büyük çapta firmaların pazardaki ağırlığı nedeniyle küçük ve orta ölçekli ihracatçıların yoğun rekabet ortamında pazara giriş yapmakta zorlanması beklenebilir. Fransa ve AB genelinde ambalaj atıklarına ve geri dönüşüm zorunluluklarına yönelik sıkı yasal düzenlemeler bazı firmaların ihracat şansını azaltabilir. Bilhassa plastik ambalaj üretici/ihracatçıları tek kullanımlık plastik ambalaj yasaklarından ve ambalajın kimyasal içeriğine yönelik sınırlamalardan dolayı pazar şansını yitirebilir.

Ülkede orta ve uzun vadeli lojistik yatırım ve anlaşmaları olmayan Türk firmaların, düşük hacimli siparişlerde lojistik maliyetini karşılayamadığından tedarikçi olma ihtimali azalabilir. Yüksek eğitim ve bilinç düzeyi ile yenilikçi ve çevreci ürünler talep eden Fransız tüketicilerin beklentilerine uygun ambalaj teknolojilerine yatırım yapmak ciddi finansman maliyeti yarattığından bazı Türk firmalar için dezavantaj oluşturabilir.

Tüm bunların yanı sıra küresel ekonomik konjonktürde dış ticarete hızlanan korumacılık politikaları, ülkemiz ambalaj sektörü için farklı fırsat ve tehditleri bir arada barındırmaktadır. ABD ve Çin arasında devam eden ticaret savaşlarının seyrinin yakından takip edilmesi suretiyle şirketler bazında pazar stratejilerinin gözden geçirilmesine ihtiyaç olacaktır.

7. Ambalaj Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

Gelişmiş ülke piyasalarında kamu ve özel sektör ile tüketicilerin beklentileri olan sürdürülebilir ve çevre dostu ambalaj çözümleri sunulması pazarda ciddi rekabet avantajı yaratmaktadır. Bu nedenle, geri dönüştürülebilir, biyobozunur ve kompostlanabilir ambalajlara yatırım yapılmasında fayda görülmektedir.

AB tarafından yürürlüğe konan standartlara uygun ürünler geliştirildiğinde Fransa'da da pazara giriş engellerine ve sıkı gümrük kontrollerine maruz kalmadan ürünlerin pazarlanması imkanı bulunmaktadır. Sektörel fuarlara etkin bir tanıtım stratejisi ile katılım sağlayarak ve dijital pazarlama kanallarını kullanarak marka bilinirliği ve güvenilirliğini artırmak önem arz etmektedir. Ayrıca sektörel tecrübesi bulunan yerel dağıtım kanalları (distribütör ve bayiler) ile iş birliği yapılarak daha hızlı nüfuz etmek mümkün olacaktır.

Ayrıca, siparişlere hızlı yanıt verilmesi amacıyla lojistik ve depolama çözümlerine ağırlık verilerek yerel lojistik firmaları ile anlaşmalar yapılmasında ve e-ticaret dağıtım kanallarının etkili kullanılmasında yarar görülmektedir. Son olarak, ambalaj ürünlerinde belirli bir piyasa talebi olduğunda Fransa'da şirket kurulması ve yerel bir temsilci atanmasının pazarda genişlemeye ciddi katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

8. Belirtilmesinde Fayda Görülen Diğer Hususlar

Fransa ile ticarete dış temsilciliklerimize sıklıkla alacağın tahsilinde zorluk yaşandığı yönünde Türk firmalardan başvuru gelmektedir. Fransa ile ilk defa ticaret yapacak firmaların, sevk öncesinde Fransa'daki alıcıyı ve firma yetkilisini doğrulaması önem arz etmektedir. Fransa'da her şirketin SIREN (şirketin benzersiz kimlik numarası) ve SIRET (şirketin her birimi ve şubesi için tanımlanan kayıt numarası) numaraları bulunmaktadır. Aşağıda yer alan açık kaynaklardan şirketlerin SIREN ve SIRET numaraları kullanılarak sorgulama yapılması mümkündür. Söz konusu kaynaklar ücretsiz olarak şirketin hâlihazırda aktif ya da pasif olduğu, şirket yöneticilerinin kimler olduğu, şirket adresinin neresi olduğu, şirketin sermaye yapısı gibi hususları içeren kısıtlı bilgileri ücretsiz bir şekilde paylaşmaktadır. Yine aynı kaynaklardan şirketlerin geçmiş dönem bilançolarına erişmek de mümkündür. Şirketlere ilişkin KBİS (bir ticari şirketin Ticaret ve Şirketler Siciline –RCS- kaydını onaylayan belge), Statu (şirket ana sözleşmesi) gibi detaylı belgelere söz konusu kaynaklardan ücret ödeyerek erişmek de mümkündür.

- <https://www.infogreffe.fr/>
- <https://www.pappers.fr/>
- <https://www.societe.com/>
- <https://entreprises.lefigaro.fr/>

Diğer taraftan, İngilizcenin yaygın olmaması nedeniyle Fransızca dilinde iletişim için gerekli olması halinde görüşmelerde tercüman bulundurulması yararlı olacaktır. Dış temsilciliklerimizden tercümanlık yapabilecek Türk öğrenci ve yeminli tercümanların iletişim bilgileri talep edilebilir. Ayrıca, Fransız firmalar ile iş ilişkisi kurarken ülkedeki aşırı bürokratik süreçlerin varlığını hesaba

katarak ve resmi tatil dönemlerinde toplantı, yazışma ve görüşmeler için muhatap bulmanın zor olduğunu göz önüne alarak planlamaların yapılmasında fayda görülmektedir.

8.1. Resmi Tatiller ve Mesai Saatleri

- 1.1.2025 Çarşamba Yeni Yıl Tatili
- 21.4.2025 Pazartesi Fransa'da Dini Tatil (Paskalya)
- 1.5.2025 Perşembe İşçi Bayramı
- 8.5.2025 Perşembe II. Dünya Savaşı Zafer Günü
- 29.5.2025 Perşembe Fransa'da Dini Tatil ("Ascension")
- 9.6.2025 Pazartesi Dini Bayram ("Pentecote")
- 14.7.2025 Pazartesi Fransız Milli Bayramı
- 15.8.2025 Cuma Fransa'da Dini Tatil ("Assomption")
- 1.11.2025 Cumartesi Fransa'da Dini Tatil ("Toussaint")
- 11.11.2025 Salı I. Dünya Savaşı Ateşkes Yıldönümü
- 25.12.2025 Perşembe Fransa'da Dini Tatil (Noel)

Bankalar ve resmi kuruluşlar; Pazartesi-Cuma genellikle 9.00 – 17.00 arası çalışmaktadır. Ancak bazı bankalar Cumartesi hizmet verdiği için Pazartesi günleri kapalı olabilmektedir.

9. Genel Değerlendirme

Fransa, geçtiğimiz yıl 18,4 milyar ABD Doları ambalaj ithalatına karşılık 13,6 milyar ABD Doları ihracat gerçekleştirmiştir. Çin ve Birleşik Krallık dışında AB içinden ambalaj ürünlerini tedarik ettiği anlaşılmakta olup, 2024 yılında Fransa'nın ithalatında on üçüncü sırada yer alan ülkemizden 298 milyon \$ tutarında alım yapılmıştır. Ürün grupları itibarıyla incelendiğinde Fransa'nın dünyadan en fazla plastik ambalaj malzemesi (gümrük tarife pozisyonu 3923,3920, 3921), kağıt/karton (4819) ve cam (7010) satın aldığı, Türkiye'den ilave olarak 6305 tarife pozisyonundaki çuval ve torbalar ile 4823 GTP no.lu kağıt/karton ambalajlar ithal ettiği görülmektedir.

Bu kapsamda, Covid öncesi dönemle karşılaştırıldığında ithalatı en fazla artan ambalaj grupları metal (%50) ve cam (%40) olmasına karşın Fransa'da, plastik ile karton grubu toplam ithalatın %78'ini oluşturmakta ve yalnızca ahşap ambalajda dış ticaret dengesi pozitif seyretmektedir.

Fransa'nın yukarıda belirtilen sektörel dış ticaret yapısı çerçevesinde, Türkiye'nin, dış ticaret fazlası verdiği ve ağırlıklı olarak Avrupa'ya ihracat yaptığı ambalaj sektöründe yüksek ihracat potansiyeline sahip olduğu düşünülmektedir. Nitekim, Fransız tüketicilerinin beklentilerine uygun şekilde, çevre dostu ve sürdürülebilir ambalaj tedarik edebilecek yapıdaki Türk firmaların yerel iş birlikleri geliştirerek pazardaki varlığını güçlendirmesi mümkün bulunmaktadır.

Bu minvalde, ahşap ambalaj hariç dışa bağımlı olan Fransa pazarındaki varlığını güçlendirmek amacıyla ülkemizdeki sektör temsilcilerinin kurumsal ziyaret ve temaslarının artırılmasında yarar görülmektedir. Muadil sektörel örgütlenmelerle bir araya gelinerek ortak iş birliği projeleri geliştirilebileceği, akıllı ambalaj teknolojilerinde know-how transferi ve karşılıklı

yatırım imkanlarının değerlendirilebileceği toplantılara ve etkinliklere ihtiyaç bulunmaktadır. Nitekim, yüksek rekabet ve sıkı teknik düzenlemelere tabi olan bir sektörde öncelikle yakın diyalog tesisinin elzem olduğu düşünülmektedir. Etkili ve uzun vadeli bir tanıtım sayesinde Fransız alıcılarla güvene dayalı ve kalıcı bir ticaret ilişkisi tesis edilmesi imkân dahilindedir.

Özetle, Fransa pazarında kalıcı olmanın üç temel şartı, teknolojik gelişmeleri ve tüketici beklentilerini yakından takip ederek üretim sürecine entegre etmek ve aynı zamanda çevreye duyarlı üretim ve satış ilkelerine sahip olmaktır. Bahsi geçen niteliklere sahip firmalar, sahada aktif tanıtım ve pazarlama aracılığıyla doğru dağıtım kanalları ile temas sağladığında uzun süreli ihracat bağlantıları kurulması kuvvetle muhtemel bulunmaktadır.

10. Yararlı Adresler

- Fransa Ticaret ve Sanayi Odaları (CCI France): www.cci.fr
- Fransız Standardizasyon Birliği (AFNOR): <https://www.afnor.org/>
- Fransa Ulusal Ambalaj Konseyi (CNE): www.conseil-emballage.org
- Fransa Plastik Ambalaj Derneği (ELIPSO): www.elipso.org
- Fransa Gümrük İdaresi (Douanes France): www.douane.gouv.fr
- Fransız Kağıt ve Karton Ambalaj Komitesi (COFEPAC): <https://cofepac.org/>
- Ambalaj ve Üretim Ekipmanları Ticareti Yapan Şirketler Birliği (SECIMEP): <https://www.secimep.com/>
- Ulusal Metal Kutu, Ambalaj ve Kapak Üreticileri Birliği (SNFBM) : <https://www.snfbm.fr/>
- Fransız Karton, Kağıt ve Selüloz Endüstrileri Birliği COPACEL: <https://www.copacel.fr/>
- EUROOPEN (Avrupa Ambalaj ve Çevre Örgütü): <http://www.euopen.be>
- EUROSAC: <http://www.eurosac.org>
- Fransa Karton ve Kağıt Ürünleri Federasyonu(CAP): <https://www.cap-fede.fr/>
- Fransa Cam Endüstrileri Federasyonu: <https://fedeverre.fr/>
- Ticaret Bakanlığı Ticarete Teknik Engeller Bilgi ve Bildirim Merkezi: <https://teknikengel.ticaret.gov.tr/fransa>
- Ticaret Bakanlığı Yeşil Mutabakat /AB Döngüsel ve Sürdürülebilir Sanayi Politikaları: <https://ticaret.gov.tr/dis-iliskiler/yesil-mutabakat/ab-dongusel-ve-surdurulebilir-sanayi-politikalari>

11. Kaynakça

- <https://www.trademap.org/Index.aspx>
- <https://www.insee.fr/fr/statistiques/5016665>
- parispackagingweek.com
- <https://www.ecologie.gouv.fr/politiques-publiques/economie-circulaire-dechets>
- <https://www.businesscoot.com/fr/>
- <https://www.esiec.fr/le-symbole-de-la-transformation-dans-le-secteur-de-lemballage/>
- <https://www.jaimelesstartups.fr/emballage-industriel-en-france-innovation-ecologie-nouveaux-modeles-et-reduction-des-couts/>
- <https://www.marketresearchfuture.com/reports/france-flexible-packaging-market-45817>

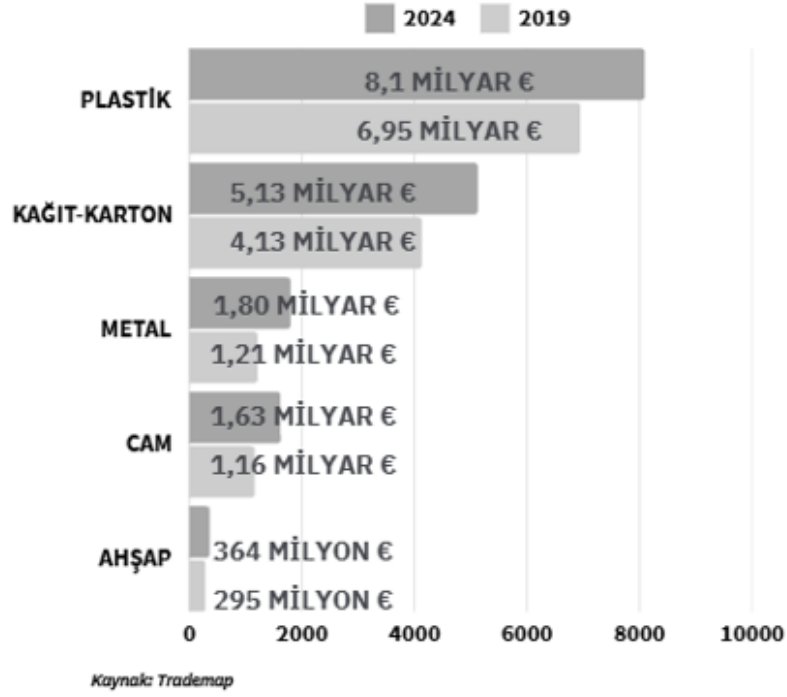
- <https://www.reuters.com/business/retail-consumer/france-urges-fees-cheap-e-commerce-packages-eu-2025-04-29/>
- <https://europeanconservative.com/articles/news-corner/france-targets-temu-with-new-e-commerce-import-crackdown/>
- <https://ticaret.gov.tr/data/632b143413b8767974670b97/Potansiyel%20E-%C4%B0hracat%20Pazarlar%C4%B1%20Raporu.pdf>
- <https://lpi.worldbank.org/international/scorecard/radar/C/FRA/2023>
- <https://www.fevad.com/>
- www.mordorintelligence.com
- www.macmap.org

EKLER:**1. AMBALAJ SANAYİ ÜRÜN TANIMLARI**

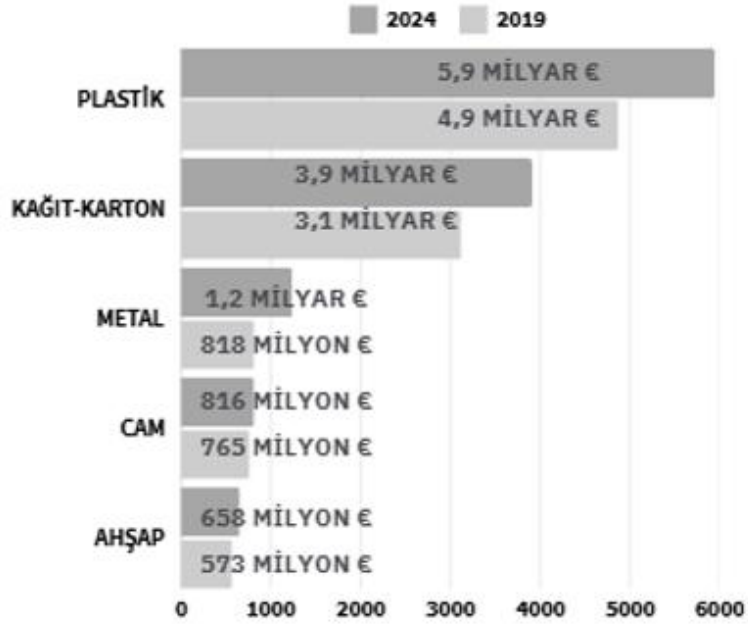
KAĞIT/KARTON AMBALAJ	4804- Kraft kağıt ve kartonlar-sıvanmamış-rulo veya tabaka halinde 4805- Diğer sıvanmamış kağıt ve kartonlar (rulo veya tabaka) 4806- Bitkisel parşömen, yağ geçirmez kağıt, aydınlar, kristal kağıt 4807- Sadece yapıştırma suretiyle elde edilen kağıt, karton 4808- Oluklu kağıt ve kartonlar; krepe, kırmalı, kabartmalı kağıtlar 4811- Kağıt, karton, selüloz vatka ve elyaftan tabakalar 4817- Kağıt ve kartondan zarflar, mektup kartları, kartpostallar vb 4819- Kağıt-karton vb esaslı kutu, kılıf, torba vb eşya 4821- Kağıt ve kartondan her cins etiketler 4823- Diğer ölçüsüne göre kesilmiş kağıt vb; kağıt esaslı eşyalar
PLASTİK AMBALAJ	3919- Plastikten yapışkan levha, yaprak, şerit, lam vb-düz şekilde 3920- Plastikten diğer levha, yaprak, pelikül ve lamalar 3921- Plastikten diğer levhalar, yaprak, pelikül, varak ve lamalar 3923- Eşya taşıma ambalajı için plastik mamulleri, tıpa, kapak, kapsül 6305- Eşya ambalajında kullanılan çuvallar ve torbalar
METAL AMBALAJ	7309- Demir-çelik depolar, sarnıçlar, küvler-hacmi 300lt den fazla 7310- Demir-çelik tanklar, varıl, fiçı, kutular-hacmi 300lt den az 7612- Alüminyum fiçı, varıl, bidon, kutu vb kaplar-hacmi<300lt 7613- Sıkıştırılmış, sıvı gazlar için alüminyum kaplar 8309- Adı metalden tıpa, kapak, kapsül, mühür kurşunları vb. ürünler
CAM AMBALAJ	7010- Cam damacana, şişe, kavanoz, çanak, ilaç tüpleri, cam kaplar
METAL AMBALAJ	4415- Ağaçtan kutu, kafes, sandık vb ambalajlar, kablo makarası vb 4416- Ağaçtan varıl, fiçı, kova, gerdel, diğer fiçıcı eşyası ve aksanı

Kaynak: Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü

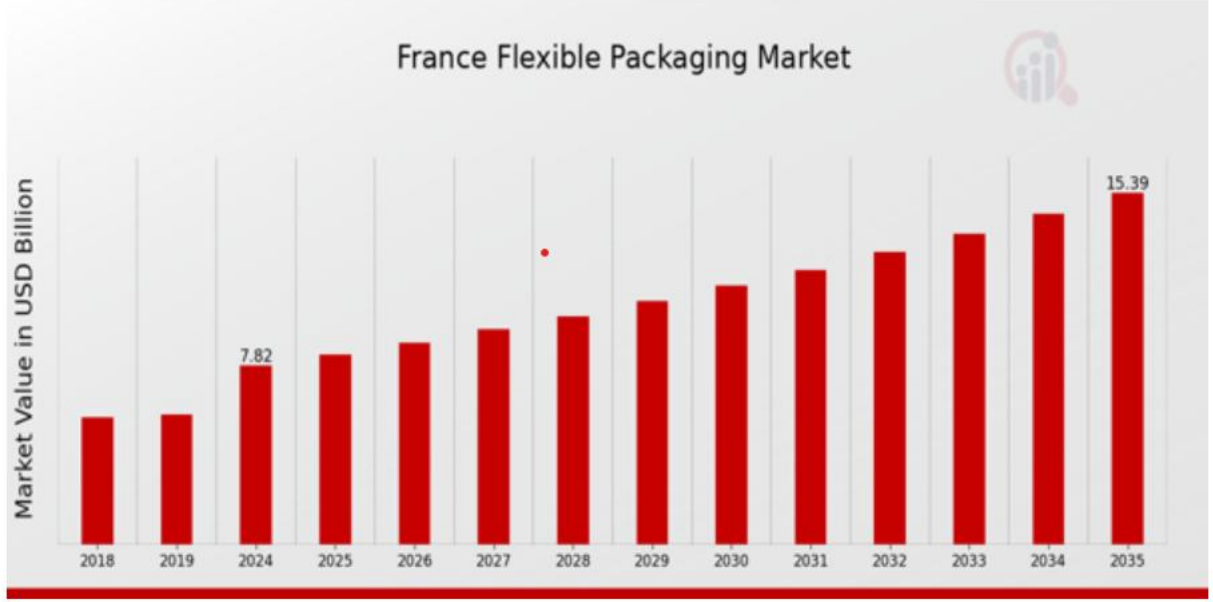
2. FRANSA'NIN AMBALAJ TÜRLERİNE GÖRE İTHALATI (2019-2024)



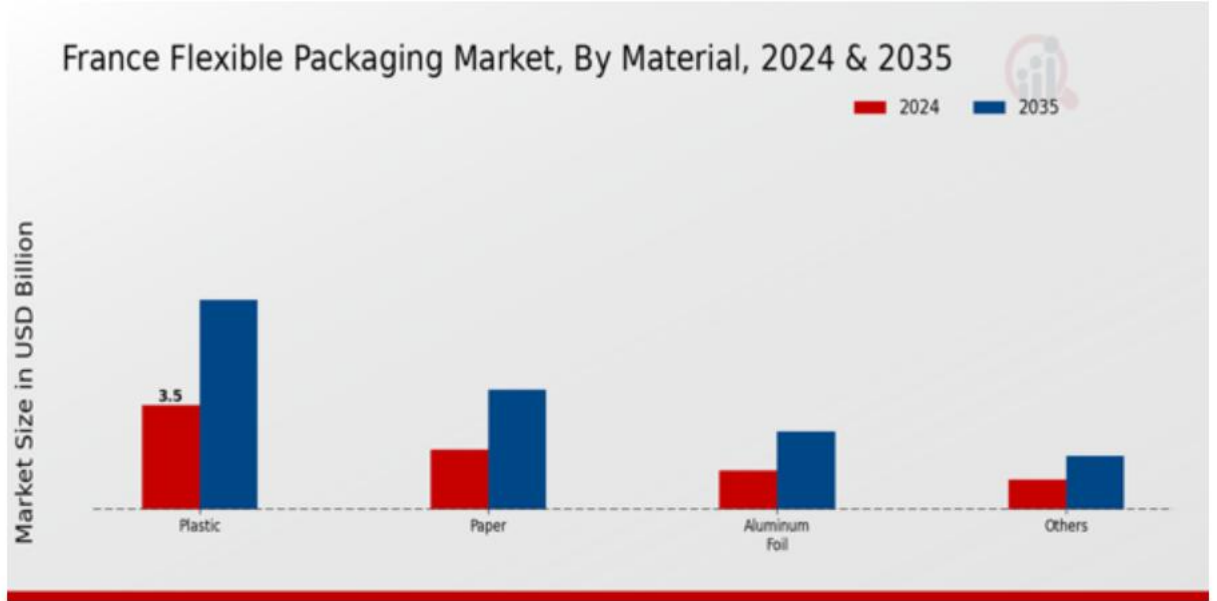
3. FRANSA'NIN AMBALAJ TÜRLERİNE GÖRE İHRACATI (2019-2024)



4. FRANSA ESNEK AMBALAJ PAZARI BÜYÜME TAHMİNLERİ



5. AMBALAJ TÜRÜNE GÖRE FRANSA ESNEK AMBALAJ PAZARI (2024-2035)



Kaynak: Market Research Future 2025