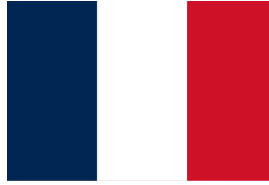




FRANSA



DOĞALTAŞ SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih: 30 Nisan 2025

Raporu Hazırlayan: Marsilya Ticaret Ataşeliği

İÇİNDEKİLER

1. Fransa Pazarında Doğal Taş Sektörü	4
1.1 Fransa’da Doğal Taş Üretimi	5
1.2 Doğal Taş Sektöründe Üretici Yerli Firma/Birlik/Dernek Bilgileri	6
1.2.1. Doğal Taş Üreticileri Ulusal Sendikası - SNROC	7
1.2.2. Pierre de Bourgogne Derneği.....	8
1.2.3. Granit de Bretagne Derneği	8
1.2.4. Rhône-Alpes (Rhône-Alpes Doğal Taşlar Derneği).....	8
1.2.5. Granit du Sidobre Derneği	8
1.2.6. Syndicat du Grès des Vosges (Vosges Kumtaşı Sendikası)	8
1.2.7. Pierres du Midi Derneği.....	8
1.2.8. Pierres Naturelles de Nouvelle-Aquitaine Derneği.....	8
1.2.9. Fransa Taş Ocakları ve İnşaat Malzemeleri Sanayi Ulusal Birliği-UNICEM	9
2. Fransa’nın Doğal Taş Sektörü Dış Ticareti.....	9
2.1 Fransa’nın Sektörde En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (2024)	9
2.2 Fransa’nın Sektörde En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (2024)	11
2.3 Fransa’nın Sektörde En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler	12
2.4 Fransa’nın Sektörde En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler	13
3. Doğal Taş Sektöründe Ülkemizden Fransa’ya İhracat	15
3.1 Doğal Taş Ülkemizin Fransa’ya İhracatı (Bin €)	15
4. Doğal Taş Sektöründe Fransa Pazarına İhracat Yoluyla Giriş.....	16
4.1 Doğal Taş Sektörü İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler	16
4.2 Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı	17
4.2.1. İlgili Oda/Birlik/Dernek/STKlar ve İletişim Bilgileri.....	18
4.2.2. Varsa İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar	19
4.3 Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler	20
4.4 Sektörde Sevk Öncesi İnceleme ve Gözetim Şirketleri	21
4.5 Sektördeki Önemli Fuarlar ve Tarihleri.....	21
4.6 Sektörde İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler	22
4.7 Fransa’nın Ülkemiz ve Diğer Ülkelerle STA/TTA Anlaşmaları Hakkında Bilgi	22
4.8 Varsa Tercihli Tarifeden Yararlanmak İçin Gereken Belgeler.....	23
4.9 Sektörde Standartlar	23
4.10 Sektörde Etiketleme.....	24
4.11 Sektörde Ambalajlama	25
4.12 Lojistik.....	25

4.13	Dağıtım Kanalları	26
4.14	Özel Günler, Bayramlar ve İzin Dönemleri.....	26
4.15	E-Ticaret	27
4.15.1.	En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları.....	28
4.15.2.	E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri	28
4.15.3.	E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler	29
4.15.4.	E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri	34
4.16	Tanıtım ve Pazarlama	34
4.17	Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler	35
4.18	Sektörde Vergiler.....	36
4.19	Varsa Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller	37
5.	Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar	38
6.	Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler	38
7.	Doğal Taş Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler	39
8.	Genel Değerlendirme	39
9.	Yararlı Adresler	40
10.	Kaynakça	41

1. Fransa Pazarında Doğal Taş Sektörü

Fransa, Avrupa'nın en köklü ve sofistike inşaat, mimarlık ve restorasyon pazarlarından birine sahip olmasıyla, doğal taş sektörü açısından önemli fırsatlar sunan ülkelerden biridir. Özellikle estetik kaygıların ön planda olduğu projelerde taş kullanımına duyulan hassasiyet, yüksek kaliteli doğal taşlara olan talebi sürekli olarak canlı tutmaktadır. Fransa'da doğal taş sektörü hem yerel üretim hem de ithalat yoluyla gelişmektedir. Sektör genellikle granit, mermer, kireçtaşı, traverten gibi çeşitli taşları içermektedir.

Fransa'da doğal taşların en çok kullanıldığı alan inşaat ve mimaridir. Doğal taşlar, mimari yapıların inşasında ve dekorasyonunda yaygın olarak kullanılır. Özellikle mermer, granit, traverten ve kireçtaşı gibi taşlar binaların dış cephelerinde, iç mekânlarda zemin ve duvar kaplamalarında, merdivenlerde, sütunlarda ve dekoratif detaylarda tercih edilmektedir. Dayanıklı yapısı ve görsel estetiği nedeniyle, granit ve mermer gibi doğal taşlar mutfak tezgâhları ve banyo tezgâhları için de sıkça tercih edilmektedir.

Doğal taşların diğer önemli kullanım alanları arasında sanat, peyzaj tasarımı ve tarihi eserlerin restorasyonu bulunmaktadır. Sanatçılar, mermer gibi doğal taşları heykel yapımında sıklıkla kullanmaktadırlar. Fransa, heykeltıraşlık alanında ünlüdür ve birçok sanat eseri doğal taşlardan şekillendirmektedir. Bahçe ve peyzaj düzenlemelerinde de doğal taşlar, yürüyüş yolları, teraslar, duvarlar, çeşmeler ve süslemelerde tercih edilmektedir. Ayrıca Fransa'nın zengin tarihi mirası, doğal taşların restorasyonunda sıkça kullanılmasını gerektirmektedir. Katedrallerin, kalelerin ve tarihi binaların restore edilmesinde doğal taşlar sıklıkla kullanılmaktadır. Son olarak mobilya üretiminde, masa üstlerinde, lamba ayaklarında ve çeşitli aksesuarlarda da doğal taşlar estetik öge olarak tercih edilmektedir.

Raporun ilerleyen bölümlerinde de açıklanacağı üzere Fransa'da doğal taş üretimi ülke ihtiyacını karşılayacak seviyelerde değildir. Ayrıca son 10 yılda yerli üretim yaklaşık %15 oranında azalma göstermiştir. Bu durum, Fransa'nın artan ithalat bağımlılığını beraberinde getirmiştir. Özellikle büyük ölçekli inşaat projeleri, iç mekân kaplamaları ve şehir mobilyaları gibi alanlarda ithal taşların kullanımı yaygınlaşmıştır.

Türkiye, sahip olduğu zengin doğal taş rezervleri ve işleme kapasitesi ile bu pazarda önemli bir tedarikçi konumunda olup, mevcut ihracatını daha da arttırabilecek potansiyele sahiptir. Bu rapor, Fransa'daki doğal taş pazarının yapısını, Türk taşlarının bu pazardaki yerini ve potansiyelini anlamayı amaçlamaktadır. Türk firmalarının Fransa pazarına daha etkin bir şekilde girebilmesi için ihtiyaç duydukları güncel bilgiler, istatistikler, pazara giriş kapsamında detaylı biçimde ele alınacaktır. Raporda sunulan veriler ve analizler, hem ihracat yapmak isteyen firmalara hem de hâlihazırda Fransa ile çalışan şirketlere yol gösterici nitelikte olacaktır.

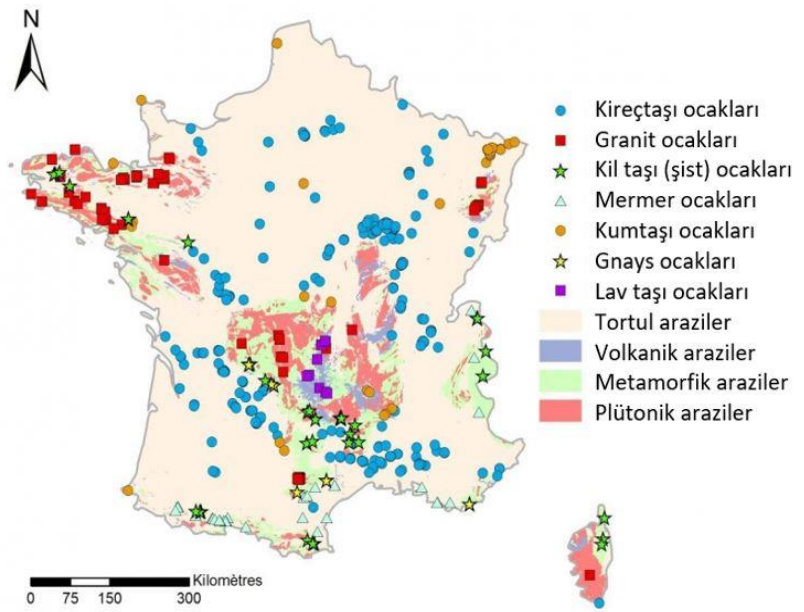
Rapor Fransa'ya doğal taş ihracatı yapmak isteyen ihracatçılarımıza yol gösterici bir doküman olarak hazırlandığından, raporun kapsamı tespit edilirken ülkemizin doğal taş sektöründeki mevcut ihracatında öne çıkan başta mermer olmak üzere işlenmiş doğal taşlar ile blok halinde ticareti yapılan doğal taşlara öncelik verilmiştir. Rapor özellikle 25'inci ve 68'inci fasıllar altında bulunan işlenmiş mermer, traverten ve su mermeri (680291 ve 680221), blok halindeki mermer, traverten ve su mermeri (251512 ve 251520), işlenmiş granit (680293 ve 680223) ve blok halinde, ham veya kabaca yontulmuş granit (251611, 251612, 251620) ürünleri kapsamında hazırlanmıştır.

1.1 Fransa’da Doğal Taş Üretimi

Fransa’da yıllık doğal taş üretimi 2022 yılı itibarıyla yaklaşık 1,5 milyon ton civarındadır.¹ Yıllık toplam üretimin metreküp karşılığı ise 472.000 m³ olarak açıklanmıştır. Çıkarılan toplam taşların 278.000 m³’ü blok olarak işlenmiş ve bunlardan 1.097.000 m² taş kesilmiştir.² Bu üretimin büyük bir kısmı yapı taşı ve kaplama taşı olarak değerlendirilirken, peyzaj mimarisi ve yer döşemelerinde kullanılmak üzere de belirli oranda işlenmiş taş sunulmaktadır.

Kireçtaşı ve granit taşları, işletmelerin %74’ünü ve yıllık çıkarılan hacmin %98’ini temsil eden ana taş türleridir. Kireçtaşı üretimi yaklaşık 418.300 m³ iken granit üretimi ise 122.000 m³’tür. Kireçtaşı üretim sahaları özellikle Bourgogne-Franche Comté, Occitanie, Provence-Alpes-Côte d’Azur, Nouvelle-Aquitaine ve Hauts-de-France bölgelerinde bulunur. Granit ocakları ise genellikle Massif-armoricain ve Pyrenees bölgelerindedir.³

Harita 1 Fransa ana karasındaki mevcut doğal taş ocaklarını ve doğal taş üretim tesislerini göstermektedir. Bretagne bölgesi granit üretimi ile öne çıkarken kireçtaşı üretimi ülkenin neredeyse her bölgesine yayılmıştır. Ülkemizin Fransa’ya doğal taş ihracatında en çok öne çıkan mermer ise Fransa’da sınırlı da olsa Occitanie ve Provence-Alpes-Côte d’Azur bölgelerinde gerçekleştirilmektedir. 2023 yılı itibarıyla Fransa’da yaklaşık 3.000 taş ocağı faaliyet göstermektedir.



Harita 1: Fransa’da Doğal Taş Üretim Bölgeleri

Fransa’da kireçtaşı dışındaki doğal taş endüstrisinde, süs ve inşaat taşları önce çıkmaktadır. İnşaatın yanı sıra cenaze sanatı olarak bilinen mezarlık ve mezar dekorasyonları da sektörün önemli faaliyet alanlarından biridir.⁴

Fransa’nın doğal taş üretiminde öne çıkan üç ürün olan kireçtaşı ve mermer, granit ve kumtaşının yıllık üretim verilerine daha detaylı bakmak gerekirse; 2022 yılında toplam 301.900 metreküp kireçtaşı ve mermer çıkartılmış, bundan 163.800 metreküp düzeltilmiş ham blok elde edilmiştir. İşlenmiş ürün miktarı 1.029.800 metreküp olarak tespit edilmiş ve nihai ürün satışından 104 milyon Euro gelir elde edilmiştir. Granitte ise yıllık çıkarılan toplam miktar 160.500 metreküptür. Bu üretimden 109.500 metreküp düzeltilmiş ham bloklar elde edilmiş, bunun 54.700 metrekübü işlenmiş

¹ UNICEM, Bilan de l’industrie des matériaux de construction, 2022

² Syndicat National des Industries de Roches Ornamentales et de Construction- <https://www.snroc.fr/fr/>

³ Syndicat National des Industries de Roches Ornamentales et de Construction- <https://www.snroc.fr/fr/>

⁴ Syndicat National des Industries de Roches Ornamentales et de Construction- <https://www.snroc.fr/fr/>

ürün haline getirilmiş ve bu işlenmiş ürünlerin satışından 221,6 milyon Euro gelir elde edilmiştir. Son olarak, 2022 yılında 9.282 metreküp kumtaşı çıkarılmış ve bu üretimden 5.100 metreküp düzeltilmiş ham blok elde edilmiştir. İşlenmiş kumtaşı ürününün miktarı 13.100 metreküp, nihai ürün satışından elde edilen gelir ise 6.9 milyon Euro'dur.⁵

1.2 Doğal Taş Sektöründe Üretici Yerli Firma/Birlik/Dernek Bilgileri

Fransa'da doğal taş sektörü üretici firmalarına ilişkin en güncel veriler 2020 yılına aittir. 2020 yılı itibarıyla sektörde aktif olarak faaliyet gösteren 640 üretici şirket bulunmaktadır. Tablo 1 Fransa'daki üretici şirket sayılarını, bu şirketlerin cirolarını ve cirolarındaki değişimi karşılaştırmalı olarak sunmaktadır.

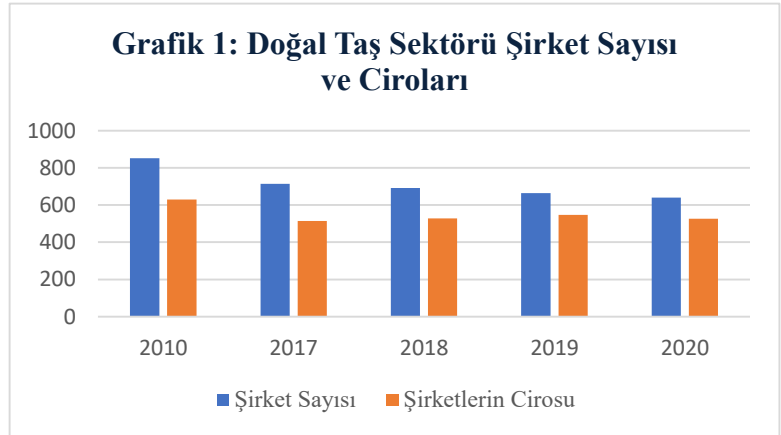
Tablo 1: Fransa'da Doğal Taş Sektöründe Faaliyet Gösteren Şirket Sayıları ve Ciroları (2020)					
Gösterge/Yıl	2010	2017	2018	2019	2020
Şirket Sayısı	851	714	692	664	640
Şirketlerin Cirosu*	628,2	514,6	527,6	546,6	525,4
Cirolardaki Değişim (%)	-0,4	0,3	2,5	3,6	-3,9

* Milyon Euro

Kaynak: Syndicat National des Industries de Roches Ornamentales et de Construction

Grafik 1 ise Fransa'da doğal taş sektörü üretici firmalarının cirolarına ilişkin değişimi sunmaktadır.

Üretici firma sayıları 2010 yılından bu yana azalmaktadır. Benzer şekilde üretici firmaların ortalama cirosu da sabit kalmakta ya da düşmektedir.



Bahsedildiği üzere Fransa'da doğal taşların kullanım alanı oldukça çeşitlidir ve doğal taş ihtiyacı da yüksektir. Bununla beraber doğal taş üretimi ülkenin ihtiyaçlarını karşılayacak seviyede olmadığından doğal taş ithalatı da her geçen yıl artmaktadır. Ülkede doğal taş üreticisi firma sayısı az olmakla birlikte doğal taşların ticareti ile uğraşan firma sayısı oldukça fazladır. 2024 yılı itibarıyla

⁵ Syndicat National des Industries de Roches Ornamentales et de Construction- <https://www.snroc.fr/fr/>

doğal taş ürünlerinin ticaretiyle uğraşan 5300'ün üzerinde firma bulunmaktadır. Bu firmaların 4200'den fazlasının bir yıllık cirosu 1 milyon Euro'nun üzerindedir. Ülkemiz doğal taş sektörü ihracatının en önemli kalemi olan mermer ürününün ticaretinde uzmanlaşmış firma sayısı ise 742 olarak tespit edilmiştir.⁶

Fransa'nın doğal taş ticaretinde öne çıkan şirketlerinden bazıları; 1853 yılında kurulan ve daha sonra Kanadalı Polycor grup tarafından satın alınan *Rocamat*, 1997'den beri faaliyet gösteren *Lahaye Granits*, Poitiers yakınlarında bulunan ve kireçtaşı, granit ve kumtaşı üreten *Calminia*, İtalya, İspanya, Portekiz, Türkiye ve Hindistan'dan ithal ettiği mermer, granit ve traverten ürünlerini Fransa genelinde dağıtan *Nimex International*, Belçika'da üretilen mermerleri Fransa pazarına sunan *France Granit et Marbre*, yetmiş yılı aşkın süredir sektörde faaliyet gösteren *Marbres Rustey*, Villers-sous-Saint-Leu'de bulunan *Imerys Mineraux France SA*, taş ocağı işletmeleri bulunan *Provencale SA*, mermer, granit ve doğal taş toptancısı *Rhone Alpes Granit (RAG)* ve La Crau'da yer alan *Marbrerie de la Crau* firmalarıdır.

Doğal taş sektöründe Fransa pazarında perakende ticaret özellikle yapı marketler üzerinden ilerlemektedir. Fransızlar ev dekorasyonu ve düzenlemelerini kendileri yapmaya alışkın ve bunu tercih eden tüketicilerdir. Bu sebeple pazara girişte doğrudan tüketiciye ulaşan yapı marketlere nihai ürün satışı önemli bir yöntem olarak öne çıkmaktadır. En yaygın olan zincir marketler Bricorama, Leroy Merlin, Brico Dépôt, Castorama, Bigmat ve Weldom'dur. Söz konusu yapı marketler mağazadan satış yoluyla hizmet verdiği gibi çevrimiçi kanallarla da tüketicilere ürün temin etmektedir.

Diğer taraftan, Fransa'da, taş sektöründeki profesyonelleri bir araya getiren birçok bölgesel dernek ve kuruluş bulunmaktadır. Ülkede doğal taş sektörü, farklı bölgelerdeki üretici birlikleri ve dernekleri aracılığıyla güçlü bir organizasyon yapısına ulaşmıştır. Bu dernekler, sektördeki profesyonellerin (ocak sahipleri, taş işçileri, taş montajcıları, kültürel miras restorasyon uzmanları vb.) işbirliği yapmasına imkan sağlamakta ve taşların tanıtımı, kullanımı, korunması ve gelişimi için çeşitli projeler yürütmektedir. Özellikle Fransız doğal taş ürünlerinin coğrafi işaret almalarına ilişkin çalışmalar bahsi geçen derneklerin koordinasyonunda yürütülmektedir. Aşağıda Fransa'daki bazı önemli doğal taş sektöründeki üretici birlikleri ve dernekleri hakkında bilgilere yer verilmektedir.

1.2.1. Doğal Taş Üreticileri Ulusal Sendikası - SNROC

SNROC, Fransa'daki taş ocakları ve doğal taş üreticilerinin çıkarlarını savunan ve sektördeki gelişmeleri destekleyen önemli kuruluşlardan biridir. Taş sektörünü temsil etmek, endüstri gelişimini desteklemek, sektöre ilişkin bilgi oluşturmak ve paylaşmak, coğrafi işaret ve diğer sertifikaların alınmasına ilişkin çalışmalar yapmak, taş üretiminin çevresel etkilerini azaltmaya yönelik projeler yürütmek ve sektörün paydaşları arasında işbirliğini geliştirmek yönünde faaliyetlerde bulunmaktadır. SNROC'un en önemli çalışmalarından biri, Fransa'nın çeşitli bölgelerinde taşların kökeni ve kalitesi hakkında daha fazla bilgi edinilmesini sağlamaktır. Bu bağlamda adı geçen sendika coğrafi işaret uygulamaları gibi projelerle taşların yerel kimliğini ve değerini korumaya yardımcı olmaktadır.

⁶ Kompass Veri Tabanı - <https://fr.kompass.com/>

1.2.2. Pierre de Bourgogne Derneği

1996 yılında kurulan Pierre de Bourgogne Derneği, Fransa'nın ünlü doğal taşlarından olan Bourgogne taşı, onun mesleklerini ve kullanımını tanıtmakta, ürünle ilgili ticari faaliyetlerde bulunan firmalar arasında işbirliği geliştirme üzere çalışmalar gerçekleştirmektedir. Derneğin çalışmalarının merkezinde olan Bourgogne taşı, 29 Haziran 2018'de coğrafi işaret verilerek tescillenmiştir.

1.2.3. Granit de Bretagne Derneği

1990'lı yıllardan bu yana faaliyetlerini sürdüren dernek Bretanya bölgesindeki granit taşlara yönelik başta tanıtım olmak üzere pek çok faaliyet gerçekleştirmektedir. Üyeleri granit ocakçıları, taş işleyiciler, taş montajcıları ve diğer taşla ilgili işletmelerden oluşmaktadır. Derneğin faaliyetlerinin merkezinde olan granit de Bretagne taşı 9 Ocak 2017'de coğrafi işaret almıştır.

1.2.4. Rhônepi (Rhône-Alpes Doğal Taşlar Derneği)

2015 yılında kurulan Rhônepi Derneği, Auvergne-Rhône-Alpes bölgesinde doğal taş sektörünü canlandırmayı hedefleyen işletmeleri bir araya getirmektedir. Rhônepi, 29 Kasım 2019'da "Rhône-Alpes Mermer Taşları" için Coğrafi İşaret (IG) almış ve böylece üçüncü doğal taş olarak IG almıştır. Rhônepi 29 Kasım 2019'da "Rhône-Alpes Mermer Taşları" için coğrafi işaret almıştır.

1.2.5. Granit du Sidobre Derneği

2014 yılında kurulan Granit ve Sidobre Taşları Derneği, granit sektörünü geliştirmeyi amaçlayan işletmeleri bir araya getirmektedir. Dernek, taş çıkarma, taş işleme, taş taşımacılığı, tedarikçiler ve makine üreticileri gibi çeşitli sektörleri temsil etmektedir.

1.2.6. Syndicat du Grès des Vosges (Vosges Kumtaşı Sendikası)

Vosges Kumtaşı Üreticileri Birliği Vosges'teki taş ocaklarında çalışan işletmelerin çatı kuruluşu olarak faaliyet göstermektedir. Sendika, kumtaşı kullanımını yaygınlaştırmak ve bu taşın modern tasarım dünyasında daha fazla yer almasını sağlamak için çalışmaktadır. Ayrıca, geleneksel yapıların restorasyonu gibi projelerde yer almaktadır.

1.2.7. Pierres du Midi Derneği

1997 yılında Provence-Alpes-Côte d'Azur ve Languedoc-Roussillon bölgelerinde taş sektörünün güçlendirilmesine yönelik faaliyetlerde bulunmak üzere kurulan dernek söz konusu bölgelerdeki taş ocakları, taş işleme atölyeleri, heykeltıraşlar, taş taşıma şirketleri, taş montajcıları ve diğer ilgili sektör profesyonellerini bir araya getirmektedir. Derneğin girişimleri neticesinde "Pierres du Midi" taşları, 13 Ekim 2023 tarihinde coğrafi işaret olarak tescillenmiştir.

1.2.8. Pierres Naturelles de Nouvelle-Aquitaine Derneği

2017 yılında kurulan derneğin amacı Nouvelle-Aquitaine bölgesindeki doğal taşların tanıtımını yapmak ve sektördeki işbirliğini teşvik etmektir. Dernek ayrıca bölgesel taşlar için coğrafi işaretler oluşturma çalışmalarında yer almaktadır. Derneğin faaliyetleri neticesinde "Arudy Taşı" 13 Kasım 2020 tarihinde coğrafi işaret olarak tescillenmiştir.

1.2.9. Fransa Taş Ocakları ve İnşaat Malzemeleri Sanayi Ulusal Birliği-UNICEM

UNICEM, Fransa'da inşaat malzemeleri sektöründe faaliyet gösteren bir işveren sendikasıdır. UNICEM, inşaat malzemeleri sektöründeki üreticilerin, özellikle taş ocakları, çimento fabrikaları, kum, çakıl gibi inşaat malzemeleri üreten firmaların çıkarlarını korumak amacıyla kurulmuştur. Ayrıca sektördeki kalite standartlarını belirlemek ve bunların uygulanmasını teşvik etmek için çalışır. Bu çerçevede, sürdürülebilirlik ve çevre dostu uygulamaların benimsenmesini destekler.

Yukarıda bahsi geçen üretici birlikleri sadece sektörün başta taş ocakları olmak üzere üreticilerini ve ticaretiyle uğraşan firmalarını bir araya getirmemekte, ayrıca her bölgeye özel çıkarılan Fransız doğal taşlarının coğrafi işaret alması ve tanıtılması yönünde de faaliyetlerde bulunmaktadır.

2. Fransa'nın Doğal Taş Sektörü Dış Ticareti

Fransa, doğal taş sektöründe hem ithalatçı hem de ihracatçı bir ülke olarak konumlanmış durumdadır. Önceki bölümlerde de bahsedildiği üzere özellikle kireçtaşı ve granit gibi taş türleri Fransa'da yoğun olarak çıkarılmakta ve başta inşaat ve restorasyon olmak üzere pek çok alanda kullanılmaktadır. Fransız doğal taşları mimari projelerdeki kalitesiyle dikkat çektiğinden, Avrupa ve Kuzey Afrika pazarlarına ihracat da yapılmaktadır. Üretim ve ihracatın yanı sıra Fransa doğal taş sektöründe İtalya, İspanya, Portekiz ve Türkiye gibi ülkelere özellikle mermer ve granit ithal etmektedir. Fransa'nın doğal taş sektöründeki dış ticaret hacmi, küresel ekonomik dalgalanmalara ve inşaat sektöründeki taleplere bağlı olarak değişmektedir.

2.1 Fransa'nın Sektörde En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (2024)

Fransa doğal taş sektöründe bazı ürünlerde üretici ve ihracatçı, bazı ürünlerde ise ithalatçı konumundadır. Özellikle ülkemiz doğal taş ihracatında da büyük öneme sahip olan mermer ve traverten Fransa'nın en çok ithal ettiği doğal taş ürünleridir. Aşağıdaki tablo anılan sektörde Fransa'nın en çok ithalat gerçekleştirdiği 10 ülkeyi göstermektedir.

	Ülke Adı	İthalat Değeri (Bin €)	Miktar (ton)	Oran (%) (İth. Değ./Top. İth.)
1	Türkiye	81.459	217.360	29,73
2	İtalya	50.565	24.412	18,45
3	Hindistan	36.617	57.389	13,36
4	Çin	29.719	27.701	10,84
5	Portekiz	22.388	60.477	8,17
6	İspanya	14.011	85.012	5,11
7	Belçika	10.120	161.954	3,69
8	Mısır	7.653	20.449	2,79

9	Almanya	4.099	61.107	1,50
10	Güney Afrika	2.538	5.850	0,93
	Toplam	274.042	738.137	100

Kaynak: Trademap

Türkiye, Fransa'nın doğal taş ithalatında hem değer hem de miktar olarak en büyük tedarikçi konumundadır. Yaklaşık 81,5 milyon Euro değerindeki ithalatla toplam ithalatın %29,73'ünü tek başına karşılayan Türkiye, aynı zamanda 217.360 tonluk sevkiyatla miktar bazında da birinci sıradadır. Türkiye, Fransa için doğal taş sektöründe sadece ekonomik değil, aynı zamanda operasyonel açıdan da en güçlü ve sürekli tedarikçi konumundadır. Türkiye'den ithal edilen doğal taşların diğer ülkelere nazaran hem fiyat/performans açısından hem de lojistik olarak avantajlı olduğu görülmektedir.

İtalya ise, Fransa'nın daha çok katma değerli ve kaliteli doğal taş ürünlerinin tedarikçisi konumundadır. İlerleyen bölümlerde daha detaylı açıklanacak olmakla birlikte miktar ve ithalat değeri üzerinden incelendiğinde İtalya 50,5 milyon Euro ile Fransa'nın ithalatında ikinci sırada yer almasına rağmen, miktar açısından yalnızca 24.412 tonluk bir hacme sahiptir. Bu da taş başına birim fiyatın oldukça yüksek olduğunu göstermektedir. Fransa İtalya'dan daha çok işlenmiş, özel veya estetik açıdan değerli mermer ve benzeri ürünler ithal etmektedir. Türkiye'nin pazardaki en büyük rakibi de İtalya olarak ortaya çıkmaktadır.

Hindistan ve Çin, Fransa'nın ithalatında uygun fiyatlı ve rekabetçi diğer tedarikçiler olarak öne çıkmaktadır. Hindistan, 36,6 milyon Euro ile üçüncü sıradayken, 57.389 tonluk sevkiyatla Çin'e göre daha yüksek miktarda bir ithalat sağlamaktadır. Çin ise 29,7 milyon Euro değerinde 27.701 tonluk ürünle Fransa pazarında yer almaktadır. Her iki ülke de uygun fiyatlarla Fransa pazarında yer alan büyük ölçekli taş tedarikçileri arasındadır.

Portekiz ve İspanya gibi Fransa'ya komşu ülkeler ise, yüksek miktarlı ancak görece düşük değerli doğal taş ürünleri ithalatı sağlamaktadır. Portekiz, 60.477 tonluk yüksek bir ihracat hacmine sahip olmakla birlikte yalnızca 22,4 milyon Euro değerinde ürün göndermiştir. İspanya da benzer şekilde 85.012 tonluk sevkiyat yaparken yalnızca 14 milyon Euro gelir elde etmiştir. Söz konusu ülkelere Fransa'ya ithal edilen ürünler daha çok düşük işlenmiş veya ham taş ürünleridir. Belçika da benzer şekilde düşük değerli ama oldukça yüksek miktarlı doğal taş ihraç etmektedir. 10,1 milyon Euro değerinde ithalata karşılık gelen 161.954 tonluk hacim, taş başına oldukça düşük birim maliyeti işaret etmektedir. Mısır, Almanya ve Güney Afrika gibi ülkeler, Fransa'nın ikincil ama stratejik tedarikçileri arasında yer almaktadır. Bu ülkelerin ithalat içindeki payı %3'ün altındadır.

Genel bir değerlendirme yapmak gerekirse Fransa doğal taş ithalatında önceliği komşu Avrupa ve yakın Akdeniz ülkelerine vermekle birlikte Uzakdoğu'dan da ürün temin etmektedir. Bu yönüyle Fransa dağınık ve çeşitli bir kaynak ağına sahiptir. Bu dağılım Fransa'nın kalite, maliyet ve lojistik açısından çeşitliliği koruma stratejisinin bir sonucu olarak görülebilir.

2.2 Fransa'nın Sektörde En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (2024)

Bahsedildiği üzere Fransa aynı zamanda belirli ürünlerin de ihracatçısı konumundadır. Aşağıdaki tablo Fransa'da üretilen veya işlenen doğal taşların hangi ülkelere ihraç edildiğini göstermektedir.

	Ülke Adı	İhracat Değeri (Bin €)	Miktar (ton)	Oran (%) (İhr. Değ./Top. İhr.)
1	İsviçre	10.283	31.606	15,82
2	İtalya	9.871	53.770	15,18
3	Almanya	9.839	290.058	15,13
4	Belçika	7.160	100.026	11,01
5	Birleşik Krallık	6.999	14.042	10,77
6	ABD	2.146	1.049	3,30
7	Avusturya	2.106	5.117	3,24
8	Polonya	1.870	9.412	2,88
9	Çin Halk Cumhuriyeti	1.743	6.376	2,68
10	Lüksemburg	1.348	976	2,07
25	Türkiye	245	1.663	0,38
	Toplam	65.010	565.920	100

Kaynak: Trademap

Fransa'nın doğal taş sektöründeki en büyük ihracat pazarı İsviçre'dir. 10,3 milyon Euro ihracat değeriyle toplam Fransız ihracatının %15,82'sini oluşturan İsviçre, Fransa için hem değer hem de miktar açısından önde gelen bir alıcı konumundadır. 31.606 tonluk sevkiyat, nispeten düşük bir miktar olsa da ihracatın birim fiyatı yüksektir. Bu da daha çok işlenmiş veya özel projelerde kullanılacak nitelikli taşların ihraç edildiğine işaret etmektedir.

İtalya ve Almanya, Fransa'nın diğer yüksek hacimli ihracat ortakları arasında yer almaktadır. Fransız ihracatçılar İtalya'ya 53.770 ton ve Almanya'ya 290.058 ton taş ihracatı gerçekleştirmiş, değer bazında her ülkeden de 9,8 milyon Euro civarında kazanç elde etmiştir. Almanya'nın bu kadar yüksek miktar almasına rağmen İtalya ile benzer değerlerde ihracat yapılması, Almanya'ya gönderilen taşların daha düşük seviyede işlenmiş veya birim değeri daha düşük ürünler olduğunu göstermektedir. Bu fark, Almanya'nın taşları teknik veya endüstriyel amaçlarla kullandığına işaret ederken; İtalya'nın daha seçici ve katma değerli ürünler aldığını göstermektedir. Belçika ve Birleşik Krallık da Fransa'nın önemli ihracat pazarları arasında yer almaktadır. Belçika'ya 7,16 milyon Euro değerinde 100.026 tonluk ihracat yapılmıştır. Birleşik Krallık ise yalnızca 14.042 ton taş almasına rağmen, 6,99 milyon Euro gibi oldukça yüksek bir ihracat bedeli ödemiştir. Bu da yine Birleşik Krallık ithalatçılarının Fransa'dan daha çok işlenmiş, dekoratif veya yapı restorasyonuna yönelik taş ürünleri satın aldığını işaret etmektedir.

ABD ve Çin'e yapılan ihracatlar düşük miktarda olmakla beraber uzak ülkelere yapıldığından stratejik bir niteliktedir. ABD'ye yalnızca 1.049 ton taş satılmasına rağmen ihracat değeri 2,15 milyon Euro olarak kaydedilmiştir. Benzer şekilde Çin de daha düşük miktarda ancak ortalamasının üzerinde birim fiyatla ithalat yapmaktadır. Bu durum Fransa'nın uzak ülkelerde yüksek katma değerli taş ürünleriyle özellikle prestijli projelerle bu pazarlara girmeye çalıştığını göstermektedir.

Polonya, Avusturya ve Lüksemburg gibi ülkeler küçük paylara sahip olsa da, Fransa için çeşitlendirilmiş pazarlar anlamına gelmektedir. Her iki ülkeye yapılan satışlar düşük miktarda ve düşük toplam değerli olsa da, taş sektöründe lojistik yakınlık, spesifik talepler veya küçük ölçekli projelere hizmet sağlanması açısından önem taşımaktadır.

Türkiye, Fransa'nın ihracatında oldukça düşük bir paya sahiptir. 245 bin Euro değerle ve yalnızca %0,38'lik bir oranla Fransa'nın ihraç pazarları arasında 25'inci sırada yer alan Türkiye'ye yapılan ihracat 1.663 tonla sınırlıdır. Bu durum, Türkiye'nin Fransa'dan doğal taş ithal etme konusunda düşük bir ihtiyaç duymasından ve yerli üretimin güçlü olmasından kaynaklanmaktadır.

2.3 Fransa'nın Sektörde En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler

Fransa doğal taş sektöründe önemli miktarda ürün ithal etmektedir. İthal edilen ürünler arasında miktar olarak öne çıkan ürün ülkemizin önde gelen ihracat kalemlerinden olan mermerdir. Aşağıdaki tablo Fransa'nın en çok ithal ettiği doğal taş ürünlerini altılı tablo olarak sunmaktadır.

Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İthalat Değeri (Bin €)	Türkiye'den İthalatı (Bin €)	Türkiye'den İthalatının Payı (%)
680291	Mermer, traverten ve su mermeri (işlenmiş-diğer)	99,841	62,540	62,64
680293	Granit (işlenmiş-diğer)	61,262	91	0,15
680221	Mermer, traverten ve su mermeri (işlenmiş)	47,151	18,336	38,89
680223	Granit (işlenmiş)	20,689	16	0,08
251611	Granit (ham veya kabaca yontulmuş)	6,791	0	0,00
251612	Granit (blok halinde)	5,523	45	0,81
251620	Granit (Gre)	5,455	6	0,11
251400	Kayagan taşı (arguvaz)(blok halinde)	4,195	3	0,07
251512	Mermer ve traverten (blok halinde)	3,426	145	4,23
251520	Mermer ve traverten (su mermeri)	2,432	0	0,00

Kaynak: Trademap

Fransa'nın geride bıraktığımız 2024 yılında doğal taş sektöründe en çok ithal ettiği ürün, işlenmiş mermer ve travertendir (GTİP: 680291). Bu kalemden yaklaşık 99,8 milyon Euro değerinde ithalat yapılmıştır. Türkiye bu kategoride açık ara en büyük tedarikçi konumundadır. Türkiye'den ithalat 62,5 milyon Euro seviyesindedir ve Fransa'nın toplam bu kalem ithalatının %62,64'ü Türkiye'den gerçekleşmektedir. Bu, Türkiye'nin işlenmiş mermer ve traverten tedarikinde Fransa pazarındaki liderliğini ve güvenilirliğini net bir şekilde ortaya koymaktadır. Aynı zamanda Türk doğal taş sektörünün işlenmiş ürünlerde uluslararası rekabet gücünü gösteren bir işarettir.

İşlenmiş granit (GTİP: 680293) Fransa'nın ikinci büyük ithalat kalemidir ancak Fransa 2024 yılında bu kalemde Türkiye'den neredeyse hiç ithalat gerçekleştirilmemiştir. 61,2 milyon Euro değerindeki ithalata rağmen, Türkiye'den yalnızca 91 bin Euro değerinden alım yapılmıştır. Türkiye'nin payı %0,15 seviyesindedir.

İşlenmiş mermer ve travertenin diğer bir varyantı olan GTİP 680221, Türkiye için Fransa ithalatında ikinci güçlü kalemdir. Fransa bu kategoride 47,1 milyon Euro değerinde ithalat yaparken, Türkiye'den 18,3 milyon Euro değerinde bir ithalat gerçekleşmiştir. Bu da Türkiye'ye bu kalemde %38,89'luk ciddi bir pay sağlamaktadır. Türkiye'nin özellikle işlenmiş mermer ürünlerinde Fransa pazarında güçlü bir konumda olduğu tekrar teyit edilmektedir.

Granitin işlenmiş formunda (GTİP: 680223) Fransa 2024 yılında 20,7 milyon Euro değerinde ithalat yapmış ancak bu üründe de Türkiye'den ithalat yalnızca 16 bin Euro olarak kaydedilmiştir.

Ham ve blok granit kategorilerinde de (GTİP: 251611, 251612, 251620), Türkiye'nin Fransa ithalatında yok denecek kadar az payı bulunmaktadır. Özellikle ham granitte Fransa'ya sıfıra yakın ihracat yapılmış, blok granitte sadece 45 bin Euro değerinde bir ihracat gerçekleşmiştir.

Kayagan taşı (GTİP: 251400) ve blok mermer (GTİP: 251512, 251520) gibi ham ürünlerde de Türkiye'nin payı oldukça düşüktür. Örneğin, Fransa'nın blok mermer ve traverten ithalatı 3,4 milyon Euro civarında iken, Türkiye'nin payı yalnızca 145 bin Euro ile %4,23 düzeyindedir. Kayagan taşında ise Türkiye'den ithalat neredeyse yoktur.

Genel olarak tablo, Türkiye'nin Fransa'daki doğal taş ithalatında özellikle işlenmiş mermer ve traverten ürünlerinde güçlü bir oyuncu olduğunu, granit ve ham ürünlerde ise çok düşük paylara sahip olduğunu göstermektedir.

2.4 Fransa'nın Sektörde En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler

Belirtildiği üzere Fransa sektörün hem ihracatçı hem de ithalatçısı konumundadır. Fransa Türkiye'den önemli miktarda ithalat gerçekleştirmektedir ancak Fransa'nın ihracatında Türkiye'nin payı düşüktür. Aşağıdaki tablo Fransa'nın 2024 yılında doğal taş sektöründe en çok ihracat gerçekleştirdiği ürünleri göstermektedir.

GTİP	Ürün Adı	İhracat Değeri (Bin €)	Türkiye'ye İhracatı (Bin €)	Türkiye'ye İhracatının Payı (%)
251400	Kayagan taşı (arguvaz)(blok halinde)	11821	175	1,48
680291	Mermer, traverten ve su mermeri (işlenmiş- diğer)	11799	44	0,37
680293	Granit (işlenmiş- diğer)	14501	0	0,00
251520	Mermer ve traverten (su mermeri)	7655	0	0,00
251611	Granit (ham veya kabaca yontulmuş)	5201	0	0,00
680221	Mermer, traverten ve su mermeri (işlenmiş)	4544	25	0,55
680223	Granit (işlenmiş)	2651	0	0,00
251512	Mermer ve traverten (blok halinde)	2112	0	0,00
251620	Granit (Gre)	1652	0	0,00
251612	Granit (blok halinde)	1502	0	0,00

Kaynak: Trademap

Fransa'nın 2024 yılında en çok ihraç ettiği doğal taş ürünü kayagan taşı (GTİP: 251400) olarak kaydedilmiştir. Toplamda 11,8 milyon Euro ihracat ile listenin başında yer alan bu kalemd Türkiye'ye ihracat 175 bin Euro ile sınırlı kalmıştır. Türkiye'nin payı yalnızca %1,48 düzeyindedir. İşlenmiş mermer ve traverten ürünlerinde (GTİP: 680291 ve 680221), Fransa'nın genel ihracat performansı yüksek olsa da Türkiye'ye ihracat düşüktür. 680291 kodlu kategoride toplam ihracat 11,8 milyon Euro iken Türkiye'ye ise sadece 44 bin Euro değerinde ihracat yapılmıştır. Bu değer %0,37'lik oldukça düşük bir pay anlamına gelmektedir. Benzer şekilde, bir önceki kalemin işlenmiş versiyonu olan 680221 kodunda toplam ihracat 4,5 milyon Euro iken, Türkiye'ye yalnızca 25 bin Euro değerinde bir satış yapılmıştır.

Granit ürün gruplarında Türkiye'ye ihracat neredeyse hiç yoktur. İşlenmiş granit (GTİP: 680293) Fransa'nın toplamda 14,5 milyon Euro değerindeki ihracatla en yüksek değere sahip ikinci kalemi olmasına rağmen, Türkiye'ye hiç satış yapılmamıştır. Aynı şekilde, granitin farklı formları olan GTİP 680223 (işlenmiş), 251611 (ham), 251612 (blok), ve 251620 (gre granit) gibi kategorilerde de Türkiye'ye ihracat yapılmıştır.

Blok mermer ve traverten ürünlerinde de Türkiye'ye ihracat sıfır düzeyindedir. GTİP 251512 ve 251520 kodlarında sırasıyla 2,1 milyon Euro ve 7,6 milyon Euro değerinde ihracat yapılmış, ancak Türkiye'ye satış gerçekleşmemiştir.

Genel olarak Fransa'nın doğal taş ihracatı, katma değerli ve çeşitlenmiş ürünlere dayansa da Türkiye'ye yönelik ihracat neredeyse yok denecek kadar azdır. En yüksek pay bile %1,5'in altında kalmaktadır. Bu, iki ülke arasındaki ticari ilişkilerin doğal taş alanında daha çok Türkiye'nin ihracatçı, Fransa'nın ise ithalatçı olduğu bir dengeye sahip olduğunu teyit etmektedir.

3. Doğal Taş Sektöründe Ülkemizden Fransa'ya İhracat

Fransa'nın doğal taş sektöründe bazı ürünlerin hem üreticisi hem de ihracatçısı iken bazı ürünlerin ithalatçısı konumunda olduğundan bahsedilmiştir. Ülkemiz Fransa'nın doğal taş ithalatı gerçekleştirdiği ülkeler arasında birinci sırada yer almaktadır. Fransa'nın özellikle mermer ve traverten ürünleri ithalatında miktar ve değer olarak ilk sırada yer alan ülke Türkiye'dir. Aşağıdaki tablo Türkiye'nin 2024 yılında Fransa'ya gerçekleştirdiği doğal taş ihracatını yıllara göre, ürün bazlı ve değer olarak sunmaktadır.

3.1 Doğal Taş Ülkemizin Fransa'ya İhracatı (Bin €)

Türkiye doğal taş sektöründe Fransa'nın önemli tedarikçileri arasında yer almaktadır. Özellikle mermer ve traverten ürünlerinde Türkiye'nin Pazar payı oldukça yüksektir. Aşağıdaki tablo ülkemizin Fransa'ya olan doğal taş ihracatını yıllara göre sunmaktadır.

GTİP	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024
680291	Mermer, traverten ve su mermeri (işlenmiş-diğer)	37542	54293	59288	54124	55372
680221	Mermer, traverten ve su mermeri (işlenmiş)	19266	25826	29373	20736	21899
680293	Granit (işlenmiş-diğer)	203	270	281	114	55
251612	Granit (blok halinde)	2	8	77	149	11
251512	Mermer ve traverten (blok halinde)	18	11	21	58	100
680223	Granit (işlenmiş)	67	103	87	52	6
251520	Mermer ve traverten (su mermeri)	4	8	4	12	10
251611	Granit (ham veya kabaca yontulmuş)	0	0	2	1	1
251620	Granit (Gre)	0	15	4	13	10
251400	Kayagan taşı (arguvaz)(blok halinde)	0	0	3	1	0
TOPLAM		57102	80534	89140	75260	77464

Kaynak: Trademap

Türkiye'nin 2020-2024 yılları arasında Fransa'ya doğal taş ihracatı genel olarak artış göstermiştir. 2020 yılında 57,1 milyon Euro olan ihracat, 2022'de 89,1 milyon Euro ile zirve yapmış, ardından 2023'te düşüş göstermiş ve 2024'te 77,5 milyon Euro seviyesinde gerçekleşmiştir. Bu beş yıllık dönemde yaklaşık %36'lık bir artış kaydedilmiştir.

İhracatın büyük kısmını, işlenmiş mermer ve traverten ürünleri oluşturmaktadır. Özellikle 680291 GTİP kodlu "işlenmiş-diğer mermer, traverten ve su mermeri" kalemi tek başına 2024'te 55,3 milyon Euro ile toplam ihracatın %71'ine yakınına karşılık gelmektedir. Bu ürünü, yine işlenmiş mermer-traverten grubundaki 680221 kodlu kalem takip etmektedir. Diğer ürünlerin payı oldukça sınırlıdır.

Granit ürünlerinde ise Türkiye'nin Fransa pazarındaki varlığı çok düşüktür. 2024 yılında işlenmiş granit ihracatı sadece 55 bin Euro düzeyindedir. Blok mermer ihracatı (251512) sınırlı olmakla birlikte 2024'te 100 bin Euro değerine çıkarak bir artış göstermiştir.

4. Doğal Taş Sektöründe Fransa Pazarına İhracat Yoluyla Giriş

Türkiye, doğal taş sektöründe dünya çapında güçlü bir ihracatçı konumundadır. Özellikle mermer ve traverten gibi ürünlerde geniş rezervlere ve gelişmiş işleme teknolojilerine sahiptir. Fransa ise yukarıda açıklandığı üzere Avrupa Birliği içindeki büyük tüketici pazarlarından biri olarak öne çıkmaktadır. Türk firmaları, Fransa pazarına girişte ürün çeşitliliği, rekabetçi fiyatlandırma ve kalite standartlarını karşılayabilme avantajına sahiptir. Ayrıca Türkiye ile Avrupa Birliği arasında kurulan Gümrük Birliği sayesinde ürünler Avrupa pazarına vergisiz ve kolayca ulaşabilmektedir. Fransa pazarında özellikle mimari projeler, lüks yapı dekorasyonu ve kamusal alan düzenlemelerinde doğal taş kullanımının yaygın olması, Türkiye için bu pazarı cazip kılmaktadır.

Fransa'ya ihracat yaparken, sadece pazarın araştırılması ve müşteri bulunması yeterli olmamakta, başta CE işareti ve Avrupa Birliği'nin REACH tüzüğü gibi mevzuatlara uyumlu ürün üretimi yapmak da büyük önem taşımaktadır. Ayrıca Fransız pazarında sürdürülebilirlik, çevresel etki ve karbon ayak izi gibi unsurlar her geçen gün daha fazla değer kazandığından, Türk firmalarının çevre dostu üretim süreçleri ve belgelendirme ile kendilerini konumlandırmaları rekabet avantajı sağlamaktadır. Fransa'daki doğal taş ithalatçılarıyla doğrudan temas kurmak, sektörel fuarlara katılmak ve yerel dağıtım ağlarıyla iş birlikleri geliştirmek, Türkiye'nin bu pazardaki payını artırması açısından etkili stratejiler olarak öne çıkmaktadır. Çalışmanın bu bölümünde ihracat yoluyla Fransa pazarına giriş hakkında bilgi verilecektir.

4.1 Doğal Taş Sektörü İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Fransa 13 bölge (région) ve 101 il (département) olarak organize edilmiştir. Bölgeler, ekonomik kalkınma, altyapı ve eğitim gibi konularda önemli yetkilere sahiptir. İller ise daha çok kamu hizmetlerinin yerel düzeyde yürütülmesinden sorumludur. 13 bölgenin yanı sıra Fransa toprağı sayılan 5 de deniz aşırı bölge bulunmaktadır. Her bölge, kendi içinde birçok ili ve bu iller de çok sayıda belediyeyi kapsamaktadır. Özellikle büyük şehirler ve metropoliten alanlar (Paris, Lyon, Marsilya gibi) ekonomik faaliyetlerin ve yatırımların yoğunlaştığı merkezler olarak öne çıkmaktadır.

Île-de-France (Paris ve çevresi) bölgesi Fransa'nın en yüksek nüfuslu ve ekonomik açıdan en güçlü bölgesidir. Bu bölge pek çok sektör açısından Fransa'nın ekonomik anlamda merkezidir. Prestijli

konut projeleri, kamusal alan düzenlemeleri ve tarihi yapı restorasyonlarında yüksek kaliteli mermer ve işlenmiş taşlara talep bu bölgede oldukça yüksektir. Fransa pazarına girmek isteyen Türk doğal taş ihracatçıları için önemli bir bölgedir.

Nice, Marsilya, Cannes gibi şehirleri içeren Provence-Alpes-Côte d’Azur bölgesi ise lüks konutlar, oteller ve yazlık ev yatırımları açısından öne çıkan bir bölgedir. Traverten, dekoratif taşlar ve açık alan peyzaj malzemeleri ihracatı için bölgenin potansiyeli yüksektir. Diğer taraftan bölgenin en büyük şehri olan Marsilya, Fos limanı ile tüm Akdeniz havzasından Fransa’ya yapılan sevkiyatlarda öne çıkmaktadır. Dolayısıyla Provence-Alpes-Côte d’Azur bölgesi lojistik olarak da öne çıkan bir bölgedir.

Fransa'nın güneyinde yer alan ve yüzölçümü açısından ülkenin en büyük ikinci bölgesi olan Occitanie bölgesi de doğal taş ihracatçılarımız için hedef bölgelerden biri olma potansiyeli taşımaktadır. Toulouse başta olmak üzere Montpellier, Nîmes, Perpignan ve Béziers gibi önemli şehirleri bünyesinde barındıran bölge, Akdeniz kıyısına sahip olması, kırsal yerleşimlerin çokluğu, tarihi kent dokusu ve tarım-turizm merkezleriyle öne çıkmaktadır. Bölgede geleneksel taş yapıların hâlâ korunması ve yeni konutlarda rustik mimari tercih edilmesi, doğal taş kullanımına olan ilgiyi artırmaktadır. Ayrıca Occitanie, UNESCO miras listesinde yer alan yapılar dahil olmak üzere birçok tarihi esere ev sahipliği yapmaktadır. Bu da özellikle özgün görünüme sahip antik taş, traverten ve kayrak taşı gibi ürünler için bir talep yaratmaktadır. Son olarak bölgenin hem İspanya sınırına yakınlığı hem de Akdeniz limanlarına (Sète Limanı gibi) erişimi, Türkiye’den taş ithalatı açısından bölgeyi lojistik olarak avantajlı kılmaktadır. Türk firmalarının bölgeye olan ilgisi de her geçen gün artmaktadır.

Lyon ve Grenoble gibi şehirlerin öne çıktığı Auvergne-Rhône-Alpes bölgesi ise hem modern şehirleşme hem de kültürel miras yapılarıyla çift yönlü pazar fırsatları sunmaktadır. Doğal doku ve renk çeşitliliği sunan Türk taşlarına uygun müşteri profili bulunması mümkündür. Bölge aynı zamanda karayolu lojistiği için de stratejik bir merkezdir.

4.2 Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

Fransa’da doğal taş sektörü, çok çeşitli ürünlerin üretimini içermekle birlikte daha çok ithalata dayalı bir yapı göstermektedir. Sektörün temelini; taş ocakları, taş işleme atölyeleri, dağıtım firmaları ve nihai kullanıcılar (müteahhitler, mimarlık ofisleri, kamu kurumları vb.) oluşturmaktadır. Fransa’da yerli üretim yıllar içerisinde azalmıştır ve azalmaya devam etmektedir. Bunun sonucu olarak ithalatla gelen ürünler pazarda baskın hale gelmiştir.

Önceki bölümlerde de bahsedildiği üzere Fransa’da halen aktif olan taş ocakları bulunakla birlikte hem doğal taş üretici firma sayıları hem de üretim miktarları giderek azalmaktadır. Mevcut ocaklar daha çok kireçtaşı, kayrak taşı (schiste) ve bazı bölgelerde granit üretimi yapmaktadır. Bourgogne, Bretagne ve Pyrénées bölgeleri yerli taş üretiminin yoğun olduğu alanlardır. Ancak bu üretim, ülkenin ihtiyacını karşılamaktan uzaktır. Fransa’da özellikle mermer ve traverten gibi taş türlerinde yerli kaynak sınırlıdır ve sektör ithalata bağımlıdır. Fransa’daki işleme tesislerinin önemli bir kısmı yerli değil, ithal blok ve plakaları işleyerek yeniden satışa sunmaktadır.

Sektör; küçük ve orta ölçekli işletmelerin yanı sıra bazı büyük ithalatçı ve dağıtıcı firmalardan oluşmaktadır. Bu firmalar, ya doğrudan inşaat firmalarına ürün temin etmekte ya da mimarlık ve

tasarım ofisleriyle birlikte çalışarak proje bazlı tedarik sağlamaktadır. Özellikle Paris, Lyon, Marsilya gibi büyük kentlerde bu firmaların sayısı ve kapasitesi daha yüksektir.

Fransa'nın doğal taş ticaretinde öne çıkan şirketlerinden bazıları; 1853 yılında kurulan ve daha sonra Kanadalı Polycor grup tarafından satın alınan Rocamat, 1997'den beri faaliyet gösteren Lahaye Granits, Poitiers yakınlarında bulunan ve kireçtaşı, granit ve kumtaşı üreten Calminia, İtalya, İspanya, Portekiz, Türkiye ve Hindistan'dan ithal ettiği mermer, granit ve traverten ürünlerini Fransa genelinde dağıtan Nimex International, Belçika'da üretilen mermerleri Fransa pazarına sunan France Granit et Marbre, yetmiş yılı aşkın süredir sektörde faaliyet gösteren Marbres Rustey, Villers-sous-Saint-Leu'de bulunan Imerys Mineraux France SA, taş ocağı işletmeleri bulunan Provencale SA, mermer, granit ve doğal taş toptancısı Rhone Alpes Granit (RAG) ve La Crau'da yer alan Marbrerie de la Crau firmalarıdır.

Doğal taş sektöründe Fransa pazarında perakende ticaret özellikle yapı marketler üzerinden ilerlemektedir. Fransızlar ev dekorasyonu ve düzenlemelerini kendileri yapmaya alışkın ve bunu tercih eden tüketicilerdir. Bu sebeple pazara girişte doğrudan tüketiciye ulaşan yapı marketlere nihai ürün satışı önemli bir yöntem olarak öne çıkmaktadır. En yaygın olan zincir marketler Bricorama, Leroy Merlin, Brico Dépôt, Castorama, Bigmat ve Weldom'dur. Söz konusu yapı marketler mağazadan satış yoluyla hizmet verdiği gibi çevrimiçi kanallarla da tüketicilere ürün temin etmektedir.

Diğer taraftan, Fransa'da, taş sektöründeki profesyonelleri bir araya getiren birçok bölgesel dernek ve kuruluş bulunmaktadır. Ülkede doğal taş sektörü, farklı bölgelerdeki üretici birlikleri ve dernekleri aracılığıyla güçlü bir organizasyon yapısına ulaşmıştır. Bu dernekler, sektördeki profesyonellerin (ocak sahipleri, taş işçileri, taş montajcıları, kültürel miras restorasyon uzmanları vb.) işbirliği yapmasına imkan sağlamakta ve taşların tanıtımı, kullanımı, korunması ve gelişimi için çeşitli projeler yürütmektedir. Özellikle Fransız doğal taş ürünlerinin coğrafi işaret almalarına ilişkin çalışmalar bahsi geçen derneklerin koordinasyonunda yürütülmektedir.

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

Fransa'da, taş sektöründeki profesyonelleri bir araya getiren birçok bölgesel dernek ve kuruluş bulunmaktadır. Ülkede doğal taş sektörü, farklı bölgelerdeki üretici birlikleri ve dernekleri aracılığıyla güçlü bir organizasyon yapısına ulaşmıştır. Bu dernekler, sektördeki profesyonellerin (ocak sahipleri, taş işçileri, taş montajcıları, kültürel miras restorasyon uzmanları vb.) işbirliği yapmasına imkan sağlamakta ve taşların tanıtımı, kullanımı, korunması ve gelişimi için çeşitli projeler yürütmektedir. Özellikle Fransız doğal taş ürünlerinin coğrafi işaret almalarına ilişkin çalışmalar bahsi geçen derneklerin koordinasyonunda yürütülmektedir. Aşağıda Fransa'daki bazı önemli doğal taş sektöründeki üretici birlikleri ve dernekleri hakkında bilgilere yer verilmektedir.

Dernek Adı	Adres	Telefon	İnternet Sitesi
SNROC - Doğal Taş Üreticileri Ulusal Sendikası	16 bis, boulevard Jean Jaurès - 92110 CLICHY	+33 1 44 01 47 01	https://www.snroc.fr/
Pierre de Bourgogne Derneği	2, avenue de Marbotte BP 87009 21070 Dijon Cedex	+33 3 80 60 40 43	https://www.ig-pierredebourgogne.fr/
Granit de Bretagne Derneği	2, allée du Bâtiment 35000 Rennes		https://www.granitdebretagne.bzh/
Rhônapi (Rhône-Alpes Doğal Taşlar Derneği)	19 Rue du Rhône, 38390 Montalieu-Vercieu	+33 6 36 21 90 96	https://rhonapi.org/
Granit du Sidobre Derneği	Maison du Sidobre, Lieu-dit Vialavert, 81260 LE BEZ		https://www.granit-pierres-sidobre.fr/
Vosges Kumtaşı Sendikası	5 Rue Jacques Kable 67000 Strasbourg	+33 4 42 38 10 46	https://www.unicem.fr/
Pierres Naturelles de Nouvelle-Aquitaine Derneği	90 cours de Verdun, 33000 Bordeaux	+33 5 56 44 95 50	https://pierresnaturelles-nouvelleaquitaine.fr/
UNICEM	510 Rue René Descartes, 13290 Aix-en-Provence	+33 4 42 38 10 46	https://www.unicem.fr/

4.2.2. Varsa İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

Fransa’da doğal taş sektöründe faaliyet gösteren ithalatçı firmalara ulaşmak için yararlanılabilecek çeşitli açık kaynaklar bulunmaktadır. Bunların başında, Avrupa genelinde firma bilgileri sunan Europages gelmektedir. Bu platform, Fransız ithalatçı ve toptancıların iletişim bilgileri, ürün gamı, tedarikçi ülkeleri ve faaliyet sektörleri hakkında detaylı veri sunmaktadır. Ayrıca firmaların hangi ürün gruplarında uzmanlaştığı, hangi sertifikalara sahip olduğu ve hangi pazarlarda aktif oldukları gibi bilgiler de yer almaktadır. Europages’in filtreleme özelliği sayesinde “importateur”, “marbre”, “granit”, “travertin” gibi anahtar kelimelerle özel aramalar yapmak da mümkündür.

Bunun yanında, Kompass France ve Societe.com gibi ticari veri platformları da ithalatçı firmalara dair ayrıntılı finansal ve operasyonel bilgiler sağlamaktadır. Kompass, B2B odaklı bir rehber olarak şirketlerin tedarik zinciri, sektör bağlantıları ve ihracat-ithalat faaliyetleri gibi bilgilerini

sunmaktadır. Societe.com ise firmaların resmi kayıt bilgileri, ciroları, çalışan sayıları ve yöneticileri gibi detaylı şirket profilleri içermektedir. Bu kaynaklar, Türk ihracatçıları için Fransa'daki potansiyel iş ortaklarını belirlemek, güvenilirlik analizi yapmak ve doğrudan temas kurmak açısından stratejik değere sahiptir. Ayrıca ilgilenilen bölgelerde faaliyet gösteren ticaret odaları da ithalatçı listelerine sınırlı erişim sunabilmektedir.

Aşağıda ithalatçı firma bilgisi temin edilebilecek açık kaynaklara ilişkin erişim linkleri sunulmaktadır;

<https://www.europages.fr/>

<https://annuaire-entreprises.data.gouv.fr/>

<https://www.infogreffe.fr/>

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

<https://www.pappers.fr/>

<https://entreprises.lefigaro.fr/>

4.3 Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

Fransa'ya doğal taş ihracatı yaparken, ithalat işlemlerinin sorunsuz ilerleyebilmesi için belirli zorunlu belge ve sertifikaların temin edilmesi gerekmektedir. Bu belgeler hem Avrupa Birliği mevzuatı hem de Fransa'nın özel gümrük ve inşaat düzenlemeleri doğrultusunda şekillenmektedir. Doğal taş ticaretinde Fransa'da talep edilen belgeler ticari belgeler, menşe ispat belgeleri, teknik düzenlemelere ve standartlara ilişkin belgeler ve çevresel ve sürdürülebilir üretime ilişkin belgeler olarak dört ana başlık altında tasnif edilebilir.

1. **Ticari Belgeler:** Ticari Fatura (Facture Commerciale) ürünün tanımı, GTİP kodu, miktarı, birim fiyatı, toplam bedeli, ödeme şekli, menşei ve gönderici/alıcı bilgilerini içeren belgedir. Paketleme Listesi ise (Liste de Colisage) her bir paletin veya konteynerin içinde ne olduğuna dair detaylı bilgi sunan belgedir. Bu iki belgenin yanı sıra ürünlere bir de taşıma belgesi eşlik etmektedir.
2. **Menşe İspatı Belgeleri:** En bilinen iki menşe ispat belgesi EUR.1 ile Menşe Şahadetnamesidir. EUR.1 Dolaşım Belgesi Türkiye ile AB arasında geçerli olan Gümrük Birliği çerçevesinde gümrük vergisinden muaf ithalat yapılmasını sağlamaktadır. Burada ihtiyaç duyulan belge ise A.TR'dir. Söz konusu belge ürünün menşe ülkesini göstermez ancak serbest dolaşımda olduğunu belirtir. Menşe Şahadetnamesi ise (Certificat d'Origine) ticarete konu doğal taşın üretildiği ülkeyi resmi olarak belgeleyen evrak olup bazı durumlarda talep edilebilmektedir.
3. **Teknik Düzenlemelere ve Standartlara İlişkin Belgeler:** Teknik düzenlemeler zorunlu, standartlar ise ihtiyari şartları konu edinmektedir. En önemli teknik düzenleme belgesi CE İşaretidir (Conformité Européenne). Doğal taş ürünleri bazı durumlarda yapı malzemesi olarak değerlendirildiğinden AB Yapı Malzemeleri Yönetmeliği'ne (CPR- Construction Products Regulation) tabi olmaktadır. Bu durumda ürünlerin CE işareti taşıması zorunludur. Bunun dışında EN 12058 (zemin döşeme), EN 1469 (cephe kaplama), EN 1341 (açık alan döşemeleri) gibi doğal taş ürünleri için geçerli teknik normlara göre test raporları da bazı durumlarda talep edilebilmektedir. Son olarak kimyasal işlem görmüş taşlar veya

yapıştırıcı/mastik içeren ürünler için Ürün Güvenliği Bilgi Formu da zaman zaman talep edilmektedir.

4. Çevresel ve Sürdürülebilir Üretime İlişkin Belgeler: Fransa’da çevresel ve sürdürülebilir üretim pazarın önemli gündemlerinden biri halini almıştır. Dolayısıyla firmalardan bu yönde üretim yaptıklarına dair belgeler talep edilebilmektedir.

4.4 Sektörde Sevk Öncesi İnceleme ve Gözetim Şirketleri

Fransa'da doğal taş sektörü ürünlerinin ithalatında, genel olarak sevk öncesi inceleme (SÖİ) zorunluluğu bulunmamaktadır. Ürünler Gümrük Birliği anlaşması çerçevesinde tek pazara arz edildiğinden Türkiye’de teknik gerekliliklerini sağlayan ve piyasaya arz edilen ürünler serbest olarak AB pazarına girebilmekte ve Fransa’ya ihraç edilebilmektedir. İki ülke arasında bir sevk öncesi inceleme mekanizması tesis edilmemiştir.

Bununla beraber ürünlerin teknik düzenlemelerine uygunluğu tüm Avrupa Birliği ülkeleri ve Türkiye’de benzer şekilde uygunluk değerlendirme kuruluşları eliyle yapılan belgelendirme işlemleriyle doğrulanmaktadır. İhtiyaç duyulması halinde Fransa'da faaliyette bulunan uygunluk değerlendirme kuruluşları listesine Avrupa Birliğinin NANDO bilgi sistemi (New Approach Notified and Designated Organisations) aracılığıyla ülke ve mevzuat sorgulaması yapılarak erişim sağlanabilmektedir. NANDO sistemi erişim linki aşağıda sunulmaktadır:

NANDO: <https://webgate.ec.europa.eu/single-market-compliance-space/notified-bodies>

4.5 Sektördeki Önemli Fuarlar ve Tarihleri

Fransa'da doğal taş, inşaat, iç mimarlık ve yapı malzemeleri sektörlerine yönelik düzenlenen ve Türk firmalarının pazar erişimi ve marka bilinirliği açısından önemli fırsatlar sunan başlıca fuarlar aşağıda sunulmaktadır:

Rocalia – Salon de la Pierre Naturelle

Fransa'nın Lyon şehrinde düzenlenen ve yalnızca doğal taş sektörüne odaklanan Rocalia, Türk firmalarının doğrudan hedef ithalatçılar, mimarlar, taş işleme ekipmanı üreticileri ve restorasyon firmalarıyla buluşabileceği özel bir platformdur. İki yılda bir düzenlenen bu fuar, Fransa’daki taş sektörü profesyonellerinin bir araya geldiği en kapsamlı etkinliktir. Fuar 2025 yılında 2-4 Aralık tarihleri arasında gerçekleştirilecektir.

Batimat – Salon International de la Construction

Paris’te iki yılda bir gerçekleştirilen Batimat fuarı, Avrupa’nın en büyük yapı ve inşaat fuarlarından biridir. Müteakip etkinlik 2026 yılında 28 Eylül-1 Ekim tarihleri arasında gerçekleştirilecektir.

Maison & Objet

Paris’te her yıl Ocak ve Eylül aylarında düzenlenen Maison & Objet, iç mimarlık, dekorasyon ve tasarım dünyasının önemli etkinliklerinden biridir. Doğal taşın dekoratif kullanımı (lavabo, masa, duvar kaplaması vb.) açısından ürün geliştiren Türk firmaları için, katma değerli ürünleri doğrudan iç mimar ve tasarımcılara sunma imkânı vermektedir. Müteakip etkinlikler 4-8 Eylül 2025 ve 15-19 Ocak 2026 tarihlerinde gerçekleştirilecektir.

4.6 Sektörde İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler

Fransa'da kamu ihaleleri, Avrupa Birliği Direktifleri ile uyumlu olarak düzenlenmiş ve şeffaflık, ayrımcılık yapmama, eşit muamele ve kamu kaynaklarının verimli kullanımı ilkelerine dayanmaktadır. Ulusal düzeyde, kamu alımları 23 Temmuz 2015 tarihli 2015-899 sayılı Yönetmelik ve 25 Mart 2016 tarihli 2016-360 sayılı Uygulama Kararnamesi ile düzenlenmiştir.

Fransa'da kamu ihaleleri, belirli eşik değerlerinin üzerindeki alımlar için zorunlu olarak ilan edilmektedir. Bu ihaleler, resmi yayın organlarında ve ilgili kamu kurumlarının web sitelerinde duyurulmaktadır. İhalelere katılmak isteyen firmaların ilan edilen şartnamelere uygun olarak tekliflerini sunmaları gerekmektedir.

Doğal taş sektöründe ihale yayımlayan kuruluşlar genellikle kamu kurumları, yerel yönetimler, mimarlar ve mühendisler odaları ve diğer kamu hizmeti sağlayıcılarıdır. Fransa'da kamu ihalelerinin takip edilebileceği bazı platformlar şunlardır:

1. BOAMP (Bulletin Officiel des Annonces des Marchés Publics): Fransa'da kamu alımlarına ilişkin resmi ilanların yayımlandığı platformdur.
2. France Marchés: Çeşitli sektörlerdeki kamu ihalelerinin listelendiği bir platformdur.
3. Marchés Online: Kamu ve özel sektör ihalelerinin yer aldığı bir kaynaktır.

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.

4.7 Fransa’nın Ülkemiz ve Diğer Ülkelerle STA/TTA Anlaşmaları Hakkında Bilgi

Fransa AB’nin diğer tüm ortak politikalarıyla beraber ortak ticaret politikasını da üstlenmiş ve AB’nin ortak gümrük tarifesi uygulamaya koymuştur. “Ortak Ticaret Politikası (OTP)” ortak gümrük tarifeleri; çok taraflı, bölgesel ve ikili ticaret anlaşmaları; üçüncü ülkelere uygulanan tek taraflı tavizler ve ticari savunma araçlarını kapsamaktadır. OTP çerçevesinde, mal ticaretinin yanı sıra hizmetler, ticaretle bağlantılı fikri mülkiyet hakları ve doğrudan yabancı yatırımlar AB’nin münhasır yetki alanında yer almaktadır.

AB üyesi ülkelere ortak gümrük tarifesi ve ticari savunma araçları uygulanmakta olup ürünlere uygulanan gümrük vergileri ve diğer bilgilere şu erişim adresi ile ulaşılması mümkündür: https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en

AB, ikili ticaret anlaşmaları bağlamında aktif bir ticaret politikası izlemektedir. AB tarafından yeni nesil Serbest Ticaret Anlaşmaları (STA) ile mal ticaretinin yanı sıra, hizmetler, kamu alımları, fikri mülkiyet hakları, sürdürülebilir kalkınma gibi ticaret ile ilgili alanları da içeren kapsamlı STA’lar müzakere edilmekte ve akdedilmektedir. AB’nin STA’ları hakkında detaylı bilgiye şu adresten erişim sağlanabilmektedir: https://policy.trade.ec.europa.eu/eu-trade-relationships-country-and-region/countries-andregions_en

Ülkemiz ile AB arasındaki ticarete en önemli anlaşma 1996 yılından beri yürürlükte olan Gümrük Birliği Anlaşmasıdır. Sanayi ürünleri ve işlenmiş tarım ürünlerini kapsayan anlaşma ile oluşturulan Gümrük Birliği çerçevesinde genel bir kural olarak sanayi malları karşılıklı ticarete gümrük vergisinden muaftır. Bu rapora konu ürünler yapı malzemeleri kapsamında olduğundan Gümrük

Birliği anlaşmasına konu olmakta, yani Fransa veya başka bir AB üyesi ülke topraklarına ürünlerin girişlerinde gümrük vergisi %0 olarak uygulanmaktadır. Gümrük Birliği sınırlarında üretilen ve elde edilen mallar ya da Gümrük Birliği'nde serbest dolaşıma sokulan mallar bu gümrük statüsünün kanıtı olan A.TR Belgesi eşliğinde Gümrük Birliği topraklarına herhangi bir yerde serbestçe dolaşıma hakkına sahiptir.

4.8 Varsa Tercihli Tarifeden Yararlanmak İçin Gereken Belgeler

Tercihli tarife uygulamasından yararlanabilmek için ihracatçıların, yasal çerçevede belirlenen prosedürleri eksiksiz bir şekilde yerine getirmesi ve ilgili A.TR dolaşım belgesini ibraz etmesi gerekmektedir. Bu zorunluluk, Avrupa Topluluđu-Türkiye Ortaklık Konseyi'nin 1/95 Sayılı Kararının uygulanmasını düzenleyen ve detaylı hükümler getiren, AT-Türkiye Gümrük İşbirliği Komitesi'nin 26 Eylül 2006 tarihli 1/2006 sayılı kararında belirtilmiştir. Avrupa Topluluđu-Türkiye Ortaklık Konseyi'nin 1/95 Sayılı Kararının yürürlüğe girmesiyle ilgili ayrıntılı kurallar, AT-Türkiye Gümrük İşbirliği Komitesi'nin 26 Eylül 2006 tarihli ve 1/2006 sayılı kararıyla düzenlenmiştir. Söz konusu karar metnine şu bağlantıdan ulaşılabilir: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2006.265.01.0018.01.ENG

4.9 Sektörde Standartlar

Fransa'ya doğal taş ihracatı yapan Türk firmalarının, ürünlerinin pazarda kabul görmesi ve yüksek kalite algısı yaratabilmesi için bazı ulusal ve Avrupa standartlarına uygunluk göstermesi pazarda kayda değer avantaj sağlamaktadır. Fransa'nın sektördeki temel referans noktası diğer AB ülkeleri gibi EN (Euro Norm) standartlarıdır. Bu standartlara uygunluk hem kamu ihalelerinde hem de özel projelerde tercih edilme sebebidir. Fransa'da doğal taşlar sektörü ürünlerinin pazarlanmasında fayda sağlayabilecek ihtiyarı standartların bazıları aşağıda sunulmaktadır:

EN Standardı	Kapsadığı Ürün/Konu	Açıklama
EN 12058	Zemin ve merdiven basamakları	Cilalı veya kesilmiş taşların kalınlık toleransı, bükülme direnci, kayma direnci gibi fiziksel özellikleri içermektedir.
EN 1469	Cephe kaplama taşları	Cepheye monte edilen doğal taşların dayanıklılığı ve su emme oranları gibi teknik değerleri tespit etmektedir.
EN 1341	Açık alan yer döşemeleri	Genellikle granit, bazalt veya kayrak taşıyla yapılan döşemelerde kullanılmakta, kaydırmama ve mukavemet gereksinimlerini konu edinmektedir.
EN 1343	Kaldırım taşları (bordür taşları)	Kamusal altyapılarda kullanılan doğal taşların teknik özelliklerini tespit etmektedir.

EN 12371	Donma-çözülme direnci	Dış mekânda kullanılan tüm taş türleri için ihtiyari düzenlemeler içermektedir.
EN 1936 / EN 13755	Gözeneklilik ve su emme	Nem ve suya karşı dayanıklılığı ölçmektedir.
EN 12407	Fiziksel özelliklerin tayini	Yoğunluk, sertlik, aşınma dayanımı gibi temel testleri konu edinmektedir.

Raporun ilerleyen bölümlerinde daha detaylı sunulacak olmakla birlikte Fransız alıcıların ve tüketicilerin belirli standartlara ve testlere sahip ürünleri tercih etme eğilimi yüksek olduğundan standartların temini pazara girişte önem arz etmektedir. Ayrıca CE işareti taşıması gereken ürünlerde (örneğin yapı taşı olarak kullanılanlar) EN normlarına göre test yapılması zorunludur. Bunun yanı sıra başta belediyeler olmak üzere büyük inşaat firmaları ve mimarlık ofislerinin ihalelerinde teknik şartnamelere söz konusu standartların dahil edildiği görülmektedir. Son olarak Türkiye’den Fransa’ya gönderilen ürünlerin fiyat avantajına sahip olduğu bir gerçektir ancak bu durumun ürünlerin kalite algısına ilişkin bir önyargı doğurmaması için de söz konusu standartlara uygunluk önem arz etmektedir. Tüm bu hususlar çerçevesinde ihracatçılarımızın ürünlerine ait bahse konu test raporlarını Fransızca veya İngilizce çevirisiyle birlikte sunması, gerekiyorsa bağımsız akredite laboratuvarlardan test raporları temin etmesi tavsiye edilmektedir.

4.10 Sektörde Etiketleme

Fransa’da doğal taş ürünlerinin etiketlenmesi, Avrupa Birliği mevzuatına uygun şekilde gerçekleştirilmektedir. Etiketleme uygulamaları, özellikle inşaat amaçlı kullanılan doğal taş ürünleri için zorunlu olup, bu konuda temel referans AB Yapı Malzemeleri Yönetmeliği’dir (Construction Products Regulation – CPR No. 305/2011/EU). Bu yönetmelik, doğal taşların CE işareti taşımasını, belirli teknik bilgilerin ürüne eşlik etmesini ve doğru etiketlenmesini şart koşmaktadır. CE işareti taşıyan doğal taş ürünlerinde etiket üzerinde veya ürünle birlikte verilen belgelerde şu bilgiler yer almaktadır:

- CE işareti
- Üretici adı ve adresi
- Yetkili temsilcinin adı ve adresi (eğer varsa)
- Ürünün türü, tanımı, kullanım amacı
- Ürün standardı
- İmalat yılı
- Belirli performans özellikleri

Söz konusu bilgilerin ürün etiketinde, ambalajında veya ürünle birlikte verilen belge üzerinde açık ve kalıcı biçimde yer alması beklenmektedir. Fransa’da ürün etiketleri ve teknik belgelerin Fransızca sunulması zorunludur. Bu hem tüketici haklarını korumak hem de ürünün pazarda tutunması için önemlidir. Ayrıca Fransa, yapı ürünleri alanında CE işaretiyle birlikte bazı ürün gruplarında ek çevresel etiketlemeleri veya yerel kalite işaretlerini de teşvik etmektedir (örneğin NF Etiketleri gibi).

Etiketleme eksiklikleri zaman zaman ülkemizden gönderilen ürünlerin Fransa pazarına girişte sorun yaşamasına, gümrükte bekletilmesine ve cezai işlem uygulanmasına sebep olabilmektedir.

4.11 Sektörde Ambalajlama

Ambalajlama, tüketicilere yönelik sağlık risklerinin önlenmesi ve çevrenin korunması için özellikle de atık arıtımı açısından AB mevzuatına uygun olmalıdır. Ahşap veya sebze içerikli ambalajlar bitki sağlığı denetimine de tabi tutulmaktadır. Ambalaj gerekliliklerine ilişkin ilave bilgi için şu elektronik adres kullanılabilir: <https://ec.europa.eu/environment/waste/packaging/legis.htm>

AGEC Yasası ve REP

Fransa'da 1992 yılından beri evsel ambalajlara uygulanan Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu (REP) sisteminin, tüm profesyoneller tarafından tüketilen veya kullanılan ürünlerin ticaretine yönelik profesyonel ambalajları da kapsayacak şekilde genişletilmesi öngörülmektedir. Bu yeni REP sisteminin uygulanması, Avrupa mevzuatıyla uyumlu olarak, 10 Şubat 2020 tarihli ve 2020-105 sayılı İsrarla Mücadele ve Döngüsel Ekonomi Yasası (AGEC Yasası) kapsamında öngörülmüştür. Ayrıca 1 Ocak 2025 itibarıyla, "Endüstriyel ve Ticari Ambalajlar" (EIC) olarak adlandırılan ambalajlar için REP prensibi geçerli olmuştur ve her sene piyasada kullanılan yaklaşık 7 milyon ton ambalajın bu prensiplere uyması beklenmektedir. EIC REP, profesyoneller tarafından tüketilen veya kullanılan tüm birincil, ikincil ve üçüncül ambalajları kapsamaktadır.

AGEC Yasası kapsamında ambalaj atıklarını azaltma hedeflerine ulaşılabilmesi için öncelik, yeniden kullanımdır. Yasa kapsamında 2027 yılına kadar piyasaya sürülen ambalajların en az %10'unun yeniden kullanılabilir olması hedeflenmektedir. Ayrıca geri dönüşüm ve enerji geri kazanımı hedefleri REP sisteminin uygulanmasıyla birlikte devreye girecektir. Söz konusu yasaya ilişkin detaylı bilgiye şu erişim adresleri aracılığıyla ulaşmak mümkündür:

- <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000041553759>
- <https://www.ecologie.gouv.fr/loi-anti-gaspillage-economie-circulaire>
- <https://www.ecologie.gouv.fr/politiques-publiques/emballages-professionnels>

4.12 Lojistik⁷

Ulaştırma Ekonomisi

Fransa'da ekonomik büyümenin yavaşlaması ve yük ile yolcu taşımacılığı fiyatlarının farklı yönlerde seyretmesi bağlamında, toplam ulaştırma harcamaları 2023 yılında 521,0 milyar Avroya ulaşarak 2022'ye kıyasla %1,1 artış göstermiştir. Bu rakam, pandemi öncesi seviyesinin %18,4 üzerinde gerçekleşmiştir. Hane halklarının bireysel ulaştırma harcamaları, toplam ulaştırma harcamalarının %76'sını oluşturarak 2023'te %6 oranında artmıştır. Ancak bu artış, Covid-19 sonrası toparlanma yılları olan 2021 ve 2022'ye kıyasla daha düşük bir seviyede kalmıştır. Ulaştırma hizmetlerine ilişkin dış ticaret dengesi, 2021 ve 2022 yıllarındaki artı bakiyenin ardından 2023 yılında tekrar açık vermiştir (-4,4 milyar Avro). Kamu idarelerinin ulaştırma harcamaları ise 2023'te %4,7 artışla 73,3 milyar Avroya ulaşmıştır.

⁷ <https://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/chiffres-cles-des-transports-edition-2025-0>

Yurt İçi Yük Taşımacılığı

2023 yılında 330,9 milyar ton-kilometreye ulaşan kara yolu yük taşımacılığı (boru hatları hariç, hafif ticari araçlar ve transit taşımacılık dâhil), önceki yıl yaşanan %0,9'luk düşüşün ardından %4 oranında daha da azalmıştır. Faaliyetler kara taşımacılığında %2,3 oranında azalırken, nehir taşımacılığında %10,2 ve demiryolu taşımacılığında %16,7 oranında keskin bir düşüş yaşanmıştır. Fransız limanlarından geçen deniz taşımacılığı 2023'te %4,5 oranında azalmış (2022'de %5 artış göstermişti). İç hava kargo taşımacılığı, 2022'de yaşanan %16,5'lik düşüşün ardından 2023'te %3,4'lük ılımlı bir toparlanma göstermiştir.

4.13 Dağıtım Kanalları

Fransa'da doğal taş sektörü ürünleri, ürünün niteliğine, hedef pazara ve kullanım alanına göre farklı dağıtım kanalları kullanılmak suretiyle dağıtılmaktadır. Doğal taşlar, özellikle inşaat, iç mimarlık, peyzaj ve mezar taşı gibi alanlarda kullanıldığı için dağıtım yapısı da bu kullanım alanlarına göre çeşitlilik göstermektedir.

Fransa'da başlıca dağıtım kanalları arasında ithalatçılar ve toptancılar ön plandadır. Bu aktörler, yurtdışından büyük hacimli taşları ithal etmekte ve depolayarak yerel taş işleyicilere, inşaat firmalarına veya bayilere satmaktadır. Özellikle İtalya, Portekiz ve Türkiye gibi doğal taş üreticisi ülkelerden gelen ürünler bu yol ile piyasaya sunulmaktadır.

İnşaat malzemeleri zincir mağazaları, bahçe ve peyzaj malzemeleri satan perakendeciler, mobilya ve dekorasyon mağazaları gibi perakende ticaretle uğraşan dağıtıcılar ise işlenmiş ve kullanıma hazır doğal taş ürünlerinin son kullanıcıya ulaştırıldığı dağıtım kanallarıdır. Özellikle iç mekân dekorasyonu veya peyzaj taşları gibi yüksek katma değerli ürünler bu perakende noktalarında satışa sunulmaktadır. En yaygın olan zincir marketler Bricorama, Leroy Merlin, Brico Dépôt, Castorama, Bigmat ve Weldom'dur. Söz konusu yapı marketler mağazadan satış yoluyla hizmet verdiği gibi çevrimiçi kanallarla da tüketicilere ürün temin etmektedir.

Ayrıca doğrudan proje bazlı satışlar da önemli bir yer tutmaktadır. Lüks konutlar, oteller veya kamu binaları için yapılan projelerde ithalatçılar veya Türk üreticiler doğrudan taş temini yapabilmektedir. Bu tür satışlar genellikle mimarlar, taşeronlar ve proje yöneticileri üzerinden gerçekleştirilmektedir.

Son olarak, e-ticaret ve dijital kataloglar, özellikle dekoratif taş ürünlerinde giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Fransız ithalatçıların çoğu ürünlerini çevrimiçi olarak sergilemekte, müşteriler ise bu platformlar üzerinden örnek talep edip sipariş verebilmektedir.

4.14 Özel Günler, Bayramlar ve İzin Dönemleri

Fransa'da 2025 yılına ilişkin özel günler ve bayramlar aşağıda sunulmaktadır. Ayrıca çalışanların en çok yıllık izin kullandığı Temmuz-Ağustos aylarında Fransa'da program yapılmaması tavsiye edilmektedir.

- 1.1.2025 Pazartesi --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 1945 Günü

- 29.5.2025 Perşembe --Fransa'da Dini Tatil ("Ascension")
- 9.05.2025 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)

4.15 E-Ticaret

Fransa'da doğal taş ürünlerinin e-ticareti, geleneksel satış kanallarına kıyasla henüz sınırlı bir düzeyde olmakla birlikte, özellikle dekoratif ve küçük ebatlı taş ürünlerinde büyüyen bir pazar niteliği taşımaktadır. Özellikle pandemi sonrası dönemde dijitalleşmenin hız kazanması, doğal taş ürünlerinin de çevrim içi ortamlarda sergilenmesini ve doğrudan son kullanıcıya veya küçük işletmelere satışını mümkün kılmıştır.

Fransız pazarında doğal taşın e-ticaret yoluyla satışı genellikle bahçe ve peyzaj taşları, mozaik ve karo taşları, mutfak ve banyo lavaboları, mermer sehpa veya masa gibi dekoratif ürünler üzerine yoğunlaşmıştır. Ebatlı ve ağır ürünlerde genellikle online sipariş – mağazadan teslim modeli tercih edilmektedir.

Başlıca satış platformları arasında Bricorama, Leroy Merlin, Brico Dépôt, Castorama, Bigmat ve Weldom gibi yapı marketlerin çevrim içi mağazaları, Amazon.fr, ManoMano.fr gibi genel e-ticaret platformları ve Cdiscount gibi pazar yerleri yer almaktadır.

Fransa'daki en yaygın çevrimiçi pazar yerlerinin listesi aşağıda sunulmaktadır.

- Alibaba: <https://www.alibaba.com/>
- Amazon: <https://www.amazon.fr/>
- But: <https://www.but.fr/>
- Castorama: <https://www.castorama.fr/>
- Cdiscount: <https://www.cdiscount.com/>
- Conforama: <https://www.conforama.fr/>
- Ebay: <https://www.ebay.com/>
- Ikea: <https://www.ikea.com/fr/fr/>
- La Redoute: <https://www.laredoute.fr/>
- Leboncoin : <https://www.leboncoin.fr/>
- Leroy Merlin: <https://www.leroymerlin.fr/>
- Mano Mano: <https://www.manomano.fr/>
- Showroomprive: <https://www.showroomprive.com/>
- Temu: www temu.com/fr
- Veepee: <https://www.veepee.fr/gr/h/default>

4.15.1. En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları⁸⁹

Fransa'da sosyal medya platformlarının kullanımı sürekli olarak değişmekte olup, bu durum kullanıcı tercihleri ve yeni dijital trendlerin ortaya çıkışıyla şekillenmektedir. Digital Report France 2024 verilerine göre, Fransızların %78,2'si sosyal medya hesabına sahiptir; bu da yaklaşık 50,7 milyon kişiye denk gelmektedir. Kullanıcılar bu platformlarda günde ortalama 1 saat 48 dakika geçirmekte ve her ay 5,8 sosyal ağ arasında gezinmektedir.

Fransa'daki sosyal medya dinamik bir yapıya sahiptir. Facebook gibi köklü platformlar geniş kullanıcı tabanlarını korurken, TikTok gibi yeni nesil uygulamalar hızla büyümekte ve kullanıcıların etkileşim süresinde önemli artışlar kaydetmektedir. Fransa'daki aktif kullanıcılar, bu platformda ayda ortalama 38 saat 38 dakika harcamaktadır. Bu süre, YouTube'da geçirilen ortalama sürenin (16 saat 50 dakika) iki katından fazladır. TikTok'taki bu kullanım süresi, 2022 yılına kıyasla 17 saatten fazla bir artış göstermiştir.

Facebook: 16-64 yaş arası Fransızların %72,3'ünün bu platformu kullanarak internete bağlanmasıyla Facebook, Fransa'daki en popüler sosyal ağ olmaya devam etmektedir, ancak bu oran bir önceki yıla göre bir puan düşmüştür.

WhatsApp: Bu mesajlaşma uygulaması, 16-64 yaş aralığındaki Fransız internet kullanıcılarının %63,7'si tarafından kullanılmakta olup, bir önceki yıla kıyasla artış göstermiştir.

Instagram: Fotoğraf ve video paylaşımına odaklanan bu platform, 16-64 yaş arası Fransızların %60,3'ü tarafından kullanılmakta olup, kullanıcı sayısında artış görülmektedir.

TikTok: Hızlı büyümesini sürdüren bu platformun, 2024 yılı başında Fransa'daki potansiyel reklam erişimi 25,42 milyon kullanıcıya ulaşmıştır. Bu rakam, 2023 yılına kıyasla 4,5 milyonluk bir artış anlamına gelmektedir.

Snapchat: Genç kullanıcılar arasında oldukça popüler olan Snapchat, 2024 yılı başında Fransa'da 27,35 milyon kullanıcıya sahiptir. Uygulamanın reklam erişimi, Fransa'daki toplam nüfusun %42,2'sine ulaşmaktadır.

LinkedIn: Profesyonel ağ oluşturma platformu olarak öne çıkan LinkedIn, 2024 yılı itibarıyla Fransa'da 29 milyon üyeye ulaşmıştır. Bu rakam, 2023 yılına göre 3 milyonluk bir artışa işaret etmektedir.

Pinterest: Görsel keşif platformu olan Pinterest, 2024 yılı itibarıyla Fransa'da 16,34 milyon kullanıcıya ulaşmış ve bir önceki yıla göre %53'lük bir büyüme kaydetmiştir.

4.15.2. E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

Vergi Uygulamaları

E-ticaret KDV paketinin 1 Temmuz 2021 tarihinde yürürlüğe girmesiyle birlikte, üçüncü ülkelerden AB'ye yapılan tüm gönderiler artık değerine bakılmaksızın KDV ile vergilendirilmektedir. Fransa'da standart KDV oranı %20 olup, KDV yapılan tüm ithalatta tahsil edilmektedir. AB dışındaki bir ülkeden Fransa Metropol Bölgesine gönderilen ve değeri 150 Avroyu aşan eşyada, KDV'nin yanı sıra gümrük vergileri alınmaktadır. Birçok ürün için gümrük vergisi oranı %0 olmakla birlikte

⁸ <https://www.blogdumoderateur.com/classement-reseaux-sociaux-france-2024/>

⁹ <https://www.seo-news.fr/reseaux-sociaux-en-france-en-2024-les-chiffres-a-connaître/>

gümrük vergisi oranı malların niteliğine ve menşesine bağlıdır. AB Komisyonu'nun <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/home> adresinden vergi oranlarına erişim sağlanmaktadır.

Vergilendirmenin hesaplanmasında referans değer, nakliye ve sigorta masraflarının eklendiği değer malların değeridir (genellikle satın alma fiyatı). Guyana ve Mayotte bölgelerinde KDV geçici olarak uygulanmamaktadır. Yasaklara veya kısıtlamalara tabi mallar (hassas mallar) ve özel tüketim vergisine tabi mallar hariç olmak üzere, değeri 150 Avroya kadar olan gönderiler için kullanılan Delta H7 beyannamesi, standart beyannameye (80) kıyasla çok azaltılmış bir veri setine sahiptir (yaklaşık 30). H7, herhangi bir kişi tarafından kullanılabilir ve gümrük makamlarından özel izin gerektirmez.

Gümrük İşlemleri

AB dışındaki bir ülkeden ithal edilen tüm gönderiler, malların değerine bakılmaksızın elektronik gümrük beyannamesine tabidir. İthalat için tek durak noktası, IOSS (Import One Stop Shop) çevrimiçi satıcılar için tek noktadan elektronik KDV tahsilat hizmetidir. AB dışındaki bir ülkeden ithal edilen ve değeri 150 Avroyu aşmayan malların mesafeli satışları için raporlama yükümlülüklerini ve KDV ödemesini basitleştirir.

Satıcı, IOSS'a kayıtlıysa, KDV online satışta ödenmektedir. Kayıtlı değilse gönderi tesliminde hızlı kargo firması tarafından alıcıdan talep edilmektedir. Kargo şirketi, gönderinin beyanı ve varsa harç/vergilerin ödenmesine ilişkin gümrük formalitelerini yerine getirerek, alıcıya teslim eder ve gümrükte alıcı adına ödediği harç, vergiler ve hizmetiyle ilgili masrafları alıcıya fatura eder. Bu ücretler teslimattan önce, teslimat sırasında veya teslimattan sonra alıcıdan talep edilebilir.

4.15.3. E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

Fransa'da e-ticarete yönelik düzenlemeler Tüketici Kanunu ve Medeni Kanun'un bazı maddelerinde düzenlenmiştir. Ayrıca, ticaret ve e- ticaret alanındaki AB direktifleri de ticaretin düzenlenmesinde önemli rol oynamaktadır.

Ekolojik Geçiş ve Ekonomi, Maliye ve Sanayi ile Dijital Egemenlik Bakanlıkları tarafından France Logistique ve France Stratégie firmalarına amaçlarından biri şirketlerin çevre konusuna yönelik gönüllü taahhütlerini ortaya koymak olan "Sorumlu e-ticaret ve lojistik sektörlerinin geliştirilmesi" başlıklı bir sorumluluk verilmiştir. Bu kapsamda sektör "Sorumlu e-ticaret ve lojistik taahhüt sözleşmesini" imzalamıştır. Sektörün ana temsilcisi olan FEVAD, tüm e-ticaret sektörünün çıkarlarının da dikkate alınmasını sağlarken, izleme, koordinasyon ve genel uyumu sağlamaya çalışmıştır. Sözleşme şartları 10 somut taahhüdü dört ana eksen etrafında düzenlenmiştir:

- Tüketici bilgilendirilmesi: farkındalığı artırılması ve "Tüketici Aktörü"nü bilgilendirilmesi
- Paketleme: paketleme hacmini azaltmak ve yeniden kullanımı teşvik etmek
- Depolar ve teslimatlar: çevre dostu lojistiğe güvenmek
- İzleme: taahhütlerin uygulanmasına ilişkin raporlama

Bu taahhütler hâlihazırda bahse konu sözleşmeyi imzalamış olan şirketlere yöneliktir. FEVAD'ın rolü şartı ilgili tüm şirketlere tanıtılmaktadır. FEVAD, şirketlerin rekabet gücünü garanti altına alırken daha adil bir ekolojik geçiş lehine vatandaşların meşru beklentilerini karşılamayı amaçlayan tüm girişimleri desteklemektedir.

Avrupa Parlamentosu ve Avrupa Konseyi, "tüketiciyi koruma yasasının daha iyi uygulanması ve modernizasyonu için" "Torba" olarak bilinen 2019/2161/EU sayılı Direktifi kabul etmiştir. Bu direktif, yeni teknolojileri kapsamak ve tüketici yasasını dijital çağa taşımak için aşağıdaki dört direktifin önemli kurallarını değiştirerek ek özel gereksinimler getirmiştir.

- Tüketici sözleşmelerinde haksız şartlara ilişkin 5 Nisan 1993 tarih ve 93/13/EEC sayılı Konsey Direktifi
- Tüketicilere sunulan ürünlerin fiyatlarının gösterilmesinde tüketicinin korunmasına ilişkin 16 Şubat 1998 tarih ve 98/6/EC sayılı Avrupa Parlamentosu ve Konsey Direktifi
- İç pazarda (UCP) haksız işletmeden tüketiciye ticari uygulamalara ilişkin 2005/29/EC sayılı Direktif
- Tüketici haklarına ilişkin 25 Ekim 2011 tarihli Direktif 2011/83/EU

E-ticaret yapanlar ve daha spesifik olarak çevrim içi platformlar, bu yeni hükümlerden doğrudan etkilenmiştir. Torba Direktif, özellikle ürünler çevrim içi pazaryerlerinde sunulduğunda hem çevrim içi pazaryeri sağlayıcısının hem de üçüncü taraf sağlayıcının sözleşme öncesi bilgilerin sağlanmasına dahil olmasını sağlamaktadır.

Fransa'da, "DDADUE Yasası" olarak bilinen, ekonomik ve mali konularda Avrupa Birliği hukukuna uyum sağlanmasına yönelik çeşitli hükümler içeren 3 Aralık 2020 tarihli ve 2020-1508 sayılı kanun, hükümete, Torba Direktifin iç hukuka aktarılması için kanunun yayımlanmasından itibaren 14 ay içinde yönetmelikle düzenleme yapma yetkisi vermiştir.

Güçlendirilmiş bilgi yükümlülükleri, çevrim içi bildirim, cayma hakkı, fiyat indirimi hususlarında hükümler içeren ve "Omnibus" olarak bilinen (AB) 2019/2161 sayılı Direktifi, 22 Aralık 2021 tarihli ve 2021-1734 sayılı karar ile ulusal mevzuata aktarılmıştır ve 28 Mayıs 2022 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Fransız Tüketici Kanunu ve Medeni Kanun'un e- ticaret ilişkin bazı maddeleri ve uygulanmasına ilişkin bilgiler aşağıda açıklanmaktadır.

Satıcının Bilgilendirme Yükümlülükleri

Mesafeli satış sözleşmesi teklif eden profesyoneller, tüketiciye, aşağıdaki özel bilgiler de dâhil olmak üzere, Tüketici Kanunu'nun L.221-5 maddesinde öngörülen bilgileri Fransızca olarak okunabilir ve anlaşılır bir şekilde iletmelidir:

- Meslek mensubunun kimliği (gerçek kişi ise soyadı ve ön adı, tüzel kişi ise şirket adı), kendisiyle iletişime geçilmesini sağlayan posta, elektronik ve telefon bilgileri.
- Ticaret ve Şirketler Siciline (RCS) kayıtlı ise sicil numarası, katma değer vergisine (KDV) tabi ise sicil numarası (Yurt dışında, Avrupa Birliği dışından satın alınması durumunda vergi ve gümrük vergileri eklenmelidir).
- Sunulan ürün veya hizmetlerin özelliklerine ilişkin bilgiler, tam olarak açıklanmalı ve fotoğraflar veya teknik veri sayfaları ile gösterilmelidir.¹⁰
- Tüm vergiler dâhil avro cinsinden fiyat bilgisi yer almalıdır.¹¹

¹⁰ Tüketici Kanunu madde L. 111-1

¹¹ Tüketici Kanunu madde L.112-1

Çevrim İçi Satın Alırken Tüketici Hakları

Tüketici, bir profesyonelden (tüccar, hizmet sağlayıcı) çevrim içi satın alırken, Tüketici Kanunu'nun L.221-1 ve devamı maddeleri hükümlerince yönetilen bir mesafeli sözleşme akdeder. Bazı sözleşmeler, çevrim içi satın alma kurallarına tabi değildir (finansal hizmetler, kumar, turist paketi vb. ile ilgili sözleşmeler).

Yurt dışından satın alınması durumunda "Roma I" yönetmeliğinin 6. maddesi uyarınca, tüketici, merkezi ulusal sınırlar dışında bulunan bir siteden satın aldığı anda, kendisinin Fransa'da ikamet etmesi ve faaliyetini profesyonelin yönetmesi şartıyla Fransız kanunları tarafından korunur.

Yasal Uygunluk Garantisi

Satıcı, bir malı sözleşmeye uygun olarak teslim etmekle yükümlüdür ve teslim anında mevcut olan herhangi bir uygunluk eksikliğinden sorumludur.¹²

Gizli Kusurlara Karşı Yasal Garanti

Satıcı, satılan malı kullanım amacına uygun olmaktan çıkaran veya malın kullanımını, alıcının bunları bilmesi halinde malı almayacağı veya daha düşük bir fiyat ödeyeceği ölçüde azaltan gizli ayıplardan sorumludur (Medeni Kanun'un 1641. Maddesi ve devamı).

Ticari Garanti

Yasal garantilere ek olarak, satıcı tarafından genellikle ek bir garanti sunulmaktadır: ticari garanti (veya sözleşmeden doğan garanti). Bu durumda satıcının alıcıyı bilgilendirmesi gerekmektedir (Tüketici Kanunu madde L.211-2).

Ticari Uygulamaların Uygulanmasına İlişkin Genel Kurallar

Profesyonelin faaliyeti bağlamında gerçekleştirdiği ticari uygulamalar haksız, yanıltıcı veya saldırgan olmamalıdır. Bir ticari uygulama, mesleki özene aykırı olduğunda ve tüketiciyi başka türlü almayacağı bir ticari karara götürmesi muhtemel olduğunda haksızdır. Haksız ticari uygulamaların iki kategorisi vardır:

- Yanıltıcı uygulamalar¹³
- Agresif uygulamalar¹⁴

Sözleşmenin Akdedilmesi

Satıcı, siparişi vermeden önce tüketiciye siparişinin şartlarını hatırlatmak zorundadır. Ayrıca, tüketici sipariş vermesinin onu bunun için ödeme yapmak zorunda olduğu konusunda bilgilendirilmelidir. Sipariş onay düğmesi "ödeme yükümlülüğü olan sipariş" veya benzeri açık bir ifade içermelidir. Sipariş onaylandıktan sonra, satıcı siparişi aldığı gereksiz gecikme olmaksızın ve elektronik olarak onaylamalıdır. Bu izlek, siparişin kaydedildiğini garanti eder.

¹² Tüketici Kanunu'nun L.217-43 ila L.217-17 maddeleri

¹³ Tüketici Kanunu'nun L.121-2 ila L.121-4 maddeleri

¹⁴ Tüketici Kanunu'nun L.121-6 ve L.121-7 maddeleri

Satın Alma İşlemi Ne Zaman Yapılmalıdır?

Çevrim içi satışlar açısından, sipariş sırasında, sevkiyatta veya teslimatta (geri ödeme karşılığında) ödeme yapılacaktır. Satış sorumlusu kabul edilen ödeme yöntemini söyleyecektir. Visa kartı gibi birkaç seçenek mümkündür.

Teslimat

Satıcı, malların teslimi veya hizmetin yerine getirilmesi için tarih veya son tarih belirtmelidir. Bu tarihin veya sürenin belirtilmemesi veya taraflar arasında açık bir anlaşmanın bulunmaması halinde meslek mensubu, haksız bir gecikme olmaksızın ve sözleşmenin kurulmasından itibaren en geç otuz gün içinde malları teslim eder veya hizmetin ifasını gerçekleştirir.¹⁵

Belirtilen tarihte veya süre içinde teslim edilmemesi veya bunun sağlanamaması halinde sözleşmenin akdinden itibaren en geç otuz gün içinde müşteri, işin uzmanından yazılı olarak teslimatın yapılmasını veya temin edilmesini talep edebilir. Tüccarın bu yeni süre içinde de buna uymaması halinde, müşteri yine yazılı olarak sözleşmenin feshedilmesini talep edebilir. (Tüketici Kanunu madde L. 216–6).

Sözleşme, bu mektubun tüccar tarafından alınmasıyla birlikte, tüccarın bu süre zarfında bir ifade bulunmaması halinde, feshedilmiş sayılacaktır. Bununla birlikte, tüketici iki durumda sözleşmeyi derhal (önceden yazılı bildirimde bulunmaksızın) feshedebilir:

- Teslimatın yapılmamasının satıcının teslimatı veya hizmeti yerine getirmeyi açıkça reddetmesinden kaynaklandığı durumlarda
- Teslim tarihinin tüketici için sözleşmenin temel bir koşulu olduğu durumlarda (sözleşmede belirtilmiş veya koşullardan kaynaklanan).

Cayma Hakkı

Cayma hakkı, tüketicinin kararını gerekçelendirmeden çevrim içi mal veya hizmet satın alma konusundaki fikrini değiştirmesine olanak tanır. Cayma süresi on dört gündür. Bu süre mal satışlarında malın teslim alınmasından, hizmet satışlarında ise sözleşmenin akdedildiği günden itibaren başlar. Bununla birlikte, yasa belirli mal veya hizmetler için cayma hakkına ilişkin istisnalar getirmektedir (Tüketici Kanunu madde L.221-28):

- Tüketicinin özelliklerine göre yapılan mallar veya açıkça kişiselleştirilmiş, bozulabilir mallar ve hatta konaklama hizmetleri (konut konaklama hizmetleri dışında),
- Belirli bir tarihte veya belirli bir sıklıkta sağlanacak mal taşımacılığı,
- Araç kiralama
- Yemek veya boş zaman etkinlikleri

Tüketici, sözleşmenin kurulmasından önce, bu sözleşmeden cayma hakkının bulunup bulunmadığı ve gerekirse bu hakkı kullanma koşulları ve prosedürleri (cayma süresi, sözleşmenin başlangıç noktası) hakkında bilgilendirilmelidir (Tüketici Kanunu madde L.221-5). Standart cayma formu ve cayma hakkının kullanımına ilişkin standart bilgilendirme notu sırasıyla Tüketici Kanunu'nun R.221-1 ve R.221-3 maddelerinin eklerini oluşturur. Tüketici kararını gerekçe göstermeden cayabilir.

Satıcı, cayma hakkıyla bağlantılı sözleşme öncesi bilgilendirme yükümlülüğüne uymazsa, gerçek kişi için en fazla 15.000 € ve tüzel kişi için 75.000 €'ya kadar idari para cezasına çarptırılabilir (Tüketici

¹⁵ Tüketici Kanunu madde L. 216-1.

Kanunu madde L. 242-13). Cayma hakkının kullanılması, aşağıdaki koşullarda sözleşmenin feshedilmesi sonucunu doğurur;

- Geri ödeme, tüketici malları teslim alana kadar veya tüketici tüccara malların gönderildiğine dair kanıt sunana kadar (hangisi daha önceyse) ertelenebilir;
- Geri ödeme, malların teslim alınmasına kadar veya tüketici, bu gerçeklerden ilkinin seçildiği tarih olmak üzere, malların gönderildiğine dair profesyonele kanıt sağlayana kadar ertelenebilir;
- Geri ödeme, tüketici malları teslim alana kadar veya tüketici tüccara malların gönderildiğine dair kanıt sunana kadar (hangisi daha önceyse) ertelenebilir;

Sipariş edilen mallar mevcut değilse, teslimat eksikse, ürün kusurluysa veya bir fiyat hatası varsa satıcıyla iletişime geçilmelidir. Satıcı, siparişin düzgün şekilde yerine getirilmesinden sorumludur.

Anlaşmazlık Durumunda

Sipariş edilen mallar mevcut değilse, teslimat eksikse, ürün kusurluysa veya bir fiyat hatası varsa satıcıyla iletişime geçilmelidir. Satıcı, siparişin düzgün şekilde yerine getirilmesinden sorumludur. Önce müşteri hizmetleri ile iletişime geçerek satıcı ile dostane bir çözüm aranması önerilmektedir. Çözüm bulunamazsa tüketici dernekleri, FEVAD, tüketici arabulucusu (Tüketici Kanunu madde L.616- 1), DGCCRF (Rekabet, Tüketici İşleri ve Hileli Uygulamalarla Mücadele Genel Müdürlüğü) ve mahkemelerle iletişime geçilebilir.

Dostane Çözüm

Atılacak ilk adım, satıcıyla dostane bir çözüm bulmaktır. Çözüm bulunamazsa, alındığına dair taahhütlü mektup gönderilmelidir. Cevabın tatmin edici olmadığı durumlarda, Tüketici Kanununda (madde L.133-4) belirtilen başka bir dostane çözüm yöntemine (tüketici derneği, Avrupa platformu, arabulucu, adalet uzlaştırıcısı vb.) başvurulabilir.

İletişim Kurabilecek Kurumlar

Bir Avrupa ülkesinden bir satıcıyla anlaşmazlık olması durumunda, dostane bir çözüm aramak için Avrupa Komisyonu'nun "Çevrim İçi Uyuşmazlık Çözümü" sitesi aracılığıyla Avrupa Çevrim İçi Anlaşmazlık Çözümü Platformunu kullanılabilmektedir. Başka bir Avrupa Birliği ülkesi olan Norveç veya İzlanda'dan bir tüccarla anlaşmazlık olması durumunda Avrupa Tüketici Merkezi Fransa ile iletişime geçilebilmektedir.

ECC Fransa İletişim Bilgileri

İnternet sitesi: www.avrope-consommateurs.eu

İrtibat Numarası: 0820 200 999

E-posta: info@cec-zev.eu

Dava Açma Yolu

Dostane bir çözüme ulaşılamaması durumunda, yasal işlem başlatılabilir. Bu kapsamda satıcının yükümlülüklerini (teslimat, garanti, geri ödeme vb.) yerine getirmeyi reddetmesi durumunda aşağıdaki yollar izlenebilir:

- Meblağ 4.000 Avro veya daha az ise yerel mahkemede (mahkeme sicil dairesi);
- Meblağ 4.001 Avro ile 10.000 Avro arasında değişiyorsa bölge mahkemesinde;
- Meblağ 10.000 Avrodan fazlaysa, mahkemede yasal işlemler görülür.

Tüketici sorununun bildirilebileceği, şikâyetle bulunulabilecek ve tüketici haklarına ilişkin bilgi alınabilecek erişim adresi: <https://signal.conso.gouv.fr/fr>

Tehlikeli ürünlere karşı uyarılar için takip edilebilecek erişim adresi: <https://rappel.conso.gouv.fr/>

4.15.4. E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri

E-ticarete yönelik hızlı kargo hizmeti sunan lojistik firmaların listesi aşağıda sunulmaktadır:

- 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 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 hizmetleri (fulfillment) sunan firmaların listesi aşağıda sunulmaktadır:

- 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>

4.16 Tanıtım ve Pazarlama

Fransa'da doğal taş sektöründe tanıtım ve pazarlama faaliyetleri, yüksek kaliteli, estetik ve çevre dostu ürün beklentileri doğrultusunda şekillenmektedir. Fransa pazarında rekabet oldukça güçlüdür ve alıcılar, yalnızca ürünün fiyatına değil, aynı zamanda teknik belgelerine, sürdürülebilirliğine, estetik özelliklerine ve markanın güvenilirliğine de önem vermektedir. Dolayısıyla tanıtım stratejilerinin çok yönlü ve yerel beklentilere duyarlı olması gerekmektedir.

Mimari ve Tasarım Odaklı Pazarlama:

Fransa'da doğal taş, özellikle yüksek mimari projeler, tarihi restorasyonlar, şehir mobilyaları ve iç mekân dekorasyonları gibi estetik değeri yüksek alanlarda kullanılmaktadır. Ürün tanıtımlarında,

taşın teknik özellikleri kadar estetik kullanım örnekleri, referans projeler ve uygulama görselleri gibi yan öğelerin de sunulması önem taşımaktadır. Mimarlar, iç mimarlar ve taş uygulayıcıları hedef kitlede önemli yer tutmaktadır. Bu nedenle kataloglar ve dijital içerikler onların anlayabileceği teknik ayrıntılarla hazırlanmalıdır.

Fuarlara Katılım:

Fransa ve Avrupa genelinde düzenlenen yapı ve taş fuarları, Türk firmaları için doğrudan tanıtım yapma imkânı sağlamakta olup Fransa pazarına giriş için büyük öneme sahiptir. Daha önce de bahsedildiği üzere özellikle Marmomac (İtalya), Maison & Objet (Paris), Batimat (Paris) ve Rocalia (Lyon) gibi fuarlar, hem distribütör hem de son kullanıcıya ulaşma açısından oldukça faydalıdır.

Yerel Temsilci veya Dağıtıcı ile Çalışma:

Fransa'da ithalatçı ya da distribütör firmalar üzerinden yani yerel bir partner ile tanıtım yapmak, pazarda güven oluşturulması sürecine katkı sağlamaktadır. Bu firmalar ürünlerin yerel standartlara uygunluğunu teyit etme ve müşterilere yerinde çözüm sunma gibi başka katkılar da verebilmektedir.

Çevrimiçi Tanıtım ve Dijitalleşme:

Fransa'da dijital mecralar oldukça etkili kullanılmaktadır. Özellikle mimarlar ve satın alma profesyonelleri LinkedIn, Instagram, Pinterest ve Archiproducts gibi platformlardan yeni ürün ve tedarikçi araştırmaktadır. Kullanıcı dostu, Fransızca içerikli web siteleri ve ürün katalogları, görünürlüğü ciddi oranda arttırmaktadır.

Sürdürülebilirlik Vurgusu:

Fransız pazarında tüketicilerin çevre bilinci yüksek olduğundan, ekolojik üretim, geri dönüşüm, karbon ayak izi gibi konular tanıtım materyallerine mutlaka entegre edilmelidir. REP (Çevresel Ürün Beyanı) ve benzeri belgelerin sunulması pazarlama gücünü arttırmaktadır.

4.17 Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

Fransa'da doğal taş sektöründe tüketici ve alıcı tercihleri, hem estetik hem de çevresel hassasiyetler doğrultusunda hızla değişmektedir. Son yıllarda doğal taş kullanımında yalnızca dayanıklılık ve fiyat değil; tasarım trendlerine uyum, sürdürülebilirlik, yerel üretim ve doğal dokuların korunması gibi faktörler de belirleyici hale gelmiştir. Bu eğilimler, özellikle mimarlık, iç dekorasyon ve kamusal alan projelerinde etkili bir biçimde görülmektedir.

Estetik ve Mimari Eğilimler:

Mat yüzeyli ve doğal dokulu taşlar son yıllarda daha fazla talep görmektedir. Cilalı taşlar yerine doğallığı koruyan yüzeyler tercih edilmektedir. Gri, bej, antrasit ve açık tonlarda nötr renkler, modern tasarımlarla uyumlu olduğu için öne çıkmaktadır. Büyük ebatlı taş levhalar, özellikle iç mekân duvar kaplamaları ve zeminlerde tercih edilmektedir.

Çevresel ve Sürdürülebilir Üretime İlgisi:

Fransız alıcılar artık ürünün karbon ayak izi, yerel ya da düşük-emisyonlu taşımacılık gibi unsurlarına dikkat etmektedir. Bu nedenle tedarik zincirinde çevreci çözümler sunan firmalar avantajlı konuma gelmektedir. Geri dönüşüm imkânı, uzun ömürlü kullanım ve düşük bakım gereksinimi gibi

özellikler, tüketici seçimlerinde belirleyici faktörler haline gelmiştir. REP (Environmental Product Declaration) gibi belgeler, büyük projelerde tercih sebebidir.

Fonksiyonel Beklentiler:

Taşın yalnızca estetik değil, kaymazlık, su geçirmezlik, ısı dayanımı gibi performans özellikleri de önemlidir. Özellikle dış mekânlarda kullanılan ürünlerde, donma-çözülme dayanımı Fransa'nın farklı iklim bölgeleri açısından kritik öneme sahiptir.

Tedarik ve Servis Beklentileri:

Fransız müşteriler kesintisiz tedarik, stok garantisi ve esnek üretim programı isteyen bir profile sahiptir. Ürünle birlikte teknik dokümantasyon, sertifikalar, uygulama önerileri ve gerekirse yerinde danışmanlık hizmeti sunulması beklenmektedir.

Yerel ve Avrupa Kökenli Taşlara İlgili:

Önceki bölümlerde de bahsedildiği üzere Fransa'nın doğal taş ithalatında en önemli tedarikçiler Avrupa ve Akdeniz bölgesi ülkeleridir. Türkiye, İtalya, Portekiz gibi taş zenginliği olan ülkeler, özgün desen ve doku avantajlarıyla öne çıkmaktadır. Özellikle traverten ve beyaz mermer gibi türlerde Türkiye yüksek rekabet avantajına sahiptir.

4.18 Sektörde Vergiler

Fransa'ya doğal taş ihracatında uygulanacak vergi ve mali yükümlülükler, hem Avrupa Birliği Gümrük Mevzuatı hem de Fransa'nın ulusal vergi düzenlemeleri çerçevesinde belirlenmektedir. Türkiye, Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği içinde olduğu için birçok doğal taş ürünü için gümrük vergisinden muaftır, ancak ürünün GTİP koduna göre bazı vergi ve harçlar yine de söz konusu olabilmektedir.

Gümrük Vergisi

Türkiye ile AB arasındaki Gümrük Birliği Anlaşması (1996) sayesinde, sanayi ürünleri kapsamında değerlendirilen işlenmiş doğal taş ürünleri (örneğin kesilmiş, cilalanmış mermer veya granit) için gümrük vergisi uygulanmamaktadır. Ancak işlenmemiş veya az işlenmiş (ham blok) taş ürünleri, tarife dışı engel ya da sınırlamalara tabi olabileceğinden GTİP bazında kontrol edilmelidir. Menşe ispat belgesi (A.TR Dolaşım Belgesi) gümrük vergisi muafiyetin uygulanması için zorunludur. Bir ticari işlem gerçekleştirmeden önce AB'nin veri tabanından GTİP bazlı sorgulama yapılması tavsiye edilmektedir. Sorgulama yapılabilecek veri tabanının linki aşağıda sunulmaktadır:

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

Katma Değer Vergisi (TVA - Taxe sur la Valeur Ajoutée)

Katma Değer Vergisi veya KDV, müşterilerden tükettikleri mallar veya kullandıkları hizmetler üzerinden doğrudan tahsil edilen genel bir tüketim vergisidir. Fransa'da standart KDV oranı %20'dir. Doğal taş ürünleri de dâhil olmak üzere çoğu mal ve hizmet için bu oran geçerlidir.

- Standart Oran: %20
- Ara Oran: %10

- İndirimli Oran: %5,5
- Özel Oran: %2,1

KDV konusunda detaylı bilgiye şu adres üzerinden ulaşılması mümkündür: <https://www.economie.gouv.fr/particuliers/tva-taux-quotidien#>

KDV, ürün gümrükten çekilirken alıcı (ithalatçı firma) tarafından ödenmektedir. İthalatçı firma KDV'yi daha sonra mahsup edebilmektedir, bu nedenle doğrudan ihracatçıya bir yük oluşturmamaktadır.

Anti-Damping ve İlave Gümrük Vergileri

2025 yılı itibariyle Türkiye menşeli doğal taş ürünlerine yönelik Fransa tarafından herhangi bir anti-damping vergisi veya ilave gümrük vergisi bulunmamaktadır.

Çevre ve Atık Harçları (Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu - REP)

Doğal taş ürünleri doğrudan REP sistemine tabi olmasa da, bazı ambalaj veya sunum biçimleri nedeniyle ithalatçılara çevresel katkı payı yansıtılabilmektedir.

Doğal taş ürünlerinin Türkiye'den Fransa'ya ihracatında 2025 yılı itibariyle mevcut vergi ve ek yükümlülüklerle ilişkin özet tablo aşağıda sunulmaktadır.

Vergi Türü	Türkiye'den İthalatta Durum
Gümrük Vergisi	% 0 (A.TR ile serbest dolaşım).
Katma Değer Vergisi	%20 (İthalatçı ödemektedir).
Anti-Damping Vergisi	Yok.
İlave Gümrük Vergisi	Yok.
Çevresel Yükümlülükler	Doğrudan yok, dolaylı olarak karşılaşılabılır.

4.19 Varsa Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller

Fransa doğal taş sektörüyle ilgili yapılan incelemelerde, mevcut veriler doğrultusunda tarife dışı engellerin varlığına dair bir bulguya rastlanmamıştır. Bununla birlikte, uluslararası ticaretin dinamik yapısı nedeniyle tarife dışı engellerin ortaya çıkma olasılığı göz önünde bulundurulmalıdır. Bu engeller, genellikle gümrük tarifeleri dışında kotalar, anti-damping vergileri, teknik standartlar, sağlık ve güvenlik düzenlemeleri gibi unsurları içermektedir. AB üyesi olan Fransa'da, AB'nin ortak ticaret politikaları doğrultusunda ürün güvenliği, çevre koruma ve teknik standartlar gibi düzenlemeler uygulanmaktadır.

Bu çerçevede, ihracatçılarımızın ticaret akışını etkileyebilecek olası tarife dışı engelleri yakından takip etmesi, hedef pazarın teknik ve yasal gerekliliklerini dikkatlice incelemesi önemlidir. Ticaret Bakanlığı'na veya Ticaret Müşavirliklerine/Ataşeliklerine yapılacak bildirimler, tarife dışı engellerin ortadan kaldırılmasına yönelik resmi girişimlerin başlatılabilmesi açısından kritik öneme sahiptir.

5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

Fransa'nın doğal taş sektörü, son yıllarda hem estetik hem sürdürülebilirlik yönünden gelişen bir talep yapısı göstermekte ve bu durum Türkiye gibi güçlü doğal taş üreticileri için çeşitli fırsatlar sunmaktadır.

İlk olarak Türkiye ile AB arasında yürürlükte olan Gümrük Birliği Anlaşması, işlenmiş doğal taş ürünlerinin Fransa'ya gümrüksüz girişine imkân tanımaktadır. Bu durum, Türkiye'ye büyük bir rekabet avantajı sağlamaktadır. A.TR belgesi ile birlikte ticaret daha hızlı, daha düşük maliyetli ve daha az bürokrasiyle yapılabilmektedir.

Diğer taraftan, Fransa'da yenileme projeleri, çevre düzenlemeleri ve altyapı yatırımları doğal taş talebini artırmaktadır. Özellikle belediyeler ve kamu kurumları, dayanıklı ve doğal yapı malzemelerine yönelmektedir. Ayrıca iç mimari ve dekorasyon alanlarında doğal taş kullanımı artmakta, bu da yüksek katma değerli ürünlere talep doğurmaktadır.

Türkiye, mermer, traverten, oniks ve bazalt gibi zengin ürün çeşitliliği ile Fransa'nın estetik ve teknik taleplerine geniş bir çözüm yelpazesi sunmaktadır. Özellikle beyaz ve bej tonlarındaki mermerler, antik görünümlü travertenler ve doğal dokulu cilasız ürünler, Fransız tasarımcılar ve uygulayıcılar arasında oldukça popülerdir. Avrupa'ya yakınlık, güçlü lojistik altyapı (kara, deniz ve Ro-Ro hatları), hızlı teslimat avantajı ve uluslararası proje deneyimi gibi avantajlar da Türkiye'yi Fransa pazarında stratejik tedarikçi ülkelerden biri konumuna getirmektedir.

Pandemi sonrası ivme kazanan e-ticaret ve dijital showroom sistemleri, özellikle küçük partili özel ürünlerin Fransa'ya satışında yeni olanaklar yaratmaktadır. B2B platformlar ve doğrudan mimari ofislerle temas kurma olanakları Türk firmaları için erişimi kolaylaştırmaktadır. Fransa'daki ithalatçılar ve son kullanıcılar artık çevresel etkiyi azaltan, REP belgesi bulunan, düşük emisyonlu taşımacılıkla ulaşan ürünleri tercih etmektedir. Türkiye, bu alanda teknolojik üretim altyapısını güçlendirerek çevreci taş üretimi konusunda Avrupa pazarlarında güçlü bir imaj inşa edebilme potansiyeline sahiptir.

6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler

Fransa doğal taş sektörü, Türk ihracatçıları açısından çeşitli avantajlar sunduğu gibi, dikkatle yönetilmesi gereken ciddi tehditler de barındırmaktadır. Bu tehditler hem sektörel gelişmelerden hem de küresel ekonomik ve politik ortamlardan kaynaklanmaktadır.

İlk olarak Türkiye, Fransa pazarında İtalya, Portekiz, Hindistan, Çin ve İspanya gibi köklü rakiplerle rekabet etmektedir. Bu ülkeler, Fransa ile uzun yıllardır kurulu ticari ilişkiler, ortaklıklar ve kültürel yakınlıklar sayesinde daha güçlü bir pazar penetrasyonu sağlamış durumdadır. Özellikle İtalyan taşları lüks segmentte daha fazla tercih edilmektedir. Ayrıca Fransa'nın mermer ithalatında miktar ve değer olarak Türkiye birinci sırada yer alsa da İtalya Fransa'ya ihracatını Türkiye'nin bu pozisyonunu tehdit edecek bir hızda arttırmaktadır.

Ayrıca Fransa'da son 3 yıldır inşaat ve gayrimenkul sektörü yavaşlama göstermektedir. Özellikle kredilerin azalması ve finansmana erişimin zorlaşması yeni projelerin hayata geçirilmesini zorlaştırmaktadır. Küresel enflasyon, faiz artışları, döviz dalgalanmaları ve enerji fiyatlarındaki

yükseliş, hem üretim maliyetlerini hem de Fransa'daki tüketici talebini olumsuz etkilemeye devam etmektedir. Bu durum doğal taş sektörünü de doğrudan etkilemektedir.

AB'nin Yeşil Mutabakat hedefleri kapsamında, Fransa ithalatçılarından ürünlerin karbon ayak izi, enerji tüketimi ve geri dönüştürülebilirliği hakkında çeşitli belgeler talep etmektedir. Türkiye'de bu alanda belgelendirme ve sertifikasyon sistemlerinin yeterince yaygın olmaması, bazı projelere katılımı zorlaştırabilmektedir. Bu durumun, uzun vadede pazara erişimi kısıtlayabileceği değerlendirilmektedir.

Fransa ile kara taşımacılığı avantajlı olsa da, genel olarak artan navlun ücretleri, liman gecikmeleri ve Ro-Ro hatlarındaki sınırlamalar teslim sürelerini uzatabilmektedir. Özellikle Fransız limanlarındaki grev ve iş bırakmalar uzun gecikmelere ve tedarikte aksaklıklara sebep olabilmektedir.

Son olarak Türk taşlarının kalitesi yüksek olmasına rağmen Fransa'daki son kullanıcı ve mimarların büyük kısmı Türkiye menşeli taşları yeterince tanımaması pazarda firmalarımızın karşılaştığı önemli sorunlardan biridir. İtalyan ve İspanyol üreticilerin tasarım odaklı tanıtım faaliyetleri, Türk ihracatçılarının görünürlüğünü gölgeleyebilmektedir.

7. Doğal Taş Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

Doğal taş sektöründe Fransa'ya yönelik ihracatın artırılması için Türk firmalarının hem pazarlama hem de operasyonel stratejilerde daha bütüncül ve hedef odaklı bir yaklaşım benimsemesi büyük önem taşımaktadır. Fransız mimarlar ve tüketiciler, sade ve doğal dokulu taşlara yönelmektedir. Ham yüzeyli, açık renkli, çevreci ve minimal tasarımlara uygun taş koleksiyonları geliştirilmesi faydalı olacaktır. Özellikle bahçe düzenlemeleri, cephe kaplamaları ve iç dekorasyona uygun ürünler önceliklendirilmelidir.

Fransa'da kamu ihaleleri ve özel projelerde çevresel performans belgeleri giderek daha çok talep edilmektedir. Firmalarımızın, üretim süreçlerini bu yönde güncelleyerek karbon ayak izi düşük ürünleri belgeleriyle birlikte sunmaları pazarda avantaj sağlayacaktır.

Firmalarımızın ayrıca dijital pazarlamaya önem vermesi gerekmektedir. Web sitelerinin Fransızca versiyonları hazırlanmalı, ürün katalogları ve teknik dökümanlar yerel dilde sunulmalıdır. Fransa'da sürekli ihracat yapmayı hedefleyen firmalar için bir temsilci, depo veya distribütör ile çalışma modeli, müşteri sadakati ve hızlı hizmet açısından avantaj sağlamaktadır. Uluslararası fuarlara katılım, ürün tanıtımı için büyük fırsatlar sunmaktadır. Ayrıca Fransız mimari ofisleri ve taş uygulayıcıları ile kurulan birebir ilişkilerin, numune gönderimlerinin ve ziyaretlerin artırılması fayda sağlayacaktır.

8. Genel Değerlendirme

Fransa, Avrupa'nın önemli doğal taş tüketicilerinden biri olup, inşaat, kentsel dönüşüm, dekorasyon ve tarihi restorasyon alanlarında bu ürünleri yoğun olarak kullanmaktadır. Özellikle mermer, granit, kireçtaşı ve kayagan taşı gibi taşlara olan talep süreklilik göstermektedir. 2024 yılı verilerine göre Fransa, doğal taş ithalatında toplamda 274 milyon €'luk bir hacim gerçekleştirmiştir. En fazla ithalat yapılan ülke Türkiye olup, 81 milyon €'luk ithalat değeri ile toplam ithalatın %29,73'ünü Fransa Türkiye'den karşılamaktadır. Türkiye'yi sırasıyla İtalya, Hindistan, Çin, Portekiz ve İspanya gibi ülkeler takip etmektedir.

Türkiye bu pazarda açık ara lider konumdadır; özellikle işlenmiş mermer ve traverten ürünlerinde çok yüksek pazar payına sahiptir. Ancak yıllar içerisinde İtalyan mermerinin Fransa pazarında daha fazla yer edindiği gözlemlenmektedir. GTİP bazında incelendiğinde, Fransa'nın en çok ithal ettiği ürünler arasında "680291 – İşlenmiş diğer mermer, traverten ve su mermeri" ve "680293 – İşlenmiş granit" öne çıkmaktadır. Türkiye, 680291 kodlu üründe %62'lik payla pazarın ana tedarikçisi konumundadır. Bölgesel olarak Île-de-France, Auvergne-Rhône-Alpes, Provence-Alpes-Côte d'Azur ve Occitanie gibi bölgeler, yapılaşmanın yoğunluğu ve lüks konut projeleri nedeniyle hedef pazar olarak görülmektedir.

Fransa doğal taş sektörü, küçük ve orta ölçekli ithalatçı firmaların hâkimiyetinde olup, butik ve proje bazlı talepler ön plandadır. Tüketici tercihlerinde doğallık, sadelik, sürdürülebilirlik ve yerel uyum gibi kriterler öne çıkmaktadır. Taşların karbon ayak izi, üretim yöntemleri ve çevresel etkileri son kullanıcılar ve kamu kurumları tarafından dikkate alınmaktadır. Doğal taş ürünlerinin Fransa pazarında satılabilmesi için AB mevzuatına uygun olarak CE belgesi, uygunluk beyanı, ürün etiketlemesi ve menşe bilgisi gibi belgeler gerekmektedir. Özellikle kamu alımlarında çevresel etki belgeleri ve ürünün geri dönüştürülebilirliğine dair bilgiler talep edilebilmektedir.

Fransa pazarında Türk ihracatçıları açısından fırsatlar arasında artan doğal taş talebi, Türk taşlarının bilinen kalitesi, lojistik avantajlar ve AB ile olan Gümrük Birliği sayılabilir. Ayrıca dijital platformların yaygınlaşması ve Fransız kullanıcıların sürdürülebilir taşlara yönelmesi de Türk ürünleri için fırsat yaratmaktadır. Buna karşılık, İtalya ve İspanya gibi köklü rakiplerin varlığı, çevreci üretim baskıları, tüketici alışkanlıklarının değişmesi, yüksek lojistik maliyetler ve artan regülasyonlar tehdit unsurları arasında yer almaktadır.

Tüm bu hususlar çerçevesinde Fransa pazarında Türk doğal taşının daha fazla yer alabilmesi için Fransızca dijital içeriklerle tanıtım yapılmasında, CE ve çevreci üretim belgeleri temin edilmesinde, Fransız bölgelerine özgü mimari trendlere uygun ürünler sunulmasında, mimarlar ve ithalatçılarla doğrudan temas kurulmasında, hızlı teslimat için stoklu satış modeli tercih edilmesinde, yerel distribütörlerle ortaklık kurulmasında, depo veya temsilcilik açılmasında ve tüm bu yollarla pazarın derinliklerine ulaşılmasında fayda görülmektedir.

9. Yararlı Adresler

Resmi Gazete

Journal officiel de l'Union européenne

<https://eur-lex.europa.eu/oj/direct-access.html?locale=fr>

Journal officiel de la République française (JORF)

<https://www.legifrance.gouv.fr/>

Müşavirlik Raporları:

<https://ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/avrupa/fransa/raporlar/musavirlik-raporlari>

Firma Bilgilerinin Sorgulanabileceği Siteler

<https://annuaire-entreprises.data.gouv.fr/>

<https://www.infogreffe.fr/>

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

<https://www.pappers.fr/>

<https://entreprises.lefigaro.fr/>

10. Kaynakça

1. AB Yapı Malzemeleri Tüzüğü
2. Avrupa Birliği Resmi Gazetesi - <https://eur-lex.europa.eu/homepage.html?lang=fr>
3. Avrupa Komisyonu İnternet Sitesi - https://commission.europa.eu/index_en
4. Avrupa Komisyonu Ticaret Politikaları İnternet Sitesi (Trade and Economic Security) - https://policy.trade.ec.europa.eu/eu-trade-relationships-country-and-region/countries-and-regions_en
5. Avrupa Komisyonu Vergilendirme ve Gümrük Birliği İnternet Sitesi (Taxation and Customs Union) - https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en
6. BDM İnternet Sitesi - <https://www.blogdumoderateur.com/classement-reseaux-sociaux-france-2024/>
7. Fransa Ekonomi ve Finans Bakanlığı İnternet Sitesi - <https://www.entreprises.gouv.fr/>
8. Fransa Gümrük İdaresi İnternet Sitesi - <https://www.douane.gouv.fr/>
9. Fransa Medeni Kanunu - https://www.legifrance.gouv.fr/codes/texte_lc/LEGITEXT000006070721/2025-03-25/
10. Fransa Resmi Gazetesi - <https://www.legifrance.gouv.fr/>
11. Fransa Tüketici Kanunu - https://www.legifrance.gouv.fr/codes/texte_lc/LEGITEXT000006069565/
12. Fransa Ulusal Süs ve Yapı Taşları Sanayi Birliği – SNROC (Syndicat National des Industries de Roches Ornamentales et de Construction) - <https://www.snroc.fr/fr/>
13. Fransa Ulusal Taşocakları ve İnşaat Malzemeleri Sanayi Birliği - UNICEM (Union Nationale des Industries de Carrières et Matériaux de Construction) - <https://www.unicem.fr/>
14. Kompass Veri Tabanı - <https://fr.kompass.com/>
15. Le Kiosque Veri Tabanı - <https://lekiosque.finances.gouv.fr/Default.asp>
16. SEO İnternet Sitesi - <https://www.seo-news.fr/reseaux-sociaux-en-france-en-2024-les-chiffres-a-connaître/>
17. Statista Veri Tabanı - <https://fr.statista.com/>
18. Trademap Veri Tabanı - <https://www.trademap.org/>