



HIRVATİSTAN



ŞEKER VE ÇİKOLATA MAMULLERİ SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih : Kasım 2025

Raporu Hazırlayan: Zagreb Ticaret Müşavirliği

İçindekiler

1. Ülke Pazarında Şeker ve Çikolata Mamulleri Sektörü.....	1
1.1. İlgili Sektörde Üretim.....	1
1.2. Ortalama Üretici Fiyatları	1
1.3. İlgili Sektörde Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler.....	1
1.4. Şeker ve Çikolata Mamulleri Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi	2
2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti.....	2
2.1. Şeker ve Çikolata Mamulleri Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke2	
2.2 Şeker ve Çikolata Mamulleri Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke3	
2.3. Şeker ve Çikolata Mamulleri Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (10 ürün).....	3
2.4. Şeker ve Çikolata Mamulleri Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (10 ürün).....	4
3. Sektörde Ülkemizden İhracat (Değer ve Miktar)	5
3.1. Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (1.000 \$)	5
3.2. Sektörde Ülkemizin Ülkeden İthalatı (Miktar ton/kg/litre ...)*	6
4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş	6
4.1. Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler	6
4.2. Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı	7
4.2.1. İlgili Oda/Birlik/Dernek/STKlar ve İletişim Bilgileri	8
4.2.2. Varsa İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar	8
4.3. Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler	8
4.4. Sektörde sevk öncesi inceleme zorunluluğu var mıdır? Varsa yetkilendirilmiş gözetim şirketleri hangileridir?.....	9
4.5. Sektördeki Önemli Fuarlar (milli katılım olup olmadığı) ve Tarihleri.....	9
4.6. Varsa Sektörde İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler	9
4.7. Ülkenin, Ülkemiz ve Diğer Ülkelerle STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları Hakkında Bilgi	9
4.8. Sektörde Standartlar.....	9
4.9. Sektörde Etiketleme	10
4.10. Sektörde Ambalajlama	10
4.11. Lojistik (nakliye süresi, en fazla tercih edilen taşıma modları, güzergahlar v.b.)	11
4.12. Dağıtım Kanalları,	11
4.13. E-Ticaret (Sınır Ötesi E-Ticaret/E-İhracat)	14
4.13.1. Ülkedeki Pazaryerleri	14

4.13.2.	Özel Günler, Bayramlar v.b.....	14
4.13.3.	En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları	15
4.13.4.	E-Ticarettteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri.....	15
4.13.5.	E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler.....	15
4.13.6.	E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri (Hızlı kargo ve sipariş karşılama hizmetleri (fulfillment) sunan firmalar v.b.).....	15
4.14.	Tanıtım ve Pazarlama	16
4.15.	Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler.....	16
4.16.	Sektörde Vergiler (gümrük vergisi, katma değer vergisi, özel tüketim vergisi, ilave gümrük vergisi, anti damping vergisi v.b.).....	16
4.17.	Varsa Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller	17
5.	Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar (Örnek: artan talep, e-ticaretin yaygınlaşması, ülkemizle yapılan Serbest Ticaret Anlaşması v.b.)	17
6.	Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler (Örnek: yoğun rekabet ortamı, korumacı politikalar, tüketici tercihlerinde farklılıklar, ekonomik dalgalanmalar, siyasi istikrarsızlık v.b.)	18
7.	Şeker ve Çikolata Mamulleri Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler	18
8.	Belirtilmesinde Fayda Görülen Diğer Hususlar	19
9.	Genel Değerlendirme.....	20
10.	Kaynakça.....	21

HIRVATİSTAN ŞEKER VE ÇİKOLATA MAMULLERİ SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

1. Ülke Pazarında Şeker ve Çikolata Mamulleri Sektörü

1.1.İlgili Sektörde Üretim

Hırvatistan'daki sanayi sektörleri içerisinde imalat sanayinin diğer dallarıyla karşılaştırıldığında, gıda ürünleri ve içecek imalatı hâlâ Hırvatistan'ın gayri safi yurt içi hasılasında (GSYİH) ve toplam istihdamda en büyük paya sahiptir. Gıda ürünleri üretimi 2025 yılı Ocak- Eylül döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre %2.4 oranında artış göstermiştir. Gıda üretimi içerisinde yiyecek üretiminin payının %2 civarında olduğu içecek üretiminin payının ise %0,5 civarında olduğu açıklanmıştır.

2024 yılında gıda ve içecek sektörünün toplam istihdam içindeki payı yüzde 3,3 (bunun yüzde 2,9'u gıda ürünleri imalatının, yüzde 0,4'ü ise içecek imalatının payı oldu) olarak gerçekleşmiştir.

Gıda endüstrisinin son on beş yıllık üretimine bakıldığında faaliyetlerde bir artış olduğu görülmektedir. Örneğin, 2024 yılında gıda sektörü üretimi 2011 yılına göre yüzde 15,9 artış göstermiştir. Üretimdeki artış sektörün istihdam eğilimlerini, ücretlerini ve likiditesini olumlu etkilemiş ve Aralık 2024'te bu sektörde istihdam edilen kişi sayısı 43.407 olmuştur. Bu istihdam Ocak 2008'e göre yüzde 15,4 artışı göstermektedir. İstihdamdaki artışın sonucunda, bu sanayi sektörünün imalat sanayinin toplam istihdamı içindeki payı artmaya devam etmektedir.

1.2.Ortalama Üretici Fiyatları

Hırvatistan'da üretici fiyat endeksi 2025 yılı Eylül itibariyle 122 puan seviyesindedir. Şeker pancarı gibi tarımsal girdi seviyesi için fiyat ton başına ortalama 30 avro seviyesindedir. Kakao fiyatları ise son yıllarda oldukça dalgalanmalar geçirmiş ve 2025 yılı için ortalama 7-8 avro civarında kg fiyatı bulunmaktadır.

İşlenmiş şeker ve çikolata üreticisi düzeyinde ortalama üretici fiyatı için net bir fiyat bulunmama ile birlikte üretici çıkış fiyatının kilogram başına 5 ile 9 avro referans arasında olduğunu göstermektedir.

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

Hırvatistan Ekonomi Odası (HGK)

Hırvatistan Ekonomi Odası bünyesinde faaliyet gösteren Gıda İşleme Sanayicileri Derneği (Udruženje prehrambeno-prerađivačke industrije), tarım ve gıda sanayi sektörlerinde faaliyet gösteren firmaları temsil etmektedir. Dernek, gıda üretim zincirinin tüm aşamalarında koordinasyonu sağlamakta, sektörel istatistikler toplamakta, piyasa araştırmaları yapmakta ve AB gıda mevzuatına uyum ile üretim standartlarının iyileştirilmesine yönelik çalışmalar yürütmektedir.

Hırvatistan İşverenler Birliği (HUP) – Gıda Sanayii ve Tarım Birliği (Udruga prehrambene industrije i poljoprivrede)

HUP, Hırvatistan'daki tüm işverenleri temsil eden üst örgüt olup, çatısı altında Gıda Sanayi ve Tarım Birliği (Udruga prehrambene industrije i poljoprivrede) gibi sektörel birlikler yer almaktadır. Bu alt birlik, gıda sanayi ve tarım sektörlerinde faaliyet gösteren üretici ve işverenleri temsil etmektedir. Birlik, sektörün rekabet gücünü artırmak, sürdürülebilir üretim uygulamalarını yaygınlaştırmak ve devlet kurumlarıyla politika düzeyinde iş birliği sağlamak amacıyla çalışmalar yürütmektedir. Ayrıca AB standartlarına uyum, gıda güvenliği, ithalat-ihracat düzenlemeleri ve piyasa gözetimi konularında üyelerine rehberlik sağlamaktadır.

Hırvatistan şeker ve çikolata mamulleri sektöründe güçlü yerel üreticiler faaliyet göstermektedir. Sektörün önde gelen firmaları KRAŠ d.d., KANDIT d.o.o., ZVEČEVO d.d., KOESTLIN d.d., Podravka d.d. ve Torterie Macaron d.o.o. Atlantic Groupa olarak öne çıkmaktadır.

1.4. Şeker ve Çikolata Mamulleri Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

2024 yılında, Hırvatistan Cumhuriyeti'nde sanayi ürünleri üretimi yapan işletmeler tarafından satılan sanayi ürünlerinin toplam değeri 26.2 milyon avroya ulaşmıştır. Bir önceki yıla kıyasla, satılan sanayi ürünlerinin değeri 1 milyon 680 bin avro yani %6 düşüş göstermiştir. Dış pazarlara yapılan satışın değeri 11.031 milyon avro olarak gerçekleşmiş ve bu satış, satılan sanayi ürünlerinin toplam değerinin %42.2'sine denk gelmektedir. Aynı yıl içerisinde Hırvatistan'da üretilen gıda sektörü ürünlerinin toplam satış değeri 4 milyon 201 bin 375 avro iken bunun 1 milyon 79 bin 31 avrosu yurtdışına satılmıştır.

2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti

2.1. Şeker ve Çikolata Mamulleri Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

	Ülke Adı	İthalat Değeri (Bin \$)	Oran (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1	Almanya	197.788	23,50
2	Avusturya	90.354	10,74
3	İtalya	83.279	9,90
4	Polonya	82.313	9,78
5	Sırbistan	66.731	7,93
6	Slovenya	64.620	7,68
7	Belçika	51.291	6,09
8	Çekya	37.191	4,42
9	Macaristan	32.585	3,87
10	Bosna Hersek	26.482	3,15
30	Türkiye	4.777	0,57
	Toplam	841.527	

Kaynak: Trademap

2.2 Şeker ve Çikolata Mamulleri Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

	Ülke Adı	İhracat Değeri (Bin \$)	Oran (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat)
1	Almanya	124.026	19,2
2	Slovenya	98.886	15,3
3	Bosna Hersek	81.350	12,6
4	Sırbistan	78.421	12,1
5	Hollanda	51.441	8,0
6	Kazakistan	19.471	3,0
7	Karadağ	17.420	2,7
8	Kuzey Makedonya	17.021	2,6
9	ABD	16.800	2,6
10	Birleşik Krallık	14.023	2,2
	Toplam	646.695	

Kaynak. Trademap

2.3. Şeker ve Çikolata Mamulleri Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (10 ürün)

Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İthalat Değeri (\$)	Türkiye'den İthalatı (\$)	Türkiye'den İthalatının Payı (%)
'190590	Ekmek, pasta, kek, bisküvi ve diğer fırıncılık ürünleri (kakao içersin içermesin);	229.130	620	27,05
'180690	Çikolata ve kakao içeren diğer müstahzarlar, <= ... ağırlığındaki kaplarda veya ambalajlarda	103.543	264	0.25
'180632	Çikolata ve kakao içeren diğer müstahzarlar, bloklar, dilimler veya barlar halinde (<= 2 kg)	101.658	-	-
'190531	Tatlı bisküviler	83.473	824	0,98
180631	Çikolata ve kakao içeren diğer müstahzarlar (blok, dilim veya çubuk halinde <= 2 kg), doldurulmuş	73.735	-	-
180620	Çikolata ve kakao içeren diğer gıda müstahzarları, >	68.741	4	0.005

	ağırlığındaki blok, dilim veya çubuklar halinde			
'170490	Kakao içermeyen şekerli şekerlemeler, beyaz çikolata dahil (sakız hariç)	59.280	1.723	2.90
'190532	Waffle ve gofretler	42.629	41	0.096
'210500	Kakao içersin veya içermesin dondurma ve diğer yenilebilir buzlar	37.766	-	-
'190540	Peksimet, kızarmış ekmek ve benzeri kızarmış ürünler	14.450	-	-

Kaynak: Trademap

2.4. Şeker ve Çikolata Mamulleri Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (10 ürün)

Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İhracat Değeri (\$)	Türkiye'ye İhracatı (\$)	Türkiye'ye İhracatının Payı (%)
'180631	Çikolata ve kakao içeren diğer müstahzarlar, <= 2 kg'lık blok, dilim veya barlar halinde, dolgulu	189.441	-	
'190590	Ekmek, pasta, kek, bisküvi ve diğer fırıncılık ürünleri (kakao içersin içermesin);	126.967	-	
'180632	Çikolata ve kakao içeren diğer müstahzarlar, bloklar, dilimler veya barlar halinde (<= 2 kg)	97.220	-	
190531	Tatlı bisküviler	55.389	-	
'180690	Çikolata ve kakao içeren diğer müstahzarlar, <= ... ağırlığındaki kaplarda veya ambalajlarda	52.279	-	
190532	Waffle ve gofretler	42.936	-	
210500	Kakao içersin veya içermesin dondurma ve diğer yenilebilir buzlar	30.860	-	
200799	Meyvelerin pişirilmesiyle elde edilen reçeller, jöleler, marmelatlar, püreler veya ezmeler (içeren veya içermeyen)	24.661	-	
170490	Kakao içermeyen şekerlemeler, dahil. beyaz çikolata (sakız hariç)	17.144	-	
180620	Ağırlığı > ... olan blok, dilim veya çubuk halindeki çikolata ve kakao içeren diğer gıda müstahzarları	6.919	-	

Kaynak: Trademap

3. Sektörde Ülkemizden İhracat (Değer ve Miktar)

3.1. Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (1.000 \$)

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024
1	'200799	Meyvelerin pişirilmesiyle elde edilen reçeller, jöleler, marmelatlar, püreler veya ezmeler	3.766	5.135	4.358	3.583	5.763
2	'170490	Kakao içermeyen şekerlemeler, dahil. beyaz çikolata (sakız hariç)	695	1.164	1.431	1.892	1.689
3	'190531	Tatlı bisküviler	455	483	613	581	641
4	'190590	Kakao içersin içermesin ekmek, hamur işleri, kekler, bisküviler ve diğer fırıncılık ürünleri; cemaat...	563	576	547	589	599
5	'180690	<= ... kaplarda veya hazır ambalajlarda bulunan çikolata ve kakao içeren diğer müstahzarlar	117	181	390	459	480
6	'170410	Sakız (şekerle kaplanmış olsun olmasın)	100	108	98	129	82
7	'190532	Waffle ve gofretler	70	32	47	47	39
8	'180632	Çikolata ve kakao içeren diğer müstahzarlar (blok, dilim veya çubuk halinde <= 2 kg) (...)	3	5	3	2	10
9	'210500	Dondurma ve diğer yenilebilir buzlar (kakao içersin içermesin)	1	2	1	2	3
10	'180631	Çikolata ve kakao içeren diğer müstahzarlar (blok, dilim veya çubuk halinde <= 2 kg), doldurulmuş	9	4	8	11	2
	TOPLAM		5.779	7.690	7.497	7.299	9.309

Kaynak: Trademap

3.2. Sektörde Ülkemizin Ülkeden İthalatı (Miktar ton/kg/litre ...)*

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024
1	'200799	Meyvelerin pişirilmesiyle elde edilen reçeller, jöleler, marmelatlar, püreler veya ezmeler		28	14	7	57
2	'180631	Çikolata ve kakao içeren diğer müstahzarlar (blok, dilim veya çubuk halinde <= 2 kg), doldurulmuş		21	0	0	40
3	'180690	Çikolata ve kakao içeren diğer müstahzarlar, <= ... ağırlığındaki kaplarda veya ambalajlarda		3	9	7	13
4	'170490	Kakao içermeyen şekerlemeler, dahil. beyaz çikolata (sakız hariç)		4		0	4
5	'190532	wafflelar ve gofretler				0	0
	TOPLAM						

Kaynak: Trademap

4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

4.1. Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Sektörde kümeleşme tarzı üretimin yoğun olarak yapıldığı bir bölge olmamasına rağmen başkent Zagreb birçok sektörde olduğu gibi şeker ve çikolata mamulleri sektöründe de ana üs konumundadır.

Sektörde ana üretici olan firmaların Zagreb bölgesinde konumlanmış olması, Zagreb'in lojistik, ulaşım, yerel Pazar erişimi ve idari destek alanında başkent olması sebebiyle avantajlı konumu Zagreb'i sektör için hedef şehir olarak değerlendirilmesine sebep olmaktadır.

4.2. Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

Hırvatistan'da şeker ve çikolata mamulleri sektöründeki ana firmalar pazarın yaklaşık %97'sine hakimdirler. Bu durum sektöre üretici olarak yeni girmek isteyenler için rekabetin oldukça yüksek olduğunu göstermektedirler. Öte yandan yerel tüketici tercihleri de geleneksel olarak değerlendirilebilir. Ancak Hırvatistan'ın son dönemde dışardan çok fazla göç alması tüketici tercihlerini de değiştirmekte ve sektörde bir çok yeni markanın market raflarında yer almasını sağlamaktadır.

Önde Gelen Şirketler

KRAŠ d.d. – 1911 yılında kurulan Kraš, Hırvatistan'ın en büyük ve en tanınmış çikolata ve şekerleme üreticisidir. Bajadera, Dorina ve Ki-Ki gibi markalarıyla Balkanlar genelinde güçlü bir marka bilinirliğine sahiptir. Modern üretim tesisleri, geniş dağıtım ağı ve ihracat kapasitesiyle sektörün lideridir.

KANDIT d.o.o. – Osijek merkezli Kandit, Hırvatistan'ın ikinci büyük üreticisi olup, çikolata, şekerleme ve jelibon ürünleri üretiminde uzmanlaşmıştır. Uzun geçmişi, modernleşmiş tesisleri ve AB ülkelerine ihracat faaliyetleriyle öne çıkar. Firma fiyat-kalite dengesi ve inovatif ürün geliştirme kabiliyetiyle tanınır.

ZVEČEVO d.d. – Požega'da 1921'de kurulan Zvečevo, "Mikado" pirinçli çikolata gibi yenilikçi ürünleriyle bilinir. Geleneksel üretim kültürünü modern teknolojilerle birleştirerek iç pazarda güçlü bir konumda bulunur. Orta ölçekli yapısına rağmen markalı ürün çeşitliliği ve tarihi itibarıyla sektörün önemli oyuncularındandır.

KOESTLIN d.d. – 1905'ten beri faaliyet gösteren Koestlin, Hırvatistan'ın köklü bisküvi ve gofret üreticilerindendir ve çikolata kaplı ürünleriyle tanınır. Geniş üretim kapasitesi ve ihracat ağı ile Balkanlar'da güçlü bir konuma sahiptir.

Podravka d.d. – Hırvatistan'ın önde gelen gıda üreticilerinden biri olan Podravka, temel olarak çorbalar, soslar, hazır yemekler ve dondurulmuş gıda ürünlerinde uzmanlaşmıştır. Bunun yanı sıra çikolata ve şekerleme ürünleri de üretmekte olup, öne çıkan markaları arasında Lino Lada (çikolatalı fındık kreması), Čokolino (çikolatalı kahvaltılık/tatlı karışım) ve Dolcela tatlı ürünleri (puding ve paketli tatlılar) yer almaktadır. Bu ürünler ana faaliyet alanını oluşturmada da, şirketin geniş dağıtım ağı ve güçlü ihracat kanalları sayesinde pazarda ek gelir ve marka görünürlüğü sağlamaktadır.

Torterie Macaron d.o.o. – Küçük ölçekli butik pastane ve tatlı üreticisi; macaronlar ve özel çikolata ürünlerinde uzmanlaşmıştır. Yerel pazar ve butik perakendecilere satış yapar.

Atlantic Groupa- Atlantic Grupa, Zagreb merkezli olarak Hırvatistan'da faaliyet gösteren büyük bir gıda üretim ve dağıtım şirkettir. Şirket, şeker ve çikolata sektöründe hem üretici hem de distribütör olarak önemli bir rol üstlenmektedir. Jimmy Fantastic markası altında Hırvatistan'da yüksek kaliteli ve büyük porsiyonlu çikolatalar üretmektedir Atlantic Grupa ayrıca Ferrero, Nestlé ve Mars markalarının Hırvatistan pazarındaki resmi dağıtımını yürütmektedir.

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

Hırvatistan Ekonomi Odası

Hırvatistan Ekonomi Odası bünyesinde faaliyet gösteren Gıda İşleme Sanayicileri Derneği (Udruženje prehrambeno-prerađivačke industrije), tarım ve gıda sanayi sektörlerinde faaliyet gösteren firmaları temsil etmektedir. Dernek, gıda üretim zincirinin tüm aşamalarında faaliyet gösteren işletmeler arasında koordinasyonu sağlamakta; sektörel istatistiklerin toplanması, piyasa araştırmaları yapılması, AB gıda mevzuatına uyumun desteklenmesi ve üretim standartlarının iyileştirilmesi konularında çalışmalar yürütmektedir.

İletişim Bilgileri:

Ljiljana Šapina (Podravka d.d.) – Başkan

Valentina Šimić – Kıdemli Danışman / Dernek Sekreteri

Tel: +385 1 4561 697

E-posta: vsimic@hgk.hr

Hırvatistan İşverenler Birliği

Hırvatistan İşverenler Birliği (HUP) çatısı altında faaliyet gösteren Gıda Sanayii ve Tarım Birliği (Udruga prehrambene industrije i poljoprivrede), gıda sanayi ve tarım sektörlerinde yer alan üretici ve işverenleri temsil etmektedir. Birlik, sektörün rekabet gücünün artırılması, sürdürülebilir üretim uygulamalarının yaygınlaştırılması ve devlet kurumlarıyla politika düzeyinde iş birliği yapılması amacıyla çalışmalar yürütmektedir. Ayrıca AB standartlarına uyum, gıda güvenliği, ithalat-ihracat düzenlemeleri ve piyasa gözetimi konularında üyelerine rehberlik sağlamaktadır.

İletişim Bilgileri:

Josipa Filaković – Başkan

Adres: Radnička cesta 37a, Zagreb, Hırvatistan

Tel: +385 99 227 0960

E-posta: josipa.filakovic@hup.hr

4.2.2. Varsa İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

İthalatçı firma bilgisi alınacak açık kaynak bulunmamakla birlikte Ticaret Müşavirliklerine Müşavire Danışın platformu üzerinden ulaşılmasının faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

4.3.Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

Hırvatistan pazarına girişte talep edilen belgeler ve ürün güvenliği uygulamalara ilişkin uygulamalara <https://mingor.gov.hr/proizvodi/7628> - (Hırvatça); <https://mingor.gov.hr/products/7629> - (İngilizce) linklerinden ulaşılabilir.

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

Hırvatistan'da şeker ve çikolata mamulleri ithalatında sevk öncesi zorunlu inceleme mevzuat tarafından öngörülmemektedir. Ülke ve sektörlerle ilişkin sevk öncesi inceleme bulunup bulunmadığının T.C. Ticaret Bakanlığı Ticarete Teknik Engeller Bilgi Ve Bildirim Merkezi'nin web sitesinden incelenmesi mümkündür.

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

Şeker ve çikolata sektörü ile ilgili Hırvatistan'da çok gelişmiş bir fuar düzenlenmemekle birlikte Zagreb ve Opatija'da çikolata odaklı festivaller düzenlenmekte ve bu festivallerde B2B ya da B2C faaliyetleri gerçekleştirilmektedir. BU festivallerden Zagreb'de öne çıkan çikolata festivali Çikolata Müzesi'nin de sahibi olan firma tarafından düzenlenmekte yerel üreticiler ile doğrudan temas etmek için uygun bir Pazar olarak değerlendirilmektedir. Opatija'da düzenlenen çikolata festivali ise tüketici kısmı baskın bir festival olarak ön plana çıkmakta olup, sektör bağlantıları kurma noktasında fırsatlar sunmaktadır.

4.6.Varsa Sektörde İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler

Hırvatistan'da kamu tarafından açılan tüm ihaleler Online İhale Portalı EOJN Platformu üzerinden yayınlanmakta, kamu ihalelerine katılmak isteyen firmalar ihale detaylarını bu platform üzerinden incelemekte, sorularını platform üzerinden iletmekte ve yine başvurularını bu platform üzerinden gerçekleştirmektedirler

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

Hırvatistan 1 Temmuz 2013 itibariyle Avrupa Birliği (AB) üyesi olmasıyla beraber Birliğin tek bir gümrük bölgesinin parçası haline gelmiş ve AB'nin gümrük vergilerini ve ortak ticaret politikasını uygulamaya başlamıştır. Ortak ticaret politikası, Avrupa Birliği'nin İşleyişi Hakkında Antlaşma'nın 207. Maddesi ile belirlenmekte olup, Avrupa Birliği'nin münhasır yetkisidir. Özellikle ticaret anlaşmalarından doğan ortak gümrük oranları, fikri mülkiyet haklarının ticari yönleri, doğrudan yabancı yatırım, ticareti serbestleştirme tedbirlerinin uyumlaştırılması, ortak ihracat politikası ve ticaret gibi Avrupa Birliği'nin dünya ile ticari ilişkilerindeki tek tip ilkelere dayanmaktadır. Ortak Ticaret Politikası, Avrupa Birliği'nin üçüncü ülkelerle ikili ticari ilişkilerini ve çok taraflı kuruluşlarla (Dünya Ticaret Örgütü - DTÖ) işbirliği yoluyla Avrupa Birliği'nin çok taraflı ilişkilerini kapsamakta ve belirlemektedir.

AB'nin hâlihazırda yürürlükte olan STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları hakkında bilgiye https://policy.trade.ec.europa.eu/eu-trade-relationships-country-and-region/negotiations-and-agreements_en adresinden ulaşılabilir.

4.8.Sektörde Standartlar

Hırvat standartlarının yalnızca %0,2'si tamamen Hırvat kökenlidir; geri kalanı Avrupa ve / veya uluslararası standartları benimsemiştir. Hırvatistan Standartları Enstitüsünün standartlar kataloğuna aşağıdaki bağlantı adresinden erişim sağlanması mümkün bulunmaktadır: http://31.45.242.218/HZN/Todb.nsf/Web_Prikaz_Rezultata

4.9.Sektörde Etiketleme

Hırvatistan'da şeker ve çikolata mamulleri sektöründe etiketleme kuralları, Avrupa Birliği düzenlemeleri ve ulusal mevzuat çerçevesinde belirlenmiştir. İlaçların pazara sunulabilmesi için belirli etiketleme ve ambalajlama gerekliliklerine uyulması zorunludur.

Ürün adı, İçindekiler Listesi, Alerjenleri Net miktar, Son tüketim tarihi ya da Tavsiye edilen tüketim tarihi, Saklama koşulları, üretici veya ithalatçı bilgisi, menşe ülke ve besin değerleri tablosu etiketlerdeki zorunlu bilgilerdir.

Etiketleme Hırvatça olmalıdır. İngilizce ya da farklı bir dil de yer alabilir ama Hırvatça mutlaka olmalıdır.

Yazılar okunabilir boyutta olmalı, bilgiler paketin görünür kısmında olmalı, etiketin üzerinde görsel varsa görseldeki imge içerikte gerçekten bulunmalıdır.

Hırvatistan'daki ithalatçı etiketi AB mevzuatına göre kontrol ettirir.

AB içerisinde pazarlanan ambalajlar, çevrenin korunmasına yönelik konulan genel kuralların yanı sıra tüketici sağlığı için herhangi bir riski önlemek amaçlı özel hükümleri yerine getirmelidir: AB Etiketleme:

https://commission.europa.eu/business-economy-euro/doing-business-eu/eu-product-safety-and-labelling/eu-labels_en

AB, üye ülkelerde gönüllülük esasına bağlı olarak, 66/2010/EC sayılı Tüzük ile Çevre Etiket (Ecolabel) düzenlemesi geliştirmiştir. Çevre Etiket ile ilgili bilgi (https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel_en) linkinden edinilebilir.

4.10. Sektörde Ambalajlama

Hırvatistan'a şeker ve çikolata ihracatında sadece ürün içeriği değil, ambalajlama şekli de AB Gıda Güvenliği ve Tüketici Koruma Mevzuatı açısından denetime tabidir.

(EC) No 1935/2004: Gıda ile temas eden malzemeler için genel çerçeve mevzuatı, (EU) No 10/2011: Plastik ambalajlarda izin verilen maddeler listesi mevzuatı ve (EC) No 2023/2006: İyi üretim uygulamaları (GMP) yönetmeliği ambalajlama da öne çıkan yönetmeliklerdir. Ambalaj, gıdaya zararlı madde geçirmemeli, Üretim tesisinde GMP uygulanmalı, çapraz bulaşma engellenmeli, Ambalaj üreticisi ve parti numarası izlenebilir olmalı, Dış baskılar gıda ile temas eden yüzeye geçmemelidir.

Birincil (iç) ambalaj: Ürünün doğrudan temas ettiği kısımdır. Gıda temasına uygun alüminyum folyo, polipropilen (PP), polietilen (PE), PET, kağıt-laminasyonlu film kullanılabilir. Kullanılan ürün Sızdırmaz olmalı,Koku geçirmemeli,Yağ ve nem bariyeri sağlamalıdır. (özellikle çikolata için yağ sızdırmazlık çok önemlidir.).

Çikolata özelinde ise Isıya duyarlı olduğu için ısı kaynaklarından uzak ambalajlama ve Oksijen geçirgenliği düşük malzeme (örneğin: PET/ALU/PE kombinasyonu) önemlidir.

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

Şeker ve çikolata mamulleri sektöründe özellikle çikolatanın sıcaklık ile ilişkisi göz önüne alındığında lojistik yöntemi oldukça önem kazanmaktadır. AB içi dağıtım ağı genellikle karayolu üzerine kuruludur. Hırvatistan'dan Slovenya'ya Macaristan, Avusturya Almanya gibi pazarlara kara yolu ile ulaşmak çok daha kolaydır. Genellikle kara yolu ile ulaşım sıcaklık kontrollü araçlarda gerçekleştirilmektedir. Hırvatistan içi taşıma işlemleri ise ülkenin küçük olmasından dolayı neredeyse tamamen kara yolu ile gerçekleştirilmektedir.

Kakao ve bazı ham maddeler Split ve Rijeka limanlarına deniz yolu ile gelse de bitmiş ürün taşımacılığında sektörde kara yolu ile taşıma ön plana çıkmaktadır.

Hırvatistan'da demiryolları bir modernleşme aşamasında olsa da mevcut durumda gıda ürünleri için demiryolu taşımacılığı çok yaygın kullanılmamaktadır

4.12. Dağıtım Kanalları,

Ülke nüfusunun %20'sinden fazlasını barındıran ve merkezi konuma sahip olan başkent Zagreb, ülkenin birincil dağıtım merkezidir. Split ve Rijeka liman şehirleri de önemli dağıtım noktalarıdır ve ülkenin doğusunda yer alan Osijek, bölgesindeki en büyük ve en önemli dağıtım noktasıdır. Hırvatistan coğrafi konumu, limanlara erişimi ve iyi gelişmiş karayolu ulaşım sistemi ile özellikle eski Yugoslavya ülkelerine yönelik bölgesel bir dağıtım noktası olma konusunda avantajlara sahiptir.

1. KONZUM (Fortenova grupa d.d.)

Address: M. Cavica 1a, 10000 Zagreb, Croatia

Tel: +3851 489 4111

Fax: +3851 489 4080

E-mail: info@fortenovagrupa.hr

www.konzum.hr; <https://fortenova.hr/en>

3. PLODINE d.o.o. (yerli)

Address: Ruziceva 29, 51000 Rijeka, Croatia

E-mail: plodine@plodine.hr

<https://www.plodine.hr/>

4. KAUF LAND HRVATSKA kd

Address: Vila Velebita 6, 10000 Zagreb, Croatia

Tel: +385 1 2353555

Fax: +385 1 2353556

E-mail: service@kaufland.hr

<https://www.kaufland.hr/>

5. METRO CASH&CARRY d.o.o.

Address: 10090 Zagreb-Susedgrad, Jankomir 31, Croatia

Tel: +385 1 34 44 444

Fax: +385 1 34 44 355

E-mail: info@metro-cc.hr

www.metro-cc.hr

6. SPAR HRVATSKA D.O.O.

Address: Slavonska avenija 50, 10000 Zagreb, Croatia

Tel: +385 1 2410 900

Fax: +385 1 2410 977

E-mail: office@spar.hr

<https://www.spar.hr/>

7. LIDL HRVATSKA d.o.o. k.d.

Address: Bani 75, 10000 Zagreb, Croatia

Tel: +385 1 6651950, 6651980 Fax: +385 1 6651960

E-mail: lidl@lidl.hr; nabava@lidl.hr

<https://www.lidl.hr/>

8. KTC d.o.o. (yerli)

Address: Nikole Tesle 18, 48260 Krizevci, Croatia

Tel: +385 48 681 499 Fax: 385 48 681 162

E-mail: ivan.katavic@ktc.hr

<https://www.ktc.hr/>

9. PREHRANA TRGOVINA d.d. (yerli)

Address: Maksimirska 120 , 10000 Zagreb, Croatia

Tel: +385 1 2361 800

Fax: +385 1 2330 963

E-mail: prehrana@prehrana.hr

<https://prehrana.hr/>

10. NARODNI TRGOVAČKI LANAC d.o.o. (yerli)

Address: Soblinečka 55, 10360 Soblinec

Tel: 01/6323400

Fax: 01/6323401

E-mail: tajnica@ntl.com.hr; ntl@ntl.com.hr

<http://ntl.hr/>

11. TOMMY d.o.o.

Address: Domovinskog rata 93, 21000 Split

Tel: 021/202666

Fax: 021/202624

E-mail: uprava@tommy.hr

<http://tommy.hr/>

12. STUDENAC, d.o.o.

Address: Četvrt Ribnjak 17, 21310 Omiš

Tel: +385 21/430800

Fax: +385 21/430802

E-mail: studenac@studenac.hr

<https://www.studenac.hr/>

12-Orbico d.o.o.

Orbico, Hırvatistan merkezli ve Avrupa çapında faaliyet gösteren büyük bir dağıtım ve lojistik şirketi olarak, 2023 yılında Donja Zdenčina'da yaklaşık 40 milyon € tutarında bir yatırım ile bölgedeki en büyük lojistik merkezini inşa etmeye başlamıştır. Bu hamle, şirketin Balkanlar'daki FMCG (hızlı tüketim malları) dağıtım ağını güçlendirme stratejisini yansıtmaktadır. Orbico, Bounty, Snickers, Twix ve M&M's gibi uluslararası çikolata markalarının Hırvatistan pazarındaki dağıtımını üstlenmektedir. Bu çerçevede, şirket şeker-çikolata segmentinde önemli bir kanal ortağı ve lojistik sağlayıcı olarak konumlanmaktadır.

ORBICO d.o.o.

Ulica Kreše Golika 1

10090 Zagreb, Hrvatska

Tel: +385 (0)1 / 3444 – 800

E-mail: info.hr@orbico.com

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

13-Atlantic Grupa d.d.

Atlantic Grupa, Zagreb merkezli olarak Hırvatistan'da faaliyet gösteren büyük bir gıda üretim ve dağıtım şirketidir. Şirket, şeker ve çikolata sektöründe hem üretici hem de distribütör olarak önemli bir rol üstlenmektedir. Jimmy Fantastic markası altında Hırvatistan'da yüksek kaliteli ve büyük porsiyonlu çikolatalar üretmektedir Atlantic Grupa ayrıca Ferrero, Nestlé ve Mars markalarının Hırvatistan pazarındaki resmi dağıtımını yürütmektedir. Bu bağlamda, şirket hem üretim hem de dağıtım kanallarında stratejik bir aktör olarak öne çıkmaktadır.

Atlantic Grupa d.d.

Miramarska 23, 10000 Zagreb

Tel: +385 1 2413 900

E-mail: grupa@atlanticgrupa.com

<https://www.atlanticgrupa.com/en/>

14-Kenty Adria d.o.o.

Kenty Adria d.o.o., 2021 yılında Zagreb’de kurulmuş olup, Adria bölgesinde kapsamlı toptan tedarik ve dağıtım hizmetleri sunan lider firmalardan biridir. Şirket, 3.500’ün üzerinde satış noktasına hizmet vererek bölgedeki önde gelen perakende zincirleriyle stratejik iş birlikleri yürütmektedir.

Kenty Adria d.o.o.

Radnička cesta 45, 10000 Zagreb,

Tel: +385 1 664 6629

Email: info@kenty.hr

<https://www.kenty.hr/en>

4.13. E-Ticaret (Sınır Ötesi E-Ticaret/E-İhracat)

Hırvatistan’daki e-ticaret pazarı son yıllarda hızla büyümekte olup, çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren birçok yerel ve uluslararası platforma ev sahipliği yapmaktadır. İlaç sektörü de bu dijital dönüşümden etkilenmiş, ancak yasal düzenlemeler nedeniyle belirli sınırlamalara tabi olmuştur.

4.13.1. Ülkedeki Pazaryerleri

Amazon.de, Aliexpress, Mall.hr ve Bazaar.hr alışveriş portallarının Hırvatistan’da yerleşik bir satınalma departmanları olmamasına rağmen Bölgede ve Hırvatistan’da önemli Pazar yerleri arasında yer almaktadırlar.

Hırvatistan’da en önemli yerli e-ihracat platformları ise ekupi.hr ile zutiklik.hr web portallarıdır.

Sektörde ise marketlerin online satış portalları gün geçtikçe tüketicilerden daha çok rağbet görmektedir ve aynı zamanda da marketler online platformlarına daha fazla yatırım yapmaktadırlar.

4.13.2. Özel Günler, Bayramlar v.b.

- Yılbaşı
- 06.01. Epifani Günü (Dini Bayram)
- 20.4. - 21.4. Paskalya ve Paskalya Pazartesi
- 01.05. İşçi Bayramı 30.05. Hırvatistan Milli Günü
- 19.06. Corpus Christi (Katolik Yortusu) (Dini Bayram)
- 22.06. Antifaşizm Mücadele Günü -

- 05.08. Milli Şükran Günü ve Zafer Bayramı ve Hırvat Savunucularının Günü
- 15.08. Meryem'in Göğsü Kabulü (Dini Bayram)
- 01.11. Bütün Azizler Günü –
- 18.11. Anavatan Savaşı Kurbanları ile Vukovar ve Skabrnja Kurbanlarını Anma Günü
- 25.12. - 26.12. Aziz Stefen Günü (Dini Bayram)

Çalışma saatleri işyerlerine göre değişmekle birlikte resmi daireler ve firmaların çalışma saatleri için genel uygulama 08:00-16:00 saatleri arasındır.

4.13.3. En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Hırvatistan'ın en çok kullanılan sosyal medya platformu %72,4'lük pay ile Facebook'tur. Facebook'u %9'a yaklaşan payı ile Instagram ve % 7 payı ile Pinterest takip etmektedir. Youtube'un payı ise %5, Reddit'in payı %2, LinkedIn'in payı ise %0,37'dir.

4.13.4. E-Ticarettteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

Hırvatistan'da e-ticaret işlemleri, Avrupa Birliği (AB) mevzuatına uyumlu olarak düzenlenmiştir. Bu düzenlemeler, dijital ürünlerin ve fiziksel malların satışı için belirli vergi ve gümrük kurallarını içermektedir.

AB Tabanlı Platformlar: Amazon, eBay gibi platformlar, Hırvatistan'daki alıcılara yapılan satışlarda Hırvat KDV'sini otomatik olarak tahsil ederler.

AB Dışı Platformlar: Aliexpress gibi platformlar, İOSS sistemine kayıtlıysa KDV'yi satış anında tahsil ederler. Kayıtlı değilse, alıcı teslimat sırasında KDV ve gümrük ücreti ödemek zorunda kalabilir.

4.13.5. E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

Hırvatistan'da e-ticaretle ilgili hukuki düzenlemeler mevcuttur. Bu düzenlemeler hem ulusal mevzuat hem de Avrupa Birliği (AB) düzenlemeleri çerçevesinde şekillenmiştir.

Düzenlemeler, elektronik ortamda mal ve hizmet satışına ilişkin temel hükümleri belirler. Yasa, özellikle:

- Bilgilendirme yükümlülükleri (satıcı hakkında bilgi, fiyatlar, sözleşme koşulları),
- Sipariş süreçleri,
- Elektronik sözleşmelerin geçerliliği,
- Ticari iletişim (ör. e-posta yoluyla pazarlama) gibi konuları düzenler.

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

Hırvatistan'da e-ticarete yönelik lojistik hizmetler oldukça gelişmiştir ve hem yerel hem de uluslararası düzeyde hızlı kargo imkânı bulunmaktadır. Ülke, AB içinde olması ve iyi gelişmiş ulaşım altyapısı sayesinde e-ticaret lojistiği açısından avantajlı bir konumdadır.

HP Express (Hrvatska Pošta) devletin posta servisi olup ülke genelinde teslimat sunmaktadır ve e-ticaret siteleriyle entegre halde çalışmaktadır. Overseas Express gün içinde teslimat seçeneğiyle hızlı teslimat opsiyonu sunmaktadır. E-ihracat desteklerine haizdir. Intereuropa depolama ve dağıtım hizmetlerini B2B ve B2C bağlamında müşterilerine sunmaktadır. Gebrüder Weiss Croatia yurtiçi ve yurtdışı taşımacılık hizmetleri vermektedir. DHL Croatia ise express kargo ve özellikle AB dışı gönderilerde hızlı teslimat hizmeti sunmaktadır.

4.14. Tanıtım ve Pazarlama

4.15. Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

Hırvatistan’da çikolata ve şekerleme sektöründe: Alıcı tercihleri şu başlıklarda değerlendirilebilir:

- Yerel markalara ve tatlara rağbet kuvvetlidir.
- Tüketicilerin ambalaj ve görsellere önem verdikleri değerlendirilmektedir.
- Alıcıların kaliteli ancak bir yandan da uygun fiyatları ürünleri tercih ettikleri saptanmıştır.
- Alıcıların şeker oranı, doğal içerik ve ambalaj üzerindeki bilgilendirmeleri de dikkate aldıkları görülmektedir.

Satıcılar ise çok kanallı satış, kişiselleştirme, içerikle pazarlama gibi modern stratejilere yönelmektedir. Düşük şeker seçeneği, sağlıklı içerikli ürünler, vegan gibi alt segmentler için fırsat bulunmaktadır.

Pazar genelinde Online satış ve modern kanalların ön plana çıkmasıyla birlikte markaların dijital görünümlerinin de giderek daha önem kazandığı görülmektedir.

Sektörde yerel üreticiler olan Kraš, Kandit ve Zvečevo üçlüsü, 2019 itibarıyla Hırvat çikolata-şekerleme sanayiinin yaklaşık %97’sini elinde bulunduruyordu. Yerel üreticilerin Hırvatistan’da hala güçlü oldukları değerlendirilmektedir. Öte yandan, toplumdaki sağlık bilincinin artmasıyla “düşük şeker içerikli”, “organik”, “vegan”, “glutensiz” gibi alternatifler önem kazanmaya başlamıştır. Premium ve yerel ürünlere eğilim sürmektedir.

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

Hırvatistan’da şeker ve çikolata mamulleri sektörüne yönelik vergi düzenlemeleri, genel vergi mevzuatı (özellikle Katma Değer Vergisi – PDV) kapsamında yürütülmektedir.

Hırvatistan’da Şeker ve Çikolata Sektörüne Uygulanan Başlıca Vergiler

-Katma Değer Vergisi (PDV - Porez na dodanu vrijednost)

Hırvatistan'da standart KDV oranı %25'tir. Şeker ve çikolata mamulleri için de bu oran uygulanmaktadır.

4.17. Varsa Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller

Hırvatistan, 2013'ten beri Avrupa Birliği üyesidir, dolayısıyla gümrük, sağlık ve etiketleme mevzuatı AB standartlarıyla tamamen uyumludur.. AB üyesi ülkelerden gelen şekerleme/çikolata ürünleri gümrüksüz serbest dolaşım kapsamındadır.

AB dışı ülkelere ithalat yapılıyorsa, AB'nin Combined Nomenclature (CN) ve TARIC sistemlerindeki gümrük oranları uygulanır. (HS 1806 → “Chocolate and other food preparations containing cocoa”, HS 1704 → “Sugar confectionery not containing cocoa”)

İthalat / gümrük öncesi izinler-bildirimler

İthal edilecek gıda ürünleri için ithalatçının ve getiren firmanın kaydı, yetkilendirilmesi gerekmektedir. Örneğin üretim tesisinin kayıtlı olması, gıda güvenliği denetiminden geçmesi beklenir.

Ürünler üçüncü ülkelere geliyorsa, sınır kontrol noktaları ve “border inspection posts” yoluyla veteriner/gıda-kontrol denetimine tabi olabilir.

Gıda güvenliği, etiketleme, veteriner/pest kontrolü gibi teknik düzenlemeler

Ürünlerin içerik, etiketleme, alerjen bildirimi gibi AB / Hırvat düzenlemelerle uyumlu olması gerekmektedir. Bu da ithalatçının ek belge ve uyum yükümlülüğü anlamına gelmektedir. (Gıda işletmesi kaydı, üretim tesisi denetimi vb)

Sınırdaki, özellikle “animal origin” (hayvansal içerikli) ürünler için sıkı veteriner kontrolü bulunmaktadır; bu ürün grubuna tam çikolatalar dahil olmayabilir ama “şekerleme/çikolata” ürünleri reçeteli ya da belirli içeriklere sahipse dikkat gerekmektedir.

5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar (Örnek: artan talep, e-ticaretin yaygınlaşması, ülkemizle yapılan Serbest Ticaret Anlaşması v.b.)

Artan ithalat düzeyi

Hırvatistan'da çikolata & şekerleme ithalatında artış gözlenmektedir

Yerli üretim sabit ya da sınırlı artarken, ithalata yönelim yükselmektedir. Bu durumda ithalatçıların pazara girme şansı artmaktadır.

E-ticaretin ve modern kanal kullanımının yaygınlaşması

Hırvatistan'da çevrimiçi alışveriş yaygınlaşmakta ve “şekerleme/çikolata & atıştırmalık” ürünlerinde e-ticaretin payı yükselmektedir. Bu durum, doğrudan satış, ithal markanın online görünürlüğü ve hızlı lojistikle pazara girme avantajı sağlamaktadır.

Tüketici tercihlerinde değişim: premium, sağlıklı, çeşitlilik

Hırvat tüketiciler artık sadece “uygun fiyatlı klasik çikolata” değil, aynı zamanda “premium segment”, “düşük şeker/şekersiz”, “vegan/bitkisel içerikli”, “organik” gibi özelliklere sahip ürünlere yönelmektedir. Türk üreticiler/ithalatçılar için bu, klasik ürünlerin yanında farklılaştırılmış ürünlerle (örneğin Türk tatlısı temalı çikolata, doğal içerik, dayanıklı ithal ürünler) pazara girme fırsatı sunmaktadır.

Hediyelik, turizm ve sezonluk talep

Hırvatistan turizm açısından gelişmiş bir ülkedir. Yabancı ziyaretçiler ve yerli tatilci grubu hediye, yerel tatlı/çikolata ürünleri yönünde alışveriş yapabilmektedir. Bu da ithal edilen çikolata/şekerleme ürünlerine özel ambalaj, hediyelik versiyonlarla pazarda şans yaratmaktadır. Ayrıca özel günler ve tatiller için kampanyalı ürünlere yönelim artmaktadır.

Marka ve çeşitlilik açığı

Yerli üreticiler güçlü olmakla birlikte, ithalat için alan bulunmaktadır: Açık kaynaklarda “yerli üretim payı 2005’te ~57% iken günümüzde ~37% seviyesine düşmüş” olduğu; ithalata yer açtığı ifade edilmektedir. Bu ortam, Türk markalarının ya da ithal ürünlerin “yeni tatlar”, “Türkiye menşeli özgün içerikler”, “Akdeniz/Mediterranean tat” gibi farklılıklarla pazara girme şansını vermektedir.

6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler (Örnek: yoğun rekabet ortamı, korumacı politikalar, tüketici tercihlerinde farklılıklar, ekonomik dalgalanmalar, siyasi istikrarsızlık v.b.)

-Yoğun Rekabet Ortamı – Yerel Üreticilerin Sektördeki Baskınlığı

- Hırvatistan şeker ve çikolata mamulleri pazarında yerel üreticiler pazarda oldukça dominantlardır. Tüketicilerde de yerli marka milliyetçiliği oldukça yüksektir.
- Yerli üretici olan Kras pazarda çok güçlü konumdadır.

Pazarın büyük kısmı lokal firmalarca tutulduğu için yeni giren firmalar için yer edinmek zordur. Marka bilinirliği, reklam ve dağıtım kanallarında Türk firmaları dezavantajlı olabilir.

-Pazara Girişte regülasyonlar noktasında herhangi bir sıkılık olmasa da ülkenin küçük olmasından dolayı marketlerin raflarında yeni ürünler için alan oldukça kısıtlıdır. Bu durum da firmalarımızın pazara giriş sürecini uzatabileceği ve maliyetleri artıracabileceği değerlendirilmektedir. Özellikle bu durum Küçük ve orta ölçekli Türk firmaları için pazara giriş maliyetini yükseltebilir.

-Tüketici Tercihlerinde yerli marka milliyetçiliği yüksektir ancak öte yandan da sektörde Avrupa içerisinde İsviçre Belçika ve Fransa menşeli ürünlere karşı da ilgi oldukça yüksektir. Aynı zamanda son dönemde Kore atıştırmalıkları da pazarda yavaş yavaş yer almaya başlamıştır. Türkiye menşeli şeker ve çikolata atıştırmalıklara karşı farkındalık düşüktür.

Hırvatistan’da marka güveni ve algısı oluşturmak zaman almaktadır. Kaliteyi anlatmak için ek pazarlama ve iletişim yatırımı gerekebilecektir.

7. Şeker ve Çikolata Mamulleri Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

-Özellikli Ürünler ile Pazara Giriş Stratejisi Oluşturulması

- Hırvatistan’da şeker ve çikolata mamulleri sektöründe büyük üreticiler pazarı domine etmektedirler ancak bu büyük üreticilerin ürün geliştirme noktasında zayıf oldukları değerlendirilmektedir. Özellikle son dönemde daha fazla tüketilen doğal içerikli, az şekerli, katkısız ürünler ile pazara daha kolay girilebileceği değerlendirilmektedir.

- Sporcuların sık sık tükettikleri barlar da genellikle ithalat yoluyla marketlerde yer bulmaktadır. Şekersiz, kuruyemiş bol ürünler ile ğazarda daha hızlı yer edinilebilir.

-Yerel Market ve Dağıtım Zincirleriyle İşbirliği

- Hırvatistan’da yerel market ya da distribütörlerle mutlaka yerinde ziyaret edilerek görüşülmeli be ilk adımda B2B daha sonra market raflarına giriş stratejisi izlenebilir. Ya da marketlerin private label olarak adlandırılan kendi markalarına üretim yapmak için de firmalarımız girişimlerde bulunabilir.
- Güçlü dağıtım ağına sahip yerel partnerlerle çalışarak pazara daha hızlı girilmesi mümkündür. Bu bağlamda, distribütör seçerken ürün gamına benzer ürünleri temsil eden firmaların tercih edilmesi avantaj sağlayabilecektir.

-Etiket ve Ambalajların Hırvatça Hazırlanması

- Hırvatistan’da satılacak şeker ve çikolata mamullerinin ambalaj ve kullanım talimatlarının Hırvatça olması zorunludur.

Hırvatça dil desteğiyle etiket, yasal uyum sağlanabilir ve tüketici güveni kazanılabilir.

-Online Satış ve Dijital Tanıtım Kanallarına Yatırım

- Hırvatistan’da e-ticaret kanalları gelişim göstermektedir. Bu portallar ile iletişime geçilerek ürünlerin tanıtımı sağlanabilir.

-Fiyat Rekabeti Yerine “Kalite ve Güven” Vurgusu

- Hırvatistan pazarı fiyat odaklı değil, güvenilir ve düzenli tedarik sağlayan firmaları tercih etmektedir.

Kalite belgelerini vurgulanarak, ürün tanıtımlarında üretim tesislerini anlatılabilir ve sertifikalarla kaliteyi ispat ederek uzun vadeli güven oluşturulabilir.

- Turizm ile Entegre Tanıtım Stratejisi Geliştirilmesi

- Hırvatistan’da turizm ekonominin ¼’ünü oluşturmakta ve 2024 yılında yaklaşık 20 milyon turist Hırvatistan’ı ziyaret etmiştir. Bu durum da ülkedeki tüketimi özellikle yaz aylarında ciddi biçimde artırmaktadır. Turizm dönemine yönelik özel ürünler kampanyalı fiyatlar ile pazarda yer alması sağlanabilir. Hırvatistan turizm potansiyeli ile ülkemizdeki ürünlerin entegrasyonun sağlanması, hatıra temalı ürünlerde işbirliği fırsatlarını doğurabilir.

8. Belirtilmesinde Fayda Görülen Diğer Hususlar

Şeker ve çikolata mamulleri sektörü Hırvatistan’da ithalatı giderek daha da artan bir sektördür, aynı zamanda ülkemizdeki ürünlerin çeşitliği ile pazarda firmalarımızın kendilerine yer bulabilecekleri değerlendirilmektedir. AB ile entegrasyonun sonucu olarak Türk gıda kanunları AB direktifleri ile uyumlu hale getirilmekte ve tüm tüketicilerin güvenli ürünlere erişimi sağlanmaktadır. Ülkemiz

ayrıca uluslararası standartların oluşturulmasında Gıda ve Tarım Örgütü /Dünya Sağlık Örgütü Codex Alimentarius Komisyonunda da yer almaktadır.

Ticaret Bakanlığı tarafından hazırlanan Potansiyel Ürün Matrisleri çalışmasında Tarım ve Gıda ürünleri Başlığı incelendiğinde Şeker ve çikolata mamulleri sektörü için pazarda fırsat olduğu görülmektedir. Rapordaki bilgiler ışığında firmalarımızın yerinde ziyaret yaparak ürün tanıtımlarını gerçekleştirmeleri, özellikle son dönemde tüketimi artan özellikli ürünler ile pazara girişin daha hızlı olabileceği değerlendirilmektedir.

9. Genel Değerlendirme

Ülkemizdeki şeker ve çikolata üretiminin tarihi oldukça eski olmakla birlikte, genç ve büyüyen nüfus ile sektör her zaman dinamizmini korumuştur.

Ülkemiz şekerleme sektöründe kullanılan ürünler bakımından da oldukça avantajlı bir konumdadır. Şeker, kuru meyve, kuruyemiş üretiminde oldukça avantajlı bir konumdayız.

Türk şeker ve çikolata ürünlerinin dünyada yaklaşık 189 ülkeye ihraç edilmesi sektörün başarısının en önemli göstergelerinden birisidir.

Küresel olarak pazarın artan talebi, son dönemde tüketici tercihlerinin bir kısmının değişimine ayak uydurma, teknolojinin üretim süreçlerine entegrasyonunun artırılması noktasında da üreticilerimiz dinamizmini her zaman korumakta, değişimlere hızla adapte olmaktadır.

Hırvatistan'ın artan ithalatı, turizm ülkesi olmasından kaynaklı özellikle yaz aylarında artan tüketim oranları, artan aldığı göç oranları da dikkate alındığında ülkemiz ürünlerine pazarda daha çok yer olabileceği değerlendirilmektedir. Yararlı Adresler

Hırvatistan Ekonomi Bakanlığı

Tel: 01/3717-111 (Radnička cesta 80, Zagreb)

Tel: 01/6106-111 (Ulica grada Vukovara 78, Zagreb)

E-mail: javostvo@mingor.hr

Web: <https://mingor.gov.hr/>

Dış ve Avrupa İşleri Bakanlığı

Trg N.Š. Zrinskog 7-8, 10000 Zagreb

Tel.: +385 (0)1 4569 964

Faks: +385 (0)1 4551 795, +385 (0)1 4920 149

E-mail: ministarstvo@mvep.hr

Web: <http://www.mvep.hr/en/>

Hırvatistan Ekonomi Odası (HGK)

Rooseveltov trg 2, 10000 Zagreb, Hırvatistan

Tel: +385 1 4606 708

E-mail: hgk@hgk.hr

<https://www.hgk.hr/>

Hırvatistan İstatistik Ofisi

İlica 3, 10000 Zagreb, Hırvatistan
Tel: +385 1 48 06 138; 48 06 154, 48 06 115
Faks: +385 1 48 06 148
E-mail: stat.info@dzs.hr
Web: <https://podaci.dzs.hr/>

Gümrük İdaresi

A. Humboldtta 4a, Zagreb
Tel: +385 1 6211 300; +385 0800 1222, Faks: +385 1 6211-011 ; +385 1 6211-012
E-posta: ured-ravnatelja@carina.hr;
Web: <https://carina.gov.hr/>

Vergi İdaresi

Boškovićeve 5, Zagreb
Operator: +385 1 4809 000
Tel: +385 1 4809 555, Faks: +385 1 4809 530
E-posta: ured.ravnatelja@porezna-uprava.hr;
Web: <https://www.porezna-uprava.hr/en/Pages/default.aspx>

Devlet Standartları Ofisi

Capraška 6, 10000 Zagreb, Hırvatistan
Tel: +385 1 563 00 11; Faks: +385 1 563 00 01
E-mail: pisarnica@dzm.hr;
Web: <https://dzm.gov.hr/>

10. Kaynakça

Hırvatistan Ticaret Odası

Hırvatistan Yatırım Ofisi (Invest in Croatia)

Hırvatistan Ekonomi Bakanlığı

Hırvatistan İstatistik Birimi

Trade Map

Ticaret Bakanlığı- Şeker ve Çikolata Mamulleri Sektör Raporu

Ticaret Bakanlığı Potansiyel Ürün Matrisleri Raporu

Zagreb Ekonomi Enstitüsü Gıda ve İçecek Raporu