



# AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ



## ARMATÜR SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

**Tarih : 01.06.2026**

**Raporu Hazırlayan: Şikago Ticaret Ataşeliği**

## KISALTMALAR TABLOSU

Kısaltma	Açıklama
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
ANSI	American National Standards Institute
ASA	American Supply Association
ASME	American Society of Mechanical Engineers
ASPE	American Society of Plumbing Engineers
ASTM	ASTM International
B2B	Business to Business
B2C	Business to Consumer
CBP	U.S. Customs and Border Protection
EPA	U.S. Environmental Protection Agency
GTİP	Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu
HS	Harmonized System
HTS	Harmonized Tariff Schedule of the United States
IAPMO	International Association of Plumbing and Mechanical Officials
ICC	International Code Council
IPC	International Plumbing Code
KBIS	Kitchen & Bath Industry Show
MFN	Most Favored Nation
NAICS	North American Industry Classification System
NKBA	National Kitchen & Bath Association
NSF	NSF International
OEM	Original Equipment Manufacturer
PMI	Plumbing Manufacturers International
UPC	Uniform Plumbing Code
USITC	United States International Trade Commission
VMA	Valve Manufacturers Association of America
3PL	Third Party Logistics

## İÇİNDEKİLER

1. ABD Pazarında Armatür Sektörü
  - 1.1 İlgili Sektörde Üretim
  - 1.2 Ortalama Üretici Fiyatları
  - 1.3 Üretici Yerli Firmalar ve Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler
  - 1.4 Armatür Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi
2. ABD'nin Armatür Sektöründe Dış Ticareti
  - 2.1 ABD'nin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke
  - 2.2 ABD'nin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke
  - 2.3 Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yapılan Ürünler
  - 2.4 Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yapılan Ürünler
3. Sektörde Ülkemizden İhracat
  - 3.1 Ülkemizin ABD'ye İhracatı - Değer
  - 3.2 Ülkemizin ABD'ye İhracatı - Miktar
4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş
  - 4.1 Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler
  - 4.2 Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı
    - 4.2.1 Oda/Birlik/Dernek/STKlar
    - 4.2.2 İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar
  - 4.3 İthalatta Zorunlu Belgeler
  - 4.4 Sevk Öncesi İnceleme
  - 4.5 Önemli Fuarlar
  - 4.6 Ticaret Heyetleri
  - 4.7 İhale Yayımlayan Kamu Kurumları
  - 4.8 STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları
  - 4.9 Tercihli Tarifeden Yararlanmak İçin Gereken Belgeler
  - 4.10 Standartlar
  - 4.11 Etiketleme
  - 4.12 Ambalajlama
  - 4.13 Lojistik
  - 4.14 Dağıtım Kanalları
  - 4.15 E-Ticaret
  - 4.16 Tanıtım ve Pazarlama
  - 4.17 Tüketici/Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

- 4.18 Vergiler ve Tarife Dışı Engeller
5. İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar
6. İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler
7. İhracatın Artırılması İçin Firmalara Öneriler
8. Belirtilmesinde Fayda Görülen Diğer Hususlar
9. Genel Değerlendirme
10. Yararlı Adresler
- Ekler
11. Kaynakça

## ÖZET

Bu rapor, 8481.80 HS kodu kapsamında değerlendirilen armatür, musluk, batarya, vana ve benzeri akış kontrol ekipmanlarının ABD pazarındaki görünümünü, dış ticaret yapısını, pazara giriş koşullarını, dağıtım kanallarını, teknik standartlarını ve Türk firmaları bakımından fırsat alanlarını değerlendirmek üzere hazırlanmıştır. Çalışmada ABD pazarı ülke ölçeğinde ele alınmakta; bununla birlikte Chicago Ticaret Ataşeliği görev alanı bakımından Midwest ve özellikle Chicago/Illinois ekseninin lojistik, sanayi ve dağıtım fonksiyonuna ayrıca vurgu yapılmaktadır.

8481.80 pozisyonu, yalnızca konut tipi mutfak ve banyo musluklarından ibaret değildir. Pozisyon; borular, kazanlar, tanklar ve benzeri sistemler için kullanılan el kumandalı veya otomatik vana ve muslukları, endüstriyel proses vanalarını, karıştırıcı bataryaları, duş ve lavabo armatürlerini, solenoid ve termostatik kontrollü ürünleri ve çok sayıda genel amaçlı akış kontrol ekipmanını kapsayan geniş bir ürün ailesidir. Bu nedenle rapor boyunca 'armatür sektörü' ifadesi, konut ve ticari yapı armatürleri ile endüstriyel vana ekipmanlarını birlikte ifade edecek şekilde kullanılmış; alt segmentler gerektiğinde ayrı ayrı değerlendirilmiştir.

ABD pazarı yüksek hacimli, kalite ve standart hassasiyeti yüksek, markalaşmanın güçlü olduğu ve dağıtım kanallarının gelişmiş olduğu olgun bir pazardır. IBISWorld verilerine göre ABD’de metal vana imalatı 2026 itibarıyla 36,4 milyar dolar büyüklüğe, musluk imalatı ise 2025 itibarıyla 6,9 milyar dolar büyüklüğe sahiptir. Toptan satış tarafında sıhhi tesisat ve ısıtma ürünleri toptan pazarı 139,8 milyar dolarlık hacme ulaşmakta, ürünlerin önemli bölümü boru, bağlantı elemanı, vana ve tesisat armatürü kanalları üzerinden dağılmaktadır.

2025 yılı US Census/USITC esaslı dış ticaret verileri, ABD’nin 8481.80 kapsamındaki ithalatının yaklaşık 10,74 milyar dolar olduğunu göstermektedir. Başlıca tedarikçiler Meksika, Çin, Japonya, Almanya, İtalya, Tayvan ve Vietnam’dır. Türkiye aynı yıl yaklaşık 215 milyon dolarlık ihracatla ABD’nin 8481.80 ithalatında %2 civarında pay almıştır. Bu pay, Türk üreticilerinin pazarda halihazırda görünür olduğunu, ancak toplam hacim karşısında gelişme alanının geniş olduğunu ortaya koymaktadır.

Pazara girişte en kritik unsurlar ürün güvenliği, içme suyu ile temas eden ürünlerde kurşunsuzluk ve kirletici migrasyonuna ilişkin uygunluk, NSF/ANSI/CAN 61 ve NSF/ANSI/CAN 372 gibi sertifikasyonlar, UPC/IAPMO ve IPC uyumu, WaterSense etiketi, doğru HTS sınıflandırması, Country of Origin marking, ambalaj güvenliği ve ithalatçı/dağıtıcı ağının doğru seçilmesidir. Özellikle büyük perakende zincirleri ve profesyonel tesisat toptancıları, ürünün yalnızca fiyatına değil; test belgelerine, stok sürekliliğine, garanti ve satış sonrası hizmet kapasitesine, ürün görsel paketlenme kalitesine ve iade süreçlerinin yönetimine önem vermektedir.

Türk firmaları için en yüksek potansiyel alanlar orta-üst segment mutfak ve banyo armatürleri, proje bazlı konut ve ticari yapı ürünleri, private label üretim, distribütör markaları için OEM/ODM tedarik, su verimliliği yüksek WaterSense odaklı ürünler, otel/konut yenileme projeleri ve endüstriyel vana alt segmentlerinde rekabetçi fiyat-kalite dengesidir. Bununla birlikte, ABD pazarında kalıcı başarı için yalnızca ihracat yapmak yeterli olmayıp yerel temsilcilik, depo/3PL çözümü, numune ve teknik dokümanların ABD standartlarına göre hazırlanması, fuar katılımının sürekliliği ve yerel distribütör ilişkilerinin profesyonel yönetimi gerekmektedir.

Başlık	Değerlendirme
Pazarın niteliği	Olgun, yüksek standartlı, markalaşmanın ve dağıtım gücünün belirleyici olduğu büyük ölçekli pazar
ABD ithalatı	2025 yılında HS 8481.80 kapsamında yaklaşık 10,74 milyar dolar
Türkiye'nin konumu	2025 yılında yaklaşık 215 milyon dolar; ABD ithalatında yaklaşık %2 pay
Başlıca rakip ülkeler	Meksika, Çin, Japonya, Almanya, İtalya, Tayvan, Vietnam
Başlıca başarı unsurları	Sertifikasyon, kalite istikrarı, fiyat rekabeti, stok/teslimat güvenilirliği, yerel dağıtım, satış sonrası hizmet
Midwest/Chicago önemi	Sanayi tabanı, lojistik erişim, Büyük Göller ve demiryolu/karayolu ağları

*Kaynak: US Census, USITC DataWeb, IBISWorld sektör raporları*

## 1. ABD Pazarında Armatür Sektörü

ABD armatür sektörü; konut, ticari bina, endüstriyel tesis, kamu altyapısı, enerji, kimya, su/atık su, HVAC, gıda-içecek ve bakım-onarım faaliyetlerine doğrudan girdi sağlayan çok katmanlı bir sektördür. Pazarda nihai tüketiciye yönelik estetik ve fonksiyonel mutfak-banyo armatürleri ile yüksek basınç, sıcaklık, kimyasal dayanım ve hassas kontrol gerektiren endüstriyel vana ürünleri aynı HS pozisyonu altında buluşabilmektedir. Bu durum, raporun değerlendirme çerçevesinin yalnızca perakende musluk ürünleriyle sınırlandırılmamasını gerekli kılmaktadır.

Armonize Sistem'de 8481 pozisyonu 'borular, kazan gövdeleri, tanklar, fiçılar ve benzeri kaplar için musluk, valf ve benzeri cihazlar; basınç düşürücü vanalar ve termostatik kontrollü vanalar dahil; bunların aksam ve parçaları'nı içermektedir. 8481.80 alt pozisyonu ise basınç düşürücü valfler, hidrolik/pnömatik güç transmisyon valfleri, çek valfler ve emniyet/rahatlatma valfleri gibi ayrı alt pozisyonlarda sınıflandırılan ürünlerin dışında kalan 'diğer cihazlar'ı kapsamaktadır. Bu nedenle 8481.80; el kumandalı musluklar, banyo-duş-lavabo armatürleri, karıştırıcı bataryalar, endüstriyel proses vanaları, termostatik kontrollü ürünler ve çok sayıda özel amaçlı akış kontrol ekipmanı için kullanılan geniş bir ticaret sınıflandırmasıdır.

ABD'de sektörün talep yapısı iki ana eksende şekillenmektedir. İlk eksen, konut ve ticari yapılarda kullanılan mutfak, banyo ve tesisat armatürleridir. Bu segmentte tasarım, marka algısı, yüzey kaplaması kalitesi, su tasarrufu, kolay montaj, garanti ve perakende ambalaj ön plandadır. İkinci eksen ise endüstriyel vana ve akış kontrol ekipmanlarıdır. Bu segmentte dayanıklılık, proses güvenliği, sertifikasyon, malzeme standardı, bakım kolaylığı, teknik destek ve proje referansları belirleyici olmaktadır.

ABD pazarının yapısı, ithalatın önemli rol oynadığı ancak yerli ve küresel markaların da güçlü konumlandığı bir yapıdadır. Meksika ve Çin fiyat/lojistik avantajlarıyla, Almanya ve Japonya mühendislik/kalite algısıyla, İtalya tasarım ve premium segment varlığıyla, Tayvan ve Vietnam ise esnek üretim ve rekabetçi tedarik yapısıyla öne çıkmaktadır. Türkiye ise kaliteli pirinç döküm, krom

kaplama, OEM üretim, esnek ürün çeşitliliği ve Avrupa pazarına alışkın kalite standardı sayesinde ABD’de konumunu geliştirme potansiyeline sahiptir.

Pazarın belirgin özelliklerinden biri de çok kanallı dağıtım yapısıdır. Ürünler, Home Depot ve Lowe's gibi büyük yapı market zincirlerinde, Ferguson gibi profesyonel sıhhi tesisat toptancılarında, Grainger ve Fastenal gibi endüstriyel tedarikçilerde, Amazon ve Wayfair gibi e-ticaret kanallarında, mutfak-banyo showroomlarında ve proje bazlı müteahhit tedarik ağlarında yer bulabilmektedir. Her kanalın ürün beklentisi, fiyat seviyesi, ambalaj standardı, ödeme koşulu ve sertifikasyon hassasiyeti farklıdır.

### Ürün Tanımı ve HS 8481.80 Kapsamı

GTİP/HTS	Ürün Grubu	Rapor Kapsamındaki Yorum
8481.80	Diğer musluk, vana ve benzeri cihazlar	Raporun ana kapsamı. Konut tipi musluklardan endüstriyel vanalara kadar geniş ürün ailesi.
8481.80.10/30/50/90 vb.	El kumandalı veya diğer kontrol tiplerine göre ayrılan ABD HTS alt pozisyonları	ABD ithalatında doğru 10 haneli HTS sınıflandırması gümrük vergisi ve teknik uyum bakımından önemlidir.
8481.10	Basınç düşürücü valfler	Kapsam dışı olmakla birlikte pazar ve tedarik zinciri bakımından ilişkili ürün grubu.
8481.30	Çek valfler	Kapsam dışı; endüstriyel tesisat ve su sistemleri ile ilişkili ürün grubu.
8481.40	Emniyet veya rahatlatma valfleri	Kapsam dışı; ancak endüstriyel vana pazarında tamamlayıcı ürün.
8481.90	Parçalar	Kapsam dışı; satış sonrası ve yedek parça stratejisi için önemlidir.

*Kaynak: USITC HTS ve WCO HS açıklama notları*

### 1.1 İlgili Sektörde Üretim

ABD, vana ve akış kontrol ekipmanlarında gelişmiş mühendislik altyapısına sahip bir üretim ülkesidir. IBISWorld'ün 2026 tarihli “Valve Manufacturing in the US” raporuna göre metal vana imalatı 2026 itibarıyla 36,4 milyar dolar gelir, 84.672 çalışan, 870 işletme ve 4,2 milyar dolar kâr büyüklüğüne sahiptir. Sektörün ürün dağılımında endüstriyel vanalar %37, akışkan güç vanaları ve hortum bağlantı ekipmanları %32,6, sıhhi tesisat armatürü vanaları, bağlantı elemanları ve aksesuarları %16,5 ve diğer vanalar %13,9 pay almaktadır. Bu dağılım, HS 8481.80 kapsamının hem endüstriyel hem de yapı tesisatı ürünleriyle ilişkili olduğunu göstermektedir.

Musluk ve tesisat armatürü bağlantı elemanları tarafında ise IBISWorld'ün “Faucet Manufacturing in the US” raporu, 2025 yılında sektör gelirini 6,9 milyar dolar, işletme sayısını 105, çalışan sayısını 9.027 ve kâr marjını %10 olarak göstermektedir. Bu sektör, metal ve plastik sıhhi tesisat armatürü

bağlantı elemanları ve aksesuarları; musluklar, sifon vanaları, duş başlıkları, kartuşlu musluklar, küresel vanalı musluklar, seramik diskli musluklar ve çeşitli trim ürünlerini kapsamaktadır. Konut inşaatındaki dönemsel yavaşlama sektörü baskılsa da renovasyon, akıllı ev teknolojileri ve su verimliliği eğilimleri büyümeyi destekleyen ana unsurlardır.

Üretim coğrafyası bakımından Great Lakes bölgesi ve Midwest, ABD armatür/valf sanayisinin önemli merkezlerinden biridir. Illinois, Ohio, Michigan ve Indiana gibi eyaletler metal işleme, makine, otomotiv, ağır sanayi, lojistik ve mühendislik iş gücü bakımından güçlü altyapıya sahiptir. IBISWorld, Illinois ve özellikle Chicago metropolitan alanının metal vana üreticileri bakımından tarihsel sanayi birikimine sahip olduğunu; Chicago, Rockford ve Peoria gibi şehirlerin vana üretimi ve dağıtımında rol oynadığını belirtmektedir.

ABD’de üreticiler, düşük maliyetli ithalatta rekabet etmek için ürün farklılaştırması, teknik servis, özel tasarım ve yüksek güvenilirlik üzerine konumlanmaktadır. Standart ve düşük fiyatlı ürünlerde ithalat baskısı yüksekken; endüstriyel güvenlik, proses kontrol, enerji, kimya, su altyapısı ve kritik tesis uygulamalarında yerli üreticiler teknik destek, sertifikasyon ve proje referansları sayesinde avantaj elde etmektedir.

Sektörde kullanılan ana girdiler pirinç, çinko alaşımları, paslanmaz çelik, karbon çelik, alüminyum, plastik polimerler, seramik kartuşlar, contalar, kaplama kimyasalları ve elektronik sensör bileşenleridir. Bu nedenle metal fiyatlarındaki dalgalanma, gümrük tarifeleri, enerji maliyetleri, işçilik maliyeti ve tedarik zinciri kesintileri üretici fiyatlarını doğrudan etkilemektedir. ABD üreticileri, özellikle yüksek hacimli perakende ürünlerde maliyeti düşürmek için Meksika, Çin, Vietnam ve diğer Asya ülkeleriyle tedarik/üretim bağlantıları kullanabilmektedir.

Üretim teknolojisi tarafında otomasyon, CNC işleme, basınçlı döküm, hassas kaplama, PVD/elektro kaplama, robotik montaj, sızdırmazlık testleri, otomatik kalite kontrol ve IoT/sensör entegrasyonu giderek önem kazanmaktadır. Akıllı musluklar, temassız ürünler, dijital duş sistemleri ve su tüketimi izleme çözümleri, geleneksel armatür üretiminin elektronik ve yazılım bileşenleriyle birleşmesine yol açmaktadır.

Gösterge	ABD Vana İmalatı	ABD Musluk İmalatı	Değerlendirme
Gelir	36,4 milyar \$ (2026)	6,9 milyar \$ (2025)	Endüstriyel vana pazarı daha büyük; musluk pazarı renovasyon odaklıdır.
İşletme sayısı	870	105	Musluk imalatında yoğunlaşma daha yüksektir.
Çalışan sayısı	84.672	9.027	Vana imalatı daha geniş endüstriyel istihdam yaratır.
Kâr marjı	%11,6	%10	Her iki segmentte de kalite ve marka katma değeri önemlidir.
Başlıca ürünler	Endüstriyel vanalar, akışkan gücü control vanaları, sıhhi tesisat aksesuarları	Musluklar, duş başlıkları, sifon vanaları ve tamamlayıcı (dekoratif) aksesuarlar	HS 8481.80 kapsamı iki segmenti de kesmektedir.

Kaynak: IBISWorld, “Valve Manufacturing in the US”, Mart 2026; IBISWorld, “Faucet Manufacturing in the US”, Aralık 2025

## 1.2 Ortalama Üretici Fiyatları

Armatür sektöründe ortalama üretici fiyatlarının tek bir ürün üzerinden belirlenmesi mümkün değildir. Çünkü 8481.80 kapsamı, 20-30 dolar seviyesinde perakende satılabilen standart lavabo musluklarından, binlerce dolar değerinde endüstriyel proses vanalarına kadar geniş bir ürün yelpazesine sahiptir. Bu nedenle fiyat analizi segment, malzeme, sertifikasyon, kontrol teknolojisi, marka, dağıtım kanalı ve teslim şekli bazında yapılmalıdır.

Konut tipi mutfak ve banyo armatürlerinde fiyatı belirleyen başlıca unsurlar gövde malzemesi, kartuş kalitesi, yüzey kaplama dayanımı, tasarım, marka, WaterSense/NSF sertifikasyonu, garanti süresi ve perakende ambalaj kalitesidir. Pirinç gövdeli, seramik kartuşlu, WaterSense etiketli ve uzun garanti sunan ürünler, düşük maliyetli çinko alaşımlı ürünlere göre daha yüksek fiyat segmentinde konumlanmaktadır. ABD pazarında tüketiciler mat siyah, fırçalanmış nikel, krom, şampanya tonlu bronz kaplama, mat dokulu altın görünümü gibi yüzey seçeneklerine ilgi göstermekte; kaplama kalitesi fiyatlandırmada önemli rol oynamaktadır.

Endüstriyel vana ürünlerinde fiyatı malzeme standardı, basınç sınıfı, sıcaklık dayanımı, akışkan tipi, bağlantı ölçüsü, aktüatör tipi, test sertifikaları, teslim süresi ve satış sonrası teknik destek belirlemektedir. Petrol-gaz, kimya, enerji ve su altyapısı projelerinde alıcılar genellikle fiyatı tek başına belirleyici unsur olarak görmemekte; toplam sahip olma maliyeti, bakım kolaylığı ve arıza riskinin azaltılması gibi kriterlere önem vermektedir.

Üretici fiyatları son yıllarda metal fiyatları, navlun, işçilik maliyeti, tedarik zinciri kesintileri ve ABD'nin ticaret politikası önlemleri nedeniyle dalgalanmıştır. Özellikle çelik ve alüminyum ürünlerine yönelik Section 232 önlemleri, Çin menşeli ürünlere yönelik Section 301 tarifeleri ve zaman zaman gündeme gelen ek tarifeler, ithalat maliyetlerini ve yerli üreticinin girdi fiyatlarını etkilemektedir. İhracatçılar fiyat verirken yalnızca FOB veya CIF maliyetini değil; gümrük vergisi, ilave vergi, broker ücreti, liman masrafı, iç taşıma, depo, iade ve garanti maliyetlerini de hesaba katmaktadır.

ABD pazarında başarılı fiyatlandırma, 'ucuz ürün' stratejisinden çok 'belgeli ve güvenilir ürün için rekabetçi toplam maliyet' stratejisine dayanmalıdır. Büyük distribütörler ve proje alıcıları, tedarikçinin stok sürekliliği, teknik dokümantasyon, iade yönetimi, tedarik güvenilirliği ve fiyat istikrarını ürün birim fiyatı kadar önemsemektedir.

Segment	Fiyatı Belirleyen Temel Unsurlar	Türk Firmaları Açısından Stratejik Not
Standart lavabo/mutfak muslukları	Gövde malzemesi, kartuş, kaplama, ambalaj, WaterSense, marka	Özel etikette ve orta segmentte rekabetçi fiyat-kalite dengesi oluşturulmalıdır.
Premium tasarım armatürleri	Tasarım, yüzey seçeneği, marka hikayesi, showroom ağı	İtalyan/Avrupalı rakiplerle rekabet için tasarım dili ve katalog sunumu güçlendirilmelidir.
Duş sistemleri ve termostatik bataryalar	Güvenlik, sıcaklık kontrolü, montaj kolaylığı, teknik belge	UPC/IPC uyumu ve satış sonrası destek vurgulanmalıdır.
Endüstriyel vanalar	Basınç sınıfı, malzeme, sertifikasyon, uygulama alanı, test raporu	Proje referansı ve teknik dosya olmadan fiyat rekabeti yeterli değildir.

Segment	Fiyatı Belirleyen Temel Unsurlar	Türk Firmaları Açısından Stratejik Not
OEM/ODM üretim	Üretim esnekliği, kalite sürekliliği, teslim süresi, gizlilik ve tasarım uyumu	ABD distribütör/markaları için uzun vadeli tedarik ilişkisi kurulabilir.

*Kaynak: IBISWorld, sektör raporları çerçevesinde Şikago Ticaret Ataşeliği değerlendirmesi*

### 1.3 İlgili Sektörde Üretici Yerli Firmalar ve Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler

ABD armatür ve vana pazarında üretici yapısı iki farklı görünüm sergilemektedir. Endüstriyel vana imalatında Emerson Electric ve Parker-Hannifin gibi büyük oyuncular öne çıkmakla birlikte pazar genel olarak çok sayıda niş üreticiye açıktır. Musluk ve tüketiciye yönelik sıhhi tesisat bağlantı elemanları segmentinde ise Fortune Brands/Moen, Kohler, Masco/Delta ve American Standard gibi markalar güçlü pazar konumuna sahiptir. Bu firmalar yalnızca üretici değil; marka, dağıtım, showroom, bayi, perakende zincir ilişkileri ve satış sonrası hizmet altyapısı bakımından da pazarın yönünü belirleyen aktörlerdir.

Emerson Electric, Missouri merkezli küresel bir otomasyon ve teknoloji şirkettir. Şirketin vana tarafındaki gücü özellikle proses kontrol, nihai kontrol ekipmanları, enerji, kimya, petrol-gaz, su ve kritik altyapı uygulamalarından gelmektedir. Emerson, yalnızca vana üreticisi olarak değil; ölçüm, kontrol, otomasyon, aktüatör ve dijital endüstri çözümleri sağlayıcısı olarak konumlanmaktadır. Bu nedenle ürünleri standart perakende armatürlere göre ziyade yüksek mühendislik gerektiren B2B projelerde öne çıkmaktadır.

Parker-Hannifin, Ohio merkezli olup hareket ve kontrol teknolojileri alanında güçlü bir üreticidir. Hidrolik, pnömatik, filtrasyon, akış kontrol ve akışkan bağlantı elemanı ürünleriyle sanayi, havacılık, enerji, mobil ekipman ve üretim sektörlerine hizmet vermektedir. Parker'ın vana segmentindeki konumu, akışkan güç vanaları ve hortum bağlantı elemanları üzerinden güçlenmektedir. Şirketin geniş marka portföyü ve global servis ağı, özellikle endüstriyel alıcılarda güven unsuru yaratmaktadır.

Kohler, Wisconsin merkezli köklü bir marka olarak banyo ve mutfak ürünlerinde premium algıya sahiptir. Armatür, lavabo, klozet, duş sistemi, banyo mobilyası ve tasarım odaklı ürünleriyle hem perakende hem de showroom/proje kanalında yer almaktadır. Kohler'in güçlü yönü tasarım, marka güveni, geniş ürün ailesi ve konut/otel projelerindeki bilinirliğidir. Türk firmaları Kohler gibi markalarla doğrudan fiyat rekabetine girmek yerine orta-üst segmentte tasarım ve sertifikasyonla desteklenen alternatif tedarikçi rolünü hedefleyebilir.

Moen, Fortune Brands Innovations bünyesinde ABD'nin en bilinen mutfak ve banyo armatür markalarından biridir. Ürün portföyü mutfak bataryaları, banyo muslukları, duş sistemleri, akıllı su kontrol cihazları ve banyo aksesuarlarını kapsamaktadır. Moen'in güçlü marka değeri, perakende zincirlerinde yaygın bulunurluğu, garanti politikaları ve su tasarrufu/akıllı ev çözümlerine yönelik ürün geliştirme kapasitesi, pazarın rekabet standardını yükseltmektedir.

Delta Faucet Company, Masco Corporation bünyesinde faaliyet göstermekte ve mutfak-banyo armatürlerinde güçlü perakende ve profesyonel dağıtım ağına sahiptir. Delta, teknolojik özellikler, kolay montaj, dayanıklı kartuş sistemleri, tasarım varyasyonları ve marka güvenilirliği ile öne çıkar. Brizo gibi daha üst segment markalarla birlikte farklı fiyat seviyelerine hitap edebilmektedir. Bu yapı, ABD pazarında marka mimarisinin önemini göstermektedir.

American Standard Brands, LIXIL portföyü içinde ABD sıhhi tesisat armatürleri pazarında önemli bir markadır. Banyo ve mutfak armatürleri, seramik sağlık gereçleri ve ticari/kamu kullanımına yönelik ürünlerde güçlü bir konuma sahiptir. Kamu binaları, oteller, hastaneler, okullar ve ticari yapılarda dayanıklılık ve standart uyumu önem kazandığından, American Standard markası proje bazlı tedarik tarafında dikkat çekmektedir.

Watts Water Technologies ise su güvenliği, akış kontrol, basınç kontrol, geri akış önleme sistemi, - su ile ısıtma/soğutma (hidronik) ve sıhhi tesisat ürünleriyle daha teknik bir konumda yer almaktadır. Şirket, içme suyu güvenliği, bina su sistemleri, tesisat verimliliği ve su yönetimi konularında ürün çözümleri sunmaktadır. Bu tür firmalar, Türk üreticileri açısından endüstriyel ve teknik vana segmentlerinde standartların ve sertifikasyonun önemini ortaya koymaktadır.

<b>Firma</b>	<b>Merkez ve Profil</b>	<b>Başlıca Ürün ve Segmentler</b>	<b>Pazardaki Rolü</b>
Emerson Electric	Missouri merkezli küresel otomasyon ve endüstri teknolojileri şirketi	Proses kontrol vanaları, aktüatörler, endüstriyel akış kontrol çözümleri	Enerji, kimya, petrol-gaz ve kritik altyapı segmentlerinde güçlü mühendislik oyuncusu
Parker-Hannifin	Ohio merkezli hareket ve kontrol teknolojileri üreticisi	Akışkan güç vanaları ve hortum bağlantı elemanları, pnömatik/hidrolik kontrol ürünleri	Sanayi ve mobil ekipman tarafında yüksek teknik uzmanlık ve geniş dağıtım ağı
Fortune Brands/Moen	Konut ve ev ürünleri portföyü içinde güçlü marka	Mutfak-banyo armatürleri, duş sistemleri, akıllı su çözümleri	Perakende ve profesyonel kanalda güçlü marka ve ürün genişliği
Kohler	Wisconsin merkezli premium banyo/mutfak markası	Armatürler, duş sistemleri, seramik sağlık gereçleri, banyo tasarımı	Premium marka algısı, showroom ve proje kanalı
Masco/Delta Faucet	Delta ve Brizo gibi markalarla geniş pazar varlığı	Mutfak-banyo armatürleri, duş sistemleri, tasarım serileri	Orta ve üst segmentte güçlü dağıtım ve marka bilinirliği
American Standard/LIXIL	Küresel LIXIL portföyünde ABD sıhhi tesisat markası	Armatürler, sıhhi tesisat ürünleri	Ticari ve kamu binalarında dayanıklılık ve standart uyumu
Watts Water Technologies	Su güvenliği ve akış kontrol çözümleri üreticisi	Basınç kontrol, geri akış önleme, vana ve hidronik ürünler	Teknik bina tesisatı ve su sistemleri segmentinde önemli oyuncu

*Kaynak: IBISWorld sektör raporları ile şirket web siteleri*

## Sektörel Birlikler ve Kuruluşlar

Kuruluş	Sektör Açısından Önemi	Web
Valve Manufacturers Association of America (VMA)	ABD vana üreticilerini temsil eder; endüstriyel vana, aktüatör, kontrol ekipmanı üreticileri için teknik mevzuat ve ağ oluşturma platformudur.	<a href="https://www.vma.org">https://www.vma.org</a>
Plumbing Manufacturers International (PMI)	Sihhi tesisat ürünleri üreticilerini temsil eder; su verimliliği, sıhhi tesisat yönetmelikleri, kurşunsuzluk/kurşun sınırlama standartları ve WaterSense gibi konularda sektör görüşü oluşturur.	<a href="https://www.safeplumbing.org">https://www.safeplumbing.org</a>
American Supply Association (ASA)	Sihhi tesisat, ısıtma, soğutma ve PVF toptan dağıtıcılarını temsil eder; distribütör ağına erişim ve pazar bilgisi açısından önemlidir.	<a href="https://www.asa.net">https://www.asa.net</a>
National Kitchen & Bath Association (NKBA)	Mutfak ve banyo tasarım profesyonelleri ile üreticilerini bir araya getirir; KBIS fuarının organizasyonunda etkilidir.	<a href="https://www.nkba.org">https://www.nkba.org</a>
IAPMO	Standartlaştırılmış Tesisat Yönetmeliği (UPC) ve ürün sertifikasyon süreçlerinde önemli bir kurumdur; UPC uyumu pazara girişte kritik olabilir.	<a href="https://www.iapmo.org">https://www.iapmo.org</a>
ICC	Uluslararası Tesisat Yönetmeliği (IPC) dahil model düzenlemelerin yayıncısıdır; eyalet ve yerel kod uygulamaları açısından önemlidir.	<a href="https://www.iccsafe.org">https://www.iccsafe.org</a>
ASPE	Sihhi tesisat mühendisleri topluluğudur; proje şartnameleri ve mühendislik çevreleriyle bağlantı için önemlidir.	<a href="https://www.aspe.org">https://www.aspe.org</a>
PHCC	Sihhi tesisat, ısıtma ve soğutma (HVAC) yüklenicileri topluluğudur; tesisat yüklenicilerine erişim sağlar.	<a href="https://www.phccweb.org">https://www.phccweb.org</a>

Kaynak: Kuruluşların resmi web siteleri

#### 1.4 Armatür Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

ABD’de armatür ürünlerinin satış yapısı, tüketiciye yönelik perakende kanallar ile profesyonel tesisat/yapı kanalları arasında ayrılmaktadır. Perakende kanalda Home Depot, Lowe's, Menards, Amazon, Wayfair ve benzeri platformlar öne çıkarken, profesyonel kanalda Ferguson, Hajoca, Winsupply, MRC Global, Grainger, Fastenal ve bölgesel sıhhi tesisat tedarik şirketleri önem taşır. Bir ürünün perakende rafına girebilmesi için ambalaj, barkod, garanti, ürün görselleri, montaj talimatı, iade yönetimi ve sertifikasyon belgeleri yüksek standartta olmalıdır.

Toptan satış tarafında sıhhi tesisat ve ısıtma ürünleri pazarı, 2025 yılı itibarıyla 139,8 milyar dolar büyüklüğe sahiptir. Bu pazarın 46,7 milyar dolarlık bölümü boru, bağlantı elemanları ve vanalardan; 34 milyar dolarlık bölümü sıhhi tesisat bağlantı elemanlarından oluşmaktadır. Bu veriler, armatür ve vana ürünlerinin ABD’de yalnızca perakende değil, yüksek hacimli profesyonel tedarik zinciri üzerinden de satıldığını göstermektedir.

Ferguson, sıhhi tesisat ve ısıtma ürünleri toptan pazarının en büyük oyuncusu olarak öne çıkmaktadır. IBISWorld verilerine göre Ferguson’un 2025 yılı sektör gelirleri yaklaşık 29,3 milyar dolar ve pazar payı %20,9’dur. Ferguson’un gücü yalnızca ürün tedarikinden değil; şube ağı, teknik satış personeli, proje yönetimi, dijital sipariş altyapısı, özel markalar ve profesyonel tesisatçılarla kurduğu ilişkilerden kaynaklanmaktadır.

Endüstriyel tedarik kanalı da 8481.80 kapsamındaki bazı ürünler için kritik önemdedir. Grainger, Fastenal, Applied Industrial Technologies ve MSC Industrial gibi şirketler; bakım-onarım, üretim tesisleri ve endüstriyel müşterilere yönelik ürün tedarikinde güçlüdür. Bu kanalda alıcıların önceliği hızlı teslimat, stok bulunurluğu, teknik uygunluk ve sipariş kolaylığıdır.

Türk firmalarının ABD pazarında doğru kanalı seçmesi gerekir. Standart mutfak-banyo ürünleri için perakende, e-ticaret ve showroom kanalı; profesyonel tesisat ürünleri için sıhhi tesisat toptancıları ve müteahhit ağı; endüstriyel vanalar için endüstriyel tedarikçiler, EPC firmaları ve proje bazlı satış kanalı daha uygun olabilir. Tek bir dağıtım stratejisinin tüm alt segmentlere uygulanması çoğu zaman verimli sonuç vermemektedir.

Satış Kanalı	Hedef Müşteri	Ürün Beklentisi	Türk Firması İçin Kritik Husus
Büyük yapı market zincirleri	DIY tüketici, küçük müteahhit, ev sahibi	Raf ambalajı, marka, garanti, sertifikasyon, yüksek stok	Vendor onboarding, EDI, iade ve ürün sorumluluğu süreçleri hazırlanmalıdır.
Sıhhi tesisat toptancıları	Tesisatçılar, müteahhitler, mekanik yükleniciler	Teknik uyum, stok, hızlı teslimat, fiyat istikrarı	Yerel distribütör veya temsilciyle çalışmak avantaj sağlar.
Showroom ve tasarım mağazaları	Mimar, iç mimar, premium tüketici	Tasarım, yüzey kalitesi, katalog, numune	Premium seri ve görsel sunum güçlendirilmelidir.
E-ticaret platformları	Bireysel tüketici, küçük işletme	Görsel kalite, yorum, hızlı teslimat, kolay iade	ABD deposu/3PL ve müşteri hizmeti gereklidir.

Satış Kanalı	Hedef Müşteri	Ürün Beklentisi	Türk Firması İçin Kritik Husus
Endüstriyel tedarikçiler	Fabrika, bakım-onarım, üretim tesisleri	Teknik doküman, dayanıklılık, hızlı tedarik	Ürün veri sayfaları ve standart belgeleri hazırlanmalıdır.
Proje bazlı satış	Otel, konut, kamu, ticari bina	Şartname uyumu, süreklilik, toplu fiyat, referans	Mimar/mühendis ve müteahhit ilişkileri kurulmalıdır.

Kaynak: IBISWorld, "Plumbing & Heating Supplies Wholesaling in the US", Ekim 2025

## 2. ABD'nin Armatür Sektöründe Dış Ticareti

ABD, 8481.80 kapsamındaki ürünlerde hem büyük bir ithalatçı hem de yüksek mühendislik ürünleri ihraç eden bir ülkedir. 2025 yılında ABD'nin HS 8481.80 kapsamındaki ithalatı yaklaşık 10,74 milyar dolar, ihracatı ise yaklaşık 7,89 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. İthalatın büyüklüğü, ABD iç pazarındaki talep hacmini ve yerli üretimin tüm segmentleri tek başına karşılamadığını göstermektedir.

İthalatta Meksika'nın ilk sırada yer alması, USMCA bölgesel tedarik zincirinin ve sınır ötesi üretim entegrasyonunun önemini ortaya koymaktadır. Meksika hem maliyet hem de lojistik avantajı sağlamakta; ABD markalarının bazı üretim süreçlerini Meksika'da konumlandırması da bu tabloyu güçlendirmektedir. Çin hâlâ güçlü bir tedarikçi olmakla birlikte, tarifeler ve tedarik zinciri riskleri nedeniyle bazı ithalatçıların Vietnam, Tayvan, Hindistan ve Meksika gibi alternatif kaynaklara yöneldiği görülmektedir.

Almanya, Japonya ve İtalya gibi ülkeler, fiyat rekabetinden ziyade mühendislik, kalite, tasarım ve marka algısıyla pazarda konumlanmaktadır. Bu ülkelerin varlığı, ABD pazarının yalnızca düşük fiyatlı ürünlere değil; kaliteli, belgeli ve farklılaşmış ürünlere de açık olduğunu göstermektedir. Türkiye'nin bu pazarda artırabileceği pay özellikle fiyat-kalite dengesi, Avrupa standartlarında üretim, esnek sipariş kapasitesi ve orta/orta-üst segment ürünlerde olabilir.

ABD'nin ihracatında Kanada ve Meksika ilk iki sırayı almakta, bu da Kuzey Amerika pazarının entegre niteliğini göstermektedir. Bunun yanında Çin, Almanya, Birleşik Krallık, Fransa, Brezilya, Japonya, Singapur ve Güney Kore gibi ülkelere yapılan ihracat; ABD üreticilerinin yüksek teknik değerli vana ve akış kontrol ekipmanlarında küresel rekabet gücünü koruduğunu göstermektedir.

### 2.1 Armatür Sektöründe ABD'nin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

Sıra	Ülke	İthalat Değeri (\$)	Pay (%)
1	Meksika	2.101.398.807	19,5
2	Çin	1.677.396.030	15,6
3	Japonya	828.649.351	7,71
4	Almanya	702.635.511	6,54
5	İtalya	693.827.243	6,45
6	Tayvan	630.795.928	5,87
7	Vietnam	561.893.379	5,23

Sıra	Ülke	İthalat Değeri (\$)	Pay (%)
8	Güney Kore	380.134.000	3,53
9	Kanada	375.886.898	3,49
10	Hindistan	330.638.192	3,07
<b>14</b>	Türkiye	215.112.087	2,00
	GENEL TOPLAM	10.743.452.103	100

*Kaynak: US Census/USITC DataWeb, 2025 yılı HS 8481.80 verileri*

Türkiye'nin 2025 yılında yaklaşık 215 milyon dolarlık satışla ABD ithalatında %2 pay alması, pazarda belirli bir yer edinildiğini göstermektedir. Ancak ilk 10 tedarikçinin toplam payı karşısında Türkiye'nin ölçek artırma potansiyeli hâlâ yüksektir. Bu nedenle hedef, yalnızca spot ihracat değil; distribütör, private label ve proje bazlı sürekli tedarik modeli olmalıdır.

## 2.2 Armatür Sektöründe ABD'nin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

Sıra	Ülke	İhracat Değeri (\$)	Pay (%)
1	Kanada	1.620.816.415	20,53
2	Meksika	1.025.025.732	12,98
3	Çin	656.425.551	8,31
4	Almanya	468.270.680	5,93
5	Birleşik Krallık	332.784.192	4,21
6	Fransa	311.138.093	3,94
7	Brezilya	298.416.179	3,78
8	Japonya	244.918.163	3,10
9	Singapur	241.441.151	3,05
10	Güney Kore	221.472.633	2,80
<b>22</b>	Türkiye	51.718.085	0,65
	GENEL TOPLAM	7.891.531.494	100

*Kaynak: US Census/USITC DataWeb, 2025 yılı HS 8481.80 verileri*

ABD'nin Türkiye'ye HS 8481.80 kapsamındaki ihracatının 2025 yılında yaklaşık 51,7 milyon dolar olduğu görülmektedir. Bu veri, iki yönlü ticaret ilişkisinin varlığına işaret etmekle birlikte, Türkiye'nin ABD pazarına satışının ABD'nin Türkiye'ye satışından daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bu durum Türkiye açısından net tedarikçi konumunu güçlendirme fırsatı sunmaktadır.

## 2.3 Armatür Sektöründe ABD'nin Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler

Bu raporun ana odağı HS 8481.80 altılı pozisyonudur. Altılı pozisyon, kendi içinde çok sayıda 10 haneli HTS alt kırılımına ayrılmaktadır. ABD'ye ihracat yapacak firmaların ürünlerini yalnızca 8481.80 olarak değil, ABD HTS sistemindeki nihai 10 haneli alt pozisyona göre sınıflandırmaları

gerekir. Çünkü el kumandalı musluklar, bakır/pirinç ürünler, diğer malzemenen ürünler, termostatik kontrol ürünleri ve 'nesoi' kalemleri farklı vergi ve düzenleme sonuçları doğurabilir.

6 Haneli HS	Örnek Ürünler	ABD Toplam İthalatı (\$)	Türkiye'den İthalat (\$)	Türkiye Payı (%)
8481.80	Lavabo muslukları, mutfak bataryaları, duş mikser vanaları, küvet dolum muslukları, bidet muslukları, tek/çift kumandalı mikser musluklar, küresel vana, sürgülü vana ve diğer cihazlar	~10,74 milyar	~215,1 milyon	~2,0

Kaynak: US Census/USITC DataWeb, 2025; WCO HS açıklama notları; USITC HTS

#### 2.4 Armatür Sektöründe ABD'nin Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler

6 Haneli HS	Örnek Ürünler	ABD Toplam İhracatı (\$)	Türkiye'ye İhracat (\$)	Türkiye Payı (%)
8481.80	Tesisat muslukları, bataryalar, vanalar ve benzeri akış kontrol cihazları	~7,89 milyar	~51,7 milyon	~0,65

Kaynak: US Census/USITC DataWeb, 2025

### 3. Sektörde Ülkemizden İhracat (Değer ve Miktar)

Türkiye, armatür sektöründe pirinç döküm, metal işleme, yüzey kaplama, montaj, esnek üretim ve Avrupa pazarına yönelik kalite alışkanlığı bakımından gelişmiş bir üretim altyapısına sahiptir. Bu avantajlar ABD pazarı bakımından önemlidir; ancak ABD'ye ihracatta başarı için yalnızca üretim kapasitesi yeterli değildir. Ürünlerin ABD sıhhi tesisat düzenlemelerine ve içme suyu güvenliği standartlarına uyumu, ABD alıcısına uygun ambalaj ve dokümantasyon, yerel dağıtım/servis yapısı ve düzenli pazarlama faaliyetleri belirleyicidir.

2021-2025 döneminde Türkiye'nin ABD'ye HS 8481.80 kapsamındaki ihracatı 149,4 milyon dolardan 215,1 milyon dolara yükselmiştir. 2023 yılında görülen düşüşün ardından 2024 ve 2025 yıllarında toparlanma dikkat çekmektedir. Bu tablo, Türk ürünlerinin ABD pazarında kabul gördüğünü ve talep yaratabildiğini göstermektedir. Ancak pazardaki toplam ithalat hacmi dikkate alındığında Türkiye'nin mevcut payı hâlâ sınırlıdır ve stratejik büyüme için alan bulunmaktadır.

İhracatın artırılması için Türk firmalarının farklı segmentlerde farklı stratejiler uygulaması gerekir. Standart ürünlerde maliyet, teslim süresi ve özel etiketli üretim kabiliyeti; orta-üst segmentte tasarım ve sertifikasyon; proje kanalında teknik dosya ve referans; endüstriyel vanalarda ise malzeme standardı, test raporları ve satış sonrası mühendislik desteği öne çıkmaktadır.

ABD pazarında alıcılar çoğu zaman yeni tedarikçiye temkinli yaklaşmaktadır. Ürün uygunluk belgeleri eksik olan, ABD’de temsilcisi bulunmayan, iade/garanti süreçlerini açıklamayan veya stok sürekliliği sunamayan firmaların uzun vadeli alıcı ilişkisi kurması zorlaşmaktadır. Bu nedenle ihracat artışı için pazara giriş maliyetlerinin bir yatırım olarak görülmesi gerekmektedir.

### 3.1 Sektörde Ülkemizin ABD’ye İhracatı (1.000 \$)

GTİP	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025
8481.80	Tesisat muslukları, bataryalar, vanalar	149.423	161.290	140.363	174.803	215.112

*Kaynak: US Trade Map/USITC DataWeb*

2021-2025 dönemindeki artış yaklaşık %44 seviyesindedir. Bu artış, 2023 yılındaki geçici gerilemeye rağmen, pazarda sürdürülebilir bir talep potansiyeli bulunduğunu göstermektedir. Ancak ABD ithalatında Türkiye’nin payı %2 seviyesinde olduğundan, stratejik hedef öncelikle payın %3-5 bandına çıkarılması olmalıdır. Bu hedef için yalnızca fiyat rekabeti değil, sertifikasyon ve yerel kanal geliştirme de gereklidir.

### 3.2 Sektörde Ülkemizin ABD’ye İhracatı (Miktar ton/kg/litre vb.)

Miktar verileri kullanılan ticaret veritabanına göre adet, kilogram veya karma ölçü birimleriyle raporlanabilmektedir. 8481.80 pozisyonu farklı ürün tiplerini kapsadığından, alt ürün kırılımı yapılmaksızın tek bir miktar göstergesi yorumlandığında yanıltıcı sonuçlar doğabilir. Örneğin düşük değerli küçük vana ürünleri adet bazında yüksek, premium batarya ürünleri değer bazında yüksek görünebilir. Bu nedenle ABD pazarı analizinde değer verisi ana gösterge olarak kullanılmış; miktar verisinin firma bazlı ürün sınıflandırmasına göre ayrıca analiz edilmesi tavsiye edilmiştir.

## 4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

ABD armatür pazarına giriş, teknik uygunluk, doğru hedef kanal seçimi ve uzun vadeli yerelleşme stratejisi gerektiren çok aşamalı bir süreçtir. Ürünler tüketiciye doğrudan satılacaksa perakende ve e-ticaret gereklilikleri; profesyonel tesisat kanalına satılacaksa sıhhi tesisat düzenlemeleri ve toptancı beklentileri; endüstriyel kullanıma satılacaksa mühendislik şartnameleri, malzeme sertifikaları ve proje referansları ön plana çıkar.

ABD pazarı eyalet bazlı düzenleme ve yerel uygulamalar nedeniyle homojen değildir. Federal düzeyde gümrük, menşe işaretleme ve bazı çevre/su verimliliği uygulamaları bulunmakla birlikte, bina ve tesisat düzenlemelerinin uygulanması eyalet ve yerel yönetimler tarafından şekillenebilmektedir. Bu nedenle üreticilerin hedef eyalet ve satış kanalına göre hangi sertifikaların zorunlu veya fiilen gerekli olduğunu distribütörleriyle teyit etmeleri önemlidir.

Pazara girişte uygulanabilir model çoğu Türk firması için aşamalı olmalıdır: Önce ürün sınıflandırması ve teknik dosya hazırlanmalı, ardından hedef kanal seçilmeli, potansiyel distribütör ve ithalatçılarla numune/sertifikasyon süreci yürütülmeli, ABD’de depo veya 3PL çözümü planlanmalı ve fuar/yerel ziyaretlerle alıcı güveni oluşturulmalıdır.

#### 4.1 Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Hedef bölge seçimi ürün segmentine göre yapılmalıdır. Konut tipi mutfak ve banyo armatürleri için nüfus, konut inşaatı, gelir seviyesi, renovasyon harcamaları ve tasarım yoğunluğu önemlidir. Endüstriyel vanalar için sanayi, enerji, kimya, gıda-içecek, otomotiv, su/atık su altyapısı ve üretim tesisleri yoğunluğu belirleyicidir. Profesyonel tesisat ürünleri için sıhhi tesisat yüklenici ağı, mekanik yüklenici yoğunluğu ve toptan satış şube ağı önem taşır.

California, Texas, Florida, New York, Illinois, Ohio, North Carolina, Georgia ve Pennsylvania pazara girişte öncelikli incelenmesi gereken eyaletlerdir. California yüksek nüfus ve gelir düzeyi, tasarım odaklı premium ürün talebi ve renovasyon pazarıyla; Texas büyük nüfus artışı, inşaat faaliyetleri, enerji/sanayi altyapısı ve güçlü lojistik bağlantılarıyla; Florida konut ve turizm/otel yatırımlarıyla; New York ve New Jersey ticari binalar, renovasyon ve yüksek gelirli tüketici segmentiyle; Illinois ise Midwest'e açılan lojistik, fuar ve sanayi altyapısıyla öne çıkmaktadır.

Chicago ve Midwest bölgesi, Türk firmaları için yalnızca nihai pazar değil, dağıtım ve temsil merkezi olarak da değerlendirilebilir. Chicago; ABD'nin demiryolu, karayolu, hava kargo ve fuar altyapısı bakımından en güçlü merkezlerinden biridir. McCormick Place, AHR Expo ve The Inspired Home Show gibi fuarlar için önemli bir merkezdir. Great Lakes bölgesindeki metal işleme, otomotiv, makine, gıda işleme ve endüstriyel üretim altyapısı endüstriyel vana ve bakım-onarım ürünleri için potansiyel yaratmaktadır.

Ürünlerin liman giriş noktası bakımından Doğu Kıyısı, Körfez ve Batı Kıyısı alternatifleri değerlendirilmelidir. Türkiye'den gelen konteynerler için New York/New Jersey, Savannah, Houston, Los Angeles/Long Beach gibi limanlar yaygın olarak kullanılmaktadır. Midwest hedefleniyorsa Doğu Kıyısı veya Savannah üzerinden demiryolu/karayolu bağlantısı ya da Houston üzerinden iç dağıtım seçenekleri maliyet ve süre açısından karşılaştırılmalıdır.

Hedef Bölge/Eyalet	Öne Çıkan Talep Dinamiği	Uygun Ürün/Kanal
Illinois	Sanayi, lojistik, fuar altyapısı, Midwest dağıtım merkezi	Endüstriyel vana, HVAC/sıhhi tesisat toptancıları, B2B fuar ve temsilcilik
Texas	Enerji, su altyapısı, konut ve ticari inşaat, sanayi	Endüstriyel vana, su sistemleri, proje bazlı satış
California	Yüksek gelir, tasarım ve sürdürülebilirlik hassasiyeti	Premium armatür, WaterSense ürünler, showroom/e-ticaret
Florida	Konut, otel, turizm ve renovasyon	Banyo/mutfak armatürleri, proje ve perakende
New York/New Jersey	Ticari binalar, renovasyon, yüksek yoğunluklu konut	Premium ve ticari tesisat ürünleri
Ohio/Michigan/Indiana	Üretim, otomotiv, metal işleme ve endüstriyel kullanıcılar	Endüstriyel vana, fluid power ve MRO tedarik

*Kaynak: IBISWorld coğrafi dağılım analizleri*

#### 4.2 Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

ABD armatür pazarı tek bir rekabet yapısına sahip değildir. Musluk ve konut tipi armatürlerde marka yoğunlaşması orta-yüksek düzeydedir; Fortune Brands/Moen, Kohler, Masco/Delta ve American

Standard pazarın önemli bölümünü kontrol etmektedir. Buna karşılık endüstriyel vana pazarında Emerson ve Parker-Hannifin gibi büyük oyuncuların yanında çok sayıda niş ve bölgesel üretici bulunmaktadır. Bu durum, Türk firmalarına hem büyük markalarla private label/OEM ilişkisi hem de niş distribütörler üzerinden pazara giriş olanağı sunabilir.

Pazarın rekabet eksenleri dört başlıkta toplanabilir: fiyat rekabeti, marka/tasarım rekabeti, teknik sertifikasyon rekabeti ve dağıtım/servis rekabeti. Çin, Vietnam, Tayvan ve Meksika gibi ülkeler fiyat ve üretim esnekliğiyle; Almanya, Japonya ve İtalya kalite/tasarım algısıyla; ABD markaları ise dağıtım, garanti ve marka güveniyle rekabet etmektedir. Türkiye'nin başarılı olabileceği alan, fiyat avantajını kalite ve sertifikasyonla birleştiren güvenilir tedarikçi konumudur.

ABD'de alıcılar uzun vadeli tedarikçi ilişkilerine önem vermektedir. Bir distribütörün yeni bir markayı portföyüne alması için ürün sertifikaları, numune performansı, teknik doküman, pazar desteği, fiyat istikrarı ve garanti koşullarını görmesi gerekir. Bu nedenle katalog, ürün veri sayfası, montaj talimatı, sertifika, test raporu, ürün fotoğrafı ve ambalaj örnekleri İngilizce ve ABD ölçü/pratiklerine uygun hazırlanmalıdır.

Firma	Faaliyet Alanı	Güçlü Yönleri	Sektördeki Rolü
Moen / Fortune Brands Innovations	Mutfak ve banyo armatürleri, duş sistemleri, akıllı su kontrol çözümleri	Güçlü perakende ve profesyonel kanal, marka bilinirliği, WaterSense/akıllı ürün odağı	Orta-üst segment ve akıllı ürünlerde rekabet standardını belirler.
Kohler Co.	Premium banyo ve mutfak armatürleri, seramik, duş sistemleri	Tasarım, marka güveni, showroom ve otel/konut projeleri	Premium pazarda kalite ve tasarım çitasını yükseltir.
Delta Faucet / Masco	Mutfak-banyo armatürleri, duş sistemleri, Brizo premium serileri	Geniş perakende dağıtımı, kolay montaj, ürün çeşitliliği	Orta ve üst segmentte güçlü marka rekabeti yaratır.
American Standard / LIXIL	Banyo, mutfak, ticari tesisat ürünleri	Ticari binalar ve kamu/kurumsal kullanımda bilinirlik	Dayanıklılık ve şartname uyumu tarafında önemli oyuncu.
Watts Water Technologies	Basınç kontrol, hidronik su sistemleri vanaları	Teknik ürün portföyü, bina su güvenliği ve tesisat çözümleri	Teknik tesisat ve su sistemlerinde standart odaklı oyuncu.
Emerson Electric	Proses kontrol vanaları ve çözümleri	Yüksek mühendislik, global servis, enerji/kimya/petrol-gaz uygulamaları	Endüstriyel vana segmentinde teknoloji liderlerinden.
Parker-Hannifin	Akışkan güç vanaları, hortum bağlantı elemanları, hareket ve kontrol sistemleri	Geniş endüstriyel müşteri tabanı ve teknik ürün ağı	Hidrolik/pnömatik vana ve bağlantı ekipmanlarında güçlü oyuncu.

<b>Firma</b>	<b>Faaliyet Alanı</b>	<b>Güçlü Yönleri</b>	<b>Sektördeki Rolü</b>
Ferguson	Sihhi tesisat ve HVAC toptan dağıtımı	Şube ağı, profesyonel tesisatçı ilişkileri, özel marka ve dijital sipariş	ABD pazarında dağıtım gücünün en önemli örneklerinden.
W.W. Grainger	Endüstriyel tedarik ve MRO	Online katalog, hızlı teslimat, kurumsal müşteri tabanı	Endüstriyel vana ve bakım-onarım ürünlerinde kanal fırsatı.
Fastenal	Endüstriyel ve MRO tedarik	Yerel şube, vending, kurumsal tedarik programları	Endüstriyel alıcıya düzenli ve hızlı tedarik modeli sunar.

*Kaynak: IBISWorld, şirket web siteleri*

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

<b>Kurum</b>	<b>Web</b>	<b>Firmalar İçin Kullanım Alanı</b>
Valve Manufacturers Association of America	<a href="http://www.vma.org">www.vma.org</a>	Vana üreticileri, teknik konferanslar, sektör trendleri ve endüstriyel ağlar
Plumbing Manufacturers International	<a href="http://www.safeplumbing.org">www.safeplumbing.org</a>	Sihhi tesisat ürünleri mevzuatı, WaterSense, kurşunsuz üretim ve sektör savunuculuğu
American Supply Association	<a href="http://www.asa.net">www.asa.net</a>	Sihhi tesisat/HVAC toptancıları ve distribütör ağı
National Kitchen & Bath Association	<a href="http://www.nkba.org">www.nkba.org</a>	Mutfak-banyo tasarım profesyonelleri, KBIS bağlantısı
IAPMO	<a href="http://www.iapmo.org">www.iapmo.org</a>	UPC, ürün sertifikasyonları, tesisat düzenlemeleri uyumu
International Code Council	<a href="http://www.iccsafe.org">www.iccsafe.org</a>	IPC ve bina/sihhi tesisat model kodları
American Society of Plumbing Engineers	<a href="http://www.aspe.org">www.aspe.org</a>	Mühendislik şartnameleri ve tesisat mühendisleri ağı
PHCC	<a href="http://www.phccweb.org">www.phccweb.org</a>	Tesisat yüklenicileri ve saha uygulayıcıları
HARDI	<a href="http://www.hardinet.org">www.hardinet.org</a>	HVACR distribütörleri ve mekanik tesisat bağlantıları
Industrial Supply Association	<a href="http://www.isapartners.org">www.isapartners.org</a>	Endüstriyel tedarikçiler ve MRO kanalları

*Kaynak: Kuruluşların resmi web siteleri*

#### 4.2.2 İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

ABD’de ithalatçı ve distribütör bilgisi için kullanılabilecek açık kaynaklar arasında USITC DataWeb, USA Trade Online, CBP rulings, Panjiva/Datamyne gibi ücretli sevkiyat veritabanları, Thomasnet, MDM, Industrial Quick Search, ASA üye dizinleri, VMA üye listeleri, KBIS/AHR/Valve World katılımcı listeleri ve büyük perakendecilerin tedarikçi başvuru portalları bulunmaktadır. Ücretli sevkiyat veritabanları firma adı, ürün tanımı, HS kodu ve sevkiyat sıklığı bakımından faydalı olabilir; ancak bu veriler her zaman eksiksiz olmayabilir ve ticari istihbarat amacıyla doğrulanmalıdır.

Türk firmaları potansiyel ithalatçı listesi hazırlarken sadece büyük zincirlere odaklanmamalıdır. ABD pazarında bölgesel sıhhi tesisat tedarik şirketleri, bağımsız showromlar, proje tedarikçileri, özel etiketli ürün distribütörleri ve e-ticaret odaklı markalar daha ulaşılabilir başlangıç hedefleri olabilir. Özellikle Midwest bölgesinde Chicago, Indianapolis, Columbus, Cleveland, Detroit, Milwaukee ve St. Louis çevresindeki distribütörler incelenmelidir.

Kaynak	Sağladığı Bilgi	Not
USITC DataWeb	Ülke/ürün bazlı ithalat ve ihracat verisi	Ücretsiz ve resmi veri kaynağıdır.
USA Trade Online / Census API	ABD ticaret verileri	Ürün, ülke, liman ve dönem bazlı analiz yapılabilir.
CBP CROSS Rulings	Sınıflandırma kararları	Benzer ürünlerin HTS sınıflandırmasını anlamaya yardımcı olur.
Thomasnet / IQS	Üretici ve tedarikçi dizinleri	Endüstriyel tedarikçiler için faydalıdır.
Fuar katılımcı listeleri	Marka, distribütör ve alıcı profilleri	KBIS, AHR, Valve World ve Inspired Home Show listeleri izlenmelidir.
ASA/VMA/NKBA dizinleri	Üye firmalar ve sektör bağlantıları	B2B görüşme hedefleri için değerlidir.

*Kaynak: Resmi kurumlar ve sektörel açık kaynaklar*

#### 4.3 Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

ABD’ye ihracatta genel ithalat belgeleri, CBP tarafından yürütülen gümrük süreçleri kapsamında düzenlenmektedir. Armatür ve vana ürünlerinde genel olarak ticari fatura, paketleme listesi, konşimento veya air waybill, entry summary (CBP Form 7501), menşe bilgisi, HTS sınıflandırması ve gerekli teknik uygunluk belgeleri öne çıkar. İthalatçı genellikle “importer of record” olarak sorumluluk üstlenir; ancak ihracatçının doğru belge sağlamaması gecikme, ek maliyet veya ürünün kabul edilmemesi sonucunu doğurabilir.

İçme suyu ile temas eden ürünlerde NSF/ANSI/CAN 61 ve NSF/ANSI/CAN 372 gibi sertifikalar pratikte kritik öneme sahiptir. Bu sertifikalar her ürün için federal düzeyde tek tip zorunlu belge gibi uygulanmasa da, eyelet bazında yerel düzenlemeler, distribütör şartları ve perakende kanal gereklilikleri nedeniyle fiilen pazara giriş şartına dönüşebilmektedir. WaterSense etiketi ise özellikle su verimli banyo lavabo muslukları, duş başlıkları ve benzeri ürünlerde pazarlama gücü ve kamu/kurumsal satın alma açısından önem taşır.

Ürünlerin ABD'ye gönderilmeden önce doğru HTS alt pozisyonunun belirlenmesi önerilir. Yanlış sınıflandırma, eksik vergi ödemesi, ceza, gümrükte gecikme veya ürünün farklı teknik gerekliliklere tabi olduğunun sonradan anlaşılması gibi riskler doğurabilir. Tereddüt halinde ABD gümrük müşaviri veya CBP "binding ruling" mekanizması kullanılmalıdır.

Belge/Koşul	Açıklama	İlgili Kurum/Standart
Commercial Invoice	Ürün tanımı, miktar, birim fiyat, toplam değer, satıcı-alıcı bilgileri	CBP
Packing List	Koli, ağırlık, ölçü, paket detayı	CBP / taşıyıcı
Bill of Lading / Air Waybill	Taşıma belgesi	Taşıyıcı / CBP
Entry Summary - CBP Form 7501	İthalat beyanı	CBP
Certificate of Origin	Menşe şahadetnamesi olup ürünün üretildiği ülkeyi gösterir	İhracatçı / ithalatçı / CBP
NSF/ANSI/CAN 61	İçme suyu ile temas eden ürünlerde sağlık etkileri	NSF/ANSI/CAN
NSF/ANSI/CAN 372	Kurşun içeriği uygunluğu; ıslak yüzeylerde ağırlıklı ortalama kurşun limiti	NSF/ANSI/CAN / EPA
UPC/IAPMO veya IPC uyumu	Tesisat düzenlemelerine uyum ve ürün kabulü	IAPMO / ICC / yerel otoriteler
WaterSense	Su verimli ürünler için gönüllü etiket; pazarlama ve kamu alımı açısından önemli	EPA
Country of Origin Marking	Ürün veya ambalaj üzerinde menşe işaretlemesi	CBP

Kaynak: CBP, EPA WaterSense, NSF, IAPMO, ICC

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

ABD'ye HS 8481.80 kapsamındaki armatür, musluk, batarya ve vana ürünleri ihracatında genel olarak devlet tarafından zorunlu kılınmış bir sevk öncesi inceleme uygulaması bulunmamaktadır. ABD ithalat sistemi; ithalatçı sorumluluğu, gümrük beyanı, ürün uygunluğu ve piyasa gözetimi esasına dayanır. Bununla birlikte, ithalatçılar ve büyük alıcılar kalite kontrol, ürün doğrulama, miktar kontrolü, ambalaj kontrolü ve yükleme öncesi uygunluk denetimi talep edebilir.

Özellikle özel etiketli üretim, zincir perakende tedariki ve proje bazlı büyük siparişlerde üçüncü taraf denetim yaygın bir ticari uygulamadır. Denetimlerde ölçüsel uygunluk, yüzey kaplama hataları, sızdırmazlık, basınç testi, kartuş performansı, renk/yüzey tutarlılığı, ambalaj, barkod ve etiket doğruluğu kontrol edilebilir. SGS, Bureau Veritas, Intertek, TÜV, UL Solutions ve benzeri kuruluşlar bu tür test ve gözetim hizmetleri sunabilmektedir. Ancak hangi kuruluşun kabul edileceği alıcı şartnamesine göre değişir.

#### 4.5 Sektördeki Önemli Fuarlar ve Tarihleri

ABD armatür pazarında fuarlar, yalnızca ürün sergileme değil; distribütör bulma, ürün trendlerini gözlemlenme, rakip analizi yapma ve ABD alıcıları nezdinde güven oluşturma işlevi görür. ABD’li alıcılar, özellikle uzak tedarikçilerle çalışmadan önce firmanın pazara sürekli ilgi gösterdiğini ve ürünlerini yerinde tanıtıldığını görmek ister. Bu nedenle fuar katılımı tek seferlik değil, uzun vadeli pazara giriş stratejisinin parçası olarak düşünülmelidir.

KBIS, mutfak ve banyo armatürleri için en önemli platformlardan biridir. AHR Expo, HVAC ve mekanik tesisat ekipmanları, kontrol vanaları ve bina sistemleri için önemlidir. Valve World Americas, özellikle endüstriyel vana ve aktüatör tedarik zincirine odaklanır. Chicago’daki The Inspired Home Show ise ev ürünleri, mutfak ve bazı banyo aksesuarları açısından perakende alıcılarla bağlantı imkânı sunabilir.

Fuar	Yer/Tarih	Kapsam	Türk Firmaları Açısından Not
Kitchen & Bath Industry Show (KBIS)	Las Vegas, 2-4 Şubat 2027	Mutfak-banyo ürünleri, armatür, duş, tasarım ve yapı ürünleri	Konut tipi armatür ve premium ürünler için ana hedef fuar.
AHR Expo	Chicago, McCormick Place, 25-27 Ocak 2027	HVACR, mekanik tesisat, kontrol ekipmanları, vana ve bina sistemleri	Chicago’da düzenlenmesi Midwest bağlantısı için fırsat yaratır.
Valve World Americas Expo & Conference	Houston, 23-24 Haziran 2027	Vana, aktüatör, akış kontrol, endüstriyel uygulamalar	Endüstriyel vana üreticileri için odaklı B2B platform.
The Inspired Home Show	Chicago, McCormick Place, 9-11 Mart 2027	Ev ürünleri, mutfak	Perakende ve marka görünürlüğü için tamamlayıcı platform.

*Kaynak: KBIS, AHR Expo, Valve World Americas ve The Inspired Home Show resmi duyuruları*

#### 4.6 Sektör Firmalarına Hitap Eden ve Gerçekleştirilmesi Planlanan Ticaret Heyetleri

Raporun hazırlanma tarihi itibarıyla bu ürün grubuna özel, tarihi kesinleşmiş bir resmi ticaret heyeti bilgisi tespit edilmemiştir. Bununla birlikte, ABD pazarı için mutfak-banyo ürünleri, yapı malzemeleri, HVAC, mekanik tesisat ve endüstriyel ekipman başlıklarında hedefli ticaret heyetleri planlanması faydalı olacaktır. Heyetlerin KBIS, AHR Expo, Valve World Americas veya Chicago/Midwest odaklı B2B programlarla eşleştirilmesi, alıcı görüşmelerinin etkinliğini artıracaktır.

#### 4.7 Varsa Sektörde İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler

HS 8481.80 kapsamındaki ürünler kamu binaları, belediye su sistemleri, okul/hastane yenilemeleri, askeri tesisler, havalimanları, kamu konutları, su ve atık su altyapısı gibi projelerde kullanılabilir. ABD’de federal ihaleler için SAM.gov, eyalet ve belediye ihaleleri için ilgili kamu alımı portalları izlenmelidir. Ancak bu tür ihalelerde doğrudan yabancı üretici olarak teklif vermek çoğu zaman pratik olmayabilir; ABD iştiraki, yerel distribütör, müteahhit veya sistem entegratörü ile çalışmak daha uygulanabilir bir modeldir.

Kamu alımlarında ürünün Buy American, Build America Buy America, yerli üretim tercihi veya belirli federal fon kaynaklarına bağlı yerli içerik şartlarına tabi olup olmadığı mutlaka kontrol edilmelidir. Bu tür şartlar her proje için aynı değildir ve ürünün nihai kullanım alanına, finansman kaynağına ve alıcı kurumun şartnamesine göre değişebilir.

Platform/Kurum	Kapsam	Not
SAM.gov	Federal ihale ve sözleşme fırsatları	Federal projeler için ana portaldır.
GSA Advantage / eBay	Federal tedarik kanalları	Yerel distribütör/ABD şirketiyle giriş daha uygulanabilir olabilir.
Eyalet kamu alımı portalları	Eyalet kamu alımları	Illinois, Texas, California, New York gibi hedef eyaletler izlenmelidir.
Belediye su idareleri	Su/atık su ve tesisat projeleri	Vana ve su sistemleri ürünleri için önemlidir.
Okul/hastane/kamu bina projeleri	Renovasyon ve tesisat ekipmanları	Şartname uyumu ve sertifikasyon belirleyicidir.

*Kaynak: SAM.gov ve ABD kamu tedarik uygulamaları*

#### 4.8 ABD'nin, Ülkemiz ve Diğer Ülkelerle STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları Hakkında Bilgi

ABD'nin Kanada ve Meksika ile yürürlükte olan USMCA anlaşması, HS 8481.80 ticaretinde Meksika ve Kanada'nın güçlü konumunu desteklemektedir. Meksika'nın ABD ithalatında ilk sırada yer alması, yalnızca düşük maliyet avantajından değil, aynı zamanda bölgesel üretim entegrasyonu, kısa teslim süreleri ve ticaret anlaşması çerçevesinden de kaynaklanmaktadır.

Türkiye ile ABD arasında serbest ticaret anlaşması bulunmamaktadır. Bu nedenle Türkiye menşeli ürünler genel MFN oranları ve varsa ilave ticaret politikası önlemleri kapsamında değerlendirilir. Tercihli tarifeden yararlanma imkânı bulunmadığı için Türk firmalarının rekabet avantajını kalite, fiyat, teslimat, sertifikasyon ve yerel dağıtım üzerinden kurması gerekir.

ABD'nin farklı ülkelerle yürürlükte olan STA'ları ve özel ticaret düzenlemeleri, tedarikçi ülkeler arasında maliyet farkı yaratabilir. Ancak ABD pazarında fiyat farkını tek başına vergi oranları belirlemez. Nakliye süresi, stok, teslim güvenilirliği, distribütör marjı, iade maliyeti, sertifikasyon ve marka algısı toplam rekabet gücü üzerinde etkilidir.

#### 4.9 Varsa Tercihli Tarifeden Yararlanmak İçin Gereken Belgeler

Türkiye menşeli HS 8481.80 ürünleri için ABD'de STA kaynaklı tercihli tarife uygulanmamaktadır. Dolayısıyla klasik anlamda tercihli menşe belgesi ile vergi indirimi sağlanması söz konusu değildir. Bununla birlikte, ticari fatura, menşe bilgisi, menşe işaretlemesi ve ithalatçının talep edebileceği beyanlar eksiksiz hazırlanmalıdır. Ürün başka ülkelerde montaj veya işlem görüyorsa menşe kuralı ve esaslı dönüşüm değerlendirmesi uzman desteğiyle yapılmalıdır.

#### 4.10 Sektörde Standartlar

ABD armatür pazarında standartlar pazara girişin en kritik unsurlarından biridir. İçme suyu ile temas eden ürünlerde malzeme güvenliği, kurşun içeriği ve kirletici migrasyonu; banyo ve mutfak

ürünlerinde su akış performansı, dayanıklılık ve su tasarrufu; endüstriyel vanalarda basınç, sıcaklık, malzeme standardı ve güvenlik kriterleri öne çıkar. Standart gereklilikleri ürünün kullanım alanına göre değiştiğinden, firmalar her ürün ailesi için ayrı teknik uygunluk matrisi hazırlamalıdır.

NSF/ANSI/CAN 61, içme suyu sistemi bileşenleri için sağlık etkileri değerlendirmesi sunar. NSF/ANSI/CAN 372 ise kurşun içeriği uygunluğu bakımından önemlidir. EPA'nın kurşunsuz ürün işaretlerine ilişkin rehberinde de NSF/ANSI/CAN 372'nin kurşunsuzluk gereklilikleriyle bağlantısı açıklanmaktadır. İçme suyu ile temas eden musluk, vana, bağlantı elemanı ve benzeri ürünlerde bu standartlar ABD alıcıları açısından güven unsurudur.

WaterSense etiketi, EPA tarafından yürütülen gönüllü bir programdır. EPA'ya göre WaterSense etiketli banyo lavabosu muslukları ve aksesuarları, standart 2,2 gpm akışa göre 1,5 gpm maksimum akışla su akışını %30 veya daha fazla azaltabilmekte; ürünler bağımsız üçüncü taraf sertifikasyonu ile doğrulanmaktadır. Bu etiket özellikle perakende, kamu ve çevre hassasiyeti yüksek tüketici segmentlerinde pazarlama avantajı sağlar.

IAPMO/UPC ve ICC/IPC uyumu, ürünün ABD'deki sıhhi tesisat düzenleme ve uygulamalarıyla kabul edilebilirliğini etkileyebilir. Bazı eyalet ve belediyelerde UPC, bazı bölgelerde IPC veya yerel türevleri uygulanır. Bu nedenle ürünün hedef eyalette kabul göreceği işaret ve sertifikasyonlara sahip olması önemlidir.

Standart/Sertifikasyon	Kapsam	Ürünler İçin Önemi
NSF/ANSI/CAN 61	İçme suyu sistem bileşenlerinin sağlık etkileri	Musluk, vana, bağlantı elemanı gibi suyla temas eden ürünlerde kritik
NSF/ANSI/CAN 372	Kurşun içeriği/kurşunsuzluk uygunluğu	ABD kurşunsuzluk beklentileri ve ürün kabulü için önemli
WaterSense	Su verimliliği ve performans etiketi	Lavabo muslukları, duş başlıkları gibi ürünlerde pazar avantajı
IAPMO/UPC	Tesisat düzenlemesi ve ürün sertifikasyonu	Tesisat ürünlerinin kod uyumu ve alıcı kabulü için önemli
ICC/IPC	Uluslararası Tesisat Düzenlemesi	Yerel kod kabulü ve proje şartnameleri açısından önemli
ASME A112 serileri	Tesisat bağlantı elemanları performans standartları	Musluk, duş ve armatür bağlantı elemanları için teknik kriterler
ASTM/ASME/API	Malzeme, test ve endüstriyel vana standartları	Endüstriyel vana segmentinde proje şartnamesine göre gerekli
UL/CSA vb.	Elektronik/sensörlü ürünlerde güvenlik ve elektriksel uygunluk	Akıllı/temassız ürünlerde gündeme gelebilir

*Kaynak: EPA, NSF, IAPMO, ICC, ASME/ASTM/API ve sektör uygulamaları*

#### 4.11 Sektörde Etiketleme

ABD'ye ihraç edilen armatür ürünlerinde etiketleme, hem gümrük hem de satış kanalı açısından önemlidir. CBP açısından menşe işaretlemesi temel yükümlülüktür. Ürün veya ambalaj üzerinde tüketicinin görebileceği şekilde 'Made in Türkiye' veya uygun menşe ifadesinin yer alması gerekir. Yanıltıcı veya eksik menşe işaretlemesi gümrükte sorun yaratabilir.

Perakende kanalda ürün etiketi ve ambalajı, teknik bilgi ve pazarlama işlevini birlikte taşır. Ürün adı, model numarası, yüzey rengi, montaj tipi, ölçüler, akış oranı, WaterSense etiketi varsa sertifikasyon işareti, garanti bilgisi, üretici/ithalatçı bilgisi, UPC/barkod, QR kod, kullanım ve montaj talimatına erişim bilgisi açık olmalıdır. Profesyonel kanalda ise ürün etiketi teknik seri numarası, malzeme, basınç/sıcaklık sınıfı ve standart uyumu gibi bilgileri içermelidir.

E-ticarette etiketleme ve ürün bilgisi dijital listeleme ile birleşmektedir. Amazon, Home Depot, Lowe's veya Wayfair gibi platformlarda ürün başlığı, anahtar kelimeler, ölçüler, teknik doküman, sertifika görselleri, kurulum videoları ve kullanıcı yorumları satış performansını etkiler. Türk firmaları ABD pazarına ürün hazırlarken yalnızca fiziksel etiketi değil, dijital ürün veri setini de oluşturmalıdır.

#### 4.12 Sektörde Ambalajlama

Armatür ve vana ürünleri metal ağırlıklı olduğundan çizilme, darbe, nem, kaplama hasarı ve montaj parçalarının kaybolması gibi risklere açıktır. Ambalaj, ürünün yalnızca korunmasını değil, ABD alıcısına profesyonel marka algısı sunmasını da sağlar. Standart perakende ürünlerde renkli kutu, montaj şeması, garanti kartı, QR kod ve sertifikasyon işaretleri önemlidir. Toptan ve endüstriyel ürünlerde ise sağlam dış ambalaj, paletleme, ürün kodu ve sevkiyat işaretleri önceliklidir.

Ahşap palet veya ahşap ambalaj kullanılması halinde ISPM 15 uyumu gerekir. ABD'ye girişte ahşap ambalajın uygun şekilde işlem görmüş ve işaretlenmiş olması önemlidir. Aksi halde ürünün bekletilmesi, ambalajın imha edilmesi veya ek işlem maliyetleri gündeme gelebilir.

Ambalaj unsuru	Açıklama	Dikkat Edilecek Husus
Ürün koruma	Köpük, karton destek, plastik koruyucu, çizilme önleyici malzeme	Kaplama hasarı ve aksesuar kaybı önlenmelidir.
Perakende kutu	Ürün görseli, model, ölçü, sertifika ve garanti bilgisi	ABD tüketicisine uygun İngilizce içerik hazırlanmalıdır.
Koli/dış ambalaj	Koli kodu, ürün kodu, ağırlık, adet, yön işaretleri	Depo ve dağıtımda okunabilirlik önemlidir.
Paletleme	Streç, çemberleme, köşe koruma	Konteyner içi hareket ve nem riski azaltılmalıdır.
ISPM 15	Ahşap ambalaj/palet ısıtılma işlem işareti	ABD girişinde zorunlu uygulama riski nedeniyle kontrol edilmelidir.
Geri dönüşüm	Kartonda geri dönüştürülebilir malzeme kullanımı	Sürdürülebilirlik beklentileri pazarlama avantajı sağlar.

Kaynak: IPPC ISPM 15, ABD ithalat uygulamaları

#### 4.13 Lojistik (Nakliye Süresi, En Fazla Tercih Edilen Taşıma Modları, Güzergahlar vb.)

Türkiye'den ABD'ye armatür ve vana ihracatında en yaygın taşıma modu denizyoludur. Ürünlerin metal ağırlıklı ve görece ağır olması nedeniyle büyük hacimli sevkiyatlarda deniz yolu maliyet avantajı sağlar. Hava yolu ise numune, acil yedek parça, küçük miktarlı premium ürün veya proje gecikmesini önlemek için kullanılabilir.

Türkiye çıkışında Ambarlı, İzmir/Alsancak, Mersin ve Gemlik limanları öne çıkmaktadır. ABD varışında Los Angeles/Long Beach, New York/New Jersey, Houston, Savannah ve Norfolk/Charleston gibi limanlar kullanılabilir. Midwest hedefleniyorsa New York/New Jersey, Savannah veya Houston üzerinden demiryolu/karayolu bağlantısı analiz edilmelidir. Chicago bölgesi, demiryolu intermodal bağlantıları sayesinde ulusal dağıtım için güçlü bir merkezdir.

Ortalama deniz taşımacılığı süresi, varış limanı ve aktarma durumuna göre Doğu Kıyısı için yaklaşık 30 gün, Batı Kıyısı için yaklaşık 40 gün olarak değerlendirilebilir. Bu süreye liman bekleme, gümrük, drayage, iç taşıma ve depo kabul süreçleri eklenmelidir. ABD alıcıları için teslim güvenilirliği, transit süreden daha kritik olabilir; bu nedenle firmalar stok planlamasını ve üretim teslim takvimini gerçekçi belirlemelidir.

ABD'de depo veya 3PL çözümü, özellikle perakende ve e-ticaret kanalı için rekabet avantajı sağlar. Alıcılar çoğu zaman uzun deniz transit süresiyle tek tek sipariş beklemek yerine, ABD'de stok bulunan ve hızlı teslimat yapabilen tedarikçileri tercih eder. Bu nedenle başlangıçta Chicago, New Jersey, Texas veya California'da 3PL/depo alternatifleri değerlendirilebilir.

Lojistik Unsur	Değerlendirme
Başlıca taşıma modu	Deniz yolu; ağır ve hacimli ürünlerde maliyet avantajı sağlar.
Alternatif taşıma	Hava yolu; numune ve acil sevkiyat için uygundur.
Türkiye çıkış limanları	Ambarlı, İzmir/Alsancak, Mersin, Gemlik
ABD varış limanları	New York/New Jersey, Savannah, Houston, Los Angeles/Long Beach
Tahmini transit süre	Doğu Kıyısı 30 gün; Batı Kıyısı 40 gün; şartlara göre değişebilir.
Midwest dağıtım	Chicago intermodal ve karayolu/demiryolu bağlantıları açısından güçlüdür.
3PL ihtiyacı	E-ticaret, perakende ve hızlı teslimat için önemli rekabet avantajıdır.

*Kaynak: Lojistik uygulamalar ve Şikago Ticaret Ataşeliği değerlendirmesi*

#### 4.14 Dağıtım Kanalları

ABD'de armatür ürünleri için dağıtım kanalının seçimi, ürünün nihai kullanım alanını belirler. Bir ürün aynı anda hem perakende hem profesyonel kanal hem de proje kanalı için uygun olmayabilir. Örneğin görsel ambalajı güçlü bir mutfak bataryası e-ticaret için uygundur; ancak aynı ürün büyük otel projesinde teknik şartname, yedek parça ve toplu teslimat planı olmadan kabul edilmeyebilir.

İthalatçı-distribütör modeli, Türk firmaları için en uygulanabilir ilk giriş yoludur. Distribütör ürünün ithalatı, depolanması, satış ağı, alıcı ilişkileri ve bazen garanti süreçlerini yönetir. Ancak distribütör seçimi çok dikkatli yapılmalıdır. Sadece fiyat isteyen ancak pazarlama ve stok yatırımı yapmayan firmalar uzun vadeli başarı sağlamayabilir. Distribütörün hangi eyaletlerde güçlü olduğu, hangi müşteri segmentine sattığı ve benzer ürünlerde deneyimi kontrol edilmelidir.

Büyük perakende zincirlerine doğrudan satış cazip görünse de yüksek ölçek, EDI entegrasyonu, ürün sorumluluğu, sertifikasyon, sürekli stok, iade yönetimi, reklam katkısı ve fiyat baskısı nedeniyle yeni ihracatçılar için zorlayıcıdır. Bu kanala giriş genellikle ABD’de depo, temsilci, ürün sorumluluk sigortası ve güçlü marka/ambalaj altyapısı gerektirir.

E-ticaret, küçük ölçekli başlangıç için fırsat sunsa da ABD’de müşteri yorumları, hızlı teslimat, iade, hasarlı ürün yönetimi ve dijital reklam bütçesi olmadan sürdürülebilir satış yaratmak zordur. Bu nedenle e-ticaret kanalı, depo/fulfillment ve yerel müşteri hizmetiyle desteklenmelidir.

Kanal	Avantaj	Zorluk	Önerilen Yaklaşım
İthalatçı/Distribütör	Pazar bilgisi ve yerel satış ağı	Marj paylaşımı ve kanal bağımlılığı	İyi sözleşme ve performans hedefleriyle çalışılmalı
Tesisat toptancıları	Profesyonel müşteri erişimi	Teknik belge ve stok beklentisi	Sertifikalı ürün ve yerel temsilciyle ilerlenmeli
Büyük perakende	Yüksek hacim ve marka görünürlüğü	Onboarding, iade, reklam ve stok maliyeti	Olgun ürün ailesiyle aşamalı hedeflenmeli
Showroom	Premium müşteri ve tasarımcı erişimi	Numune ve tasarım katalog maliyeti	Üst segment seriyle seçici giriş yapılmalı
E-ticaret	Hızlı pazar testi ve doğrudan tüketici	İade, yorum, reklam ve fulfillment ihtiyacı	ABD deposu/3PL ile desteklenmeli
Proje kanalı	Toplu satış ve referans imkânı	Şartname ve teslimat riski	Müteahhit/mimar ilişkisi kurulmalı

*Kaynak: IBISWorld toptan dağıtım raporları*

#### 4.15 E-Ticaret (Sınır Ötesi E-Ticaret/E-İhracat)

ABD, yapı ve ev geliştirme ürünlerinde güçlü e-ticaret penetrasyonuna sahiptir. Armatür ürünleri Amazon, Home Depot, Lowe's, Wayfair, Build.com, Ferguson.com ve üretici markaların kendi web siteleri üzerinden satılabilmektedir. Ancak armatür ürünleri montaj gerektirdiği ve iade/hasar riski taşıdığı için e-ticaret operasyonu dikkatli yönetilmelidir.

E-ticarete başarılı olmak için ürün görselleri, teknik çizimler, ölçü şemaları, montaj videoları, sertifika bilgileri, yüzey rengi tutarlılığı, ambalaj dayanıklılığı ve müşteri hizmeti önemlidir. Kullanıcı yorumları satış performansını doğrudan etkiler. Yanlış ölçü, uyumsuz bağlantı, eksik parça veya sertifika belirsizliği olumsuz yorumlara yol açabilir.

Sınır ötesi e-ihracat modeli, küçük hacimli deneme satışları için faydalı olabilir; ancak ABD tüketicisi genellikle hızlı teslimat ve kolay iade bekler. Bu nedenle Amazon FBA, 3PL depo, Shopify tabanlı ABD mağazası veya yerel distribütör fulfillment modeli değerlendirilmelidir.

Pazaryeri/Kanal	Uygun Ürünler	Dikkat Edilecek Husus
Amazon	Standart batarya, duş başlığı, aksesuar	Yorum yönetimi, FBA, iade ve ürün sorumluluğu
Home Depot / Lowe's online	Ev geliştirme ürünleri	Vendor şartları, sertifikasyon ve stok sürekliliği
Wayfair	Tasarım odaklı banyo/mutfak ürünleri	Görsel kalite ve müşteri hizmeti
Build.com / Ferguson.com	Profesyonel ve proje müşterileri	Teknik doküman ve distribütör ilişkisi
Kendi web sitesi	Marka inşası	Dijital reklam, SEO ve ABD müşteri hizmeti

*Kaynak: Pazaryeri web siteleri*

#### 4.15.1 Ülkedeki Pazaryerleri

Başlıca pazaryerleri ve dijital satış kanalları Amazon, Home Depot, Lowe's, Wayfair, Build.com, Ferguson.com, Grainger.com ve üretici/distribütörlerin B2B portallarıdır. Profesyonel tesisat kanalında e-ticaret çoğu zaman geleneksel şube ilişkisiyle birlikte çalışır; tesisatçılar ürünleri çevrimiçi sipariş edip şubeden teslim alabilir.

#### 4.15.2 Özel Günler ve Bayramlar

ABD'de ev geliştirme ürünlerinde Memorial Day, Independence Day, Labor Day, Black Friday, Cyber Monday ve yıl sonu kampanyaları perakende satışları etkileyebilir. Ancak armatür ürünleri moda ürünleri gibi ani satın alma ağırlıklı değildir; renovasyon sezonu, bahar/yaz inşaat dönemi ve konut piyasası trendleri daha belirleyicidir.

#### 4.15.3 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

B2C ve tasarım odaklı armatürlerde Instagram, Pinterest, YouTube, TikTok ve Houzz görsel sunum açısından önemlidir. B2B ve endüstriyel segmentte LinkedIn, YouTube teknik videoları, dijital kataloglar ve Google arama reklamları daha etkili olabilir. Mutfak-banyo ürünlerinde ürünün gerçek mekân görselleri ve uygulama videoları katalog görsellerinden daha ikna edici olabilmektedir.

#### 4.15.4 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

E-ticaret yoluyla ABD'ye gönderilen ürünlerde gümrük vergileri, değer, ürün sınıflandırması, menşee ve güncel de minimis/ithalat uygulamalarına göre değişebilir. Son yıllarda ABD'nin düşük değerli gönderilere yönelik politika tartışmaları arttığından, firmaların güncel CBP düzenlemelerini sevkiyat öncesinde kontrol etmesi gerekir. Büyük hacimli satış hedefleniyorsa bireysel kargo yerine ABD'de stoklu fulfillment modeli daha güvenilir olur.

#### 4.15.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

E-ticarete ürün sorumluluğu, garanti, tüketici iadesi, ürün iddiaları, sertifika kullanımı ve görsel/marka hakları dikkatle yönetilmelidir. WaterSense veya NSF gibi işaretler yalnızca gerçekten sertifikalı ürünlerde ve ilgili kuruluşların kullanım kurallarına uygun şekilde kullanılmalıdır. Yanıltıcı sertifika beyanı platformdan kaldırma ve hukuki risk doğurabilir.

#### 4.15.6 E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri

Amazon FBA, 3PL depolar, Shopify fulfillment sağlayıcıları, UPS/FedEx/DHL entegrasyonları ve bölgesel depolar e-ticaret lojistiği için kullanılabilir. Armatür ürünlerinde hasarlı teslimat ve iade maliyeti yüksek olabileceğinden, ambalaj testleri ve yedek parça gönderim prosedürü önceden planlanmalıdır.

#### 4.16 Tanıtım ve Pazarlama

ABD pazarında tanıtım ve pazarlama, satış başarısının ayrılmaz parçasıdır. Uzak coğrafyadan yalnızca e-posta göndererek distribütör bulmak çoğu zaman yeterli değildir. ABD’li alıcı, tedarikçinin pazara yatırım yapıp yapmadığını, fuarlara katılıp katılmadığını, teknik belgelerinin hazır olup olmadığını ve sorun yaşandığında ulaşılabilir olup olmadığını görmek ister.

Konut tipi armatürlerde marka hikayesi, ürün fotoğrafı, yüzey seçenekleri, tasarım dili, WaterSense ve sürdürülebilirlik mesajı öne çıkar. Endüstriyel vanalarda ise teknik katalog, malzeme sertifikası, basınç/sıcaklık tabloları, referans projeler, CAD/BIM dosyaları ve mühendislik desteği daha önemlidir. Pazarlama materyalleri ürün segmentine göre ayrıştırılmalıdır.

ABD pazarı için İngilizce web sitesi, ABD ölçü birimlerine uygun teknik döküman, fiyat listesi, kurulum talimatı, sertifika dosyası, garanti politikası, ürün sorumluluk sigortası bilgisi ve yerel temsilci iletişimi hazırlanmalıdır. Fuar sonrası takip süreci için CRM sistemi kullanılması, numune gönderimi ve teklif takibinin disiplinli yapılması önerilir.

#### 4.17 Sektörde Tüketici/Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

- Su verimliliği ve WaterSense: Özellikle banyo muslukları ve duş başlıkları ürünlerinde düşük akışlı ancak performans kaybı yaratmayan ürünler talep görmektedir.
- Akıllı ve temassız ürünler: Sensörlü musluklar, temassız hijyen çözümleri, dijital duş sistemleri ve su kaçak izleme ürünleri yükselen alt segmentlerdir.
- Yüzey ve tasarım çeşitliliği: Mat siyah, fırçalanmış nikel ve altın ile şampanya bronz renkleri ve özel kaplamalar premium algıyı güçlendirmektedir.
- Kolay montaj ve bakım: ABD tüketicisi ve tesisatçılar, hızlı kurulum, standart bağlantı, yedek parça erişimi ve açık talimat beklemektedir.
- Sürdürülebilirlik ve kurşunsuzluk: Kurşunsuz, geri dönüştürülebilir ambalaj ve çevre dostu üretim mesajları alıcı kararında önem kazanır.
- Stok ve teslimat güvenilirliği: Büyük alıcılar birim fiyat kadar stok sürekliliği ve teslimat performansını dikkate alır.
- Özel etiketli üretim ve OEM fırsatları: ABD dağıtıcı ve e-ticaret markaları kaliteli ancak uygun maliyetli tedarikçiler aramaktadır.
- Proje ve renovasyon odaklı talep: Yeni konut döngüsündeki yavaşlamaya rağmen mevcut yapı stokunun yenilenmesi armatür talebini desteklemektedir.

Bu trendler, Türk firmaları için iki yönlü fırsat yaratmaktadır. Bir yandan standart fiyat rekabetinde Çin ve Meksika ile doğrudan karşılaşma söz konusudur; diğer yandan kalite, tasarım, WaterSense ve hızlı tedarik vurgusuyla orta-üst segmentte farklılaşma imkânı vardır. Firmaların ABD pazarı için ürün ailesi oluştururken tek bir fiyat noktasına sıkışmaması ve farklı kanallar için farklı ürün setleri hazırlaması önemlidir.

#### 4.18 Sektörde Vergiler (Gümrük Vergisi, İlave Gümrük Vergisi, Anti-Damping Vergisi, Satış Vergisi vb.)

HS 8481.80 kapsamındaki ürünlerde ABD gümrük vergisi oranı, 10 haneli HTS alt pozisyonuna ve ürünün menşesine göre değişebilir. Bazı alt kalemlerde genel MFN oranları %0 ilâ %4 aralığında görülebilmekte; bazı ürünlerde ise farklı oranlar uygulanabilmektedir. Bu nedenle ihracatçıların sevkiyat öncesinde hts.usitc.gov ve USITC tarife veritabanı üzerinden ürünün tam tanımı ile HTS kodunu kontrol etmesi gerekir.

ABD’de son yıllarda Section 232, Section 301, mütekabiliyet esaslı vergiler ve diğer ticaret politikası araçları kapsamında ek vergiler ve önlemler sık değişmiştir. Çin menşeli ürünlere yönelik ek vergiler, çelik/alüminyum türev ürünlerine yönelik uygulamalar ve belirli ürünlerde anti-damping/telafi edici vergi soruşturmaları pazar rekabetini etkileyebilir. Türkiye menşeli ürünler için mevcut oran ve önlemler sevkiyat tarihinde kontrol edilmelidir.

ABD’de KDV sistemi bulunmamaktadır. Bunun yerine eyalet ve yerel düzeyde satış vergisi (sales tax) uygulanır. Toptan satışlarda satış amaçlı alım sertifikası (resale certificate) kullanılması halinde satış vergisi muafiyeti söz konusu olabilir; perakende satışlarda ise satış vergisi son kullanıcıdan tahsil edilir. E-ticaret yapan firmalar eyalet bazlı ekonomik bağ (economic nexus) kurallarını ve platformların vergi tahsilat uygulamalarını takip etmelidir.

Gümrük ve vergi maliyeti, ABD’ye satış fiyatının yalnızca bir parçasıdır. Türk firmaları teslim maliyeti hesaplamasında navlun, sigorta, gümrük vergisi, broker ücreti, liman masrafı, kısa mesafe taşıma ücreti, iç taşıma, depo, fulfillment, iade, garanti, ürün sorumluluk sigortası, pazarlama katkısı ve distribütör marjını birlikte dikkate almalıdır.

Maliyet/Vergi unsuru	Açıklama	Kontrol Kaynağı
MFN gümrük vergisi	10 haneli HTS alt pozisyonuna göre değişir	hts.usitc.gov; dataweb.usitc.gov/tariff/database
İlave tarifeler	Section 232/301, mütekabiliyet esaslı vergiler ve diğer ticaret politikası önlemleri	USITC, CBP, Federal Register, USTR
Anti-damping/CVD	Ürün ve menşe bazında soruşturma/önlem olabilir	access.trade.gov ADCVD Search
Satış vergisi	Eyalet ve yerel düzeyde uygulanır; KDV yoktur	Eyalet revenue department siteleri
Teslim maliyeti	Navlun, broker, liman, depo, iade ve garanti dahil toplam maliyet	Gümrük müşaviri, lojistik firması, distribütör

*Kaynak: USITC HTS, CBP, USTR, ABD eyalet vergi uygulamaları*

#### 5. Armatür Sektöründe İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

- ABD’nin büyük ithalat hacmi: 2025 yılında HS 8481.80 ithalatının 10,74 milyar dolar seviyesinde olması, pazarın genişliğini göstermektedir.
- Türkiye’nin mevcut görünürlüğü: 2025 yılında yaklaşık 215 milyon dolarlık ihracat ve %2 pay, pazarda başlangıç tabanının oluştuğunu göstermektedir.

- Orta-üst segment boşluğu: Çin ve Meksika fiyat rekabetinde güçlü olsa da, kalite/tasarım/sertifikasyon dengesinde Türk ürünleri fırsat bulabilir.
- Özel etiketli üretim/OEM talebi: ABD distribütörleri ve e-ticaret markaları alternatif tedarikçiler aramaktadır.
- WaterSense ve sürdürülebilirlik: Su verimliliği ve kurşunsuz ürünler pazarda tercih sebebidir.
- Renovasyon talebi: Mevcut konut stokunun yenilenmesi yeni konut döngüsündeki yavaşlamayı kısmen dengelemektedir.
- Midwest lojistik avantajı: Chicago merkezli depo/temsilcilik, ABD iç dağıtımında avantaj sağlayabilir.
- Endüstriyel segment: Enerji, gıda, kimya, su altyapısı ve üretim tesisleri için teknik vana talebi bulunmaktadır.
- Fuar ve B2B altyapısı: KBIS, AHR Expo ve Valve World Americas gibi etkinlikler doğrudan alıcı temasına imkân verir.
- Tedarik zinciri çeşitlendirmesi: ABD alıcıları Çin bağımlılığını azaltmak amacıyla alternatif tedarikçi arayışını sürdürebilir.

Bu fırsatların değerlendirilebilmesi için firmalarımızın ABD pazarını uzun vadeli bir yatırım alanı olarak görmesi gerekir. Sertifikasyon, numune, fuar, depo ve temsilcilik maliyetleri başlangıçta yüksek görünse de, ABD’de kalıcı tedarikçi olmak bu maliyetleri karşılayabilecek ölçek yaratabilir.

Özellikle Midwest bölgesinde sanayi ve lojistik altyapı, Türk firmaları için farklı bir giriş modeli sunmaktadır. Chicago’da veya çevre eyaletlerde temsilcilik/depo kurulması, hem Doğu hem Batı yakası dışında merkezi bir dağıtım seçeneği yaratabilir. AHR Expo’nun Chicago’da düzenlenecek olması, mekanik tesisat ve HVAC bağlantılı ürünler için ayrıca fırsat olarak değerlendirilmelidir.

## **6. Armatür Sektöründe İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler**

- Düşük maliyetli rakipler: Çin, Vietnam, Tayvan ve Meksika fiyat baskısı yaratmaktadır.
- Güçlü ABD markaları: Moen, Kohler, Delta ve American Standard gibi markalar yüksek bilinirlik ve dağıtım gücüne sahiptir.
- Sertifikasyon maliyeti: NSF/ANSI, UPC/IAPMO, WaterSense ve benzeri süreçler zaman ve maliyet gerektirir.
- Dağıtım kanalı bariyerleri: Büyük zincir ve toptancılara giriş uzun değerlendirme süreçleri gerektirir.
- Ürün sorumluluğu ve garanti riski: Su sızıntısı, hasar veya montaj hatası iddiaları maliyetli olabilir.
- Ticaret politikası belirsizliği: Gümrük vergileri ve ilave tarifeler kısa sürede değişebilir.
- Lojistik mesafe: Türkiye’den ABD’ye transit süre ve navlun riski stok yönetimini zorlaştırabilir.
- Kur ve maliyet oynaklığı: Metal fiyatları, döviz ve navlun fiyatları marjları etkileyebilir.
- Yerel kod farklılıkları: Eyalet/yerel tesisat düzenlemeleri ve uygulamaları ürün kabulünü etkileyebilir.
- Satış sonrası hizmet eksikliği: ABD’de yedek parça ve müşteri desteği yoksa alıcı güveni zayıflar.

Tehditlerin önemli bir kısmı doğru hazırlıkla yönetilebilir. Sertifikasyon, teknik dosya, ürün sorumluluk sigortası, yerel depo, garanti prosedürü ve distribütör sözleşmesi önceden planlandığında ABD pazarındaki riskler azaltılabilir. Ancak kısa vadeli, tek seferlik fiyat teklifleriyle pazara girilmeye çalışılması çoğu zaman sürdürülebilir sonuç vermez.

## 7. Armatür Sektöründe İhracatın Artırılması İçin Firmalara Öneriler

1. Ürün kapsamı ve hedef kanal netleştirilmelidir: Aynı ürün ailesi perakende, e-ticaret, showroom, toptancı ve endüstriyel kanal için aynı şekilde sunulmamalıdır.
2. HTS sınıflandırması sevkiyat öncesinde doğrulanmalıdır: 8481.80 altında doğru 10 haneli ABD HTS kodu belirlenmeli, gerekirse “CBP ruling” alınmalıdır.
3. Sertifikasyon yatırım planı yapılmalıdır: İçme suyu ile temas eden ürünlerde NSF/ANSI/CAN 61 ve 372, WaterSense, UPC/IAPMO veya IPC beklentileri ürün bazında analiz edilmelidir.
4. ABD’ye uygun teknik dosya hazırlanmalıdır: İngilizce katalog, ölçü çizimi, montaj talimatı, garanti, sertifika, test raporu ve ürün fotoğrafları eksiksiz olmalıdır.
5. Fuar katılımı süreklilik arz etmelidir: KBIS, AHR Expo, Valve World Americas ve ilgili B2B etkinlikler düzenli takip edilmelidir.
6. ABD’de depo veya 3PL çözümü değerlendirilmelidir: Hızlı teslimat ve iade yönetimi özellikle e-ticaret/perakende için önemlidir.
7. Distribütör seçiminde performans kriterleri konulmalıdır: Bölge, müşteri portföyü, stok yatırımı, pazarlama desteği ve satış hedefleri sözleşmede netleşmelidir.
8. Premium ve orta-üst segmentte marka konumlandırması yapılmalıdır: Sadece düşük fiyat yerine tasarım, kalite ve sertifikasyon vurgusu yapılmalıdır.
9. Özel etiketli üretim/OEM fırsatları ayrı takip edilmelidir: ABD dağıtıcı ve e-ticaret markaları için özel üretim ve ambalaj esnekliği sunulmalıdır.
10. Satış sonrası hizmet planı oluşturulmalıdır: Yedek kartuş, conta, montaj parçaları ve garanti değişim süreçleri ABD’de desteklenmelidir.
11. Ürün sorumluluk sigortası ve hukuki riskler değerlendirilmelidir: ABD’de tesisat ürünlerinde su hasarı iddiaları maliyetli olabilir.
12. Midwest/Chicago bağlantıları kullanılmalıdır: Chicago’da fuar, lojistik ve sanayi ağı üzerinden temsilcilik ve dağıtım fırsatları araştırılmalıdır.

Önerilerin uygulanmasında öncelik sırası firma ölçeğine göre değişebilir. Küçük ve orta ölçekli üreticiler için ilk adım, hedef ürün ailesini daraltmak ve sertifikasyon/teknik dosyayı tamamlamaktır. Daha büyük üreticiler için ABD’de temsilcilik, depo, fuar sürekliliği ve özel etiketli üretim anlaşmaları daha hızlı sonuç verebilir.

## 8. Belirtilmesinde Fayda Görülen Diğer Hususlar

ABD pazarında ürün sorumluluğu kültürü, diğer birçok pazara göre daha gelişmiştir. Armatür ürünlerinde sızıntı, bağlantı hatası, basınç sorunu veya montaj kaynaklı su hasarı ciddi müşteri şikâyetlerine ve sigorta taleplerine yol açabilir. Bu nedenle montaj talimatları açık olmalı, ürünlerin hangi basınç ve kullanım koşulları için uygun olduğu belirtilmeli ve garanti kapsamı net yazılmalıdır.

ABD’de ürün değerlendirmesi yalnızca teknik özelliklerle yapılmaz. Alıcı, ürünün pazarlanabilirliğini, ambalajını, marka güvenini, dijital içerik kalitesini, ürün yorumlarını ve satış sonrası süreçleri birlikte değerlendirir. Türk firmalarının mühendislik ve üretim gücü güçlü olsa da, ABD pazarına özel katalog, görsel, ambalaj ve müşteri iletişimi yatırımları gerekmektedir.

ABD’de 'plumbing fixture', 'plumbing fitting', 'faucet', 'tap', 'valve', 'trim', 'rough-in valve', 'shower system' gibi yabancı terimler doğru kullanılmalıdır. Yanlış terminoloji, ürünün yanlış sınıflandırılmasına, yanlış müşteri segmentine sunulmasına veya teknik dokümanın profesyonel görünmemesine neden olabilir. Rapor boyunca 'armatür sektörü' kavramı Türkçe kullanım nedeniyle geniş tutulmuş, ancak ABD pazarında her alt segmentin kendi terminolojisiyle ele alınması gerektiği vurgulanmıştır.

ABD pazarına girişte nihai karar vericiler çok katmanlıdır. Perakende ürünlerde kategori yöneticileri ve tüketici yorumları; proje ürünlerinde mimar, iç mimar, mekanik mühendis, müteahhit ve tesisatçı; endüstriyel vanalarda satın alma, bakım mühendisi, proses mühendisi ve kalite departmanı karar sürecine katılabilir. Pazarlama mesajı bu karar vericilerin her birine göre uyarlanmalıdır.

## 9. Genel Değerlendirme

ABD armatür pazarı; büyük hacmi, gelişmiş dağıtım altyapısı, yüksek standart hassasiyeti ve güçlü marka rekabetiyle Türk firmaları için hem fırsat hem de hazırlık gerektiren bir pazardır. 2025 yılında HS 8481.80 ithalatının 10,74 milyar dolar düzeyinde gerçekleşmesi ve Türkiye'nin yaklaşık 215 milyon dolar ihracatla %2 pay alması, pazarda mevcut bir taban olduğunu göstermektedir. Ancak pazarın ölçeği dikkate alındığında Türkiye'nin payı artırılabilir niteliktedir.

ABD'de başarılı olmak için firmalarımızın fiyat avantajını kalite, sertifikasyon, tasarım, teslimat güvenilirliği ve yerel satış desteğiyle birlikte sunması gerekmektedir. Çin ve Meksika gibi rakiplerle yalnızca düşük fiyat üzerinden rekabet etmek sürdürülebilir olmayabilir. Almanya, Japonya ve İtalya gibi ülkelerin kalite/tasarım algısı ise Türk firmalarının orta-üst segmentte marka ve belgeyle desteklenmiş konumlandırma yapmasını gerekli kılar.

Chicago ve Midwest bölgesi, raporun ülke ölçekli ABD analizinde özel bir konuma sahiptir. Bölge; metal işleme ve üretim tarihi, sanayi kullanıcıları, demiryolu/karayolu bağlantıları, McCormick Place fuar altyapısı ve merkezi dağıtım avantajıyla Türk firmaları için lojistik ve B2B pazara giriş merkezi olarak değerlendirilebilir. AHR Expo gibi mekanik tesisat odaklı fuarların Chicago'da düzenlenmesi, armatür ve vana sektörü için ek fırsat yaratmaktadır.

Sonuç olarak, Türk armatür üreticileri için ABD pazarında büyüme potansiyeli bulunmaktadır. Bu potansiyelin realize edilebilmesi; doğru ürün sınıflandırması, sertifikasyon, yerel temsil/distribütör ağı, ABD'ye uygun teknik ve görsel dokümantasyon, fuar sürekliliği, depo/3PL çözümü ve satış sonrası hizmet kapasitesiyle mümkündür. Kamu kurumları ve sektör birlikleri bakımından da ABD'de hedefli B2B programlar, sertifikasyon bilgilendirmeleri ve Midwest odaklı pazar çalışmaları ihracat artışına katkı sağlayacaktır.

## 10. Yararlı Adresler

Kaynak	Web	Kullanım Amacı
USITC DataWeb	<a href="https://dataweb.usitc.gov">https://dataweb.usitc.gov</a>	ABD ithalat/ihracat verileri
HTS Search	<a href="https://hts.usitc.gov">https://hts.usitc.gov</a>	ABD HTS kodları ve gümrük vergileri
USA Trade Online	<a href="https://usatrade.census.gov">https://usatrade.census.gov</a>	ABD Census ticaret verileri
CBP	<a href="https://www.cbp.gov">https://www.cbp.gov</a>	Gümrük, menşe işaretleme ve ithalat uygulamaları
CBP CROSS Rulings	<a href="https://rulings.cbp.gov">https://rulings.cbp.gov</a>	Sınıflandırma kararları
EPA WaterSense	<a href="https://www.epa.gov/watersense">https://www.epa.gov/watersense</a>	Su verimliliği etiketi ve ürün spesifikasyonları

Kaynak	Web	Kullanım Amacı
NSF	<a href="https://www.nsf.org">https://www.nsf.org</a>	NSF/ANSI/CAN 61 ve 372 sertifikasyonları
IAPMO	<a href="https://www.iapmo.org">https://www.iapmo.org</a>	UPC ve sıhhi tesisat ürün sertifikasyonları
ICC	<a href="https://www.iccsafe.org">https://www.iccsafe.org</a>	IPC ve model kodlar
VMA	<a href="https://www.vma.org">https://www.vma.org</a>	Vana üreticileri birliği
PMI / Safe Plumbing	<a href="https://www.safeplumbing.org">https://www.safeplumbing.org</a>	Sıhhi tesisat üreticileri ve teknik bilgilendirme
ASA	<a href="https://www.asa.net">https://www.asa.net</a>	Sıhhi tesisat/HVAC toptancı ağı
NKBA	<a href="https://www.nkba.org">https://www.nkba.org</a>	Mutfak-banyo sektörü ve KBIS bağlantıları
KBIS	<a href="https://kbis.com">https://kbis.com</a>	Mutfak ve banyo fuarı
AHR Expo	<a href="https://www.ahrexpo.com">https://www.ahrexpo.com</a>	HVACR ve mekanik tesisat fuarı
Valve World Americas	<a href="https://valveworldexpoamericas.com">https://valveworldexpoamericas.com</a>	Vana ve aktüatör fuarı
The Inspired Home Show	<a href="https://www.theinspiredhomeshow.com">https://www.theinspiredhomeshow.com</a>	Chicago ev ürünleri fuarı
SAM.gov	<a href="https://sam.gov">https://sam.gov</a>	Federal ihaleler
Access Trade ADCVD	<a href="https://access.trade.gov/ADCVD_Search.aspx">https://access.trade.gov/ADCVD_Search.aspx</a>	Anti-damping/telafi edici vergi sorgulama
Thomasnet	<a href="https://www.thomasnet.com">https://www.thomasnet.com</a>	ABD tedarikçi ve üretici dizini

*Kaynak: İlgili kurum ve kuruluşların resmi web siteleri*

### **EK-1: ABD Pazarına Giriş İçin Uygulama Kontrol Listesi**

Kontrol Başlığı	Açıklama
Ürün sınıflandırması	Her ürün için 10 haneli HTS kodu belirlenmiştir.
Teknik dosya	İngilizce ürün veri sayfası, ölçü çizimi, montaj talimatı ve garanti metni hazırlanmıştır.
Sertifikasyon	NSF/ANSI/CAN 61, NSF/ANSI/CAN 372, WaterSense, UPC/IAPMO ve diğer gerekli belgeler ürün bazında değerlendirilmiştir.
Ambalaj	ABD perakende veya profesyonel kanalına uygun kutu, barkod, menşe ve sertifika işaretleri hazırlanmıştır.

Kontrol Başlığı	Açıklama
Fiyatlandırma	Teslim maliyeti, distribütör marjı, depo, iade ve garanti maliyetleri hesaplanmıştır.
Dağıtım	Hedef kanal ve eyalet/bölge seçilmiştir.
Lojistik	ABD varış limanı, iç taşıma ve depo/3PL modeli belirlenmiştir.
Pazarlama	Fuar, katalog, web sitesi, sosyal medya ve B2B takip planı hazırlanmıştır.
Hukuki risk	Ürün sorumluluk sigortası ve garanti koşulları değerlendirilmiştir.
Satış sonrası	Yedek parça ve müşteri hizmeti prosedürü oluşturulmuştur.

Kaynak: CBP, EPA, NSF/IAPMO ve USITC

## EK-2: Alt Segment Bazlı Pazara Giriş Stratejisi

Alt Segment	Hedef Kanal	Başarı Kriteri	Stratejik Not
Standart lavabo/mutfak muslukları	E-ticaret, yapı market, özel etiketli üretim	WaterSense, NSF/ANSI 61/372, ambalaj, fiyat	ABD deposu ve güçlü dijital listeleme olmadan e-ticaret zorlaşır.
Premium armatürler	Showroom, tasarımcı, mimar, proje	Tasarım, yüzey kalitesi, katalog, numune	İtalyan ve ABD markalarıyla rekabet için marka dili gerekir.
Duş sistemleri	Perakende, showroom, otel/konut projeleri	Sıcaklık kontrol, montaj kolaylığı, garanti	Eksik parça ve montaj talimatı riski yüksek olduğundan kalite kontrol önemlidir.
Endüstriyel vanalar	Endüstriyel tedarikçiler, EPC, doğrudan proje	Malzeme, basınç, test raporu, teknik destek	Fiyat değil toplam sahip olma maliyeti ve güvenilirlik vurgulanmalıdır.
HVAC/mekanik tesisat vanaları	AHR, mekanik yükleniciler, HVAC toptancıları	Teknik standard, hızlı tedarik, uyum	Chicago ve Midwest kanalı önemli fırsat sunar.
Özel etiketli üretim/OEM	Distribütör ve e-ticaret markaları	Üretim esnekliği, kalite istikrarı, teslim süresi	Marka görünürlüğü düşük ancak hacim potansiyeli yüksektir.

Kaynak: IBISWorld, sektör uygulamaları

### EK-3: ABD’li Alıcı Görüşmeleri İçin Hazırlanması Önerilen Dosyalar

Dosya	İçerik
Company Profile	Üretim kapasitesi, tesis, kalite sistemi, referans pazarlar, sertifikalar
Product Catalog	ABD ölçüleri, ürün kodları, yüzey seçenekleri, teknik çizimler
Certification Package	NSF/ANSI, WaterSense, UPC/IAPMO, test raporları
Price List	EXW/FOB/CIF/DDP opsiyonları, MOQ, ödeme ve teslim süreleri
Packaging Samples	Perakende kutu, karton, paletleme ve menşe işaretlemesi
Warranty Policy	Garanti süresi, kapsam, iade ve yedek parça prosedürü
Installation Instructions	İngilizce, görsel anlatımlı, ABD bağlantı standartlarına uygun
Product Images and Videos	Beyaz fon, uygulama görseli, montaj videosu ve teknik video
Insurance and Compliance	Ürün sorumluluk sigortası ve ABD uyum beyanları
References	Mevcut ihracat pazarları, proje referansları ve müşteri örnekleri

### EK-4: Terminoloji Notları

Terim	Açıklama
Armatür	Türkçede geniş kullanılır; ABD’de faucet, fixture fitting, valve veya trim gibi daha spesifik terimler kullanılmalıdır.
Faucet	Lavabo, mutfak, banyo gibi noktalarda su akışını kontrol eden musluk/batarya.
Valve	Akışkan akışını açma-kapama, düzenleme veya yönlendirme işlevi gören vana.
Plumbing fixture	Lavabo, klozet, duş gibi tesisata bağlı nihai kullanım elemanları.
Plumbing fixture fitting	Faucet, showerhead, flush valve gibi fixture ile bağlantılı akış kontrol ürünleri.
Trim	Görünür kapak, kol, yüzey parçası ve dekoratif/tamamlayıcı parçalar.
Rough-in valve	Duvar içinde kalan ana vana gövdesi; trim ile birlikte çalışabilir.

Terim	Açıklama
WaterSense	EPA su verimliliği etiketi; sertifikalı ürünlerde kullanılabilir.
Lead-free	ABD’de içme suyu ürünlerinde kurşun içerik limitleriyle ilişkili uygunluk kavramı.
PVF	Pipe, valves and fittings; endüstriyel ve profesyonel tedarik terminolojisi.

*Kaynak: USITC HTS*

## 11. Kaynakça

- IBISWorld, Valve Manufacturing in the US, Manufacturing - NAICS 33291, Connor Zaminski, Mart 2026.
- IBISWorld, Faucet Manufacturing in the US, OD5328, Qinming Zhang, Aralık 2025.
- IBISWorld, Plumbing & Heating Supplies Wholesaling in the US, NAICS 42372, Alexia Moreno Zambrano, Ekim 2025.
- IBISWorld, Heating & Air-Conditioning Equipment Manufacturing in the US, NAICS 33341, Olivia Eckstein, Şubat 2026.
- IBISWorld, Heating & Air-Conditioning Equipment Wholesaling in the US, NAICS 42373, Dmitry Diment, Aralık 2025.
- IBISWorld, Industrial Supplies Wholesaling in the US, NAICS 42384, Qinming Zhang, Kasım 2025.
- U.S. Census Bureau, International Trade Data / USA Trade Online, HS 8481.80 verileri.
- United States International Trade Commission (USITC), DataWeb; Harmonized Tariff Schedule (HTS).
- U.S. Customs and Border Protection (CBP), Import requirements, country of origin marking, CROSS rulings.
- U.S. Environmental Protection Agency (EPA), WaterSense product specifications; WaterSense label.
- NSF International, NSF/ANSI/CAN 61 Drinking Water System Components; NSF/ANSI/CAN 372 Lead Content.
- International Association of Plumbing and Mechanical Officials (IAPMO), Uniform Plumbing Code.
- International Code Council (ICC), International Plumbing Code.
- Kitchen & Bath Industry Show (KBIS) resmi web sitesi.
- AHR Expo resmi web sitesi.
- Valve World Americas Expo & Conference resmi web sitesi.
- The Inspired Home Show resmi web sitesi.
- U.S. Environmental Protection Agency (EPA), WaterSense product specifications, bathroom faucets and showerheads.
- Office of the United States Trade Representative (USTR), Section 301 China tariff exclusions and updates.
- Federal Register ve ACCESS/Enforcement and Compliance, anti-dumping/countervailing duty.