



KUVEYT



KOZMETİK SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih : 12.10.2026

Raporu Hazırlayan: Kuveyt Ticaret Müşavirliği

1. Ülke Pazarında Kozmetik Sektörü

1.1 Sektörde Üretim

Kuveyt kozmetik, kişisel bakım ve parfüm pazarı yüksek bir ithalat bağımlılığı sergilemektedir. Ülkede tüketilen kozmetik ve kişisel bakım ürünlerinin büyük bir kısmı yurt dışından temin edilmekte, yerel üretim ise pazar ihtiyacının kısıtlı bir bölümünü karşılamaktadır. Yerli üretim özellikle parfüm, ud ve geleneksel koku ürünlerinde yoğunlaşırken, diğer kozmetik ve kişisel bakım ürünlerinde yerel üretim kapasitesi daha sınırlıdır.

Kuveytli birçok firma, üretim süreçlerini fason olarak Birleşik Arap Emirlikleri, Fransa, İtalya, Polonya ve Güney Kore'deki akredite kozmetik laboratuvarlarında gerçekleştirmekte ve ürünleri kendi markaları altında Kuveyt'e ithal etmektedir.

Kuveyt'te üretim tesisi kurmak isteyen işletmeler katı bir yasal denetim mekanizmasına tabidir. Yerel imalat izinleri ve ürün tescil süreçleri Kuveyt Sağlık Bakanlığı (MoH) ile Kuveyt Sanayi Kurumu (PAI) tarafından yürütülmektedir. Tesislerin ISO 22716 (Cosmetic GMP - İyi Üretim Uygulamaları) standartlarına sahip olması ve Körfez Standartları Organizasyonu'nun GSO 1943 sayılı Kozmetik ve Kişisel Bakım Ürünleri Güvenlik Standartları direktiflerine tam uyum sağlaması gerekmektedir. Üretim hatlarında domuz türevli bileşenlerin ve yasaklı kimyasalların kullanımı kesinlikle yasak olup helal uygunluk sertifikasyonu zorunludur.

1.2 Ortalama Üretici Fiyatları

Kuveyt'te kozmetik ve kişisel bakım ürünlerinde üretici ve toptan satış fiyatları, büyük ölçüde ülkenin sınırlı yerli üretim kapasitesi ve ithal ürün ile hammaddelere olan yüksek bağımlılığı çerçevesinde şekillenmektedir. Çok sayıda ürün ve üretim girdisi yurt dışından temin edildiğinden sektördeki fiyat oluşumunda küresel hammadde ve enerji fiyatları, taşıma ve lojistik maliyetleri, tedarik zincirindeki gelişmeler ve döviz kurlarındaki değişimler önemli rol oynamaktadır. Bunun yanında, ürünlerin Kuveyt pazarına sunulması için gerekli kayıt, ruhsatlandırma, ithalat ve etiketleme işlemlerinin getirdiği maliyetler de nihai fiyatlara yansıtılabilmektedir.

TradeMap verilerine göre, Kuveyt kozmetik sektöründeki ortalama ithalat birim fiyatı 2016 yılındaki 11.484 USD/Ton seviyesinden 2025 yılı itibarıyla 14.228 USD/Ton seviyesine ulaşarak %23,89 oranında bir artış kaydetmiştir. Birim fiyatlar özellikle 2021 yılında küresel navlun ve ambalaj tedarik krizlerinin etkisiyle 19.474 USD/Ton ile zirve yapmıştır. Kuveyt'te yerel imalatın büyük oranda hammadde ve yarı mamul ithalatına dayalı olması sebebiyle, ithalat birim fiyatlarındaki bu dalgalanmalar yerel üreticilerin ilk el maliyet oluşumlarını ve girdi fiyatlarını doğrudan belirleyen temel etken olmuştur.

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

Pazardaki yerli markaların önemli bir bölümü private label veya fason üretim modellerini tercih etmekte; ürün formülasyonu ve üretim süreçlerini İtalya, Fransa ve kısmen Türkiye gibi ülkelerdeki uzmanlaşmış üreticilere yaptırmaktadır.

Kuveyt'te yalnızca kozmetik ve kişisel bakım üreticilerini temsil eden münhasır bir kuruluş bulunmamakta; sektördeki imalatçı, ithalatçı ve distribütörler genel sanayi ve ticaret çatı kuruluşları bünyesinde faaliyet göstermektedir. Bu çerçevede, ülkede yerli üretim tesislerinin lisanslandırılması, sanayi bölgelerinin tahsisi ve imalat süreçlerinin denetimi Kuveyt Sanayi Kurumu (PAI) tarafından yürütülmektedir. Sektörde yer alan imalatçı ve ithalatçı firmalar ile distribütör gruplar temsil süreçlerini Kuveyt Ticaret ve Sanayi Odası (KCCI) altındaki komiteler

aracılığıyla sürdürürken, kimya ve ilaç alanında üretim yapan imalatçılar ise Kuveyt Sanayiciler Birliği (KIU) üyesi konumundadır.

1.4 Kozmetik Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

Kuveyt'te kozmetik ve kişisel bakım ürünlerinin tüketiciye ulaşmasında gelişmiş bir perakende ve dağıtım ağı rol oynamaktadır. Aşırı sıcak iklim koşulları sebebiyle sosyal yaşamın büyük ölçüde kapalı mekanlarda sürdürüldüğü ülkede, satışların önemli bir kısmı büyük alışveriş merkezlerinde (Avenues Mall, 360 Mall gibi) yer alan uluslararası zincirlerin çoklu marka satış noktalarında (Sephora, Harvey Nichols vb) ve lüks üreticilerin bağımsız konsept mağazalarında (Charlotte Tilbury vb) gerçekleşmektedir.

Bunun yanı sıra, yaygın eczane zincirleri (Pharmazone, Boots), bünyelerindeki uzman dermo-danışmanlar aracılığıyla özellikle medikal cilt bakımı, anti-aging ve güneş koruma ürünlerinin tüketiciye sunulmasında önemli bir kanal işlevi görmektedir. Ayrıca, ülkede bulunan çok sayıdaki kadın ve erkek güzellik salonu ile spa merkezi ise profesyonel saç ve cilt bakımı ürünlerinin önce uygulandığı, ayrıca perakende raflarından doğrudan satıldığı bir deneyim kanalı oluşturmaktadır.

E-ticaret ve sosyal medya temelli satış kanalları da kozmetik sektöründe giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Özellikle genç ve dijital mecraları kullanım oranı yüksek tüketici kitlesi, ürünleri sosyal medya üzerinden keşfetmekte, içerik üreticilerinin tavsiyeleri ve çevrimiçi kullanıcı değerlendirmeleri sonrasında doğrudan mobil uygulamalar üzerinden satın almaktadır.

2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti

2.1 Kozmetik Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (2024, Trademap)

	Ülke Adı	İthalat Değeri (1000 \$)	Miktar (ton)	Birim Fiyat (\$)	Oran (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1	Fransa	147,312	3,030	49	17.0
2	BAE	129,880	12,345	11	15.0
3	Suudi Arabistan	71,481	8,205	9	8.3
4	ABD	64,923	1,913	34	7.5
5	İtalya	62,955	2,098	30	7.3
6	İspanya	48,605	2,109	23	5.6
7	Almanya	41,915	2,279	18	4.8
8	Çin	32,549	1,824	18	3.8
9	Güney Kore	26,036	451	58	3.0
10	İsviçre	25,263	269	94	2.9
	Türkiye (16. sırada)	15,901	2,208	7	1.8

Kuveyt kozmetik pazarı, ürün hacminden ziyade yüksek birim fiyatlı lüks ve dermo-kozmetik segment odaklıdır. Fransa, İsviçre ve Güney Kore 50 ila 90 doları aşan birim fiyatlarla katma değerli pazarı domine ederken; Türkiye ve bölgesel tedarikçiler yüksek tonajlarına rağmen 7 ila 11 dolarlık düşük birim fiyatlarla kitle pazarına hitap etmektedir.

2.2 Kozmetik Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (2024, Trademap)

	Ülke Adı	İhracat Değeri (1000 \$)	Miktar (ton)	Birim Fiyat (\$)	Oran (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat)
1	BAE	55,374	1,347	41	35.0
2	Suudi Arabistan	44,455	1,574	28	28.1
3	Katar	27,897	689	40	17.6
4	Irak	10,710	510	21	6.8
5	Bahreyn	8,754	359	24	5.5
6	Umman	7,036	315	22	4.4
7	ABD	1,815	18	101	1.1
8	Hollanda	506	7	72	0.3
9	Birleşik Krallık	400	5	80	0.3
10	Rusya	395	2	198	0.2

Kuveyt'in kozmetik ihracatı, pazarın %97,4'ünü oluşturan Körfez (GCC) ve komşu Orta Doğu ülkeleri odaklı bölgesel bir ticarete dayalıdır. BAE, Suudi Arabistan ve Katar toplam ihracatın %80,7'sini oluşturmaktadır.

2.3 Kozmetik Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (2024, Trademap)

Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	İthalat Değeri (1000 \$)	Türkiye'den İthalatı (1000 \$)	Türkiye'den İthalatının Payı (%)
330499	Güzellik, makyaj ve cilt bakımı için diğer müstahzarlar (pudralar, kremler, cilt bakım ürünleri vb.)	232,584	1,731	0.7
330300	Parfümler ve tuvalet suları	167,347	1,226	0.7
330290	Diğer sanayilerde (kozmetik, kimya vb.) hammadde olarak kullanılan koku veren maddelerin karışımları	13,597	894	6.6
330210	Gıda veya içecek sanayinde kullanılan koku veren maddelerin karışımları	20,182	260	1.3
330590	Saç müstahzarları (diğerleri; saç kremleri, saç spreyleri, serumlar, briyantin vb.)	60,650	443	0.7
330510	Şampuanlar	67,000	497	0.7
340111	Tuvalet kullanımı için kalıp veya külçe halinde sabunlar ve müstahzarları (hijyen/kozmetik amaçlı)	43,961	0	0.0
330749	Odaların kokusunu değiştirmeye veya gidermeye yarayan diğer müstahzarlar (tütsüler hariç oda kokuları, spreyler vb.)	11,295	0	0.0
340120	Diğer şekillerde sabunlar (sıvı, toz, pul veya pulcuk halinde)	9,190	0	0.0
340130	Cildi yıkamaya yönelik sıvı veya krem şeklinde yüzey aktif organik maddeler ve müstahzarlar	36,609	0	0.0
Genel Toplam		865,465		

Kuveyt'in toplam kozmetik ve kişisel bakım ithalatı 865,5 milyon dolar gibi oldukça yüksek bir pazar büyüklüğüne sahiptir. Pazarın en büyük ağırlığını 232,6 milyon \$ ile cilt bakımı/makyaj ürünleri (GTİP 330499) ve 167,3 milyon \$ ile parfümler (GTİP 330300) oluşturmakta, bu iki kalem toplam ithalatın neredeyse yarısını karşılamaktadır.

Tablodaki ürün grupları bazında bakıldığında Türkiye'nin Kuveyt kozmetik ithalatındaki toplam payı oldukça sınırlı kalmakta; en büyük kategoriler olan cilt bakımı, parfüm, şampuan ve saç ürünlerinin tamamında pazar payımız %0,7 seviyesinde seyretmektedir. Buna karşın Türkiye'nin en rekabetçi olduğu alan, Kuveyt'in 13,6 milyon dolarlık ithalatından %6,6 pazar payı elde ettiği koku veren hammadde karışımlarıdır (GTİP 330290).

2.4 Kozmetik Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (2024, Trademap)

Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	İhracat Değeri (1000 \$)	Türkiye'ye İhracatı (1000 \$)	Türkiye'ye İhracatının Payı (%)
330300	Parfümler ve tuvalet suları	143,610	0	0
330499	Diğer güzellik veya makyaj müstahzarları ve cilt bakımı müstahzarları (güneş kremleri, anti-aging ürünleri, cilt bakım serumları vb.)	3,578	0	0
330420	Göz makyaj müstahzarları (maskara, göz kalemi, far, eyeliner vb.)	57	0	0
330590	Saç müstahzarları (diğerleri; saç kremleri, saç maskeleri, serumlar, briyantinler vb.)	1,859	0	0
330510	Şampuanlar	2,359	0	0
340111	Tuvalet kullanımı için kalıp/külçe halinde olan sabunlar ve müstahzarlar (banyo ve el sabunları)	1,361	0	0
330749	Odaların kokusunu değiştirmeye veya gidermeye yarayan diğer müstahzarlar (oda kokusu spreyleri, çubuklu oda kokuları vb.)	1,565	0	0
330741	"Agarbatti" ve yakılarak kullanılan diğer kokulu müstahzarlar (tütsüler)	80	0	0
330491	Pudralar (sıkıştırılmış olsun olmasın; yüz, vücut veya makyaj pudraları)	28	0	0
340119	Diğer amaçlar için kullanılan kalıp/külçe halinde sabunlar ve müstahzarlar (endüstriyel veya temizlik amaçlı sert sabunlar)	48	0	0
Genel Toplam		158,412		

Kuveyt'in toplam kozmetik ihracatının yaklaşık %90,7'sini (143,6 milyon \$) tek başına parfümler ve tuvalet suları (GTİP 330300) oluşturmaktadır. Körfez bölgesinin yüksek parfüm tüketimi ve Kuveyt'in bölgesel bir esans/parfüm harmanlama ve re-export merkezi olması bu tablonun temel nedenidir.

Tablo, Kuveyt'in kozmetik alanında Türkiye için bir tedarikçi veya rakip değil, parfümeri hariç neredeyse tamamen dışa bağımlı net bir hedef pazar konumunda olduğunu göstermektedir.

2.5 Sektörde Ülkemizden İhracat (TÜİK)

GTİP Altılı Kodu	GTİP Altılı Adı	2022		2023		2024		2025		2026/1-7	
		KG	1000\$	KG	1000\$	KG	1000\$	KG	1000\$	KG	1000\$
330290	İÇECEK VE YİYECEK SANAYİİ DIŞINDAKİ SANAYİİLERDE KULLANILAN ESASI KOKU VEYA TAT VERİCİ MADDELER OLAN	42,958	2,066	60,032	2,709	58,945	2,639	75,112	3,562	41,616	2,189
330499	DİĞER MAKYAJ VE GÜZELLİK BAKIM MÜSTAHZARLARI (İLAÇLAR HARİÇ, GÜNEŞ KREMLERİ DAHİL)	122,147	1,767	144,031	1,497	163,702	1,854	142,506	1,859	86,227	1,283
330749	KAPALI YERLERİN GÜZEL KOKMASINDA KULLANILAN DİĞER MÜSTAHZARLAR	292,105	1,879	355,849	2,276	345,568	2,101	334,726	1,790	119,766	928
330300	PARFÜMLER VE TUVALET SULARI	48,880	598	73,089	943	97,055	943	169,595	1,771	29,475	320
330410	DUDAK MAKYAJ MÜSTAHZARLARI	17,853	565	16,718	550	22,522	813	30,409	1,307	14,072	734
340119	SABUN VE YÜZEYAKTİF ORGANİK ÜRÜNLER VE MÜSTAHZARLAR (ÇUBUK/KALIP), EMDİRİLMİŞ KAĞIT, VATKA, VB. (TUV	264,267	362	405,780	593	472,437	604	574,115	756	311,762	378
340111	TUVALET İÇİN SABUN VE YÜZEYAKTİF ORGANİK ÜRÜNLER VE MÜSTAHZARLAR, EMDİRİLMİŞ KAĞIT, VATKA, VB. (TİBB	260,713	440	419,120	672	387,345	709	324,434	598	61,749	114
330210	YİYECEK VE İÇECEK SANAYİİNDE HAMMADDE VEYA KOKU VERİCİ OLARAK KULLANILAN MADDELER VE KARIŞIMLAR	52,992	455	54,077	461	115,580	810	79,408	587	25,371	269
330510	ŞAMPUANLAR	117,230	493	196,685	526	140,781	519	173,730	567	31,072	216
330420	GÖZ MAKYAJ MÜSTAHZARLARI	18,161	603	13,592	378	9,891	466	15,311	554	5,794	298
Genel Toplam		1,833,221	11,224	2,521,517	12,719	2,679,897	13,535	2,601,726	15,967	878,943	7,632

Türkiye'nin Kuveyt'e gerçekleştirdiği kozmetik ihracatı, 2022-2025 yılları arasında istikrarlı bir büyüme sergileyerek 11,2 milyon dolardan %42'lik artışla 15,9 milyon dolara ulaşmıştır. İhracat miktarının 2024 yılı sonrasında yatay seyretmesine rağmen ihracat değerinin artmaya devam etmesi, pazarın daha yüksek birim fiyata sahip katma değerli ürünlere kaydığını göstermektedir. Sektörde en çok ihraç edilen ürünler esans hammaddeleri (GTİP 330290), cilt bakım/güneş kremleri (GTİP 330499) ve son yıllarda ciddi bir sıçrama yapan parfümlerdir.

3. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

3.1 Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Kuveyt'in idari yapısı, ülkenin yüzölçümünün ve nüfusunun nispeten sınırlı olması nedeniyle altı vilayetten oluşan bir yapıya sahiptir. Bunlar Başkent (Al Asimah), Hawalli, Farwaniya, Mubarak Al-Kabeer, Ahmadi ve Jahra vilayetleridir. İdari ve ekonomik faaliyetlerin önemli bir bölümü başkent ve çevresindeki yoğun kentsel yerleşimlerde toplanmıştır. Özellikle Al Asimah, Hawalli ve

Farwaniya vilayetleri, yoğun nüfus, ticari faaliyetler, alışveriş merkezleri ve perakende kanallarının gelişmişliği bakımından öne çıkmaktadır.

Kozmetik, kişisel bakım ve parfümeri sektörü açısından Kuveyt'in küçük ve coğrafi olarak bütünleşik yapısı, firmaların ülke genelinde faaliyet gösterebilmesini kolaylaştırmaktadır. Bu nedenle pazara girmek isteyen Türk firmalarının her bir vilayette ayrı bir dağıtım yapılanmasına ihtiyaç duyması genellikle söz konusu olmamakta; Kuwait City (Al Asimah vilayetinde), Hawalli ve Farwaniya başta olmak üzere ticari merkezlerde yerleşik ithalatçı, distribütör, toptancı ve perakende zincirleriyle kurulacak iş birlikleri ülke geneline erişim açısından yeterli bir başlangıç noktası oluşturmaktadır. Ayrıca Shuwaikh, Sulaibiya ve Ardiya gibi ticari ve lojistik faaliyetlerin yoğunlaştığı bölgeler de depolama, dağıtım ve toptan ticaret bakımından önem taşımaktadır.

3.2 Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

Kuveyt'te öne çıkan yerel ve bölgesel markalar arasında Gissah, Atyab Al Marshoud, Al Jazeera Perfumes ve Dar Al Teeb başta gelmektedir. Bunun yanında Abdul Samad Al Qurashi, Ajmal Perfumes ve Swiss Arabian gibi bölgesel markalar da özellikle ud, buhur ve doğu tipi parfümeri ürünlerinde güçlü bir mağaza ve dağıtım ağına sahiptir.

Kozmetik ürünlerin tüketiciye ulaştırılmasında Sephora, Faces, Harvey Nichols ve The Avenues gibi büyük alışveriş merkezlerindeki uzmanlaşmış mağazalar önemli satış kanalları oluştururken, Boutiqaat Kuveyt merkezli önemli bir çevrim içi kozmetik ve parfüm satış platformu olarak öne çıkmaktadır.

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

Kuveyt'te kozmetik, kişisel bakım ve parfümeri sektörüne ilişkin faaliyetler, doğrudan sektörel bir meslek kuruluşundan ziyade ticaret ve sanayi kuruluşları, sanayi birlikleri ve kamu kurumları üzerinden yürütülmektedir. Bu kapsamda, sektörde faaliyet gösteren firmalar açısından ticari temsil, üyelik, mevzuat, standartlar, üretim izinleri ve yatırım konularında aşağıdaki kuruluşlar önem taşımaktadır:

Kuveyt Ticaret ve Sanayi Odası (Kuwait Chamber of Commerce and Industry – KCCI), ülkedeki özel sektör işletmelerini temsil eden önemli kurumlardan biridir. Kozmetik, kişisel bakım, parfümeri, ithalat ve perakende alanında faaliyet gösteren firmalar da KCCI'nin üye ve ticari firma ağı içerisinde yer almaktadır. KCCI firma bilgilerine erişim, ticari bağlantılar, iş fırsatları, mevzuat ve özel sektörün kamu kurumlarıyla ilişkileri bakımından Türk firmaları için önemli bir başvuru noktasıdır. (Tel: +965 1805580, web: www.kcci.org.kw, e-posta: kcci@kcci.org.kw).

Kuveyt Sanayiciler Birliği (Kuwait Industries Union – KIU), ülkedeki lisanslı sanayi kuruluşlarını temsil eden temel özel sektör yapılanmalarından biridir. Özellikle Kuveyt'te üretim veya dolum tesisi kurmayı planlayan kozmetik, parfüm, sabun ve kişisel bakım ürünleri firmaları açısından önem taşımaktadır. Birlik, sanayi sektörünün sorunlarının takip edilmesi, sanayicilerin teknik kapasitesinin geliştirilmesi ve sanayi politikalarına ilişkin görüşlerin temsil edilmesi amacıyla faaliyet göstermektedir. (Tel: +965 22403561/4, web: www.kiu-kw.org, e-posta: info@kiu-kw.org).

Kamu Sanayi Kurumu (Public Authority for Industry – PAI) ise Kuveyt'teki sanayi faaliyetleri, teknik düzenlemeler ve standartlar bakımından önemli kamu kurumlarından biridir. Kozmetik ve kişisel bakım ürünlerine ilişkin güvenlik, ambalajlama, etiketleme ve teknik gereklilikler Kuveyt ve Körfez standartları çerçevesinde uygulanmaktadır(www.pai.gov.kw).

3.4 Varsa İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

Ülkedeki ticari faaliyetleri takip eden ve firmaların kayıtlarını tutan Kuveyt Ticaret ve Sanayi Odası'nın (KCCI) web sitesindeki "Company Search" sekmesi üzerinden arama yapmak suretiyle kozmetik, kişisel bakım ve parfümeri ithalatçısı firmaların listesine ulaşılabilir.

Ayrıca kozmetik sektöründe faaliyet gösteren yerel ve bölgesel üreticiler ile dağıtıcı firmaların iletişim bilgilerine Kuveyt Sanayiciler Birliği'nin (KIU) web sitesindeki "Industrial Guide" sekmesi (<https://kiu-kw.org/en/industrial-guide/>) üzerinden erişim sağlanabilmektedir.

3.5 Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

Serbest Satış Sertifikası (FSC - Free Sale Certificate): Kozmetik ürünün menşe ülkesinde yasal olarak tescil edildiğini, aynı isim, formül ve kullanım amacı ile serbestçe satıldığını doğrulayan belgedir. Menşe ülkedeki yetkili sağlık otoritesi tarafından düzenlenmeli ve menşe ülkedeki Kuveyt Büyükelçiliği (veya Kuveyt temsilciliği yoksa bir KİK büyükelçiliği) tarafından onaylanmalıdır. Elektronik doğrulama koduna sahip FSC belgelerinde elçilik onayı şartı aranmamaktadır.

İyi İmalat Uygulamaları (GMP) Belgesi / ISO 22716: Kozmetik ürünün üretildiği tesisin kalite standartlarına uygunluğunu gösteren resmi belgedir. Menşe ülkedeki yetkili otorite tarafından verilen geçerli bir GMP veya ISO 22716 sertifikasının sunulması Kuveyt'te ürün tescili ve yenileme süreçlerinde zorunludur. Elektronik doğrulamalı sertifikalar konsolosluk tasdikinden muaf tutulmaktadır.

Üretici Firma Ruhsatı ve Güvenlik Beyanları: İmalatçı veya Pazarlama Yetkisi Sahibi (MAH) firmanın menşe ülkesindeki resmi makamlarca onaylanmış ruhsat belgesidir. Tescil dosyasında ürünün hormon, kortikosteroid, ağır metal, yasaklı koruyucu/renglendirici ve CMR (Karsinojenik, Mutajenik, Üreme için Toksik) maddeler içermediğini ve güvenli olduğunu garanti eden üretici güvenlik sertifikalarının bulunması zorunludur. Hayvansal içerik varsa BSE/TSE içermediğine dair belge de eklenmelidir.

Analiz Sertifikası (COA – Certificate of Analysis) ve Spesifikasyon Belgesi: Ürünün renk, koku, doku, pH, alkol oranı ve ağır metal sınırları gibi fiziksel ve kimyasal parametrelerini detaylandıran belgedir. Ayrıca Kuveyt Sağlık Bakanlığı veya yetkili laboratuvarlarca talep edildiğinde, ürünün GSO (GSO 1943) ve AB (EC 1223/2009) standartlarına uygunluğunu kanıtlayan mikrobiyolojik ve kimyasal test analiz raporlarının sunulması gerekmektedir.

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

Kuveyt, halk sağlığının korunması, tüketici güvenliği ve teknik standartların sağlanması amacıyla Kuveyt Sanayi Kurumu (PAI) tarafından yönetilen KUCAS (Kuwait Conformity Assurance Scheme) teknik uygunluk programını yürütmektedir. Bu program kapsamında regüle edilen genel sanayi ve tüketim ürünlerinin ithalatında Sevk Öncesi İnceleme (PSI) süreçleri işletilerek Technical Evaluation Report (TER) ve Technical Inspection Report (TIR) belgeleri talep edilmektedir.

Ancak kozmetik, kişisel bakım ve parfümeri ürünleri KUCAS sevk öncesi gözetim programı kapsamında yer almamaktadır.

Kozmetik ve kişisel bakım ürünlerinin Kuveyt'e ithalatı, satışı ve piyasa denetimi doğrudan Kuveyt Sağlık Bakanlığı – İlaç ve Tıbbi Ürünler Tescil ve Düzenleme İdaresi tarafından yürütülen Bakanlık Kararı ve Kılavuzuna tabidir. Sevkiyat öncesinde gözetim şirketlerinden TIR belgesi alma

zorunluluğu bulunmamakla birlikte, ürünlerin Kuveyt'e sevk edilmeden önce Kuveyt Sağlık Bakanlığı sisteminde tescil edilmiş olması gerekmektedir.

Ürünlerin Kuveyt'e ithalatı ve pazarlanması için Kuveyt'te yerleşik, Ticaret ve Sanayi Bakanlığı ve Sağlık Bakanlığı'ndan lisanslı yetkili bir Yerel Temsilci / Acente aracılığıyla tescilin tamamlanması zorunludur. Tescil dosyasında Pazarlama Yetkisi Sahibi veya bölgesel distribütör tarafından verilen ve menşe ülkesindeki Kuveyt Büyükelçiliği ile Ticaret Odası tarafından onaylanmış Acentelik Yetki Mektubu (Letter of Appointment) sunulmalıdır.

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

Kuveyt'te düzenlenen fuarların büyük bölümünün yerel nitelikli olduğu görülmektedir. Kuveyt Uluslararası Fuar Şirketi'nin (KIF, kif.net) işlettiği Kuveyt Fuar Alanı ülkenin en büyük uluslararası fuar merkezidir ve ülkede gerçekleştirilen fuarların büyük bir bölümüne KIF ev sahipliği yapmaktadır.

Kuveyt kozmetik ve parfümeri pazarında öne çıkan temel organizasyon, KIF bünyesinde yılda iki kez düzenlenen (İlkbahar ve Sonbahar dönemlerinde) The Perfumes Expo fuarıdır. Gelecek dönemde düzenlenmesi planlanan organizasyonların 20 – 31 Ekim 2026 ve 22 Mart – 3 Nisan 2027 tarihlerinde gerçekleştirilmesi öngörülmektedir.

T.C. Ticaret Bakanlığı destek kapsamı doğrultusunda Kuveyt'te kozmetik sektöründe desteklenen milli katılım veya bireysel katılımlı bir fuar bulunmamaktadır.

3.8 Sektör firmalarına hitap eden ve gerçekleştirilmesi planlanan ticaret heyetleri

2026 yılında kozmetik sektöründe Kuveyt'te düzenlenmesi planlanan ticaret heyeti bulunmamaktadır.

3.9 Varsa Sektörde İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler

2016 tarihli 49 sayılı Kanun (Kamu İhale Kanunu), Kuveyt Devleti ve bağlı birimlerinin satın alma süreçlerini düzenlemektedir. Kamu İhale Kanunu, Kuveyt Hükümeti tarafından 75.000 KWD (yaklaşık 248.500 USD) aşan herhangi bir tedarikin, rekabetçi fiyatlandırma sağlamak amacıyla Central Agency for Public Tenders (CAPT) aracılığıyla yapılması gerektiğini belirtmektedir. Kozmetik, medikal dermatoloji ve kişisel bakım sektöründeki alımlar (özellikle Sağlık Bakanlığı bünyesindeki kamu hastaneleri, klinik ve askeri kurumların hijyen ve cilt bakım ihtiyaçları) da bu bütçe eşliğine göre CAPT üzerinden ilan edilmektedir.

Yabancı firmalar herhangi bir Kuveytli acenteleri olmadan genel ihalelere katılabilmekle birlikte, ihale kazanıldıktan sonra proje safhasında Kuveytli bir acenteye ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak kozmetik ve medikal bakım ürünleri özelinde, ürünlerin ihale öncesinde Kuveyt Sağlık Bakanlığı nezdinde tescil edilmiş olması şartı arandığından, pratik uygulamada sürecin başından itibaren yerel bir Kuveytli yetkili temsilci/distribütör ile hareket edilmesi zorunluluk arz etmektedir.

Yabancı firmalar için kamu ihalelerinde %30'luk bir off-set uygulaması bulunmaktadır. Dolayısıyla, ihaleyi alan yabancı firma proje bedelinin %30'luk bir kısmını iç kaynaklardan tedarik etmek durumundadır. Ayrıca, yerli mallar, yabancı menşeli mallardan %15 oranına kadar daha pahalı olsa bile yerli malı kullanılması zorunluluğu bulunmaktadır. Körfez ülkelerinden tedarik durumunda bu oran düşmektedir.

Tüm ihale ilanları ve ilgili belgeler CAPT'ın internet sitesinde (<https://capt.gov.kw/en/>) yayınlanmaktadır. Öte yandan, ihaleler haftalık olarak Kuwait Al Youm adlı Resmi Gazetede yayımlanmaktadır. Kozmetik ve medikal hijyen alımlarında ana talep makamı olan Kuveyt Sağlık Bakanlığı'nın duyuruları da bu kanallarla eş zamanlı izlenmelidir. Ayrıca, Kuveyt Konut Refahı Kurumu (PAHW), görev alanı içerisindeki ihaleleri (https://www.pahw.gov.kw/Tenders_Arabic) kendi yayımlamaktadır. Kuveyt'te Kamu-Özel Ortaklığı Kurumu da bulunmakta olup PPP projeleri bu Kurumun internet sitesinde (<http://www.kapp.gov.kw/news-media>) yayımlanmaktadır.

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

Kuveyt, 3 Mayıs 1963 tarihinden itibaren Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (GATT), 1 Ocak 1995 tarihinden bu yana ise Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) üyesidir. Ülke ayrıca, 1981 yılında kurulan Körfez İşbirliği Konseyi (KİK) üyesidir. KİK kapsamında 1 Ocak 2003 tarihinde Gümrük Birliği yürürlüğe girmiş ve üçüncü ülkelerden ithal edilen mallar için Ortak Gümrük Tarifesi uygulanmaya başlanmıştır. Kuveyt, KİK'in Tek Gümrük Tarifesini 1 Nisan 2003 tarihinde resmen onaylamış olup, çoğu ithal üründe gümrük vergisi oranı %5 olarak uygulanmaktadır. Ortak tarifeden muaf tutulan 417 ürün bulunmakta olup bunlar ağırlıklı olarak temel gıda maddeleri ile tarım, tıbbi ve farmasötik ürünlerden oluşmaktadır. Tütün ürünleri ise %100 oranında gümrük vergisine tabidir.

Kuveyt ayrıca KİK çerçevesinde imzalanan tercihli ticaret anlaşmalarının tarafıdır. KİK-EFTA Serbest Ticaret Anlaşması 22 Haziran 2009 tarihinde imzalanmış ve 1 Temmuz 2014 tarihinde yürürlüğe girmiştir. KİK-Singapur Serbest Ticaret Anlaşması ise 2008 yılında imzalanmış ve 1 Eylül 2013 tarihinde yürürlüğe girmiştir.

Kuveyt ayrıca Pan-Arap Serbest Ticaret Alanı (PAFTA/GAFTA) kapsamında tercihli ticaret düzenlemelerine 1998 yılından itibaren taraftır.

KİK'in diğer ülkeler ve ülke gruplarıyla STA çalışmaları da devam etmektedir. KİK-Japonya STA müzakereleri yeniden başlatılmış olup 2024, 2025 ve 2026 yıllarında müzakere turları gerçekleştirilmiştir. KİK-Hindistan STA müzakereleri ise 24 Şubat 2026 tarihinde resmen başlatılmıştır. KİK-Pakistan STA'sı 28 Eylül 2023 tarihinde paraflanmış olup, anlaşmaya ilişkin süreç devam etmektedir. KİK ile Güney Kore arasındaki STA müzakereleri ise 2024 yılı sonunda sonuçlandırılmıştır. KİK-Avustralya STA müzakereleri 2009 yılından bu yana yeniden başlatılmamış olup, Avustralya tarafından halen "değerlendirme aşamasındaki" anlaşmalar arasında gösterilmektedir. KİK ayrıca Çin, Yeni Zelanda ve Birleşik Krallık ile STA süreçlerini sürdürmüş; Birleşik Krallık ile müzakereler Mayıs 2026'da sonuçlandırılmıştır.

Türkiye ile KİK arasındaki ticari ve ekonomik ilişkileri geliştirmek amacıyla yürütülen Türkiye-KİK Serbest Ticaret Anlaşması müzakereleri 21 Mart 2024 tarihinde Ankara'da imzalanan Ortak Bildiri ile yeniden başlatılmıştır. Söz konusu müzakereler, daha önce 2005 yılında başlatılmış ancak 2010 yılında kesintiye uğramış olan sürecin yeniden canlandırılması niteliğindedir.

Türkiye-KİK STA'sının KİK pazarı ile Türkiye arasındaki ticaret ve yatırım ilişkilerinin daha da geliştirilmesi beklenmektedir. Anlaşmanın mal ticaretinin yanı sıra hizmetler, yatırımlar ve menşe kuralları gibi alanları kapsaması öngörülmekte olup, yürürlüğe girmesi halinde Türkiye'nin rekabetçi olduğu çeşitli sektörlerde pazara erişim koşullarının iyileştirilmesine katkı sağlayabilecektir.

3.11 Varsa Tercihli Tarifeden Yararlanmak İçin Gereken Belgeler

Türkiye-KİK Serbest Ticaret Anlaşması henüz müzakere aşamasında olduğundan Kuveyt pazarında tercihli tarifeden yararlanmak halihazırda mümkün değildir.

4. Sektörde Standartlar

Kuveyt, Körfez İşbirliği Konseyi Standartlar Teşkilatı (GSO) ve KİK Akreditasyon Konseyi'nin (GAC) aktif bir üyesi olup, bölgesel uyumlaştırılmış teknik düzenlemeleri uygulamaktadır. Ulusal düzeyde genel standart düzenlemeleri Kuveyt Sanayi Kurumu (PAI) bünyesindeki Standartlar ve Metroloji Müdürlüğü tarafından yürütülmekte ve Sanayi Kurumu zorunlu uygunluk denetimi mekanizması olan KUCAS programını işletmektedir.

İfade edildiği üzere kozmetik, kişisel bakım ve parfümeri sektörüne yönelik teknik standartlar, içerik kısıtlamaları ve iddia uygunlukları KUCAS kapsamında değil; doğrudan Kuveyt Sağlık Bakanlığı İlaç ve Tıbbi Ürünler Tescil ve Düzenleme İdaresi tarafından denetlenmektedir.

Kuveyt'te kozmetik ve kişisel bakım ürünleri için uygulanan temel teknik standartlar ve dayanaklar şunlardır:

Bölgesel ve Uluslararası Standart Harmonizasyonu: Kuveyt, kozmetik ürün güvenliği, içerik sınırları ve ürün iddialarında GSO teknik düzenlemelerini (başta GSO 1943 ve GSO 2528) ile Avrupa Birliği Kozmetik Tüzüğü'nü (EC No 1223/2009) esas almaktadır.

Müsaade Edilen ve Yasaklı Maddeler: Ürün formülasyonları GSO 1943 ve AB EC 1223/2009 Eklerinde (Annex II, III, IV, V, VI) belirtilen yasaklı, kısıtlı, izin verilen renklendirici, koruyucu ve UV filtre listelerine tam uyum sağlamak zorundadır. CMR (Karsinojenik, Mutajenik, Üreme için Toksik) olarak sınıflandırılan maddeler, ağır metaller, hormonlar, kortikosteroidler ve zehirli bileşenler yasaktır.

İslami ve Toplumsal Değerlere Uygunluk: Ürün beyanları, ambalaj görselleri Kuveyt'teki yürürlükteki yasalara, kamu düzenine ve İslami/toplumsal değerlere aykırı olmamalıdır.

İmalat Kalite Standartları: Tüm kozmetik üretim tesislerinin ISO 22716 veya yetkili makamlarca onaylanmış GMP (İyi İmalat Uygulamaları) standartlarına uygun olarak üretim yapması ve bunu tescil dosyasında belgelemesi zorunludur.

4.1 Sektörde Etiketleme ve Ambalajlama

Kuveyt'e ithal edilen tüm tüketim ürünlerinde menşe ülkesinin ürün veya ambalaj üzerinde kolayca sökülemeyecek, silinmeyecek ve silinmez bir biçimde belirtilmesi zorunludur. Etiket üzerindeki tüm bilgilerin ticari fatura, çeki listesi ve tescil belgeleriyle birebir uyumlu olması gerekmektedir. Ürünün doğrudan kendisinin etiketlenmesinin mümkün olmadığı teknik durumlarda, bilgiler dış ambalajda, kutuda veya ürünle birlikte verilen prospektüs/etiket ekinde sunulabilir.

Kuveyt Sağlık Bakanlığı mevzuatı gereğince, tüketiciye sunulan kozmetik ve kişisel bakım ürünlerinin etiket bilgileri Arapça ve/veya İngilizce dillerinde açık ve silinmez bir şekilde basılmış olmalıdır. Ürün ambalajı veya etiketi üzerinde bulunması zorunlu olan temel bilgiler şunlardır:

Ürün Adı ve İşlevi: Ürünün ticari adı ile ürünün işlevi/amacı temel ve ikincil ambalaj üzerinde açıkça belirtilmelidir.

Üretici ve Pazarlama Yetkisi Sahibi Bilgisi: İmalatçı firmanın veya Pazarlama Yetkisi Sahibi'nin (MAH) adı ve adresi ile Menşe Ülke (Made in...).

Net Miktar: Hacim veya ağırlık olarak ürünün net miktarı.

Tam İçerik Listesi (INCI): Tüm bileşenler INCI (International Nomenclature of Cosmetic Ingredients) adlarıyla listelenmelidir.

Parti / Seri Numarası: İmalat partisini gösteren Batch / Lot numarası.

Miat Bilgisi (Son Kullanma Tarihi ve PAO Sembolü): Raf ömrü 30 aydan az olan ürünlerde üretim ve son kullanma tarihleri açıkça yazılmalıdır. Minimum dayanıklılık süresi 30 aydan uzun olan ürünlerde son kullanma tarihi belirtilmesi zorunlu olmayıp; bu ürünlerde kapağı açıldıktan sonra ürünün güvenle kullanılabileceği süreyi gösteren PAO (Period After Opening / Açıldıktan Sonra Kullanım Süresi) sembolünün bulunması zorunludur.

Kullanım Talimatı, Uyarılar ve Özel Önlemler: Kullanım şekli, özel saklama koşulları ve tüketici güvenliği için gerekli uyarılar Arapça ve/veya İngilizce olarak yer almalıdır. (Örneğin; güneş koruyucu içermeyen bronzlaştırıcı ürünlerde "Güneş koruyucu içermez, güneşe çıkmadan önce güneş kremi kullanılmalıdır" uyarısının basılması zorunludur. Saç boyası, tüy dökücü ve saç düzleştirici ürünlerde hassasiyet testi ve uyarılar her iki dilde de yer almalıdır).

Ambalajlama, doğrudan ürün kalitesini ve tüketici sağlığını etkilediğinden GSO teknik düzenlemeleri (GSO 1943) ve Sağlık Bakanlığı kriterlerine tabidir. Ambalaj malzemesinin ürünün bütünlüğünü koruması, içerikteki formülle reaksiyona girmeyerek zararlı/zehirli (CMR) maddelerin, kokunun veya rengin ürüne geçişine izin vermemesi şarttır. Tüketicie ulaşmadan önce ürünün açılmadığını garanti eden koruyucu mühür/emniyet bandı uygulamaları, kontaminasyonu önleyici hijyenik kapak tasarımları ve nakliye koşullarına dayanıklı iç koruma düzenekleri ürün güvenliği ilkeleri kapsamında aranmaktadır.

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

Kuveyt, 7 çevre yolu ve muhtelif bölünmüş otoyollarla ülkenin her noktasına erişim sağlayan yeterli bir karayolu ağına sahiptir. Ülkedeki yolların büyük çoğunluğu bölünmüş yol olup; 40 numaralı otoyol Nuwaiseeb ve 70 numaralı otoyol Salmi sınır kapılarından Suudi Arabistan'a, 80 numaralı otoyol ise Abdali sınır kapısından Irak'a bağlanmaktadır. Ülkede henüz faal bir demiryolu hattı bulunmamakla birlikte demiryolu projeleri gündemdedir. Toplam 2.177 kilometrelik KİK Demiryolu Projesi'nin 111 kilometresinin Kuveyt'ten geçmesi planlanmaktadır. Proje halihazırda tasarım aşamasındadır.

Karayolu taşımacılığında Suudi Arabistan güzergahı daha geniş ürün geçiş imkanı sunarken Irak güzergahında kısıtlamalar mevcuttur. Irak'ın 1 Nisan 2025'te TIR Sistemine dahil olmasıyla Safwan Sınır Kapısı üzerinden Kuveyt yönüne aktarmasız sevkiyatlar başlamıştır. Kuveyt Gümrük İdaresi; gıda ve yem ürünlerinin yanı sıra tıbbi malzeme, inşaat malzemesi ve net tanımlanmamış genel "temel ihtiyaç ürünleri"nin geçişine izin vermiştir. Dolayısıyla Suudi Arabistan güzergahı kozmetik ürün taşımacılığı için çok daha geniş ve elverişli bir alternatiftir.

Denizyolu taşımacılığı Kuveyt Liman İdaresi yönetimindeki üç ana limandan yürütülmektedir: Shuwaikh (ana ticari ve konteyner limanı), Shuaiba (sanayi, hammadde ve kimyasal) ve Doha (küçük gemiler ve bölgesel ticaret). Türkiye'den Kuveyt'e özellikle kozmetik gibi yüksek hacimli

ve düzenli ihracatta maliyet avantajı sağlayan denizyolu, en yaygın yöntemdir ve teslimat ortalama 15-25 gün sürmektedir.

Yüksek maliyetli olsa da acil sipariş, numune ve lansman ürünlerinde tercih edilen havayolu taşımacılığı, İstanbul veya Sabiha Gökçen havalimanlarından Kuveyt Uluslararası Havalimanı'na yaklaşık 3,5 saatlik uçuş süresi ve 1-2 günlük toplam transit süresiyle avantaj sunmaktadır. Öte yandan, 2026 yılında başlayan İran-ABD gerilimi ve Hürmüz Boğazı çevresindeki güvenlik riskleri; denizyolu ithalatında rota uzamalarına, ek sigorta maliyetlerine ve transit süre belirsizliklerine yol açmıştır. Eylül 2026 itibariyle Körfez petrol sevkiyatları büyük oranda toparlansa da devam eden lojistik riskler nedeniyle deniz sürelerinin yakından takibi ve acil gönderilerde havayolu alternatifinin kullanılması önem taşımaktadır.

Kuveyt'e taşıma modları bazında ithalat ve ihracat rakamlarımız aşağıdadır:

Kuveyt ile Ticarete Taşıma Modları (Bin \$)	2025		2026 (1-8)	
	İHRACAT	İTHALAT	İHRACAT	İTHALAT
DENİZYOLU	312,400	188,245	59,222	225,838
KARAYOLU	34,462	23	149,402	2,062
HAVAYOLU	540,473	6,872	98,732	26
Toplam	887,350	195,141	307,356	227,927

Ticaret Bakanlığı

Tablodan görüleceği üzere, İran ile tırmanan gerilim ve Hürmüz Boğazı'ndaki güvenlik riskleri, Türkiye'nin Kuveyt'e denizyolu ihracatını 2025'teki 312,4 milyon \$ seviyesinden 2026'nın ilk 8 ayında 59,2 milyon \$'a kadar geriletmiştir.

Hürmüz'deki tıkanma ve hava sahalarındaki riskler karşısında karayolu ana alternatif haline gelmiştir. Suudi Arabistan rotasına ek olarak, Irak'ın TIR Sistemine katılımı ve Safwan Sınır Kapısı üzerinden aktarmasız geçişlerin başlamasıyla, 2025'in tamamında 34,5 milyon \$ olan karayolu ihracatı, 2026'nın ilk 8 ayında rekor artışla 149,4 milyon \$'a çıkarak tedarik zincirinin sürdürülebilirliğini sağlamıştır.

2025 yılında 540,5 milyon \$ ile ihracatın en büyük payını oluşturan havayolu (savunma sanayii ürünleri ihracatından kaynaklandığı değerlendirilmektedir), 2026'nın ilk 8 ayında 98,7 milyon \$'a gerilemiştir. Bölgesel çatışmalar sebebiyle zaman zaman yaşanan hava sahası kısıtlamaları, uzayan uçuş rotaları ve artan maliyetler, havayolu taşımacılığı üzerinde baskı oluşturarak yüksek hacimli akışın karayolu koridorlarına kaymasını tetiklemiştir.

5.1 Dağıtım Kanalları

Kuveyt'te kozmetik ürünlerinin dağıtımı ağırlıklı olarak yerel ithalatçı ve distribütörler aracılığıyla yürütülmektedir. Bu firmalar gümrükleme, lojistik, pazarlama ve perakende süreçlerini üstlenirken; büyük zincir mağazalar doğrudan ithalat da yapabilmektedir. Ürünler tüketiciye parfümeriler, AVM'ler, eczaneler, süpermarketler ve e-ticaret üzerinden ulaşmaktadır. Premium segmentte uzmanlaşmış AVM mağazaları öne çıkarken, kitle ürünlerinde süpermarketler ve dijital kanallar etkindir. Sosyal medya pazarlaması ise satışlarda kritik bir role sahiptir.

Uluslararası markalar pazarda genellikle stok, dağıtım ve satış sonrası süreçleri yürüten çok markalı yerel distribütörlerle çalışmaktadır. Pazarlık ve satış başarısı; ürün kalitesinin yanı sıra distribütörün perakende ağına, lojistik gücüne ve dijital pazarlama kapasitesine bağlıdır. Ayrıca ithalatçılar sadece Ticaret ve Sanayi Bakanlığı'ndan aldıkları lisans kapsamındaki ürünleri ithal edebildiğinden, Türk firmalarının çalışacağı ortağın ilgili ürün grubundaki yetkisini ve fiili dağıtım ağını teyit etmesi gerekmektedir.

2016 yılında yapılan kanun değişikliğiyle münhasır acentelik zorunluluğu kaldırılmıştır. Ancak pazarın ölçeği ve yüksek satın alma gücü nedeniyle distribütörler halen tek yetkili distribütörlük talep edebilmektedir. Bu doğrultuda Türk firmalarının sözleşme aşamasında münhasırlık süresi, satış hedefleri, minimum sipariş miktarları, pazarlama yükümlülükleri, e-ticaret yetkisi ve fesih şartlarını netleştirmesi önem taşımaktadır.

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

Kuveyt, diğer Körfez ülkeleri gibi küçük bir ülke olmasına rağmen yüksek alım gücüne sahip ve genç nüfus yapısı nedeniyle kozmetik ürünleri açısından cazip bir pazar niteliğindedir. Ülkede cep telefonu ve internet kullanımı %90'ın üzerindedir. Nüfusun %56'sının 35 yaşın altında olması, özellikle genç tüketicilere yönelik cilt bakım, makyaj, parfüm ve kişisel bakım ürünlerinde dijital satış ve pazarlama kanallarını önemli hale getirmektedir. Kuveyt e-ticaret pazarının 2026 yılında yaklaşık 1,95 milyar ABD doları büyüklüğe ulaşması, 2031 yılında ise 2,49 milyar ABD dolarına yükselmesi beklenmektedir. Bu noktada e-ticaret, kozmetik firmaları açısından uygun bir satış yöntemi olarak değerlendirilmektedir.

Kozmetik sektöründe e-ticaretin önemi, tüketicilerin marka ve ürünleri internet üzerinden araştırması, fiyat karşılaştırması yapması ve sosyal medya aracılığıyla yeni ürünlerden haberdar olması nedeniyle geleneksel perakendenin ötesine geçmektedir. Bununla birlikte, Kuveyt'te tüketicilerin alışveriş merkezlerini ziyaret ederek ürünleri fiziksel olarak inceleme ve satın alma alışkanlığı devam etmektedir. Özellikle parfüm, makyaj ve cilt bakım ürünlerinde ürünün denenmesi ve mağaza deneyimi önemini korumaktadır. Bu nedenle kozmetik ürünlerinde çevrim içi ve fiziksel satış kanallarının birlikte kullanıldığı çok kanallı satış modeli önem taşımaktadır.

Operasyonel anlamda ise kapıda ödeme ve teslimat maliyetleri e-ticaretin gelişimini sınırlayan unsurlar arasında yer almaktadır. Bununla birlikte, kozmetik ürünlerin nispeten küçük hacimli ve yüksek katma değerli olması, lojistik açıdan diğer hızlı tüketim mallarına kıyasla e-ticaret satışına daha elverişli bir yapı sunmaktadır. Özellikle stok yönetimi ve hızlı teslimat kapasitesine sahip yerel distribütörlerle çalışılması, çevrim içi satışların geliştirilmesi açısından avantaj sağlamaktadır.

Ülkemiz firmaları açısından, doğrudan çevrim içi satıştan ziyade Instagram, Snapchat ve diğer dijital platformlar üzerinden yürütülecek reklam ve tanıtım faaliyetlerinin Kuveyt pazarına girişte önemli bir araç olduğu değerlendirilmektedir. Özellikle Instagram ve Snapchat kullanımının yaygın olması, kozmetik sektöründe görsel içerik, influencer pazarlaması, ürün tanıtımları ve kampanyaların tüketici tercihleri üzerinde etkili olmasını sağlamaktadır. Türk kozmetik firmalarının Kuveyt pazarında marka bilinirliği oluşturmak, tüketicileri çevrim içi satış kanallarına yönlendirmek ve yerel distribütörlerinin satışlarını desteklemek amacıyla sosyal medya reklamlarına ağırlık vermeleri de faydalı olacaktır.

6.1 Ülkedeki Pazaryerleri

Kozmetik ve kişisel bakım ürünleri açısından öne çıkan online alışveriş platformları aşağıdaki gibidir:

B2C (Yerel): Boutiqaat, Sephora Kuwait, Taw9eel, Pharmazone, Royal Pharmacy, Talabat Mart

B2C (Bölgesel): Trendyol, BasharaCare, Nice One, Namshi, 6thStreet, Ounass, Mumzworld, Modanisa, Noon, Amazon

Özellikle Boutiqaat, kozmetik, cilt bakımı, saç bakımı, parfüm ve kişisel bakım ürünlerinde geniş ürün ve marka yelpazesi sunan önemli bir online satış platformudur.

6.2 Özel Günler, Bayramlar v.b.

Kuveyt'teki özel günler ve bayramlar, haftalık resmi tatil günlerinin yanı sıra hem hicri takvime dayalı dini bayramları hem de ulusal anlamda kutlanan önemli günleri içermektedir: Kuveyt'te resmi hafta sonu tatili Cuma ve Cumartesi günleridir. Pazar günü haftanın ilk iş günüdür.

Kuveyt Milli Günü: 25 Şubat'ta kutlanır. 1961 yılında Kuveyt'in Birleşik Krallık'tan bağımsızlığını ve Şeyh Abdullah Al-Salim Al-Sabah'ın tahta geçişini simgeler.

Kurtuluş Günü: 26 Şubat'ta kutlanır. 1991 yılında Kuveyt'in Irak işgalinden kurtuluşunu simgeler.

Ramazan Bayramı: Ramazan ayının bitiminde, Şevval ayının ilk üç günü kutlanır (Resmi tatil genellikle 3-5 gün sürer).

Kurban Bayramı: Zilhicce ayının 10. gününde başlar. Arife günü ile birlikte genellikle 4 ila 5 gün resmi tatil ilan edilir.

Hicri Yılbaşı: Muharrem ayının 1. günü resmi tatildir.

Miladi Yılbaşı: 1 Ocak günü resmi tatildir.

İsra ve Miraç: Recep ayının 27. gecesi/günü resmi tatil olarak kutlanır.

Mevlid Kandili: Rebiülevvel ayının 12. günü Hz. Muhammed'in doğumu vesilesiyle resmi tatildir.

Aşure Günü: Muharrem ayının 10. günüdür. Kuveyt'te resmi tatil olmamakla birlikte dini açıdan önemli bir gündür.

Özellikle 25-26 Şubat Ulusal ve Kurtuluş Günleri ile Ramazan ve Kurban Bayramları, Kuveyt'te hem resmi kurumların uzun süreli tatile girdiği hem de e-ticaret ve perakende sektöründe büyük indirim kampanyalarının düzenlendiği en önemli dönemlerdir.

6.3 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Kuveyt, güçlü dijital altyapısı ve yüksek internet penetrasyonu ile Körfez bölgesinde dijitalleşme düzeyi yüksek ülkelerden biridir. Bu durum, e-ticaret ve dijital hizmetlerin gelişmesine olanak sağlamaktadır. Ülkede sosyal medya kullanımı da dijitalleşmenin artması ve teknolojiye erişimin kolaylaşmasıyla birlikte son derece yüksek seviyelere ulaşmıştır.

Ülkedeki en popüler sosyal medya platformları WhatsApp, Instagram, Snapchat, TikTok, YouTube ve X olarak öne çıkmaktadır. Özellikle Instagram, kozmetik sektöründe marka bilinirliği oluşturma, ürün tanıtımı ve e-ticaret faaliyetlerine yönlendirme açısından önemli bir pazarlama ve etkileşim kanalıdır. Ayrıca Snapchat ve TikTok, özellikle genç tüketicilere ulaşmak isteyen kozmetik markalarının dijital pazarlama kampanyalarında etkin şekilde kullanılmaktadır. İşletmeler, bu

platformlar üzerinden yürütülen reklamlar, görsel ve video içerikler ile influencer iş birlikleri aracılığıyla kozmetik ve kişisel bakım ürünlerini tanıtmakta ve geniş bir müşteri kitlesine ulaşmaktadır.

6.4 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

Kuveyt'te e-ticaret kapsamında uygulanan gümrük vergileri ve muafiyetler, ürünün niteliğine, gönderinin değerine ve kişisel veya ticari amaçla gerçekleştirilmesine bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Kişisel kullanım amacıyla gönderilen ve toplam CIF değeri 100 Kuveyt Dinarı veya altında olan gönderiler için gümrük vergisi muafiyeti uygulanabilmektedir. Söz konusu muafiyet kişisel kullanım amaçlı gönderiler için geçerli olup ticari nitelikteki ithalatı kapsamamaktadır.

Ayrıca yasaklı veya özel düzenlemelere tabi ürünler ilgili muafiyetlerden yararlanamamaktadır. Gümrük vergisine tabi ithalatta genel olarak CIF değer üzerinden %5 oranında gümrük vergisi uygulanmaktadır.

Kuveyt'te halen Katma Değer Vergisi uygulanmamaktadır. Bununla birlikte, gümrük vergisinden muaf gönderilerde dahi kargo ve kurye şirketleri tarafından gümrükleme, işlem veya teslimat kapsamında çeşitli hizmet bedelleri tahsil edilebilmektedir. Bu ücretlerin tutarı taşıyıcı firmaya ve gönderinin niteliğine göre değişebilmektedir.

6.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

Kuveyt'te e-ticaret ve dijital ticarete yönelik yasal çerçeve, 10/2026 Sayılı Kararname (Dijital Ticaret Kanunu) ve Ticaret ve Sanayi Bakanlığı'nın ilgili uygulamaları ile resmîyet kazanarak yürürlüğe girmiştir. Yasal düzenleme kapsamında, tüketicilere teslimat tarihinden itibaren 14 gün içinde sebepsiz cayma ve iade hakkı tanınmış, müşterilere sunulan dijital faturaların ve ürün açıklamalarının Arapça dilinde hazırlanması zorunlu kılınmıştır.

Pazardaki şeffaflığı sağlamak amacıyla, sosyal medya platformları üzerinden satış yapan mikro işletmeler de dahil olmak üzere tüm e-ticaret aktörlerine Ticaret ve Sanayi Bakanlığı'na kayıt olma ve ticari lisans alma şartı getirilmiştir. Ayrıca işletmelerin yalnızca Kuveyt Merkez Bankası onaylı ödeme altyapılarını kullanması hükme bağlanmış ve kartlı ödemelerde müşteriye ek komisyon yansıtılması yasaklanmıştır. Düzenleme, veri güvenliği ve dijital imzanın yanı sıra sosyal medya influencerları üzerinden yürütülen reklam faaliyetlerine de yazılı sözleşme ve şeffaflık standartları getirerek e-ticaret ekosistemini hukuki güvence altına almıştır.

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

Kuveyt'te e-ticaret lojistiği ve sipariş karşılama hizmetleri sunan şirketler, sundukları entegre çözümlerle siparişlerin hızlı ve güvenli bir şekilde müşterilere ulaşmasını sağlamaktadır. Bu sektörde önde gelen firmalardan Agility, 15.000 m²'lik modern e-fulfillment merkezi ve gelişmiş depolama altyapısı ile e-ticaret işletmelerine geniş kapsamlı stok yönetimi sunarken; Aramex, Sulaibiya bölgesindeki 16.000 m²'lik fulfillment tesisi ve yaygın son kilometre teslimat ağıyla öne çıkmaktadır.

Porter Express hem küçük hem büyük ölçekli işletmelere esnek kapıdan kapıya kargo çözümleri sağlarken, DHL Express ve UPS ise uluslararası gönderilerde yüksek hızlı teslimat, gümrükleme ve dijital takip sistemleriyle sürece destek olmaktadır. Ayrıca PostaPlus ve Armada gibi uzmanlaşmış sağlayıcılar, Kuveyt ve Körfez bölgesinde e-ticaret odaklı hızlı kurye ve kapıda ödeme yönetimi hizmetleriyle lojistik ekosistemini tamamlamaktadır.

6.7 Tanıtım ve Pazarlama

Kuveyt, yüksek satın alma gücü, premium ve lüks ürünlere yönelik talep ve kişisel bakım harcamaları nedeniyle kozmetik, cilt bakımı, parfüm ve dermo-kozmetik ürünleri açısından cazip bir pazar niteliğindedir. Güncel pazar verileri, özellikle premium güzellik ürünlerinde büyümenin devam ettiğini, sosyal medya etkisinin ve genç tüketicilerin pazar dinamiklerinde önemli rol oynadığını göstermektedir.

Kuveyt pazarına giriş ve markalaşma sürecinde dijital pazarlama faaliyetleri, yerel güzellik ve kozmetik fuarlarına katılım, güçlü yerel distribütörlerle iş birlikleri önem taşımaktadır.

Tüketicilerin satın alma kararlarında ürün kalitesi ve performansının yanı sıra marka algısı, ürün sunumu ve ambalaj da önem taşımaktadır. Bu doğrultuda premium ve lüks algısı oluşturan ambalajlar ile hediye ve promosyon setleri, özellikle parfüm ve cilt bakım ürünlerinde pazarlama açısından değerlendirilebilecek unsurlardır. Bunun yanında tüketicilerin doğal ve temiz içeriklere, ürün içeriğinin şeffaf biçimde sunulmasına yönelik ilgisinin arttığı görülmektedir.

7. Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

Kuveyt'te tüketicilerin kozmetik ve kişisel bakım ürünlerinde kalite, güvenilirlik, ürün içeriği ve marka itibarı gibi unsurlara verdiği önem giderek artmaktadır. Özellikle doğal, organik, bitkisel içerikli, paraben ve benzeri katkı maddelerini içermeyen, dermatolojik olarak test edilmiş ve helal standartlara uygun ürünlere yönelik ilgi dikkat çekmektedir. Cilt bakımı, güneş koruyucu, saç bakımı, parfüm ve dermo-kozmetik ürünler başta olmak üzere, tüketiciler ürünün yalnızca işlevselliğine değil, içeriğine, ambalajına ve marka imajına da önem vermektedir. Kuveyt vatandaşlarının yüksek gelir düzeyi, kaliteli ve premium kozmetik ürünlerine yönelik talebi artırmakta; özellikle lüks ve premium segmentte fiyat, satın alma kararında tek başına belirleyici olmamaktadır.

Bununla birlikte, Kuveyt kozmetik pazarı değerlendirilirken Kuveyt vatandaşları ile ülkede yaşayan geniş göçmen nüfusunun tüketim alışkanlıkları arasındaki farklılıkların dikkate alınması önem taşımaktadır. Yaklaşık 3,5 milyon kişilik göçmen nüfusu; Hindistan, Mısır, Filipinler, Bangladeş ve Pakistan başta olmak üzere farklı gelir gruplarına, kültürel yapıları ve alışkanlıklara sahip topluluklardan oluşmaktadır. Kuveyt vatandaşları ve yüksek gelirli yabancılar daha çok premium, lüks ve marka odaklı ürünlere yönelirken, göçmen tüketicilerin önemli bir bölümü fiyat-performans, erişilebilir fiyat, ürünün gramajı ve günlük kullanım özelliklerini daha fazla dikkate almaktadır.

Bunun yanında, farklı göçmen topluluklarının saç, cilt ve kişisel bakım ihtiyaçları ile ürün tercihlerindeki farklılıkların dikkate alınması, ürün çeşitlendirmesi ve hedefli pazarlama açısından firmalara avantaj sağlayabilecektir.

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

Kozmetik ve kişisel bakım ürünlerine uygulanan vergi ve gümrük düzenlemeleri, ülkenin genel vergi politikaları ve Körfez İşbirliği Konseyi çerçevesindeki ortak gümrük düzenlemeleri doğrultusunda şekillenmektedir. Ülkede halihazırda KDV ve Özel Tüketim Vergisi uygulaması bulunmamaktadır. Kozmetik ve kişisel bakım ürünleri de genel olarak KİK Ortak Gümrük Tarifesi kapsamında %5 gümrük vergisine tabi tutulmaktadır.

7.2 Varsa Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller

Kozmetik ve kişisel bakım ürünleri ihracatında genel anlamda belirgin bir tarife dışı engel bulunmamakla birlikte, ürünlerin Kuveyt Sağlık Bakanlığı tarafından öngörülen kayıt, onay, etiketleme ve ürün güvenliği gerekliliklerine uygun olması gerekmektedir. Özellikle ürün içeriği, ambalaj ve etiket bilgilerinin ilgili mevzuata uygun hazırlanması ve gerekli belgelerin eksiksiz sunulması önem taşımaktadır. Bunun yanı sıra, zaman zaman bürokratik işlemlerin yavaş ilerlemesinden kaynaklanan liman ve gümrük işlemlerindeki gecikmeler ile karşılaşılabilir. Bu itibarla, ihracat ve ithalat işlemlerinde gerekli belgelerin eksiksiz ve hatasız hazırlanması, Kuveyt'te güvenilir ve tecrübeli bir ithalatçıyla çalışılması ve gümrük işlemlerinin deneyimli bir gümrük müşaviri aracılığıyla yürütülmesi pazara giriş sürecinin sorunsuz ilerlemesi açısından önem arz etmektedir.

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

Kuveyt, ekonomik çeşitlilik arayışında olan ve petrol dışı sektörleri geliştirmeyi hedefleyen Körfez ülkelerinden biri konumundadır. Bu çerçevede, Türkiye'nin kozmetik ve kişisel bakım sektöründeki üretim kapasitesi, ürün çeşitliliği, kalite standartları ve bölgeye olan yakınlığı, Kuveyt pazarında önemli fırsatlar doğurmaktadır.

2035 Vizyonu, ülkenin ekonomik yapısını petrol dışı sektörlerle kaydırmayı ve sürdürülebilir kalkınma ilkeleri çerçevesinde yeniden şekillendirmeyi hedeflemektedir. Bu bağlamda kozmetik sektörü, artan tüketici talebi ve perakende sektöründeki gelişmeler doğrultusunda büyüme potansiyeli taşıyan alanlar arasında yer almaktadır. Türkiye'nin bu alandaki üretim tecrübesi ve geniş ürün yelpazesi, bu pazara yönelik önemli avantajlar sunmaktadır.

Kuveyt, kişi başına düşen milli gelir açısından dünyanın önde gelen ülkeleri arasında yer almakta olup, tüketici kitlesi yüksek kaliteli, güvenilir ve yenilikçi kozmetik ürünlerine yönelmektedir. Bu bağlamda, Türk kozmetik ürünleri kalite, ürün çeşitliliği ve fiyat-performans dengesi açısından Kuveytli tüketicilerin taleplerini karşılayabilecek düzeydedir. Bunun yanında ülkede yaşayan geniş göçmen nüfusunun farklı gelir ve tüketim profillerine sahip olması, hem premium hem de daha erişilebilir fiyat segmentlerinde ürünler için fırsatlar sunmaktadır.

Kuveytli firmaların bir kısmı holding yapısında faaliyet göstermekte ve birçok sektörde eş zamanlı yatırımlar yapmaktadır. Bu durum, Türk firmaları için yalnızca kozmetik sektöründe değil, aynı zamanda perakende, dağıtım, e-ticaret ve lojistik alanlarında da iş birliklerini mümkün kılmaktadır.

Türkiye ile Körfez İşbirliği Konseyi (KİK) arasında imzalanması planlanan STA'nın, Türk ürünlerinin Kuveyt'e ihracatında gümrük engellerinin azalmasına ve fiyat rekabetçiliğinin artmasına katkı sağlaması beklenmektedir.

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

Yoğun rekabet, ürün ve etiketleme mevzuatına uyum, tüketici tercihlerindeki farklılıklar ve yerel dağıtıcılarla çalışma gerekliliği, pazarda sürdürülebilir başarı açısından dikkate alınması gereken başlıca hususlardır. Bu nedenle Türk firmalarının pazar araştırmalarını derinleştirmesi, güvenilir yerel paydaşlarla stratejik ilişkiler geliştirmesi ve ürünlerini farklı tüketici gruplarının beklentilerine göre konumlandırması önem taşımaktadır.

KİK üyesi ülkeler arasında uygulanan gümrüksüz ticaret, Kuveyt pazarında bölgesel firmaların daha avantajlı koşullarda faaliyet göstermesine imkan tanımakta ve Türk ürünleri açısından fiyat rekabetini zorlaştırmaktadır. Ayrıca Fransa, ABD, Güney Kore ve Birleşik Arap Emirlikleri gibi ülkelerden gelen güçlü markalar, özellikle premium kozmetik segmentinde yoğun rekabet oluşturmaktadır. Bu ortamda Türk firmalarının fiyatın yanı sıra ürün kalitesi, doğal ve helal içerik, marka bilinirliği ve ürün farklılaştırması üzerinden rekabet etmeleri önem arz etmektedir.

Kuveyt'te ticari faaliyetlerin yerel firmalar üzerinden yürütülmesi, Türk kozmetik firmalarının pazara girişte yerel ithalatçı ve distribütörlerle çalışmasını gerektirmektedir. Bu durum, doğru iş ortağının seçilmesini önemli hale getirmekte; dağıtım, fiyatlama, stok yönetimi ve satış sonrası süreçlerde firmaların kontrolünü sınırlayabilmektedir. Ayrıca kozmetik ürünlerde gerekli ürün kayıt, onay, etiketleme ve mevzuata uyum süreçlerinin zamanında tamamlanmaması, pazara girişte gecikmelere yol açabilmektedir.

Kuveyt vatandaşları ile geniş göçmen nüfusunun farklı gelir düzeyleri ve tüketim alışkanlıklarına sahip olması, ürün konumlandırmasında ilave bir zorluk yaratmaktadır. Premium ürünlere yönelik güçlü talebin yanında, özellikle göçmen nüfusun önemli bir bölümünde fiyat-performans odaklı tüketim tercihleri öne çıkmaktadır. Bu nedenle tek bir fiyat ve ürün segmentine odaklanmak yerine farklı tüketici gruplarına yönelik ürün ve fiyatlandırma stratejilerinin geliştirilmesi önemlidir.

Kuveyt ekonomisinin petrol gelirlerine duyarlı yapısı ve bölgesel jeopolitik gelişmeler (ABD-İran gerilimi), tüketici harcamaları, ithalat maliyetleri ve lojistik süreçler üzerinde dönemsel belirsizlikler yaratabilmektedir. Bu durum Türk kozmetik ihracatçıları açısından maliyet, tedarik ve talep risklerinin yakından takip edilmesini gerekli kılmaktadır.

Basra Körfezi'ndeki güvenlik riskleri, Kuveyt'in lojistik ve dış ticaret koridoru olan Hürmüz Boğazı üzerindeki kargo geçişlerini riske atmakta, denizcilik sigorta primleri ile navlun maliyetlerinin artmasına neden olmaktadır.

Ülke ekonomisinin ve bütçe gelirlerinin yaklaşık %90 oranında hidrokarbon ihracatına bağımlı olması, petrol fiyatlarındaki düşüş dönemlerinde kamu harcamalarının kısıtlanmasına ve iç pazarda daralmaya yol açmaktadır. Öte yandan Kuveyt'in yüksek bütçe açıkları, ağır bürokrasi sebebiyle ertelenen mali reformlar ve artan ithalat maliyetlerinin yarattığı enflasyonist baskı, hanehalkı satın alma gücünü olumsuz etkilemektedir.

Pazarda Çin, Suudi Arabistan ve BAE merkezli üreticilerin oluşturduğu yoğun rekabet ortamının yanı sıra, yerel tüketici tercihlerinin ve mevzuat şartlarının hızla değişmesi de Türk ihracatçıların karşı karşıya olduğu temel risk unsurları arasında yer almaktadır.

10. Sektörde İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

Kuveyt'e kozmetik ve kişisel bakım ürünleri ihraç etmek isteyen firmaların, ülkenin yüksek alım gücünü, tüketim alışkanlıklarını ve ithalata dayalı pazar yapısını dikkate alarak strateji belirlemeleri gerekmektedir. Kuveyt'te yerli kozmetik üretiminin sınırlı olması nedeniyle çok sayıda ürün ithal edilmekte; özellikle kaliteli, güvenilir ve yenilikçi ürünlere yönelik talep Türk firmaları açısından fırsat sunmaktadır.

Kozmetik ürünlerinin Kuveyt pazarına girebilmesi için öncelikli olarak Kuveyt Sağlık Bakanlığı tarafından öngörülen tescil, onay ve ürün güvenliği gerekliliklerinin yerine getirilmesi gerekmektedir. Bunun yanı sıra ürün ambalajı ve etiketlerinin Kuveyt mevzuatına uygun olması, gerekli bilgilerin Arapça veya mevzuatta öngörülen şekilde sunulması önem taşımaktadır. Özellikle

ürün içeriği, menşe ülke, üretici bilgileri, kullanım talimatları ve son kullanma tarihi gibi bilgilerin eksiksiz ve doğru şekilde verilmesine dikkat edilmelidir.

Kuveyt pazarında cilt bakımı, parfüm, saç bakım ürünleri, güneş koruyucular ve dermo-kozmetik ürünler öne çıkan kategoriler arasında yer almaktadır. Doğal, organik, bitkisel içerikli, helal ve dermatolojik olarak test edilmiş ürünlere yönelik ilginin artması, Türk firmaları açısından avantaj sağlamaktadır. Bununla birlikte, yüksek gelirli Kuveytli tüketicilerin yanı sıra geniş göçmen nüfusun da dikkate alınması; premium ürünlerin yanında fiyat-performans odaklı ürünlerin sunulmasını ve farklı tüketici gruplarına yönelik ürün çeşitlendirmesi yapılmasını gerekli kılmaktadır.

Firmaların, Kuveyt'te yaygın olarak faaliyet gösteren süpermarket, mağaza, parfümeri, e-ticaret platformları ve yerel distribütörlerle iş birliği yapmaları önem taşımaktadır. Kuveyt mevzuatına ve ticari kültürüne hakim güvenilir bir yerel distribütörle çalışılması, hem ürünlerin kayıt ve ithalat süreçlerini kolaylaştırmakta hem de perakende kanallarına erişim sağlamaktadır. Ayrıca sosyal medya ve dijital pazarlama kanallarının yaygın kullanımı nedeniyle, ürünlerin çevrim içi tanıtımına ve yerel tüketici profiline uygun dijital pazarlama stratejilerine önem verilmesi önerilmektedir.

Firmaların Kuveyt'te düzenlenen kozmetik, güzellik ve kişisel bakım fuarlarına ve Türkiye'den gerçekleştirilen ticaret heyetlerine katılım göstermesi, potansiyel ithalatçı ve distribütörlerle doğrudan bağlantı kurulması ve marka bilinirliğinin artırılması açısından faydalı olacaktır. Bu tür etkinlikler aynı zamanda rakip ürünlerin, fiyat seviyelerinin ve tüketici eğilimlerinin yerinde gözlemlenmesine imkan sağlamaktadır.

11. Belirtilmesinde Fayda Görülen Diğer Hususlar

Kuveyt, yerli nüfusun toplam nüfus içerisindeki payının yaklaşık %30 seviyesinde olması nedeniyle çok kültürlü ve kozmopolit bir toplumsal yapıya sahiptir. Ülkede farklı milliyetlerden ve kültürel geçmişlerden çok sayıda kişinin yaşaması, iş görüşmelerinde karşı tarafın kültürel ve sosyal özelliklerinin dikkate alınmasını önemli kılmaktadır. Bununla birlikte, Kuveytli iş insanlarıyla ticari ilişkilerde kişisel güven, karşılıklı tanışıklık ve uzun vadeli ilişki önemli bir yer tutmaktadır.

Kuveyt vatandaşlarıyla yapılacak iş görüşmelerine doğrudan ticari konulara girerek başlanması yerine, öncelikle kısa genel sohbet yapılması uygun görülmektedir. Bu yaklaşım, taraflar arasında güven ve samimiyet oluşmasına katkı sağlamaktadır. Kişisel temasın önemli olması nedeniyle, ilk temasın mümkün olduğunca yüz yüze gerçekleştirilmesi ve yalnızca dijital iletişim kanalları üzerinden ticari ilişki kurulmasından kaçınılması faydalı olacaktır. Güvenilir bir ortak, tanıdık veya aracı vasıtasıyla tanıştırılmak da iş ilişkilerinin kurulmasını kolaylaştırabilmektedir. Bu kapsamda, ülke kültüründe önemli bir yere sahip olan divaniye ziyaretleri de iş bağlantılarının geliştirilmesi bakımından önem taşımaktadır.

Arap kültüründe açık ve doğrudan eleştirilere karşı hassasiyet bulunabilmektedir. Bu nedenle, özellikle olumsuz hususların ve itirazların nazik, yapıcı ve dolaylı ifadelerle dile getirilmesi tavsiye edilmektedir. İş görüşmelerinin planlanan saatten daha geç başlaması veya toplantıların planlanandan uzun sürmesiyle karşılaşılabilir. Bununla birlikte, Türk firmalarının randevulara zamanında katılması, karşı tarafa duyulan saygının göstergesi olarak olumlu karşılanmaktadır. Ticari süreçlerin daha yavaş ilerleyebilmesi nedeniyle, takip ve sabır önem taşımaktadır.

Görüşmelerde mutabık kalınan hususların yalnızca sözlü bırakılmaması ve yazılı sözleşmeler, teklifler ve diğer ticari belgelerle kayıt altına alınması önemlidir. Özellikle fiyat, ödeme koşulları,

teslimat, münhasırlık, distribütörlük ve sorumluluklara ilişkin şartların açık şekilde belirlenmesi ileride ortaya çıkabilecek anlaşmazlıkların önlenmesine katkı sağlayacaktır.

Kuveyt toplumunda aile ve sosyal ilişkiler önemli bir yere sahiptir. Ailevi nedenlerle toplantıların ertelenmesi veya programların değiştirilmesiyle karşılaşılabilirliğinden, iş takvimlerinde belirli bir esneklik bırakılması faydalı olacaktır. Misafirperverlik de iş kültürünün önemli unsurlarındandır. İş görüşmeleri sırasında ikramların kabul edilmesi ve ev sahiplerine karşı nezaket gösterilmesi olumlu karşılanmaktadır. Yemek davetlerinde yerel geleneklere ve İslami hassasiyetlere uygun davranılması gerekmektedir.

Ramazan ayı, dini bayramlar ve Cuma günü gibi özel dönemler iş görüşmesi planlanırken dikkate alınmalıdır. Ramazan ayında çalışma ve toplantı saatleri değişebildiğinden, randevuların karşı tarafın çalışma düzenine uygun şekilde planlanması önemlidir. Kişisel konularda ise özellikle eş ve aile mahremiyetine ilişkin sorulardan kaçınılması, buna karşılık çocuklar ve genel aile yaşamı hakkında ölçülü ve genel sorular sorulması daha uygun görülmektedir.

Selamlaşmada erkekler arasında el sıkışma yaygın olmakla birlikte, elin kalbe götürülmesiyle yapılan selamlaşma da kullanılmaktadır. Kadınlarla selamlaşmada ise fiziksel temas konusunda karşı tarafın yaklaşımının dikkate alınması; kadın elini uzatmadığı takdirde el uzatılmaması uygun olacaktır. Genel olarak saygılı, sabırlı, ölçülü ve ilişki odaklı bir iletişim tarzı, Kuveyt'teki ticari ilişkilerin geliştirilmesi açısından önem taşımaktadır.

12. Genel Değerlendirme

Kuveyt kozmetik pazarı; yüksek kişi başı milli geliri, genç ve dijitalleşmiş nüfus yapısı ile lüks tüketim eğilimi sayesinde Türk ihracatçıları için Körfez bölgesindeki en dinamik ve katma değerli pazarlardan birini sunmaktadır. Ülkenin yüzölçümü ve nüfusu, dağıtım ve lojistik süreçlerini tek bir merkez üzerinden yönetilebilir kılmakta; Başkent (Al Asimah), Hawalli ve Farwaniya gibi kentlerde güçlü bir perakende ağı ile tüm ülkeye erişim imkanı tanımaktadır. Pazarın bu yapısı, Türk firmalarının karmaşık bölgesel yapılanmalara gitmeden, yetkin tek bir yerel distribütör veya iş ortağı vasıtasıyla Kuveyt geneline etkin bir şekilde nüfuz edebilmesini sağlamaktadır.

Pazara girişte ve sürdürülebilir bir ticari başarı yakalanmasında regülasyonlara tam uyum ve doğru pazarlama stratejisi kritik rol oynamaktadır. Kuveyt Sağlık Bakanlığı nezdinde ürün tescillerinin eksiksiz yapılması, GSO standartları çerçevesinde GMP, Serbest Satış Sertifikası ve yukarıda bahsedilen diğer şartların eksiksiz karşılanması gerekmektedir. Ticari boyutta ise geleneksel AVM ve uzmanlaşmış parfümeri perakendeciliğinin gücünü koruduğu Kuveyt'te, çok kanallı satış stratejileri öne çıkmaktadır. Özellikle Boutiqaat gibi yerel e-ticaret devleri ile Trendyol gibi bölgesel B2C platformlarının varlığı; Instagram, Snapchat ve TikTok odaklı influencer pazarlama faaliyetleriyle desteklendiğinde Türk markalarının pazara giriş sürecini önemli ölçüde hızlandırmaktadır.

Bununla birlikte, jeopolitik riskler ve lojistik kırılganlıklar ihracatçılarımızın son dönemde en çok dikkat etmesi gereken hususların başında gelmektedir. Basra Körfezi ve Hürmüz Boğazı çevresinde dönemsel olarak tırmanan bölgesel gerilimler denizyolu sevkiyatlarında maliyet ve süre sapmalarına yol açabilmektedir. Nitekim Irak üzerinden işletilmeye başlanan karayolu koridoru ve Suudi Arabistan güzergahı, denizyoluna güçlü bir alternatif olarak tedarik zinciri güvenliğini sağlamada stratejik bir esneklik sunmaktadır.

Sonuç olarak, Kuveyt pazarında kalıcı olmak isteyen Türk kozmetik üreticilerinin ve ihracatçılarının, ürünlerini yerel kültüre uygun dijital pazarlama araçlarıyla desteklemesi, resmi

tescil süreçlerini yerel acentelerle titizlikle yürütmesi ve lojistik rotalarını alternatifli kurgulaması pazardaki rekabet avantajlarını en üst seviyeye çıkaracaktır.

13. Yararlı Adresler

Vize: Umuma mahsus pasaport hamili Türk vatandaşları vizeye tabi olup, 90 gün süreli vizelerini sınır kapılarında ücretsiz olarak alabilmektedir. Vizenin çevrim içi olarak alınması da mümkündür: <https://kuwaitvisa.moi.gov.kw/>. Hususi ve diplomatik pasaport hamilleri ise 180 gün içinde 90 gün süreyle vizeden muaftır.

Kuveyt Ticaret ve Sanayi Odası (KCCI): Arapça ve İngilizce olarak şirket ve firma araması yapılabilmekte, firmaların çeşitli iletişim ve faaliyet bilgilerine ulaşılabilir: <https://www.kcci.org.kw/newweb/>

Kuwait International Fair Co. (KIF): Kuveyt'te düzenlenen uluslararası fuar ve etkinliklere ilişkin bilgilere aşağıdaki internet adresinden ulaşılabilir: <https://www.kif.net/>

Hukuk ve danışmanlık firmaları: Kuveyt'te faaliyet gösteren hukuk ve danışmanlık firmalarına ilişkin bilgilere Kuveyt Doğrudan Yatırım Teşvik Kurumu (KDIPA) tarafından yayımlanan listeden ulaşılabilir: <https://kdipa.gov.kw/investors-service-center/listed-companies-offices/>

Kuveyt Sanayi Rehberi: Kuveyt Sanayi Kurumu (PAI) tarafından hazırlanan ve ülkede faaliyet gösteren sanayi işletmelerinin iletişim bilgilerini içeren Kuveyt Sanayi Rehberi'ne aşağıdaki adresten ulaşılabilir: <https://www.pai.gov.kw/en/industrial-directory>

Kuveyt Hükümet Online (Kuwait Government Online): Kuveyt'in resmi e-devlet portalında ülkeye ilişkin çeşitli faydalı bilgilerin yanı sıra kamu hizmetleri, mevzuat ve ekonomik/ticari konulara ilişkin bilgilere ulaşılabilir: <https://www.e.gov.kw/sites/kgoenglish/Pages/HomePage.aspx>

14. Kaynakça

Kuveyt Pazar Bilgileri Raporu, Kuveyt Ticaret Müşavirliği

Kuveyt Sağlık Bakanlığı

OEC - Perfumery & Cosmetics in Kuwait Trade Data 2024; ReportLinker - Kuwait Cosmetics Industry Outlook 2022-2026

KenResearch - Kuwait Perfume Market Share & Trends Report 2025; ZoomInfo - Top Cosmetics & Personal Care Companies in Kuwait 2026

Public Authority for Industry - PAI Kuwait Industrial Regulations; GCC Standardization Organization - GSO 1943 Safety Requirements for Cosmetics

<https://ibs.ticaret.gov.tr/>

https://www.csb.gov.kw/Default_EN

<https://www.trademap.org/en/>

<https://www.imf.org/external/datamapper/datasets/weo>

<https://www.6wresearch.com/industry-report/kuwait-cosmetics-market>

https://sindebella.com/pages/complete-guide-to-kuwait-cosmetic-import-certificates?srsltid=AU7gw4UllzvJZkSIWkoXnfsUte5IRy-rvrXuBd9xLUahioVJin_uyKgx

<https://www.moh.gov.kw/en/Pages/DCC.aspx>

https://www.researchandmarkets.com/reports/5601184/kuwait-e-commerce-market-share-analysis?utm_source=chatgpt.com

<https://al-dostour.com/kuwait-digital-commerce-law-2026-guide/#:~:text=Decree%20Law%20No.%2010%20of%202026%20is,following%20services%20to%20ensure%20your%20absolute%20compliance%3A>