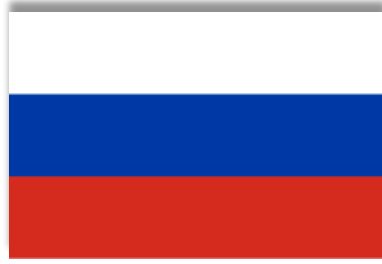




Rusya Federasyonu



KOZMETİK SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih: Mart 2025

Raporu Hazırlayan: **Moskova Ticaret Müşavirliği**

İçindekiler

<u>I. KOZMETİK ÜRÜNLER SEKTÖRÜ ve KÜRESEL DİNAMİKLER</u>	3
<u>II. RUSYA'DA KOZMETİK ÜRÜNLER SEKTÖRÜ</u>	4
<u>II.I) Sektörde Genel Dinamikler</u>	4
<u>II.II) Pazarlama Kanalları</u>	6
<u>III. RUSYA'DA KOZMETİK ÜRÜNLER DIŞ TİCARETİ</u>	7
<u>III.I) İhracat</u>	7
<u>III.II) İthalat</u>	7
<u>IV. SEKTÖRDE İHRACAT YOLUYLA PAZARA GİRİŞ</u>	9
<u>IV.I) Sertifikasyon</u>	9
<u>IV.II) Etiketleme</u>	10
<u>IV.III) Vergilendirme</u>	11
<u>V. GENEL GÖRÜNÜM VE DEĞERLENDİRME</u>	12
<u>VI. YARARLI BİLGİ VE ADRESLER</u>	13
<u>A. Kozmetik Alanında Faaliyet Gösteren Birlikler</u>	13
<u>B. Sektöre Yönelik Düzenlenen Fuarlar</u>	14
<u>C. Kozmetik Sektörüne Yönelik Dergi ve Yayınlar</u>	14

KOZMETİK ÜRÜNLER SEKTÖRÜ ve KÜRESEL DİNAMİKLER

Kozmetik sektörü, güzellik ve kişisel bakım ürünlerine yönelik artan tüketici talebi sebebiyle küresel ölçekte hızlı bir büyüme göstermektedir. 2023 yılı itibarıyla küresel kozmetik pazarı büyüklüğü 289,2 milyar Dolar olup, 2024 yılında 304,5 milyar Dolara ulaşmıştır.

Tablo 1. Küresel kozmetik pazarı

Yıl	Pazar Büyüklüğü (Milyar USD)	Yıllık Büyüme Oranı
2022	277,67	%4,2
2023	289,2	%4,1
2024	304,5	%5,3

Kaynak: *Statista, Grand View Research*

2022, 2023 ve 2024 yıllarında gerçekleşen küresel büyüme, ekonomik toparlanma ve tüketicilerin artan harcama eğilimiyle desteklenmiştir. Özellikle dijital platformlar üzerinden yapılan kozmetik ürün satışları, dünyadaki pazar büyümesine önemli katkıda bulunmuştur.

Tablo 2. Ürün Kategorileri Bazında Dağılım

Ürün Kategorisi	2022 Gelir (Milyar USD)	2023 Gelir (Milyar USD)	2024 Gelir (Milyar USD)
Cilt ve Güneş Bakımı	150,2	155,5	162,0
Makyaj Malzemeleri	72,8	76,7	81,5
Saç Bakım Ürünleri	42,1	44,5	46,9
Parfüm ve Deodorant	26,8	28,4	30,1
Tırnak Ürünleri	11,2	12,05	13,0
Ağız Bakımı	9,8	10,5	11,2

Kaynak: *Grand View Research*

Kozmetik sektöründe başta cilt ve güneş bakım ürünleri, saç bakım ürünleri, parfüm ve deodorantlar ve ile makyaj malzemeleri olmak üzere ağız/diş sağlığını korumaya mahsus müstahzarlar, tıraş müstahzarları, vücut deodorantları öne çıkan ürünler olarak dikkat çekmektedir. Sektörde Çin dahil Asya Pasifik coğrafyası ile Kuzey Amerika öne çıkmakta olup bu iki bölgeyi Batı Avrupa ülkeleri izlemektedir. 2024 yılında cilt bakım ürünleri, toplam kozmetik pazarının yaklaşık %54'ünü oluşturarak en büyük paya sahip olmuştur. Anti-aging (yaşlanma karşıtı) ve nemlendirici ürünlere olan talep artışı bu segmenti desteklemektedir.

2023 yılında, güzellik, kozmetik ve cilt bakım ürünlerinin en büyük 5 ihracatçısı olan Fransa, ABD, Almanya, İzlanda ve Japonya bu sektördeki küresel ihracatın yaklaşık %40'nı oluşturmaktadır. Rusya Federasyonu ise 417 milyonluk dolarlık pazar payı ile dünyada 46. sırada yer almaktadır.

Sektördeki dünyanın en büyük 5 ithalatçısı ise ABD, Çin, Almanya, Fransa ve Birleşik Krallık'tır. Rusya Federasyonu ise 3,2 milyar Dolarlık ithalatı ile 17. sırada yer almaktadır.

Tablo 3. Dünya Kozmetik Ürünleri İhracatı (milyon Dolar)¹

Sıra	Ülkeler	2021	2022	2023
1	Fransa	22,063	22,983	25,700
2	ABD	13,578	14,249	14,951
3	Almanya	12,007	12,319	13,492
4	İzlanda	9,818	10,472	10,725
5	Singapur	10,393	10,216	9,533
23	Türkiye	1,111	1,344	1,647
46	Rusya Federasyonu	991	589	417
	TOPLAM	167,651	170,054	182,082

Kaynak: Trademap

Tablo 4: Kozmetik Ürünleri İthalatı (milyon dolar)

Sıra	Ülkeler	2021	2022	2023
1	ABD	16,512	19,450	20,086
2	Çin	24,117	21,618	17,669
3	Almanya	8,517	8,439	9,389
4	Fransa	6,815	7,074	8,235
5	Birleşik Krallık	6,331	6,835	7,599
17	Rusya	3,731	2,656	3,223
23	Türkiye	1,261	1,570	2,005
	TOPLAM	169,576	174,328	184,207

Kaynak: Trademap

I. RUSYA'DA KOZMETİK ÜRÜNLER SEKTÖRÜ

II.I) Sektörde Genel Dinamikler

2024 yılı itibarıyla Rusya kozmetik pazarının toplam büyüklüğünün **14 milyar Dolar** seviyesine ulaşması beklenmektedir. 2023'e kıyasla pazar büyüme oranının %4,5 olduğu tahmin edilmektedir. Bu büyümenin temel sebepleri arasında, yerel üreticilerin pazardaki varlıklarını artırması, Asya merkezli ithalatçı ülkelerden gelen kozmetik ürünlerinin yaygınlaşması ve e-ticaretin artan etkisi yer almaktadır.

2023 yılında dekoratif kozmetik pazarı satışları ise 461,5 milyon adet seviyesinde kaydedilmiştir. Rusya'da kozmetik ürünleri piyasasında kadın nüfusu, en ciddi tüketici grubu olarak ön plana çıkmaktadır. Rusların kozmetik harcamaları son beş yılda –Temmuz 2019'dan Temmuz 2024'e kadar %55 oranında artmıştır. Sektördeki ortalama ürün sayısı %83, bir müşterinin satın aldığı ortalama marka sayısı ise %48 oranında artmıştır.

Diğer taraftan, son beş yılda kozmetik harcamaların yapısının da değiştiği gözlemlenmektedir. Beş yıl önce, bakım ürünleri toplam kategori harcamalarının %38'ini oluştururken, bu oran 2024 yılında %47'ye yükselmiştir. Aynı zamanda, dekoratif kozmetikler ve parfümler düşüş göstermiştir.

Beş yıl içerisinde ortalama olarak, tüm satın alımların üçte birini 31-40 yaş arası Ruslar , %27'sini 41-50 yaş grubundaki kişiler, %19'unu ise 51-60 yaş arası kişiler gerçekleştirmiştir.

¹ İşbu Raporda 3301,3302, 3303, 3304, 3305, 3306, 3307,3401 gümrük tarife pozisyonları esas alınmıştır.

Kozmetik ve bakım ürünleri satın alan erkeklerin payı ise beş yıl içinde %4 artarak %11'e yükselmiştir. Şampuan, deodorant ve tıraş ürünleri bu kategorideki müşteriler arasında en popüler ürün grupları olmuştur.

2023 yılında Rusya kozmetik, parfüm ve bakım ürünleri pazarı (ev kimyasalları hariç) %17,3'ten fazla büyüyerek 950 milyar rubleye (yaklaşık 11,2 milyar dolar) ulaşmıştır.

Kozmetik, parfüm ve vücut bakım ürünlerinin %30'u çevrimiçi pazar yerlerinde satılmaktadır. Büyük çevrimiçi pazar yerlerinin payı son beş yılda toplam satışların %20,7'sinden %31'ine yükselmiştir. Bu ürün kategorilerine yönelik talep online ortamda hızla büyümektedir.

Rusya'da faaliyet gösteren kozmetik şirketlerinin finansal durumu, sektördeki önemli oyuncuların gelirleri ve vergi ödemeleri açısından önemlidir. 2023 yılı itibarıyla, bu konuda edinilen bazı bilgiler aşağıda sunulmuştur:

- **L'Oréal Rusya:** yıllık cirosunun 2,5 milyar Dolar civarında olduğu tahmin edilmektedir
- **Procter & Gamble (P&G) :** yıllık cirosunun yaklaşık 1,8 milyar Dolar olarak tahmin edilmektedir
- **Beiersdorf :** yıllık cirosu 1,2 milyar Dolara ulaşmıştır
- **Unilever :** yıllık cirosu 2 milyar Dolar civarındadır

Rusya'da Yerel Kozmetik Şirketlerinin Durumu:

- **AO "Faberlic" :** 24,02 milyar Ruble
- **LLC "Sinergetik" :** 15, 58 milyar Ruble
- **AO "Nevskaya Kosmetika" :** 11,6 milyar Ruble
- **AO "Arnest" :** 11,2 milyar Ruble
- **LLC "Pervoye Resheniye" :** 5,13 milyar Ruble

Aynı dönemde; Rusya'da kozmetik satışlarının liderleri Magnit Cosmetic (200 milyar ruble), L'Etoile (Podruzhka ağı dahil 104,2 milyar ruble), Zolotoye Yabloko (93,4 milyar ruble), Rive Gauche (35 milyar ruble) ve Ulibka Radugi (36 milyar ruble) şeklinde sıralanmaktadır.² Bununla birlikte 2022 yılından itibaren X5 Group, Lenta ve Samokat firmaları da kozmetik satışına başlamıştır.

Son yıllarda kozmetik müşterilerinin tercihlerinde önemli değişimler gözlemlenmektedir. Tüketicilerin, yüz maskeleri, banyo ürünleri ve saç bakım ürünleri gibi kişisel bakım ürünlerine artan bir ilgi gösterdiği anlaşılmaktadır.

Rusya Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından, 2022 yılında yasallaştırılan paralel ithalat programı, ülkedeki kozmetik ürünlerin erişimine katkıda bulunmuştur. BusinesStat'ın Rusya Kozmetik Pazar Analizi 2024'e göre, 2023 yılında ülkedeki satışlar yıllık %8,9 artışla 3,85 milyar adete yükselerek son beş yılın en yüksek seviyesine ulaşmıştır.³ Söz konusu Analiz, Kozmetik pazarında orta ve yüksek fiyat segmentlerinde yabancı üreticilerin payının %70'i aştığı (Söz konusu payın %30'una ise Procter & Gamble, L'Oréal ve Unilever Group gibi firmaların sahip olduğu); yerli üreticilerin ise alt ve orta-düşük fiyat segmentleri olan kitle pazarlarına (mass market) odaklanmayı tercih ettiğini ortaya koymaktadır.

² <https://basis.myseldon.com/>

³ <https://marketing.rbc.ru/research/27433/>

2019-2023 yıllarında ithal kozmetiklerin pazar satış payı %40 civarında gerçekleşmiştir. Ancak, 2022 yaptırımları esas olarak premium segmenti etkilemiştir. 2023 yılında Polonya, İtalya ve Belarus'tan ithal edilen kozmetikler Ruslar arasında hala çok popülerken, Çin, Kore ve Türk menşeli kozmetik ürünlerinin sayısı da artmıştır.

Öte yandan, son jeopolitik gelişmelerin ardından batı ülkeleri tarafından devreye alınan yaptırımlarla birlikte Rus piyasasında faaliyet gösteren firmalara ilişkin gelişmeler aşağıda sıralanmaktadır:⁴

- Procter & Gamble (Peri, Lenor, Head & Shoulders, Tide, Safeguard, Max Factor, Oral-B, Gillette, Hugo Boss, Mexx, Baldessarini, Dolce & Gabbana parfümleri) ürün yelpazesini ve yatırımlarını azaltmış; temel hijyen ürünleri tedarik etmeye devam etmektedir.
- Oriflame, çevrimiçi satışları yeni müşterilere sınırlandırmıştır.
- Colgate-Palmolive (Colgate, Palmolive, Protex, Mennen, Kolynos, Lady Speed Stick vb. üretir) ürün yelpazesini azaltmaya karar vermiştir.
- Henkel (Persil, Gliss Kur, Pemolux, Vernel vb.) yatırımları ve reklamları durdurmuştur.
- Sephora, Estee Lauder, Clinique, L'Oreal, Giorgio Armani Beauty, MAC Cosmetics, Tom Ford Beauty, Smashbox, Shu Uemura, Ralph Lauren, Maison Martin Margiela, Urban Decay, Jo Malone Londra, Il de Beauté, Tory Burch Beauty, Cacharel, Helena Rubinstein, Viktor&Rolf, Lancôme, Garnier, NYX Professional Makeup, Maybelline NY, Shiseido, CeraVe, Vichy, La Roche-Posay, Biotherm ve SkinCeuticals markaları Rusya pazarından ayrılmıştır.

II.II) Pazarlama Kanalları

Rusya'da sağlık ve güzellik ürünlerinin çevrimiçi satış pazarı 2023 yılında %17,2 oranında artarak 449,2 milyar rubleye ulaşmıştır. Kozmetik pazarı, özellikle çevrimiçi satış segmentinde güçlü bir büyüme göstermektedir. NielsenIQ analistlerine göre, pazarın e-ticaret segmentinin payı geçtiğimiz yıl %26'dan %34'e yükselmiştir.⁵ Ozon, Wildberries ve Yandex Market gibi büyük pazar yerleri satış hacimlerinde önemli sıçramalar kaydetmiştir: Buna göre artış oranları, Ozon'da %50, Wildberries'de %15 ve Yandex Market'te %60 olarak gerçekleşmiştir.

Eylül 2023'ten Ağustos 2024'e kadar vücut bakım ürünlerinin satışları %22, yüz temizleme ürünlerinin satışları ise %18 oranında artmıştır. Gıda dışı satışlardaki genel büyüme sadece %8,5 olurken, güzellik ürünleri daha dinamik bir gelişme göstermiştir.

Rusya kozmetik pazarında, dijital satış kanallarını aktif bir şekilde geliştiren önde gelen oyuncular "Golden Apple" (Zolotoye Yabloko), "L'ETOILE" ve "Faberlic" olarak öne çıkmaktadır. Ocak 2024 itibarıyla bu markalar internet mağazası ziyaretlerinde lider konumdadır:

- **Golden Apple:** 9,1 milyon ziyaret ile segment lideri,
- **L'ETOILE:** 7,7 milyon ziyaret,
- **Faberlic:** 4,9 milyon ziyaret.

Teslimat ve Ödeme Kolaylıkları

⁴ https://sovcombank.ru/blog/umnii-potrebitel/polnii-spisok-kompanii-ushedshih-iz-rossii-na-segodnya--obnovlyemii-spisok-2022#h_2977448351011662969033769

⁵ <https://www.kommersant.ru/doc/7215193>

Bu şirketler, müşterilere teslimat için çeşitli seçenekler sunarak esnek fiyatlandırma politikaları uygulamaktadır. Örneğin:

- Şubat 2024'te "Podruzhka" mağazasında ücretsiz teslimat için minimum sipariş tutarı 990 ruble olarak belirlenmiş olup,

- "L'ETOILE" ise 149 Ruble ile Moskova'daki en düşük teslimat ücretini talep eden marka olarak öne çıkmaktadır

Ayrıca, ödeme yöntemleri oldukça çeşitlidir. Tüm büyük mağazalar banka kartı ödemelerini kabul etmekte olup, 10 büyük mağazadan 7'si Hızlı Ödeme Sistemi'ni (SBP) desteklemektedir. Bu tür yenilikçi ve müşteri odaklı yaklaşımlar, Rusya kozmetik sektöründe e-ticaretin hızla büyümesini desteklemektedir.⁶

II. RUSYA'DA KOZMETİK ÜRÜNLER DİŞ TİCARETİ

Rusya'nın kozmetik sektörü büyük ölçüde ithalata bağımlıdır. 2022 yılında 2,03 milyar dolara gerileyen sektördeki dış ticaret açığı, 2023 yılı sonu itibarıyla yaklaşık 2,80 milyar dolar seviyesine yükselmiştir.

III.I) İhracat

2023 yılında Rus menşeli kozmetik ürünler ihracatı 2022 yılına göre %41 artarak 589 milyon doları aşmıştır. BDT ülkeleri, söz konusu yıldaki ihracatta en büyük dış ticaret ortaklarıdır. Ayrıca ülkemiz Rusya'dan yaptığı 8,5 milyon USD seviyesindeki ithalat ile 9. sırada yer almıştır.

Tablo 5: Rusya'nın Ülkeler İtibarıyla Kozmetik Ürünleri İhracatı (bin dolar)

Sıra	Ülkeler	2021	2022	2023
1	Kazakistan	174,802	213,879	194,585
2	Özbekistan	62,080	48,893	55,917
3	Kırgızistan	23,611	30,137	32,734
4	Azerbaycan	39,411	24,574	30,307
5	Gürcistan	23,191	23,847	24,883
TOPLAM		986,731	589,074	417,851

Kaynak: Trademap (mirror data)

BusinesStat'ın Rusya Kozmetik Pazar Analizine göre, Rusya Federasyonu'ndan yapılan kozmetik ihracatının cirosu son yıllarda düşüş eğilimi göstermiştir. 2019-2021 yıllarında yıllık bazda artış göstererek dönem sonunda 801,5 milyon dolara ulaşırken, 2022-2023 yıllarında ihracat geliri %14,3-22,9 oranında azalmıştır. 2022 yılında ihracat cirosu, hacim olarak sevkiyatlardaki düşüş (bir önceki yıla göre %34,6) ve 2023 yılında ihracat fiyatlarındaki düşüş (%25,6) nedeniyle gerilemiştir.⁷

İhracat gelirindeki düşüş, St. Petersburg Ekonomi Forumu SPIEF-2024'te ulusal kozmetik markalarına yönelik oturum sırasında Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Bakan Yardımcısı Mikhail Yurin tarafından da kabul edilmiştir. Yurin'e göre kozmetik ürünleri ihracat gelirindeki azalışın sorumlusu AB tarafından uygulanan yaptırımlardır.

III.II) İthalat

⁶ <https://marketing.rbc.ru/research/39644/>

⁷ https://businesstat.ru/russia/convenience_goods/cosmetics_parfumery_products/makeup/

2023 yılında yaklaşık 3,2 milyar dolarlık ithalat gerçekleştiren Rusya, küresel kozmetik ürünler ithalatındaki en çok ithalat yapan 17'nci ülke olmuştur. Aynı dönemde en fazla ithalat yapılan ülke 406 milyon dolar ve %12,6'lık payla Polonya'dır. Anılan ülkeyi Güney Kore (%12,5) ve Fransa (%10,2) izlemektedir. Ülkemiz 185,2 milyon dolarlık ihracatla Rus pazarında yaklaşık %0,9'luk payla 8'inci sırada yer almaktadır.

Tablo 6: Rusya'nın Ülkeler İtibarıyla Kozmetik Ürünleri İthalatı (bin dolar)

Sıra	Ülkeler	2021	2022	2023
1	Polonya	388,751	280,228	406,859
2	Güney Kore	290,089	287,447	404,107
3	Fransa	485,878	288,499	336,593
4	Almanya	537,179	382,184	327,168
5	Litvanya	250,077	210,520	296,805
8	Türkiye	48,484	92,567	185,334
TOPLAM		3,637,077	2,656,677	3,223,712

Kaynak: Trademap (mirror data)

Türkiye ve Rusya Kozmetik Sektörü İkili Ticaret Verileri 2023-2024

Türkiye ve Rusya arasındaki 2023-2024 yıllarına ait uçucu yağlar, parfümler, kozmetik ürünler ve temizlik malzemeleri gibi kimyasal ve kozmetik sektörlerine yönelik dış ticaret verileri incelendiğinde, 2023 yılı itibarıyla toplam ihracatın bir önceki yıla kıyasla ikiye katlanarak 185.3 milyon Dolar olarak gerçekleştirilmiştir, aynı yol ithalat ise 8.7 milyon Dolar olarak kaydedilmiştir. 2024 yılı itibarıyla, anılan sektörde ödemeler konusunda sıkıntı yaşanması sebebiyle Rusya'ya ihracatımız 168.7 milyona gerilerken, ithalatımız 10.1 milyon Dolar olarak kaydedilmiştir.

Tablo 7: **TR-RF 2023-2024 ihracat ve ithalat rakamları**

GTIP Dörtlü Kodu	GTIP Dörtlü Adı	2023		2024	
		İHRACAT (\$)	İTHALAT (\$)	İHRACAT (\$)	İTHALAT (\$)
3301	Uçucu yağlar, rezinoitler, ekstraksiyonla elde edilen yağ reçineleri ve terpenli yan ürünler, uçucu	142.593	899.857	24.944	4.031.098
3302	Sanayide ve içecek imalinde hammadde veya koku verici olarak kullanılan maddeler ve karışımlar	36.464.713	321.179	42.053.883	1.410
3303	Parfümler ve tuvalet suları	17.703.683	46.190	16.249.052	37.128
3304	Güzellik, makyaj ve cilt bakımı için müstahzarlar (güneşlenme kremleri ve müst. Dahil), manikür ve p	18.421.149	545.857	10.802.400	296.803

3305	Saç müstahzarları	23.950.002	1.687.308	17.745.503	379.950
3306	Ağız veya diş sağlığını korumaya mahsus müstahzarlar ve diş iplikleri (bireysel kullanıma hazır amba	5.142.849	2.049.935	3.642.017	3.194.734
3307	Tıraş müstahzarları, vücut deodorantları, banyo müstahzarları, tüy dökücüler, vb.	37.386.734	2.997.408	33.924.484	2.023.122
3401	Sabunlar, yüzey aktif organik ürünler ve müstahzarlar, cilt yıkamaya mahsus sıvı veya kremler, sabun	46.122.924	158.794	44.356.699	177.204
Genel Toplam		185.334.647	8.706.528	168.798.982	10.141.449

Kaynak: İstatistik Bilgi Sistemi Raporlama/Ticaret Bakanlığı

III. SEKTÖRDE İHRACAT YOLUYLA PAZARA GİRİŞ

IV.I) Sertifikasyon

Avrasya Ekonomik Topluluğu Komisyonu’nun 25 Aralık 2012 tarihli ve 293 sayılı Kararı uyarınca; Gümrük Birliğinde uygulanacak olan Sertifika biçimleri Teknik Düzenlemeler çerçevesinde yasalaşmış ve 15 Şubat 2013’ten itibaren uygulanmaya başlanmıştır. AEB üyesi her ülke için ayrı ayrı belge alma zorunluluğunu ortadan kaldıran ve zaman tasarruf sağlayarak ülkeler arasındaki ticaretin hızlanmasına vesile olan mevcut Teknik Düzenleme sistematğinde “EAC Uygunluk Sertifikası” ve “EAC Uygunluk Beyanı” şeklinde 2 çeşit sertifika tipi bulunmaktadır.

“EAC Uygunluk Sertifikası”, belirli sayıdaki ürün için, parti bazında ya da 1,2, 3, 4 ve 5 yıllık seri üretim bazında düzenlenebilmektedir. Sertifikasyon için numune testi ve üretim yapılan fabrikaya ziyaret gereklidir. “EAC Uygunluk Beyanı” ise, Gümrük Birliği veri tabanında kayıt edilmektedir. Başta makina ve ekipman güvenliği konusuna giren endüstriyel ürünler uygunluk beyanı kapsamında yer almaktadır. Belirli sayıdaki ürün için, parti bazında ya da 1, 2, 3, 4 ve 5 yıllık seri üretim bazında düzenlenebilen “EAC Uygunluk Beyanı” için numune testi, üretim yapılan fabrikaya ziyaret ve sertifikasyon süresince yıllık inceleme gerekli değildir. EAC sistematği kapsamına girmeyen ürünler için her ülkenin kendi kuruluşlarından o ülkenin kalite belgesini almak gerekebilmektedir.

Rusya’da GOST Sistemi ise gönüllülük esasıyla uygulanmaya devam etmektedir. Ayrıca; daha çok insan vücuduna direkt temas eden veya solunum yoluyla etkili olabilen ürünlerden parfüm ve kozmetikler, temizlik malzemeleri, kimyasal ürünler, ev kimyasalları, ve benzeri ürünler için SGR (Devlet Kayıt Sertifikası-CFP) Sertifikası verilmektedir. Üretim, depolama ve nakliye işlemleri dahil olmak üzere ürünlerin insan sağlığına uygunluğunu kanıtlamak açısından AEB’de bu belgenin alınması zorunludur.

Bu çerçevede, kozmetik sektörüne bakıldığında ise, ürün kategorisine bağlı olarak iki temel yaklaşım söz konusudur⁸.

Yapay bronzlaşma için parfüm ve kozmetik ürünler; Cilt beyazlatma (aydınlatma) için parfüm ve kozmetik ürünler; Dövme için kozmetikler; Hijyenik kozmetikler; Zararlı üretim faktörlerine karşı bireysel cilt koruması için parfüm ve kozmetik ürünler; Çocuk kozmetikleri; Saçın kimyasal boyanması, açılması ve eritilmesi için parfüm ve kozmetik ürünler; Saçın perma ve düzleştirilmesi için parfüm ve kozmetik ürünler; Nanomateryallerle yapılan parfümler ve kozmetik ürünler; Depilasyon için parfümler ve kozmetik ürünler; Kimyasal peelingler; Florür içeren ağız hijyeni ürünleri, içindeki florürün kütle oranı %0,15'i aşan (sıvı ağız hijyeni ürünleri için - %0,05); Hidrojen peroksit veya karbamid peroksit ve çinko peroksit dahil olmak üzere diğer hidrojen peroksit salan bileşenleri içeren, hidrojen peroksit konsantrasyonu (bileşen olarak veya salınan) %0,1 ila %6,0 olan dış beyazlatma ürünlerinin Gümrük Birliği gümrük bölgesinde dolaşıma girmeden önce - devlet tarafından tescil edilmesi (SGR) gerekmektedir. Ürünlerin devlet kaydı, Tüketici Haklarının Korunması ve İnsan Refahının Denetlenmesi Federal Servisi (Rospotrebnadzor) tarafından gerçekleştirilmektedir⁹. Söz konusu ürünlerin kaydının Rusya'da yerleşik tüzel kişi tarafından gerçekleştirilmesi gerekli olup; tescil süreci için yetkili temsilci seçimi önem arz etmektedir. Söz konusu ürünler dışında kalanlar için ise EAC uygunluk beyanı gereklidir.

Son olarak, kozmetik ürünleri içeriğine göre (belirli oranın üzerinde alkol, anti-UV madde, hayvansal ürün) ilave sertifika ve kayıt süreçlerine tabi olabilmekte olup; sertifikasyon sürecine yönelik olarak profesyonel hizmet alınması ve süreç öncesinde ürün içeriğinin hizmet sağlayıcı ile detaylı bir şekilde paylaşılarak tüm sürecin tek seferde sonuçlandırılması önem arz etmektedir.

IV.II) Etiketleme

Rusya'da 2024 yılına kadar kayıt dışılığın azaltılması ve tüketici refahı da gözetilerek eşit rekabet koşullarının tesisinin sağlanması amacıyla dijital ekonomiye geçişin bir parçası olarak; tüm ithal ürünlerin, "QR" kodlarıyla etiketlenerek ülkeye girişinden nihai tüketiciye ulaşıncaya kadarki sürecinin izlenebilmesi amacıyla "Birleşik Ürün Etiketleme ve Takip Sistemi" ihdas edilmiştir. Söz konusu ürünlerin transit ticareti ve geçici ithalatı ise kapsam dışında tutulmaktadır. Anılan sistem sayesinde, tüketicilerin bir mobil uygulama aracılığıyla, üreticinin adı, üretim yeri, üretim veya satış tarihi ile saati, son kullanma tarihi, ürün numarası, parti numarası gibi bilgilere erişimi mümkün hale gelmiş, bu yolla ürünün arz zincirine ilişkin şeffaflık sağlanarak sahteciliğin önlenmesi amaçlanmıştır.

Anılan sistemin koordinatör kurumu, "Sanayi ve Ticaret Bakanlığı"; sistemin oluşturulması, uygulanması ve işletilmesinden sorumlu kurum (kodların üretimi ve dağıtımı), "Geliştirme ve Teknoloji Perspektifleri Merkezi Başkanlığı" (CRPT); sistemin işleyişinin kontrolünden sorumlu kurum, "Dijital Gelişim, Haberleşme ve Kitlesel İletişim Bakanlığı"; düzenleyici kurum ise "Maliye Bakanlığı" olarak belirlenmiştir.

Söz konusu etikette, 14 Haneli ürün kodu, 13 haneli ürün için özelleştirilmiş seri numarası, tüketim ve üretim tarihleri ile dört haneli teyit kodu bulunmaktadır. Hazırlanan etiket tüketiciler

⁸ https://www.tnt.com/dam/tnt_express_media/ru_ru/Home2/download_documents/CCL/tnt-cosmetics-import-eng.pdf, <https://www.gost-standard.com/how-to-export-cosmetics-to-russia/><https://schmidt-export.com/eac-certification/eac-declaration-of-cosmetics>

⁹ İlgili AEB mevzuatına <https://docs.cntd.ru/document/902303206?marker=7EC0KG§ion=text> adresinden ulaşılabilmektedir.

tarafından akıllı telefonlarda uygulamalar aracılığıyla okutturularak ürünün bilgilerine erişilebilmektedir.

Sisteme işletmeler tarafından kaydolunması için Dijital Gelişim, Haberleşme ve Kitleleş İletişim Bakanlığı tarafından akredite edilen merkezlerden temin edilen e-imzalar ile ilgili yazılımı indirmesi takiben <https://markirovka.crpt.ru/register> bağlantı adresinden şirketini kaydettirmesi gerekmektedir.

1 Mart 2025 tarihinden itibaren ev kimyasalları ve kozmetik ürünlerinin Dürüst İşaret (Chestniy Znak) sistemine göre etiketlenmesi zorunluluğu yürürlüğe girmiştir. Sabun ve deterjanlar, saç ürünleri, tıraş ürünleri, deodorantlar, kozmetikler ve diş macunları etiketlemeye tabi olmuştur. Etiketlemeye tabi ürün ve ürün gruplarına ilişkin güncel bilgilere <https://ticaret.gov.tr/data/5bcc5d4813b876034cfece26/Etiketleme%20Uygulamas%C4%B1%20Bilgi%20Notu.pdf> adresinde yer alan Moskova Ticaret Müşavirliği raporundan ulaşılabilmektedir.

Zorunlu etiketleme uygulamasına tabi ürünlerin etiketlenmeden satışa sunulması durumunda ürün cinsi ve ihlali gerçekleştirenin gerçek ya da tüzel kişi olmasına bağlı olarak para cezası, müsadere, hapis cezası gibi müeyyideler uygulanmaktadır.

Ürünlerin zorunlu tanımlamasını içeren etiketleme işleminin, eşyanın gümrüklenmesi öncesinde tercihen üretim tesislerinde veya Rusya’da, gümrükleme işleminden önce depolarda tamamlanması gerekmektedir. Etiketlemede sorumluluk ithalatçıya ait olup, etiket veya barkod bilgilerinin üreticilere ithalatçılar tarafından ulaştırılması gerekmektedir.

Bahse konu etiketlerde, malın adı, orijini, net ağırlığı, malın terkiibi, üretim yılı, raf ömrü, besleyici değeri, kullanım koşulları gibi bilgilerin Rusça olarak yer alması gerekmektedir. Söz konusu etikete sahip olmayan malların satışı ise mümkün bulunmamaktadır. Söz konusu şartlar her bir mal için GOSSTANDART’tan temin edilebilmektedir.

IV.III) Vergilendirme

Gümrük Vergileri

Rusya’da tarife cetvelinde yer alan eşyaların yaklaşık %85’inin gümrük vergileri ‘ad valorem’ (gümrük kıymetinin belirli bir oranı) olarak belirlenmiştir. Geri kalan eşya grubunda ise ‘ad valorem’ ve ‘spesifik’ (birim miktar üzerinden sabit tutarlı) vergilerden yüksek olanının esas alınması şeklinde kombine yöntem kullanılmaktadır. Rusya’nın DTÖ’ye 22 Ağustos 2012 tarihindeki üyeliğini müteakip ortalama gümrük tarife oranı %7,8 olarak uygulanmaya başlanmıştır (Bağlı ortalama tarife oranı ise %8,6’dır).

Diğer taraftan, son dönem jeopolitik gelişmeler çerçevesinde, RF “dost olmayan ülkelere” yönelik olarak MFN oranından farklı vergi uygulayabilmektedir. Bu çerçevede, 2022 yılından bu yana, birçok ürün grubunda olduğu gibi kozmetik sektöründe de dost olmayan ülkelere karşı farklı vergi uygulamalarına karşı mevzuat müteaddit defalar değiştirilmiştir. Bu kapsamda, Rusya’daki güncel gümrük vergisi oranlarına <https://www.alt.ru/tnved/> bağlantı adresinden ulaşabilmektedir. Ayrıca, <https://www.alt.ru/tamdoc/22sr0037/#pril1> ve <https://www.alt.ru/tamdoc/22kr0066/> bağlantı adreslerinden ise geçici gümrük vergisi muafiyetleriyle ilgili mevzuat metinlerini ve ürün listelerine erişim sağlanmaktadır.

Diğer taraftan, Rus gümrüklerinde en çok dikkat edilen husus, gümrük kıymetinin doğruluğunun tespiti. Özellikle bağlı şirkete yapılan taşımaların risk teşkil ettiği değerlendirilebilmektedir. Anılan risk grubuna yönelik vergi denetimlerinde ise ‘transfer fiyatlandırması’ en çok dikkat edilen hususlar arasında yer almaktadır.

İlaveten, Rusya’da birçok mal grubunda gümrük kıymetinin tespiti açısından referans fiyat uygulaması yapılmaktadır. Rus Gümrük İdaresince fiyat açısından riskli olduğu değerlendirilen muhtelif ürünlerde belirlenen asgari kıymetlerin altında kalan beyanlar kabul edilmemekte, malın girişine ancak asgari kıymet üzerinden vergi alınması kaydıyla izin verilmektedir. Bu uygulama, gümrük idaresi içinde ‘sirküler’ yoluyla yürütülmekte ve kamuya ilan edilmemektedir. Buna karşın, referans fiyat uygulaması bulunmayan mallar açısından ise beyan edilen fiyatların gerçeğe uygunluğunu tespit her bir gümrük idaresi bağımsız hareket edebilmektedir. Referans fiyat uygulamalarına yönelik idari yargı yolu açık olsa da dava süreçleri uzun süre alabilmektedir.

IV. GENEL GÖRÜNÜM VE DEĞERLENDİRME

Rus kozmetik sektöründe faaliyet gösteren büyük yabancı firmaların son yaşanan jeopolitik gelişmelerin ardından faaliyetlerini askıya alması ve pazardan çıkmalarının bir sonucu olarak 2022 yılında Rusya’da kozmetik ve kişisel bakım ürünleri sektöründe faaliyet gösteren perakendecilerin ikame ürünlere yönelmek zorunda kaldığı görülmüştür. Sektördeki olumsuz durumdan en çok dekoratif kozmetik ve parfümeri segmenti etkilenmiştir.

Son yaşanan jeopolitik gelişmelerin Rus kozmetik sanayisine nasıl yansıdığına ilişkin yürütülen bir çalışmaya göre; bir dizi büyük yabancı üreticinin Rusya’dan ayrılması neticesinde Rus kozmetik sanayisinin de üretimini artırdığı ortaya koymaktadır.¹⁰ Çalışmanın devamında, yerli üreticilerin ev bakım ürünleri, parfümler ve ev tipi aerosol ürünleri, ev ve sanayi temizlik sıvıları alanlarında güçlü bir konuma sahip olduğu, bunlarla birlikte özellikle doğal kozmetik ve cilt bakımı ürünlerinin en çok büyüyen alan olduğu yer almaktadır.

Buradan hareketle ülkeden çıkan yabancı firmaların ithal ikamesinin ana itici güçlerinden birinin organik kozmetikler olabileceği değerlendirilmektedir. Bu noktada organik ürünlerin bütün dünyada olduğu gibi Rusya genelinde de son yıllarda giderek artmakta olan bir eğilim olduğu, kozmetik tüketicilerinin görüşlerinin yanı sıra aynı zamanda sağlık konusunda daha fazla hassasiyet göstermeye başladığından bahisle organik kozmetik ürünlerinin önümüzdeki dönemde daha fazla talep edileceği anlaşılmaktadır. Bunlarla birlikte, organik kozmetiğin Rusya pazarında başlangıç aşamasında olduğu da gözden kaçırılmaması gereken bir husustur.

Öte yandan, Rusya; ihracatımız için hedef ülke niteliği taşıması, 150 milyona yaklaşan nüfusu ve coğrafi yakınlığı gibi etkenler çerçevesinde Türk kozmetik ürünleri için stratejik bir pazar olarak öne çıkmaktadır. Buradan hareketle, Rusya’ya yönelik sektör ihracatımızın, artan emtia fiyatları ve üçüncü ülke menşeli ürün arzının azalması ve gelişen sektörel dinamikler çerçevesinde kısa vadede artırılabilmesi değerlendirilmektedir. Bu amaçla,

- Kozmetik sektöründe faaliyet gösteren firmalarımızın, ihracata yönelik devlet yardımlarından da yararlanarak Rusya’da doğrudan pazarlama stratejisini uygulayabileceği,
- Rusya’da şirket açma imkanı olmayan firmalarımızın ise, Rus pazarını bilen ve Rusça’ya hakim yetkili temsilci/danışman ya da distribütör kullanımını esas alan bir pazara giriş stratejisi

10 Promsvyazbank Analitik ve Uzmanlık Merkezi: <https://bankinform.ru/news/122355>

benimsemesi ve istihdam politikalarını buna göre düzenleyerek Rus coğrafyasını ve Rusça bilen personel istihdam etmesi önem arz ettiği,

- Firmalarımızın; başta internet sayfaları olmak üzere, Rus pazarına özel Rusça çalışmalar yapmaları, tanıtım materyalleri ile ürün broşürlerini Rusça hazırlamalarının elzem görüldüğü,
- Firmalarımızın işbu bilgi notunun ekinde yer verilen fuarlara aktif olarak katılmalarının, gerek Rus pazarına ilişkin güncel durumun yerinde incelenmesi, gerekse müşteri bulunması noktasında gerekli olduğu,
- Rusya'ya yönelik geleneksel pazarlama ve satış yöntemlerinin yanı sıra e-ticaret mekanizmalarının (mobil uygulamalar vs.) geliştirilmesinin ve bu yöndeki teknolojik altyapının güncel tutulmasının yararlı olacağı,
- Pazara yeni girmek isteyen firmalarımızın Rusya çapında tanınan "blogger"lar ile reklam yüzleri ile iş birliğine girmek suretiyle tanıtım faaliyetleri yapmasında fayda olacağı, değerlendirilmektedir.

V. YARARLI BİLGİ VE ADRESLER

A. Kozmetik Alanında Faaliyet Gösteren Birlikler

1) Rusya Parfüm ve Kozmetik Sanayi Uzmanları Birliği

Başkan: PUÇKOVA Tatyana Valentinovna

Adres: Moskova, Armyanskiy pereulok 9s1 Cad.

Tel: +7 (495) 648 29 13

Mail: info@pcar.ru

Web: <http://pcar.ru/>

2) Rusya Berber, Kuaför ve Güzellik Uzmanları Birliği

Başkan: KONDRAŞOVA Dolores Gurgenovna

Adres: Moskova, Naşokinskiy pereulok 5 Cad.

Tel: +7 (495) 697-19-04

Mail: info@dolores.ru

Web: <http://www.spkr.ru/>

3) Parfüm, Kozmetik, Ev Kimyasalları ve Hijyen Ürünleri Üreticileri Birliği

Başkan: BOBROVSKİY Petr İgoreviç

Adres: Moskova, Novaya Ploşad 10 Cad.

Tel: +7 (495) 258-93-71

Mail: info@apcohм.org

Web: <https://www.apcohм.org/>

4) 'Drogeri Soyuz'

Başkan: KOZMİNA Lyubov Nikolayevna

Adres: Kazan, Yamaşev 36 Cad.

Tel: +7 (843) 212-05-48

Mail: office@drogerie.club

Web: <https://www.drogeries.ru/>

5) Cildiyeciler ve Kozmetikçiler Birliği

Başkan: POTEKAYEV Nikolay Nikolayeviç

Adres: Moskova, Yartsevsкая 34 Cad.

Tel: +7 (977) 444 94 30

Mail: info@nadc.ru

Web: <https://www.nadc.ru/>

B. Sektöre Yönelik Düzenlenen Fuarlar

- 1) SDELANO V ROSİİ (Moskova) <https://madeinrussianbeauty.ru/>
- 2) AZBUKA KRASOTI (Moskova) <https://beauty-expo.pro/>
- 3) BeautyChemiChos (Moskova) <https://beautychemicos.ru/>
- 4) ECO BEAUTY EXPO (Moskova) <https://eco-beauty-expo.ru/>
- 5) InterCHARM (Moskova) <https://insharmexpo.ru/>

C. Kozmetik Sektörüne Yönelik Dergi ve Yayınlar

- 1) Flacon <https://flacon-magazine.com/>
- 2) Scent <https://www.scent.ru/>
- 3) Letoile <https://www.letoil.ru/>
- 4) VOGUE <https://www.vogue.ru/>
- 5) THE VOICE <https://www.thevoicemag.ru/>
- 6) TATLER <https://www.tatler.ru/>
- 7) Beauty Business <https://beautybusinessjournal.com/>