



İRAN



SEKTÖR RAPORU: HALI SEKTÖRÜ

Tarih : 25/10/2025

Raporu Hazırlayan: Tebriz Ticaret Ataşeliği

ÖNSÖZ

İran’da halının tarihi binlerce yıl öncesine dayanmakta olup, her zaman ülkenin kültürünün, sanatının ve ekonomisinin ayrılmaz bir parçası olmuştur. Ahamenişler döneminden günümüze kadar el dokuması halılar, sahip oldukları zengin motif ve renk çeşitliliğiyle milli kimliğin ve özgün sanatın simgesi kabul edilmiş, aynı zamanda dünya ticaretinde önemli bir konum elde etmiştir. 1970’li yıllardan itibaren sanayi teknolojilerinin devreye girmesiyle makine halısı üretimi başlamış ve hızla gelişerek, uygun fiyat ve seri üretim avantajlarıyla hem iç pazarın hem de ihracatın ihtiyaçlarını karşılamıştır.

İran halıcılığı, el dokuması ve makine üretimi olmak üzere iki farklı fakat birbirine bağlı alanda ilerlemiştir. Bir yanda ticari ve yatırım değeri yüksek, zengin sanat yönü olan ve tarihi miras niteliğindeki el dokuması halılar; diğer yanda ise teknolojiye ve düşük maliyete dayanan makine halıları. Bu iki alan, farklı yapısal özelliklerine rağmen hammadde temini, döviz kurlarındaki dalgalanmalar, uluslararası yaptırımlar ve değişen tüketici tercihleri gibi ortak sorunlar ve fırsatlarla karşı karşıya bulunmaktadır.

Büyük ve köklü yerel markanın hakimiyeti altında olan İran makine halısı pazarı yoğun rekabet ortamında olduğundan, yalnızca fiyat üzerinden rekabet etmek yabancı bir şirket için oldukça zor olacaktır. Tasarımdaki yenilik ve yeni koleksiyonları hızla piyasaya sunma kabiliyeti bu piyasada rekabet avantajı kazandıracaktır.

Ancak, 2018 yılında ABD'nin nükleer anlaşmadan çekilerek İran'a yeniden yaptırımlar uygulamaya başlaması nedeniyle İran ithalat rejiminde kapsamlı değişiklikler yaparak ithalat kısıtlamaları uygulamaktadır. Ülke içinde üretimi yapılan veya zaruri görülmeyen malların ithalatı yasaklanarak döviz çıkışı en aza indirilmeye çalışılmıştır. Çalışmamız konusu 57. fasılda yer alan bir çok halı cinsi eşyanın ithali yasaklı durumdadır. Çalışmamız halihazır durumun özetinde, ülkede değişecek şartlarla birlikte oluşacak fırsatlara ışık tutması açısından değerlendirmeler içermektedir. Ayrıca, halı sektöründe nihai ürünün haricinde, endüstriye dönük makine aksamı ile üretim girdilerinin de önem arz ettiği değerlendirilmekte olup, sektöre ilişkin planlaması olan üreticilerimizin bu hususları da gözönünde bulundurmalarıdır.

İÇİNDEKİLER

1. İran'da Halı Sektörü	3
1.1. Makine Halısı.....	3
1.2. El Dokuma Halısı.....	3
1.3. Ortalama Üretici Fiyatları	4
1.4. Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler	5
1.5. Perakende ve Toptan Satışlar.....	5
2. İranın Halı Sektöründe Dış Ticaret.....	6
2.1. Halı Sektöründe İranın İthalat Gerçekleştirdiği Ülkeler	6
2.2. Halı Sektöründe İranın En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke.....	6
2.3. Halı Sektöründe İranın En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler	7
2.4. Halı Sektöründe İranın En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler	7
3. Halı Sektöründe Ülkemizden İran'a İhracat.....	7
4. Halı Sektöründe İhracat Yoluyla İran Pazarına Giriş.....	8
4.1. Halı Sektörü İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler	9
4.2. Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı	9
4.2.1. Makine Halısı Sektöründe Önde Gelen Şirketler.....	9
4.2.2. El Dokuması Halı Pazar Yapısı	10
4.2.3. İlgili Oda/Birlik/Dernek/STKlar ve İletişim Bilgileri.....	10
4.2.4. İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar	12
4.2.5. Potansiyel İş Ortaklarını Belirlemek İçin Başlıca Kaynaklar	12
4.5.1. Ticaret İçin Kilit Fuar: Makine Halısı	14
4.5.2. Bilgi Ve İlham İçin Kilit Fuar: El Dokuması Halı.....	14
4.7.1. Zorunlu Temel Standart	16
4.7.2. Diğer İlgili Standartlar	16
4.12.1. Ülkedeki Pazaryerleri.....	20
4.12.1.1. Fiziki Satış Pazarları	20
4.12.1.2. Çevrimiçi Satış Ekosisteminin Analizi	21
4.12.2. Özel Günler, Bayramlar	22
4.13.1. Geleneksel Satış ve Tanıtım Yöntemleri	22
4.13.2. Dijital Pazarlama.....	23
4.13.3. Stratejik Değerlendirme	23
5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar	25
6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler.....	25
7. Halı Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler	26
8. Genel Değerlendirme.....	26
9. Yararlı Adresler	27
10. Kaynakça.....	28

1. İran’da Halı Sektörü

Halıcılık İran için tarih boyunca önemli üretim ve ihracat kalemlerinden biri olmuştur. 2000 yılı öncesinde 1 milyar \$’a yaklaşan halı ihracatında İran, sonrasında yaşanan yaptırımlar ve başka ülkelerin rekabeti gibi sebeplerle günümüzde makina ve el dokuma halı ihracatında gerilemiştir. Çinden sonra, yaklaşık 3 milyar \$ ile ülkemizin 2. sırada yer aldığımız dünya halı ihracatı piyasasında, İran 2023 yılında 325 milyon \$ ihracat rakamı ile 10. Sırada yer almaktadır.

Ancak günümüzde de İran el halısı, tarihi ve kültürel yönüyle marka değeri yüksek, üretimde önemli ülkelerden biri olmayı sürdürmektedir.

Çalışmamızda İran halı sektörü, kendine özgü yapısal ve ticari yönleri olması hasebiyle makine ve el halısı şeklinde ikiye ayırarak incelenmiştir:

1.1. Makine Halısı

Üretim Hacmi: İran’da yıllık makine halısı üretiminin 80 ila 94 milyon m² arasında olduğu tahmin edilmektedir. Bu rakam, ince dokuma ya da kalın dokuma gibi desenlerin türü ve karmaşıklığına bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Bu üretim hacmi, İran’ı dünyanın büyük makine halısı üreticilerinden biri konumuna getirmektedir.

Üretim Kapasitesi: İran’daki makine halısı fabrikalarının kapasitesi, fiili üretimin oldukça üzerindedir ve yıllık yaklaşık 120 ila 135 milyon m² ye ulaşmaktadır. Kapasite ile gerçek üretim arasındaki bu ciddi fark, stratejik açıdan önemli bir göstergedir. Bu fark, üretim araçları yetersizliğinden olmayıp daha çok tedarik zinciri sorunlarından, özellikle rekabetçi fiyatlarla hammadde temininde yaşanan zorluklardan ve uluslararası yaptırımların getirdiği kısıtlamalardan kaynaklanmaktadır.

İç Tüketim ve İhracat: Toplam makine halısı üretiminin yaklaşık %70’i iç piyasada tüketilmekte, kalan %30’u ise ihraç edilmektedir. Bu durum, İran’ın iç pazarının büyüklüğünü ve bu sektörün asıl itici gücü olduğunu net biçimde ortaya koymaktadır.

1.2. El Dokuma Halısı

El halısı, İran’ın kültürel ve sanatsal mirası olarak tamamen farklı bir üretim yapısına sahiptir. Dünyanın en önemli ve kadim el dokuması halı üreticisi ve ihracatçılarından olan İran’da üretim yapısı, bireysel ustalık ve merkezi olmayan (dağınık) üretim modeline dayanmaktadır.

Üretim Hacmi: El halısı üretimi son yıllarda artış göstermiş; 1401 yılında (2022/23) 3,5 milyon m² olan üretim, 1402 yılında (2023/24) 3,9 milyon m² ye ulaşarak %11 oranında büyümüştür. Bu artış, sektördeki zorluklara rağmen bu sanatın ve iş kolunun büyütülmesi yönündeki kararlılığı göstermektedir.

İşgücü: El halısı sektörü, ülke genelinde çok geniş bir nüfus için başlıca istihdam ve gelir kaynağıdır. Tahminlere göre yaklaşık 8 milyon kişinin geçimi doğrudan veya dolaylı olarak el halısı değer zincirine bağlıdır. Bu büyük ve yetenekli iş gücü, sektörün en önemli varlığı olmakla birlikte, aynı zamanda üretim modelinin dağınık ve sanayi ölçeğinde olmayan yapısını da yansıtmaktadır.

Bölgesel Üretim Örnekleri: El halısı üretimi ülke geneline yayılmıştır ve her bölge kendine özgü özellikler taşır. Örneğin, Tebriz bölgesinde yılda yaklaşık 500 bin m², Kirmanşah eyaletinde 100 bin m² nin üzerinde, Hamedan eyaletinde ise yılda yaklaşık 40 bin m² el halısı üretilmektedir. Bu coğrafi çeşitlilik, el halılarındaki desen ve tarz zenginliğini de beraberinde getirmiştir.

1.3. Ortalama Üretici Fiyatları

Makina halısında fiyatlandırma, ürünün teknik özelliklerine dayalı yapılmakta olup, nihai fiyatı büyük ölçüde düğüm yoğunluğu iplik türü ve üreticinin marka bilinirliği gibi etkenler belirlemektedir.

İran'daki makine halılarında birim alana düşen düğüm sayılarına göre geniş bir fiyat yelpazesi bulunmaktadır. Üretici fiyatlarına ilişkin güvenilir verilere ulaşılamamış olup, tespit edilen piyasa fiyatları ortalama olarak aşağıdaki gibidir:

Örneğin, 6 m² boyutta 1000 şane halılar: 84–91 \$, 9 metre: 35–144 \$, 12 m²: 173–184 \$ civarındadır. 6 m² boyutta 1200 şaneli halılar: 90–102 \$, 9 m²: 145–172 \$, 12 m²: 180–205 \$ aralığındadır. 1500 şaneli halılar ise 6 m² için 125–135 \$, 9 m²: 186–205 \$, 12 m² için 251–270 \$ aralığında fiyatlandırılmaktadır.¹

El Dokuması Halı

El halısında değer biçmek; teknik bilgi, sanatsal bakış açısı ve pazar bilgisi gerektiren özel bir uzmanlık alanıdır. Bu ürünlerde fiyat, yalnızca bir etiket değil; bir dizi özgün özelliğin değerlendirilmesinin sonucudur.

Başlıca Değerleme Kriterleri:

- **Düğüm Yoğunluğu:** En önemli teknik ölçüt, belirli bir ölçekte (genellikle 6,5 veya 7 cm) yer alan düğüm sayısıdır. Yüksek düğüm sayısı (ör. Nain halılarında veya Kum/Tebriz ipek halılarında 50–65 rej²), daha ince işçilik, daha uzun dokuma süresi ve dolayısıyla çok daha yüksek değer anlamına gelir.
- **Hammadde:** Kullanılan lifin türü ve kalitesi belirleyicidir. Kum ve Tebriz'de üretilen tamamen ipek halılar en üst değer grubundadır. El eğirmesi yün kullanımı, fabrikasyon yüne kıyasla fiyatı artırır.
- **Desen ve Bölgesel Kimlik:** Desenin karmaşıklığı, özgünlüğü ve estetik değeri önemlidir. Tebriz, İsfahan, Kaşan, Kirman gibi her bölge adeta bir “marka” işlevi görür; her bölgenin desenleri özgün bir kimlik ve değer taşır.
- **Yaş ve Durum:** El halısının değeri zamanla artabilir. 70–80 yılın üzerindeki, iyi korunmuş antika bir halı yeni bir halıya kıyasla çok daha değerli olabilir. Ancak saçak sökülmesi veya havın ciddi şekilde aşınması gibi hasarlar değeri düşürür.
- **Boya Kalitesi:** Doğal boyaların kullanımı, sentetik boyalara kıyasla hem sanatsal hem maddi açıdan büyük bir avantaj sağlar.

¹ Şane: Halıda enine 1 metrede bulunan düğüm sayısı

² Rej: Halıda boyuna 7 cm'de bulunan düğüm sayısı

Yukarıda özetle bilgileri verilen el dokuması ve makina halısı türleri ve fiyatlandırma usulleri, yabancı bir firmanın pazara giriş stratejisini doğrudan etkiler. Makina halısı segmentinde, piyasa şartlarına uygun ticari bir rekabet söz konusuyken; el halısı pazarına giriş, malzeme seçimi, emek/zanaat, sanat ve koleksiyon değeri taşıyan ürünler konusunda uzmanlık gerektirir. Bu nedenle, yabancı bir firma için el halısında üretimden ziyade, nadide İran halılarını dünya pazarına ihraç eden bir tüccar ya da yeniden ihracatçı rolü üstlenmek daha uygun olacaktır.

1.4. Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler

Bu kurumlar, üyelerinin çıkarlarını temsil etme, devletle irtibat sağlama, standartlar belirleme ve iletişim ağları oluşturma konusunda hayati bir rol üstlenmekte; aynı zamanda uluslararası ortaklar için temel temas noktaları olarak hizmet vermektedirler.

Tablo 2: Halı Sektöründeki Temel Dernekler ve Birlikler Listesi

Kuruluş Adı	Faaliyet Alanı	Adres	Web Sitesi
İran Halı Üreticileri Ve İhracatçıları Birliği	El Dokuması	Tahran, Khayyam Cd., Pachenar Çarşısı, Ferashbashi Sk., Shirin Çıkmazı, No. 98	www.ircpe.com
Tahran El Dokuması Halı Üreticileri Ve Satıcıları Birliği	El Dokuması	Tahran, Khayyam Cd., Setari Sk., No. 15	www.tehranrug.com
Doğu Azerbaycan El Dokuması Halı İhracatçıları Birliği	El Dokuması	Tebriz	www.acea.ir
İran Tekstil Sanayicileri Derneği (Makine Halısı Komitesi Dahil)	Makine halısı	Tahran	www.aiti.ir
İran Ulusal Halı Merkezi (Devlet Kurumu)	El Dokuması	Tahran	-

1.5. Perakende ve Toptan Satışlar

İran’da halı dağıtım ağı ihtisaslaşmış pazar yerleri, zincir mağazalar ve yerel perakendecilerden oluşmaktadır. Büyük şehirlerde, geleneksel halı çarşıları alım-satımın ana merkezleridir. Örneğin Tahran’da Büyük Halı Çarşısı (15 Hordad Caddesi, Molavi Kavşağı ve Haft-Tir Meydanı), hem el dokuması hem de makine halılarının önemli satış noktalarıdır. İsfahan, Meşhed, Tebriz ve Kirmanşah gibi şehirlerde de ünlü yerel halı pazarları bulunmaktadır.

İran’da halı perakendeciliği çoğunlukla ihtisas mağazaları veya büyük şirketlerin temsilcilikleri aracılığıyla yapılmaktadır. Bunun yanı sıra, son yıllarda çevrimiçi satış da hızlı bir gelişme göstermiş; “Farsh Iran , <https://irancarpet.ir/> ”, “Digikala, <https://www.digikala.com/> ” ve “Basalam, <https://basalam.com/> ” gibi internet mağazaları ve pazar yeri platformları, el dokuması ve makine halılarının ülke çapında satışını mümkün kılmıştır.

Öte yandan, toptan halı satışı genellikle ihtisas fuarları, doğrudan tüccarlarla yapılan ticari ilişkiler veya ihracatçı şirketlere yapılan satışlar yoluyla gerçekleşmektedir.

2. İranın Halı Sektöründe Dış Ticaret

2.1. Halı Sektöründe İranın İthalat Gerçekleştirdiği Ülkeler

Önemli bir halı üreticisi olan İranın halı ithalatı yok denecek kadar azdır. Bunda özellikle İranın kendi üretiminde işçilik ve girdilerdeki maliyet avantajı ile ithalat rejiminde uygulanan yasakların payı büyüktür. İran'ın kendi resmi verilerine göre halı ve benzeri yer sergilerinin yer aldığı 57. fasılda İranın toplam ithalatı 13,660 \$ dır.

	Ülke Adı	İthalat Değeri (\$)	Pay (%)
1	Türkiye	9,339	68.37
2	Almanya	4,321	31.63

İstatistikler 1402 yılına aittir.(21 Mart 2023-19 Mart 2024)

İstatistikler, 57. Fasılın tamamını kapsamaktadır.

2.2. Halı Sektöründe İranın En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

1402 İran takvim yılında (21 Mart 2023-19 Mart 2024) 57. fasılda yer alan halı ve yer sergisi cinsi eşyalarda İranın toplam ihracatı 329,045,648 \$ olarak gerçekleşmiş olup dünyada 10. sırada yer almaktadır.

	Ülke Adı	İhracat Değeri (\$)	Pay (%)
1	Irak	71,389,417	21.7
2	Afganistan	65,290,442	19.84
3	BAE	23,404,801	7.11
4	Pakistan	19,890,888	6.05
5	Türkmenistan	19,357,872	5.88
6	Ermenistan	12,747,528	3.87
7	Almanya	11,796,191	3.58
8	Çin	7,742,823	2.35
9	Hindistan	7,440,163	2.26
10	Kazakistan	7,112,019	2.16
19	Türkiye	3,980,515	1.21

İran resmi istatistikleri 1402 yılına aittir. (21 Mart 2023-19 Mart 2024)

İstatistikler, 57. Fasılın tamamını kapsamaktadır.

2.3. Halı Sektöründe İranın En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler

İran istatistiklerine göre, İran halı sektöründe son derece düşük değerlerde ithalat gerçekleştirmektedir:

GTİP	İthalat Değeri (\$)	Türkiye'den İthalatı (\$)	Türkiye'den İthalatının Payı (%)
57049090	9,339	6,128	65.62
57029200	4,321	719	16.64

İstatistikler 1402 yılına aittir.(21 Mart 2023-19 Mart 2024)
İstatistikler, 57. Fasılın tamamını kapsamaktadır

2.4. Halı Sektöründe İranın En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler

İran istatistiklerine göre, 57. Fasılda yer alan halı türü eşya ihracatının GTİPlere göre gerçekleşen değerleri aşağıda yer almaktadır:

GTİP	İhracat Değeri (\$)	Türkiye'ye İhracatı (\$)	Türkiye'ye İhracatının Payı (%)
57029200	225,883,720	3,754,559	1.66
57011090	33,712,806	95,263	0.28
57050090	25,181,249	113,362	0.07
57049010	20,882,912	15,280	
57029990	12,351,610	0	
57021010	2,553,524	0	
57011010	2,334,896	0	
57019000	1,839,635	0	
57029110	1,813,985	0	
57050010	625,639	0	

İstatistikler 1402 yılına aittir.(21 Mart 2023-19 Mart 2024)
İstatistikler, 57. Fasılın tamamını kapsamaktadır

3. Halı Sektöründe Ülkemizden İran'a İhracat

2018 yılında ABD'nin nükleer anlaşmadan çekilerek İran'a yeniden yaptırımlar uygulamaya başlaması nedeniyle İran ithalat rejiminde kapsamlı değişiklikler yapmıştır. Bu tedbirlerden biri de ithalat kısıtlamalarıdır: Ülke içinde üretimi yapılan veya zaruri görülmeyen malların ithalatı yasaklanarak döviz çıkışı en aza indirilmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda, 57. Fasılda yer alan bir çok halı cinsi eşyanın ithali yasaklanmıştır.³

Dünyada halı ihracatında ülkemiz Çin'den sonra, yaklaşık 3 milyar \$ değer ile 2. sırada yer almaktadır. Ancak, gerek İranın önemli bir halı üreticisi olması gerekse İran'ın uyguladığı dış ticaret politikaları nedeniyle İran'a olan halı ihracatımız mütevazı değerlerde seyretmektedir.

³ Söz konusu yasaklara ilişkin ayrıntılı bilgi için <https://ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/guney-asya/iran/raporlar/musavirlik-raporlari/iranin-ithalat-ve-kambiyo-duzenlemeleri> adresinde yer alan raporlara bakınız.

GTİP		Ürün Adı (1.000 \$)	2020	2021	2022	2023	2024
1	570242	Dokunmuş halılar ve yer kaplamaları; sentetik ve suni dokumaya elverişli maddelerden, hav yapısında,	24,492	9,766	18,011	27,554	33,459
2	570330	Suni/sentetik tufte halı (yer kaplamaları)	8,593	628			
3	570320	Naylon/diğer poliamidlerden tufte halı (yer kaplamaları)	819	798			
4	570250	Dokunmuş halılar ve yer kaplamaları; dokumaya elverişli maddelerden, hav yapısında olmayan, hazır eşya halinde olmayanlar	578	169	384	18	
5	570339	Halılar ve diğer yer kaplamaları; sentetik veya suni dokumaya elverişli diğer maddelerden, tufte edilmiş			403	539	146

Kaynak: Ticaret Bakanlığı İstatistikleri (1.000 \$)

4. Halı Sektöründe İhracat Yoluyla İran Pazarına Giriş

İhracat yoluyla İran pazarına giriş için sektör yapısının doğru bir şekilde anlaşılması gerekmektedir. İran halı piyasası iki ayrı kategoriye ayrılmaktadır: Ülke içinde güçlü destek politikaları ve özel bir kültürel-ekonomik konuma sahip olan el dokuması halılar ile sanayi ve rekabet esasına dayalı makine halıları. El dokuması halıların, yerli üreticilerin köklü konumu, özgün yapısı sebebiyle yurt dışından halı ithali pek mümkün görülmektedir.

Buna karşılık, güçlü yerli üreticilere rağmen İran makine halısı pazarı tasarımda yenilikçilik, kalite ve modern pazarlama stratejileri gibi unsurlar üzerinden (yukarıda değinilen ithalat yasaklarının kalkması halinde) rekabet için fırsatlar sunmaktadır. Türkiye, yüksek üretim kapasitesi, ileri teknoloji kullanımı ve küresel tasarım trendlerine erişim avantajıyla bu segmentte önemli bir aktör olarak öne çıkabilir. Bu pazara giriş stratejisi, özellikle genç neslin zevk ve beklentilerine uygun modern tasarımlar alanındaki boşlukları dolduracak ürünlerin sunumuna odaklanmalıdır. Başarı ise uygun yerel iş ortaklarının seçilmesine, gümrük ve yasal süreçlerin derinlemesine anlaşılmasına ve hedef odaklı bir pazarlama planının etkin biçimde uygulanmasına bağlıdır.

Öte yandan, halı sektöründe nihai ürün olan halının haricinde, halı endüstrisine dönük makine aksamı ile üretim girdilerinin de ihracat için bir seçenek olarak görülmektedir. Şöyle ki, İrana uygulanan ambargolar sonucu sermaye ve yatırım malı temininde zorluklar yaşanmaktadır. Ayrıca yerli üretimini güçlendirme amacıyla İran yatırım altyapısını ve üretim kapasitesini artırmak istemekte ve teknolojisini yenileme ihtiyacı duymaktadır. Bu sebeplerle halı endüstrisinde kullanılan makine aksam ve parçalarına ve bunları yenilemeye; ayrıca halı üretiminde kullanılan hammadde teminine ihtiyacı duymaktadır. Bu itibarla, sektöre ilişkin planlaması olan üreticilerimiz için halının kendisinin yanı sıra, halı sanayii makina aksam ve parçaları ile hammaddesi bir fırsat olarak gözönünde bulundurulmalıdır.

4.1. Halı Sektörü İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

İran'ın makine halısı sanayisi belirli bölgelerde yoğunlaşmıştır. Ülkenin başlıca üretim merkezleri olan Kaşan ile Aran ve Bidgol, çok sayıda büyük ve küçük ölçekli fabrikanın faaliyet gösterdiği temel üretim üsleri olarak tanınmaktadır. Bunun yanı sıra Meşhed, Yezd, İsfahan ve Tahran da önemli üretim merkezleri arasında yer almaktadır. Bu coğrafi yoğunlaşma hammadde tedarikçilerini, nitelikli iş gücünü ve dağıtım ağlarını kapsayan bütünleşik bir sanayi ekosistemi meydana getirmiştir.

Tüketim Merkezleri ve Hedef Pazarlar:

Üretim belli şehirlerde toplanmış olsa da, tüketim ülke geneline yayılmıştır. Özellikle nüfus yoğunluğu yüksek ve alım gücü daha fazla olan büyükşehirler öne çıkmaktadır. Bu çerçevede, Türkiye'den ihracat yapmayı planlayan bir firma için hedef bölgeler, başlıca tüketim merkezleri olmalıdır.

Başkent ve ülkenin en büyük ekonomik ve nüfus merkezi olarak Tahran, birincil ve öncelikli pazardır. Şehir, en yüksek alım gücüne sahip olmasının yanı sıra “Şehr-e Farsh” ve “Agha-ye Farsh” gibi büyük zincir mağazalara ev sahipliği yapmaktadır.

İsfahan, Meşhed, Tebriz ve Şiraz gibi büyük şehirler ikinci derecede önemli pazarları oluşturmaktadır. Bu şehirler, kalabalık eyaletlerin merkezleri olarak dikkat çekmekte ve halı dâhil çeşitli tüketim ürünlerine yönelik ciddi talep barındırmaktadır.

Dağıtım stratejisinin, üretimin yoğunlaştığı bölgelerdeki sert toptan rekabet yerine tüketim merkezlerine yönelmesi, Türk firmalarına daha uygun olacaktır.

El Dokuması halıda ise üretim çok daha dağınık olup, her bölge kendine özgü desen, stil ve dokuma tekniğiyle tanınmaktadır. Başlıca Merkezler: Tebriz, İsfahan, Kaşan, Kum ve Kerman, dünyanın en seçkin ve en tanınmış el dokuması halılarının üretim merkezleri arasında yer almaktadır. Bu bölgelerden çıkan halılar, uluslararası ölçekte kalite ve otantiklik açısından kıstas kabul edilmektedir.

Diğer Önemli Bölgeler: Meşhed, Nain, Yezd ile birlikte Türkmen Sahrası ve Çehar Mahal-Bahtiyari gibi göçebe bölgeler de özgün tarzlarıyla ülkenin el dokuması halı üretiminde dikkate değer bir paya sahiptir.

4.2. Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

4.2.1. Makine Halısı Sektöründe Önde Gelen Şirketler

İran'ın makine halısı pazarı, birkaç büyük ve köklü markanın hakimiyeti altındadır. Aşağıdaki tabloda bu firmalar ilişkin bilgiler verilmiştir. Bazı şirketler, özgünleri ve yenilikçilikleriyle öne çıkmaktadır. Örneğin Negin Meşhed kabartmalı desenli halıların üretiminde öncülerden biri olarak kabul edilmektedir.

Tablo 3: İran Makine Halısı Sektöründe Önde Gelen Şirket Profilleri

Şirket Adı	Şehir/Eyalet	Temel Uzmanlık Alanları	Açıklama
Mohtasham Halı	Kaşan, İsfahan	Geniş desen çeşitliliği, yaygın dağıtım ağı	En güçlü ve popüler markalardan biri
Kaytran Halı	Kaşan, İsfahan	Güçlü tasarım	Yenilikçi ve öncü marka
Meşhed Halı	Meşhed, Horasan	Çok eski ve köklü marka, yüksek kalite	İlk üç büyük ve tanınmış marka
Setare Kavir Yezd	Yezd	Uzun geçmişe sahip, kaliteli ve sevilen marka	Yezd ilinde öncü marka
Soleyman Halı	İsfahan	Özel mağaza zincirleri, ihracat odaklı	Uluslararası pazarda güçlü marka
Beheşti Halı	Tahran	Modern ve klasik tasarımlar, çok sayıda şube	Tahran ve büyük şehirlerde güçlü marka
Negin Meşhed	Meşhed, Horasan	Kabartmalı desenli halılarda öncü	Yenilikçi ve saygın marka

Bu firmalar teknik açıdan oldukça ileri düzeydedir. Son teknoloji dokuma makineleri ve yüksek kaliteli hammaddeler kullanmaktadır. Ayrıca birçoğu ihracat pazarlarında da yer almakta olup uluslararası düzeyde rekabet edebilme kapasitesine sahiptir.

Ancak, iç pazardaki yoğun rekabet ortamında, yalnızca fiyat üzerinden rekabet etmek yabancı bir şirket için oldukça zor olacaktır. Pazar analizi, mevcut desen çeşitliliğine rağmen pek çok halı modelinin birbirine benzer kalıpları tekrarladığını göstermektedir. Bu durum stratejik bir boşluk yaratmaktadır.

İhracatçılar için en büyük rekabet avantajı, tasarımdaki yenilik ve yeni koleksiyonları hızla piyasaya sunma kabiliyeti olacaktır. Küresel iç mimari trendlerinden faydalanarak, minimalist, İskandinav, soyut veya modern çizgilere sahip koleksiyonlar geliştirilip, yerel rakiplerden daha hızlı pazara sunulabilir. Böylelikle, özellikle genç kuşak ve kentli tüketicilerin değişen zevklerine daha iyi cevap verilebilir. Dolayısıyla asıl rekabet sahası fabrika üretiminde değil, tasarım stüdyosunda olacaktır.

4.2.2. El Dokuması Halı Pazar Yapısı

Bu pazar son derece dağınık bir yapıdadır ve ev tezgahlarında dokuyan bireysel zanaatkarlardan, küçük ve orta ölçekli atölyelere, büyük ve tarihi ihracatçı firmalara (özellikle Tebriz’de) kadar pek çok aktörü kapsamaktadır. Bu segmentte “marka” esas olarak belirli bir şirket adı değil, üretim şehri veya bölgesinin adıyla (örneğin Tebriz Halısı veya İsfahan Halısı) özdeşleşmektedir.

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

İran pazarına giriş ve ticari ağların oluşturulması sürecinde, ilgili sanayi dernekleri ve meslek birlikleriyle temas kurmak son derece önemlidir. Bu kurumlar, güvenilir iş ortaklarının bulunması, sektörel bilgilerin edinilmesi ve iş ortamının daha iyi anlaşılması açısından değerli

kaynaklar niteliğindedir. El dokuması ve makine halısı ile ilgili kurumların ayrıştırılması büyük önem taşır; zira faaliyet alanları ve üye profilleri birbirinden farklıdır.

Bu sektördeki kurumsal ekosistem açık biçimde iki ana kola ayrılmıştır: El dokuması halı ve makine halısı. Devlet, İran Milli Halı Merkezi aracılığıyla esasen el dokuması halının kültürel boyutu ve ihracatı üzerinde yoğunlaşırken; makine halısı sanayisi ise ağırlıklı olarak güçlü özel sektör dernekleri tarafından temsil edilmektedir.

Devlet Kurumları

İran Milli Halı Merkezi (INCC): El dokuması halının politika geliştirme, planlama, destek ve denetiminden sorumlu temel devlet kurumu. Yakın zamanda Sanayi, Maden ve Ticaret Bakanlığı bünyesinde yeniden yapılandırılan merkez, el halısının sanatsal ve kültürel yönlerinin korunması ile ihracatının geliştirilmesine odaklanmaktadır.

Sanayi, Maden ve Ticaret Bakanlığı: Ülke sanayisinin tamamından sorumlu ana bakanlık olup, tekstil ve halı sektörünü de kapsayan genel ticaret ve sanayi mevzuatını düzenlemektedir.

Makine Halısı ile İlgili Dernek ve Birlikler

İran Tekstil Sanayicileri Derneği: Tüm tekstil sektörünü temsil eden geniş kapsamlı bir dernek olmakla birlikte, özellikle Kaşan merkezli büyük makine halısı üreticilerinin etkin rolü nedeniyle bu alandaki politika ve karar süreçlerinde önemli bir etkiye sahiptir.

Makine Halısı Üreticileri Birliği: Doğrudan makine halısı üreticilerinin çıkarlarını hükümet ve diğer kurumlar nezdinde temsil eden uzmanlaşmış bir meslek kuruluşudur.

El Dokuması Halı ile İlgili Dernek ve Birlikler

İran El Dokuması Halı Üretici ve İhracatçıları Birliği: Ülke çapında faaliyet gösteren ve üretim ile ihracata odaklanan ulusal bir birliktir.

Tahran El Dokuması Halı Üretici ve Satıcıları Birliği: Başkent piyasasında güçlü etkiye sahip en önemli bölgesel birliklerden biridir.

Doğu Azerbaycan El Dokuması Halı İhracatçıları Birliği: Tebriz merkezli olup, ülkenin başlıca üretim ve ihracat merkezlerinden birinde etkin rol üstlenen önemli bir kuruluştur.

Kurum Adı	Alan	Temel Rol	Web Sitesi	Telefon / E-Posta
İran Milli Halı Merkezi (Iran National Carpet Center)	Devlet / El dokuması	Politika geliştirme, destek, denetim	incc.ir	+98-21-22142730 / info@incc.ir
İran Tekstil Sanayicileri Derneği (Iran Textile Industries Association)	Makine	Lobicilik, stratejik planlama	aiti.ir / aiti.org.ir	*

İran El Dokuması Halı Üretici ve İhracatçıları Birliği	El dokuması	Üretici ve ihracatçıların temsili	ircpe.com	+98-21-55634343 / carpetunion1@gmail.com
Tahran El Dokuması Halı Üretici ve Satıcıları Birliği	El dokuması	Tahran piyasasında mesleki temsil	tehranrug.com	-55802130
Doğu Azerbaycan El Dokuması Halı İhracatçıları Birliği	El dokuması	Tebriz'de ihracatçıların temsili	acea.ir	info@acea.ir

4.2.4. İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

İran, dünyanın en büyük halı üreticilerinden biri olduğundan, "halı ithalatçısı şirket" kavramı yaygın ve merkezi bir şekilde mevcut değildir. Pazarın büyük çoğunluğunu üretici ya da yerli ürünlerin dağıtıcıları oluşturmaktadır. Bu nedenle yabancı bir şirketin, "ithalatçılar" yerine "dağıtım ortakları" araması gerekmektedir. Bu ortaklar dağıtım firmaları, büyük toptancılar veya ürün portföylerine modern ithal halıları eklemek isteyen zincir mağazalardır.⁴

4.2.5. Potansiyel İş Ortaklarını Belirlemek İçin Başlıca Kaynaklar

Fuar katılımcıları: En önemli kaynak, Tahran Uluslararası Makine Halısı Fuarı katılımcılarıdır. Sektörün en büyük üreticilerini, dağıtıcılarını ve perakendecileri bu fuarlara katılmaktadır. El dokuması halı fuarı da pazarın önde gelen aktörlerini tanımak için faydalıdır.

Birlikler ve sektör dernekleri: Makine Halısı Üreticileri Birliği kayıtlı ve güvenilir üyelerinin listesini sunabilmektedir.

Ticari veri tabanları: Bazı şirketler, alıcıların ve pazar aktörlerinin listelerini belirli bir ücret karşılığında sunduklarını iddia etmektedir. Ancak bu bilgilerin doğruluğu ve kalitesi satın almadan önce dikkatle değerlendirilmelidir.

Önerilen strateji: Uygun iş ortağını bulmanın en etkili yolu, Tahran Makine Halısı Fuarı'na katılmaktır. Bu etkinlik, dağıtım şirketleri ve zincir mağazaların yöneticileriyle yüz yüze görüşme imkanı sağlamaktadır. Buradaki hedef, halihazırda yerli ürünlerin dağıtımını yapan, ancak ürün portföylerini modern ve ithal tasarımlarla çeşitlendirmeyi amaçlayan şirketleri tespit etmek olmalıdır.

4.3. Halı İthalatında Zorunlu Belgeler

İran'a mal ithalatı süreci, makine halısı dahil olmak üzere, standart bir dizi belgenin hazırlanmasını ve sunulmasını gerektirmektedir. Bu süreç, her ne kadar tüm mallar için genel hatlarıyla benzer olsa da, yüksek düzeyde dikkat ve İran'da deneyimli bir ticari ortak ile yakın işbirliği gerektirir. Bu noktada, **İranlı ithalatçı** sürecin ülke içindeki adımlarını üstlenen asli aktördür.

⁴ , Firma listelerine <https://ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/guney-asya/iran/raporlar/musavirlik-raporlari/firma-listeleri> sayfasından ulaşabilirsiniz.

Gerekli temel belgeler aşağıda sıralanmaktadır:

1. **Ticaret Kartı (Karte Bazargani / Commercial Card):** İranlı ithalatçı firmanın, İran Ticaret Odası'ndan alınmış geçerli bir Ticaret Kartı'na sahip olması zorunludur. Bu belge, her türlü ithalat faaliyetinin ilk ve en temel ön şartıdır.
2. **Proforma Fatura (Proforma Invoice):** İhracatçı tarafından düzenlenen ve malın tüm ayrıntılarını, fiyatı, ödeme ve teslim şartlarını içeren belgedir.
3. **Sipariş Kaydı (Order Registration):** Mal sevkiyatından önce, İranlı ithalatçı proforma faturaya istinaden, siparişi “**İran Entegre Ticaret Sistemi (NTSW / Samaneh Jame'e Tejarat)**” üzerinden kaydederek mal giriş iznini almakla yükümlüdür. Bu, İran içindeki en kritik aşamalardan biridir.
4. **Ticari Fatura (Commercial Invoice):** Sipariş kesinleştğinde, ihracatçı tarafından düzenlenir.
5. **Menşe Şahadetnamesi (Certificate of Origin):** Türkiye Ticaret Odası tarafından düzenlenen ve malın üretildiği ülkeyi teyit eden belgedir.
6. **Paketleme Listesi (Packing List):** Her paketin içeriğini, net ve brüt ağırlıklarını, paket ölçülerini ayrıntılı şekilde belirten ve gümrük muayenesi için gerekli olan belgedir.
7. **Taşıma Belgesi (Konşimento / Bill of Lading veya CMR):** Nakliyecisi firma tarafından düzenlenir ve malın taşıma sürecindeki mülkiyetini gösterir.
8. **Gözetim Belgesi (Certificate of Inspection):** İran Merkez Bankası'nın düzenlemeleri veya alıcının talebi doğrultusunda, yükleme öncesi gözetimin zorunlu olduğu durumlarda, uluslararası gözetim firmaları tarafından düzenlenir.

Herhangi bir eksiklik veya gecikme, ithalat sürecinin tamamen durmasına yol açabileceğinden, İranlı ortağın ticaret ve gümrük sistemlerinde yeterli tecrübe ve yetkinliğe sahip olup olmadığının dikkatle değerlendirilmesi büyük önem taşımaktadır.

Yukarıda belirtilen belgeler ve süreçler, İran mevzuatı ve uluslararası ticaret kurallarına uygun olarak güncellenebilir. Resmi başvurular öncesi ilgili kurumlardan teyit edilmesi önerilir.

4.4. Sevk Öncesi İnceleme Zorunluluğu

İran'a mal ithalatında, yükleme öncesi gözetim (PSI) zorunluluğu genel bir kural olmayıp, çeşitli etkenlere bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Mevcut kaynaklarda, ticaret sürecinde gözetim şirketlerinin rolünden bahsedilmekte ise de, makine halısı için bu uygulamanın kesin olarak zorunlu olduğu açıkça belirtilmemektedir.

Genellikle, PSI zorunluluğu İran'daki İran Merkez Bankası veya İran Ulusal Standardizasyon Kurumu tarafından belirlenir. Bu karar çoğunlukla aşağıdaki hususlara dayalı olarak alınmaktadır:

Yük Değeri: Yüksek değerli sevkiyatlarda gözetim zorunluluğu olasılığı artmaktadır.

Ödeme Yöntemi: Ödeme akreditif (Letter of Credit – LC) yoluyla yapılacaksa, bankalar çoğunlukla gözetim sertifikasını zorunlu belgelerden biri olarak talep etmektedir.

Malın Türü: Bazı hassas ürünlerde veya zorunlu standartlara tabi mallarda gözetim şart koşulabilmektedir.

Tarafların Mutabakatı: İranlı ithalatçı, satın alınan malın kalitesinden emin olmak amacıyla, yükleme öncesi gözetimi sözleşmeye dahil edebilmektedir.

Her ne kadar mevcut kaynaklarda PSI zorunluluğu açıkça teyit edilmemiş olsa da, ihracatçı şirket, İranlı iş ortağı ile müzakerelerin ilk aşamalarında konuyu net bir şekilde ortaya koymalıdır. İranlı ortak, en güncel düzenlemeleri İran Merkez Bankası ve İran Ulusal Standardizasyon Kurumu'ndan teyit etmelidir.

Gözetim talep edilmesi durumunda en uygun çözüm, hem uluslararası itibara sahip hem de İran tarafından onaylı şirketler listesindeki (<https://en.inso.gov.ir/portal/home/?821993/List-of-Inspection-Companies>) bir gözetim firması ile çalışmaktır. Bu yaklaşım, gözetim sertifikasının İran gümrük makamları tarafından kabul edilmesi sürecinde doğabilecek olası sorunların önüne geçecektir.

4.5. Önemli Fuarlar ve Tarihleri

Ticaret fuarlarına katılım, pazara giriş, ağ kurma, rakipleri değerlendirme ve ürünlerin sergilenmesi için en etkili yoldur. İran'da, makine halısı ve el halısı için ayrı ve büyük ölçekli iki fuar düzenlenmektedir. Her ikisi de yabancı bir ihracatçı için önem taşımakta olup farklı amaçlara hizmet etmektedir.

4.5.1. Ticaret İçin Kilit Fuar: Makine Halısı

Yabancı bir şirket açısından en önemli etkinlik, Tahran Uluslararası Makine Halısı, Zemin Kaplamaları, Halıfleks ve İlgili Sanayiler Fuarıdır. Bu fuar her yıl düzenlenmekte olup İran'daki sektörün en büyük buluşma noktasıdır.

- Genellikle sonbaharda (Ekim ayı) düzenlenir.
- Yer: Tahran Uluslararası Fuar Merkezi (Çemran Otoyolu, Seul Caddesi).
- Önemi: En yeni ürün ve teknolojilerin tanıtımı için ideal bir platform olup, İranlı üretici, distribütör ve ihracatçılarla doğrudan görüşme imkanı sunar.

4.5.2. Bilgi Ve İlham İçin Kilit Fuar: El Dokuması Halı

Tahran Uluslararası El Halısı Fuarı, el halısı alanında dünyanın en büyük etkinliğidir. Bu pazar yabancı şirketin doğrudan hedefi olmasa da ziyaret edilmesi tavsiye edilmektedir.

- Genellikle yaz sonu (Ağustos/Eylül) döneminde düzenlenir.
- Yer: Tahran Uluslararası Fuar Merkezi.
- Önemi: İran el halısının sanatı, desenleri, renk kombinasyonları ve kalite standartlarına ilişkin derin bir bakış sağlar. Bu bilgiler, hedef pazara yönelik “İran ruhunu” taşıyan yeni makine halısı koleksiyonlarının tasarımında değerli bir ilham kaynağı olabilir.

Özet Tablo – İran’daki başlıca halı fuarları:

Fuar Adı	Odak Alanı	Yer	Tarih (Yaklaşık)	Türkiye’li İhracatçı için Önemi
Tahran Uluslararası Makine Halısı Fuarı	Makine Halısı	Tahran Uluslararası Fuar Merkezi	Ekim	Hayati: Distribütörlerle görüşme, rakip analizi, gelecek katılımlar için planlama
Tahran Uluslararası El Halısı Fuarı	El Halısı	Tahran Uluslararası Fuar Merkezi	Ağustos Eylül	Çok Önemli: Pazar bilgisi, zevk analizi, desen ve renk ilhamı, trend analizi
Bölgesel Fuarlar (İsfahan, Meşhed, Tebriz vb.)	El ve Makine Halısı	İlgili illerin fuar merkezleri	Yıl boyunca değişken	Önemli: Bölgesel pazarların anlaşılması, yerel distribütörlerle bağlantı (ikincil öncelik)

İran’da düzenlenen diğer fuarlarla ilgili bilgilere aşağıdaki bağlantılardan ulaşılabilir.

- Genel Fuarlar <https://iranfair.com/en>
- Tahran Uluslararası Fuarı <https://calendar.iranfair.com/en/>
- İsfahan Uluslararası Fuarı <http://english.isfahanfair.ir>
- Tebriz Uluslararası Fuarı <http://tabrizfair.ir/Default.aspx>
- Meşhed Uluslararası Fuarı <http://expo.ir/en/>

4.6. İran-Türkiye Tercihli Ticaret Anlaşması (TTA)

Türkiye ve İran arasında 1 Ocak 2015 tarihinde yürürlüğe girmiş olan Tercihli Ticaret Anlaşması (TTA) kapsamında, ülkemiz İran’dan 125 sanayi ürünüde taviz almış olup 140 tarım ürünüde İran’a tercihli tarife uygulamaktadır. Ancak, maruz kaldığı yaptırımlar nedeniyle İran, TTA kapsamındaki ülkemizin taviz almış olduğu 140 üründen 67’sine 2018 yılından beri ithalat kısıtlaması uygulamaktadır.

Anlaşmaya dahil ürünler listesi incelendiğinde, halının (hem el dokuması hem makine üretimi) genel olarak kapsam dışında olduğu görülmektedir; ancak listede yalnızca Türkiye menşeli ve İran’a ihraç edilen tek bir GTİP kodu - 570242 - bulunmaktadır. Mevcut Tercihli Ticaret Anlaşmasında halı sektörüne ilişkin bir GTİP eşyanın varlığı, halı sektörü üzerinde doğrudan ve kayda değer bir etkisinin bulunmadığı değerlendirilmektedir. Sektör paydaşları açısından anlaşmayı stratejilerinin temeli olarak görmek uygun olmayacaktır. Bununla birlikte, ileride yapılacak yeni veya revize edilmiş bir anlaşmaya halının dahil edilmesi durumunda sektör için stratejik bir fırsat doğabilecektir.

4.7. Sektörde Standartlar

İran’a mal girişinde ulusal standartlara uyum zorunludur. Bu standartların hazırlanması ve uygulanmasının denetlenmesinden sorumlu kurum, İran Ulusal Standartlar Kurumu’dur (ISIRI).

Makine halıları için ithalatçıların eksiksiz olarak uyması gereken zorunlu ve temel standart mevcuttur.

4.7.1. Zorunlu Temel Standart

İran Ulusal Standardı No. 1360 (ISIRI 1360): “Tekstil yer döşemeleri – Makine halıları teknik özellikler ve etiket bilgileri” başlığını taşımakta olup bu alandaki en önemli yasal belgedir. Yüksek Standartlar Konseyi kararına göre, makine halılarında etiketleme bu zorunlu standardın kapsamına girmektedir. Söz konusu standart son olarak 2021 yılında revize edilmiş olup, ürün etiketinde yer alması gereken teknik şartlar ve bilgi unsurlarını ayrıntılı biçimde düzenlemektedir.

4.7.2. Diğer İlgili Standartlar

Temel standardın yanı sıra, halının çeşitli teknik boyutlarını kapsayan ve bu sektördeki ayrıntı düzeyini ortaya koyan diğer standartlar da bulunmaktadır:

- **Teknik özellikler:** Kalınlık, yük altında kalınlık azalması, yıkama ve ışığa karşı renk haslığı gibi özelliklerin ölçümüne ilişkin standartlar mevcuttur.
- **Hammadde:** Makine halısı üretiminde onaylı sentetik lifler akrilik, polyester ve polipropilen’dir.
- **Standart ölçüler:** İran’da makine halıları 12 m² (3×4 m), 9 m² (2.5×3.5 m) ve 6 m² (2×3 m) gibi standart boyutlarda üretilmekte ve piyasaya sunulmaktadır.
- **El halısı standartları:** ISIRI 1240 gibi el yapımı yün halılara ilişkin standartlar da mevcuttur. Bu standartlar doğrudan makine halılarını kapsamasa da, İran halıcılık endüstrisinin genel olarak yüksek düzeyde standardizasyona tabi olduğunu göstermektedir.

İran’a makine halısı ihraç etmek isteyen her şirket için ISIRI 1360 standardına tam uyum yasal ve tartışılmaz bir zorunluluktur. İhracatçı şirket, bu standardın tam metnini temin etmelidir.

4.8. Sektörde Etiketleme

Makine halılarında doğru ve eksiksiz etiketleme İran Ulusal Standardı No. 1360 uyarınca zorunludur. Bu etiket yalnızca bir pazarlama aracı değil, aynı zamanda tüketici haklarını korumaya yönelik yasal bir bilgi belgesidir.

Bu standardın gerekleri doğrultusunda ve el dokuması halılar için belirlenen ISIRI 1240 standardına benzer şekilde, İran’a ithal edilen her bir makine halısının arkasında kalıcı bir etiket bulunması zorunludur. Bu etiket Farsça ve İngilizce dillerinde, okunabilir ve dayanıklı şekilde aşağıdaki bilgileri içermelidir:

1. **Halı Türü:** Açıkça “Makine Halısı” ibaresi yazılmalıdır.
2. **Desen Adı:** Halının desen veya model adı/kodu.
3. **Üretim Ülkesi:** “Örneğin: Türkiye’de üretilmiştir.”
4. **Üretici Firma Adı ve Markası:** Şirketinin ticari adı ve logosu.
5. **Ölçüler:** Halının boy ve en ölçüleri (santimetre cinsinden, örn. 300×200 cm).
6. **İplik Cinsi:** Kullanılan hammaddelerin bileşimi yüzde oranıyla belirtilmelidir:
 - Hav İpliği (tüy): örn. “%100 Isıl İşlem Görmüş Akrilik”
 - Çözümlü İpliği: örn. “Polyester ve Pamuk”

- Atkı İpliği: örn. “Jüt”
- 7. **Dokuma Teknik Özellikleri:**
 - **Şane (en yoğunluğu):** Metre başına düşen ilmek sayısı
 - **Yoğunluk (boy yoğunluğu):** Metre başına ilmek sayısı
 - **Toplam ilmek sayısı:** m² başına toplam düğüm sayısı
- 8. **Hav Yüksekliği:** Tüy yüksekliği (mm cinsinden).
- 9. **Renk Haslığı:** Yıkama, sürtünme ve ışığa karşı renk dayanıklılık derecesi.
- 10. **Bakım ve Yıkama Talimatları:** Halının doğru temizlenmesi ve yıkanmasına dair açık yönergeler.
- 11. **Standart İşareti:** (İran Ulusal Standard Kurumu’ndan sertifika alınmışsa).

4.9. Sektörde Ambalajlama

Halıların uygun şekilde paketlenmesi, özellikle uluslararası taşımacılıkta, ürünün nihai müşteriye ulaşınca kadar kalitesinin ve bütünlüğünün korunmasında hayati bir rol oynamaktadır. Uygun olmayan paketleme kırılma, kalıcı kırıksıklık, nemlenme ve kirlenme gibi telafisi mümkün olmayan hasarlara yol açabilir. İran’da ve uluslararası düzeyde geçerli olan standart halı paketleme yöntemleri aşağıda özetlenmiştir:

Temel Yöntem: Rulo Yapma

- Halı kesinlikle katlanmamalıdır. Katlama, özellikle yüksek yoğunluklu (sıklığı fazla) halılarda, yapıda kalıcı kırılma izleri bırakır ve ipliklere zarar verebilir.
- Halı, hav ve yüzey kısmı içe gelecek şekilde düzgün ve sıkı bir silindir formunda rulo yapılmalıdır. Bu yöntem, halının havını aşınma ve kirlenmeye karşı korur.

Koruyucu Katmanlar

- Rulo yapıldıktan sonra halı birkaç koruyucu katmanla sarılmalıdır.
- **İç katman:** Halının yüzeyiyle doğrudan sürtünmeyi önlemek için yumuşak bir kumaş veya özel ambalaj kağıdı kullanılmalıdır.
- **Orta katman (nem ve darbe önleyici):** Halı rulosunun, nem, toz ve olası darbelerden korunması amacıyla kalın naylon, streç film veya balonlu naylon ile tamamen kaplanması zorunludur. Halı ambalajında kullanılan naylon kalınlığı genellikle 200–250 mikron aralığında önerilmektedir.
- **Dış katman (nihai koruma):** Uluslararası taşımacılıkta, ek koruma için plastik veya jüt çuval gibi sağlam bir kılıfla kaplanması tavsiye edilmektedir

4.10. Lojistik

İran ile Türkiye’nin sınır komşusu olması ve uygun kara yolu altyapısına sahip bulunması, iki ülke arasındaki lojistik ve taşımacılık faaliyetlerine yüksek bir verimlilik kazandırmaktadır. Uygun taşıma yönteminin seçilmesi, toplam maliyet ve teslimat süresi üzerinde doğrudan etkili olmaktadır.

Başlıca Lojistik Koridorları:

Kara Yolu: İki ülke arasında uzun kara sınırının bulunması sebebiyle kara yolu taşımacılığı, ticarete en temel ve ekonomik yöntem olarak öne çıkmaktadır.

Başlıca sınır kapıları:

1. **Gürbulak – Bazargan Gümrük Kapısı:** İki ülke arasındaki en önemli, en yoğun ve en donanımlı ticaret kapısıdır. TIRlar dahil her türlü aracın 24 saat geçişine açıktır.
2. **Kapıköy – Razi Gümrük Kapısı:** Bu kapı daha çok demir yolu taşımacılığı ve yolcu geçişi için kullanılmaktadır; kara yolu yük taşımacılığına uygun değildir.
3. **Esendere – Sero Gümrük Kapısı:** Kara yolu taşımacılığı için açık olan bu kapı, ağır tonajlı yükler için de uygundur.

Demir Yolu: Kapıköy – Razi hattı, özellikle hacimli ve dökme yükler için uygun bir alternatif oluşturmaktadır.

Deniz Yolu: Türkiye ile İran arasında doğrudan denizyolu taşımacılığı sınırlı ölçüde kullanılmaktadır. Bununla birlikte, Türkiye'nin güney limanlarından (Mersin, İskenderun) İran'ın güney limanlarına (örneğin Bender Abbas) yük taşımak mümkündür.

Hava Yolu Taşımacılığı En hızlı taşıma yöntemidir; ancak maliyeti oldukça yüksektir. Halı gibi hacimli ve toplu ticari yükler için uygun değildir. Daha çok küçük, değerli numunelerin gönderilmesi veya acil teslimatlar için tercih edilebilir.

Transit Süre ve Maliyet

Bir TIR yükü (FTL – Full Truck Load) için Türkiye'nin büyük şehirlerinden Tahran'a en az 5 gün sürmektedir. Parsiyel yükler için bu süre 7–10 güne çıkabilmektedir. Kara yolu taşımacılığı, hava yoluna kıyasla çok daha düşük maliyetlidir ve halı gibi hacimli/ ağır yüklerde tek ekonomik seçenek olarak değerlendirilmektedir.

Türkiye-İran hattında deneyimli ve güvenilir bir lojistik şirketiyle güçlü bir işbirliği kurmak, stratejik ve kritik bir adımdır. Bu şirketlerin, gümrük prosedürlerindeki uzmanlığı, fiziki taşıma kapasiteleri kadar önemlidir.

İran lojistik altyapısına ilişkin detaylı verilere ulaşmak için Müşavirliğimizce hazırlanan <https://ticaret.gov.tr/data/620ccaa213b87642c457ec12/%C4%B0ran%20Lojistik%20%C3%9C%20Raporu%202024.pdf> linkinde kayıtlı İran Ülke Lojistik Raporu'na müracaat edilebilir.

4.11. Dağıtım Kanalları

İran'da makine halısı dağıtım yapısı, geleneksel ve modern kanalların bir bileşiminden oluşmaktadır. Yeni bir ihracatçının pazarda en geniş kapsama ulaşabilmesi için çok kanallı bir strateji benimsemesi gerekmektedir.

Başlıca dağıtım kanalları şunlardır:

1. Geleneksel Kanal (Toptancılar ve Bağımsız Perakendeciler):

Bu yapı, İran'daki halı dağıtımının belkemiğini oluşturmaktadır. Bu modelde üreticiler, ürünlerini başlıca pazarlarda (örneğin Tahran Pazarı) faaliyet gösteren toptancılara satarlar. Toptancılar ise bu ürünleri ülke genelinde yaygın bağımsız perakende mağazaları ağına dağıtırlar. Bu kanal, özellikle küçük şehirlerde geniş coğrafi kapsama ulaşmak için kritik öneme sahiptir.

2. Modern Perakendecilik (Büyük Zincir Mağazalar):

Son yıllarda “Şehr Farş” ve “Ağay Farş” gibi büyük ve uzmanlaşmış zincir mağazalar, özellikle Tahran ve büyük metropollerde pazarda son derece güçlü aktörler haline gelmiştir. Geniş sergi alanları, yüksek pazarlama bütçeleri ve taksitli satış imkanları ile tüketici pazarının önemli bir bölümünü kendilerine çekmişlerdir. Bu zincirlerle iş birliği yapmak, marka bilinirliğini ve satış hacmini hızla artırabilir.

3. Doğrudan Tüketicilere Satış (D2C - Direct to Consumer):

Birçok büyük İranlı üretici, kendi showroom ve mağazalarını kurarak ve ayrıca çevrim içi mağazalar açarak doğrudan nihai tüketici ile temas kurmaktadır. Bu yöntem, markalaşma ve fiyatlandırma üzerinde daha fazla kontrol sağlamaktadır.

4. Çevrim İçi Pazar Yerleri (E-Ticaret Platformları):

Digikala gibi büyük platformlar, önemli bir satış kanalı haline gelmiştir. Bu konu bir sonraki bölümde ayrıntılı olarak ele alınacaktır.

Önerilen Dağıtım Stratejisi:

Pazara nüfuzu en üst düzeye çıkarmak ve riskleri azaltmak için üç yönlü bir yaklaşım tavsiye edilmektedir:

- 1. Ulusal ölçekte bir veya birkaç toptancı ile iş birliği:** Ülke genelindeki geleneksel perakendeci ağına hızlı erişim için.
- 2. Büyük zincir mağazalardan biriyle müzakere ve sözleşme:** Yoğun ziyaret edilen mağazalarda varlık göstermek ve onların pazarlama gücünden yararlanmak için. Bu, büyük bir stratejik kazanım olacaktır.
- 3. Güvenilir bir çevrim içi pazar yerinde varlık oluşturma:** Çevrim içi alışveriş yapan hızla büyüyen tüketici kesimine ulaşmak için.

4.12. E-Ticaret

İran'da e-ticaret pazarı hızla büyümekte olup, halı sektörü de bu eğilimden istisna değildir. Günümüz İran pazarında başarı hedefleyen her marka için çevrimiçi varlık önemli hale gelmiştir.

İran'daki Online Pazar Yerleri: İran'ın e-ticaret platformları arasında bir oyuncu, diğerlerinden açık farkla öne çıkmaktadır: **Digikala**. İran'ın en büyük ve en baskın çevrimiçi pazaryeri olup, İran pazarı için adeta Amazon'un karşılığıdır. Digikala makine halıları, el dokuması halılar ve diğer yer döşemeleri için özel bölümlere sahiptir. Platform İran markalarının ürünlerini sunmakta, tüketicilere fiyat karşılaştırması, kullanıcı yorumları ve teknik özelliklerin detaylı incelenmesi imkanı vermektedir.

Diğer platformlar: Digikala dışında birçok büyük halı markasının kendi çevrimiçi mağazaları bulunmaktadır (örneğin Kashan Carpet veya Shahr-e Farsh). Ayrıca Torob (<https://torob.com/>) gibi platformlar ise alışveriş arama motoru olarak faaliyet göstermektedir.

Strateji: İran'da çevrimiçi alıcıların büyük bir bölümüne ulaşabilmek için Digikala'da yer almak kritik öneme sahiptir. Bu platform, milyonlarca potansiyel müşteriye doğrudan erişim ve oturmuş ödeme-lojistik altyapısı sağlamaktadır. Türk şirketi, İranlı dağıtıcı ortağı aracılığıyla Digikala'ya resmi satıcı olarak kaydolmalı ve ürünlerini bu platform üzerinden sunmalıdır.

4.12.1. Ülkedeki Pazaryerleri

4.12.1.1. Fiziki Satış Pazarları

Geleneksel Çarşılar (El Dokuması Halının Kalbi)

Geleneksel çarşılar, özellikle Tahran Büyük Çarşısı, İran'da el halısı ticaretinin tarihi ve ekonomik merkezi olarak kabul edilmektedir. Bu çarşı yalnızca bir perakende satış noktası değildir; aynı zamanda sektörün “atan kalbi” olarak fiyatlandırma mekanizmasının ve ülke genelindeki eğilimlerin belirleyicisi konumundadır. Çarşıların yapısı tüccarlar, dükkan sahipleri, uzmanlar ve restorasyon ustalarından oluşan karmaşık bir ağ üzerine kuruludur. Bu ağ esasen özgün el dokuması halılar, ipek halılar ve antika parçalar üzerinde yoğunlaşmaktadır. Tebriz ve Hemedan gibi şehirlerdeki çarşılar da, bu bölgelerin halılarının dünya çapındaki ünü sayesinde, büyük öneme sahip olup hem turistler hem de uzman alıcılar için cazibe merkezleridir.

Yabancı bir marka açısından, özellikle makine halısı sektöründe, bu geleneksel ekosisteme girmek neredeyse imkansız ve faydasızdır. Çünkü bu pazarlar uzun vadeli ilişkiler, güven ve el halısı uzmanlığı üzerine inşa edilmiştir ve seri üretim makine halıları için uygun bir satış kanalı değildir.

Halı AVMLeri ve Modern Zincir Mağazalar (Makine Halısı)

Bu kanal, İran'da makine halısı satışının en önemli ve en stratejik kanalıdır. Bu alandaki başlıca aktörler olan Şehr Ferş ve Ağa-yı Ferş, iş modellerini şehir girişlerinde ve ana otoyol güzergahlarında yer alan çok geniş alanlı mağazalar üzerine kurmuşlardır. Onların başarı stratejisi üç ana eksen etrafında şekillenmektedir:

1. **Benzersiz ürün çeşitliliği:** Bu mağazalar, farklı İran markalarını, çeşitli tasarımları (klasik, modern, vintage, çocuk) ve farklı ilmek yoğunluktaki halıları tek çatı altında sunmaktadır.

2. **Yoğun pazarlama ve markalaşma:** Ulusal çapta bilinirlik (Brand Awareness) sağlamak amacıyla, yüksek bütçeli reklam yatırımları yaparak geniş kitlelere hitap eden medya kanallarında (IRIB televizyonları, şehir panoları) görünürlük ve güven elde etmişlerdir.
3. **Taksitli satış modeli:** İran'ın enflasyonist ekonomik koşullarında ve alım gücündeki daralma ortamında, esnek ödeme seçenekleri peşinatsız ve kefilsiz taksitli satış paketleri geliştirmişlerdir. Bu finansal strateji, fiyat engelini ortadan kaldırarak satışların ana itici gücünü oluşturmuştur.

Başlıca Oyuncular

- **Şehr Ferş:** Tahran'da ve kuzey bölgelerinde de şubeleri bulunan bu marka, üreticilerden yüksek hacimli doğrudan alım ve aracılığı ortadan kaldırma stratejisiyle rekabetçi fiyat sunabilmektedir. (<https://shahrfarsh.com/>)
- **Ağa-yı Ferş:** Tahran, İsfahan ve Meşhed'deki şubeleriyle hem makine halısı hem de el halısı alanında faaliyet göstermekte olup taksit imkanları sağlamaktadır. <https://www.iranmrcarpet.com/>
- **Saray-ı Ebrişim:** Geleneksel çarşı yapısını modern satış modeliyle harmanlayan bu merkez, "halı borsası" işlevi görmektedir. (<https://sarayeabrisham.com/>)

Mağaza Adı	Türü	Ürün çeşidi	Şube Sayısı	Şubelerin Konumu	Stratejik Özellikler
Şehr Ferş	Halı AVM	Çoğunlukla Makine Halısı	5+	Tahran, Mazenderan	Çeşitli taksit imkanı, yoğun reklam, fiyat garantisi
Ağa-ye Ferş	Zincir Halı AVM	Makine Ve El Dokuma	5+	Tahran, Meşhed, İsfahan, Kerec	Kurumlarla geniş taksit modelleri, marka çeşitliliği
Saray-ı Ebrişim	Halı İhtisas AVM	Makine Ve El Dokuma	2	Tahran (Çarşı, Pasdaran)	Halı borsası, toptan ve perakende satış
Beheştî Halı	Zincir Mağaza	Makine Halısı	Çok sayıda	Tahran ve ülke geneli temsilcilikler	Üretici marka, doğrudan satış ağı
İran Halı Şirketi A.Ş.	Zincir Mağaza	Sadece El Dokuma	6+	Tahran, Tebriz, İsfahan, Kirman vb.	otantiklik, en eski marka, haftalık Kampanya
Tahran Büyük Çarşısı	Geleneksel Çarşı	Çoğunlukla El Dokuma	Yüzlerce dükkan	Tahran	El halısı fiyatlama merkezi, eşsiz çeşitlilik

4.12.1.2. Çevrimiçi Satış Ekosisteminin Analizi

İran'da çevrimiçi halı pazarı hızlı bir şekilde büyümektedir. Bu kanal, müşterilere ulaşmak için farklı alternatifler sunmaktadır. Fiziki Halı AVM'lere ek olarak, rekabetçi avantajlarını farklı stratejiler üzerine kuran bazı başarılı çevrimiçi mağazalar ortaya çıkmıştır:

- **Ghalikhane (<https://ghalikhane.com/>):** Bu platform, “fabrika fiyatıyla, aracı olmadan” satış modeliyle öne çıkmaktadır.
- **Merdas Halı (<https://www.imerdas.com/>):** 2500’den fazla model sunan bu mağaza; yüksek çeşitlilik, doğrudan fabrika satışı ve taksit imkanlarıyla dikkat çekmektedir.
- **Modema (<https://modema.com/>):** Yenilikçi bir oyuncu olan Modema, çift katmanlı ve çamaşır makinesinde yıkanabilen halılarıyla niş bir pazar yaratmıştır.
- **Dafezan (<https://dafezan.com/>):** El halısına odaklı bu platform, farklı şehirlerden üreticileri ve satıcıları alıcılarla buluşturan çevrimiçi bir pazar yeri işlevi görmektedir.

4.12.2. Özel Günler, Bayramlar

Pazarlama ve satış faaliyetlerinin zamanlaması, İran’ın kültürel takvimi ve özel günleriyle uyumlu şekilde planlandığında başarı üzerinde belirleyici bir etkiye sahiptir.

Nevruz (İran Yeni Yılı): Nevruz’dan önceki dönem (21 Mart’a kadar) yılın en önemli ve en büyük alışveriş sezonudur. Satışların zirveye ulaştığı dönem, Şubat ayının ortasından Mart ayının ortasına kadar sürmektedir. Bazı mağazalar ise kampanyalarını Nisan ayına kadar devam ettirmektedir.

İran’da Diğer özel günler ve tatiller:

- **Şeb-i Yelda (Yılın En Uzun Gecesi):** Hediyeleşme alışverişlerinin ve kutlamaların yapıldığı geleneksel bir etkinlik.
- **Anneler Günü/Kadınlar Günü:** Hediye satın alımının yoğunlaştığı önemli bir gün.
- **Babalar Günü/Erkekler Günü:** Hediye alışverişi için öne çıkan bir etkinlik.
- **Ramazan (Fıtr) ve Kurban Bayramı:** Artan alışveriş hacmiyle birlikte önemli dini tatiller.
- **Kara Cuma (Black Friday) ve Mevsimsel İndirimler:** Uluslararası satış etkinliklerinden esinlenilmiş olsa da Batı ülkelerindeki kadar yaygın değildir.
- **Yaz Tatilleri ve Hafta Sonu Tatilleri:** Çevrimiçi ve perakende alışverişin arttığı dönemler

4.13. Tanıtım ve Pazarlama

İran’ın rekabetçi halı pazarında başarılı olabilmek için, geleneksel satış yöntemleri ile dijital araçları bir araya getiren entegre bir pazarlama stratejisinin uygulanması zaruridir.

4.13.1. Geleneksel Satış ve Tanıtım Yöntemleri

Fuar Katılımları: Tahran Makine Halısı Fuarı’na katılım, hem B2B hem de B2C (doğrudan satış ve marka bilinirliği) açısından güçlü bir pazarlama aracıdır.

Taksitli Satış: İran’da dayanıklı ve yüksek fiyatlı ürünler için en etkili ve yaygın satış yöntemlerinden biridir. Büyük mağazaların çoğu müşterilerine bu imkanı sunmaktadır. Bu seçeneğin bulunmaması, önemli bir rekabet dezavantajı yaratabilir.

Mevsimsel İndirimler: Özellikle Nevruz öncesi dönemlerde sunulan özel indirimler, müşteri çekmede büyük önem taşımaktadır

4.13.2. Dijital Pazarlama

İnternetin ve sosyal medyanın yüksek yaygınlığı dikkate alındığında, dijital pazarlama tüm tanıtım faaliyetlerinin merkezinde yer almalıdır.

- **Instagram Pazarlaması:** Instagram görsel içerik odaklı yapısıyla en önemli araçtır. Halıların şık ve modern dekorasyonlarda profesyonel fotoğraf ve videolarla sunulması, iç mekan dekorasyonu alanındaki influencer’larla iş birliği yapılması ve hedeflenmiş reklam kampanyalarının yürütülmesi bu stratejinin temel unsurlarını oluşturmaktadır.
- **Google Ads Reklamları:** Kullanıcıların satın alma niyetiyle arattıkları anahtar kelimelerin (örneğin “modern makine halısı satın al” veya “altın işlemeli halı fiyatı”) hedeflenmesi, potansiyel müşterilerin doğrudan ürün sayfasına yönlendirilmesini sağlamaktadır.
- **İçerik Pazarlaması:** “Minimal dekorasyon için halı seçimi” veya “yeni nesil ipliklerle üretilen halıların bakımı” gibi konularda blog yazıları ya da videolar hazırlanması, markayı güvenilir ve kaliteli olarak konumlandırmakta ve müşteri güvenini artırmaktadır.

4.13.3. Stratejik Değerlendirme

En etkili pazarlama stratejisi, modern ve özgün tasarımların sergilenmesine yoğunlaşan dijital odaklı bir yaklaşımdır. Bununla birlikte, yerel pazarda kanıtlanmış satış yöntemlerini göz ardı edilmemelidir. Taksitli satış seçeneği yalnızca teşvik edici bir araç değil, aynı zamanda İran pazarında rekabetçi bir zorunluluktur. Bu nedenle, ihracatçının İranlı iş ortağı ile iş birliği yaparak bu imkanı sağlayacak bir mekanizma geliştirmesi büyük önem taşımaktadır.

4.14. Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

İran halı pazarındaki zevk ve eğilimlerin doğru şekilde anlaşılması, ürün tasarımı ve pazarlama stratejilerinde başarıya ulaşmanın anahtarıdır. İran pazarı, geleneksel desenlerden modern ve küresel tarzlara doğru dikkat çekici bir dönüşüm süreci yaşamaktadır.

Tasarım ve zevklerdeki temel eğilimler:

1. **Modernliğe geçiş:** Modern, çağdaş ve füzyon tarzlara yönelik belirgin ve güçlü bir eğilim vardır. Özellikle genç nesil ve kentli tüketiciler, günümüz dekorasyonlarını tamamlayan halılar arayışındadır.
2. **Popüler modern tarzlar:**
 - **Vintage/Patina:** Haliya eski ve yıpranmış bir görünüm kazandıran bu tarz, İran pazarındaki en güçlü ve popüler eğilimlerden biridir.
 - **Altın işlemeli (Gold-Accented):** Halı desenlerinde altın veya gümüş parlak ipliklerin kullanımı, lüks ve modern bir görünüm sağladığı için oldukça rağbet görmektedir.
 - **Fas desenleri (Moroccan):** Geometrik, sade desenler pazarda kendine yer edinmiştir.
 - **Soyut ve minimal desenler:** Geleneksel olmayan, sade tasarımlı halılara olan talep giderek artmaktadır.
 - **Afshan desenleri:** Orta göbeği olmayan (madalyonsuz) desenler, mekânı daha geniş göstermeleri sebebiyle yüksek popülarlığını korumaktadır.

3. **Yeni renk paleti:** Geleneksel renkler olan kırmızı, lacivert ve krem hala varlığını korurken, modern renk paleti büyük ilgi görmektedir. Bu yeni palet, nötr ve gri tonları (füme, gümüş, dumanlı, kömür grisi) ile metalik renklerden oluşmaktadır.

4.15. Halı Sektöründe Vergiler

İran'a halı ithalatı, diğer tüm mallarda olduğu gibi, ülkenin gümrük mevzuatına tam uyumu gerektirir. Bu süreç, Ticaret Entegre Sistemi'ne mal kayıt işlemi, gerekli izinlerin alınması, gümrüğe beyan, ve giriş vergilerinin ödenmesi gibi bir dizi aşamayı kapsamaktadır. İran'da ticaret ve gümrük düzenlemelerinin sürekli değiştiği göz önünde bulundurularak, herhangi bir işlemten önce İran Ticaret Geliştirme Kurumu tarafından her yıl yayımlanan “İhracat ve İthalat Mevzuat Kitabı”nın en güncel versiyonuna başvurulması önemle tavsiye edilmektedir. (Halihazırda 1403 baskısı mevcuttur ve 1404 (Miladi 2025) baskısı yakında yayımlanacaktır.)

İthalatta Vergi ve Harçların Başlıca Unsurları:

- **İthalat Vergileri (Import Duties):** Bu kalem, Gümrük Vergisi (Customs Duty) ile Ticari Kar Vergisinde (Commercial Benefit Tax) oluşmaktadır.
- **Katma Değer Vergisi (Value Added Tax - VAT):** Halihazırda İran'da uygulanmakta olan KDV oranı %10'dur

•

4.16. Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller

Gümrük tarifelerine ek olarak, ihracatçılar ticaret sürecini karmaşık ve riskli hâle getirebilecek bir dizi tarife dışı engelle de karşı karşıya kalmaktadır. Yukarıda da değinildiği gibi İran'a uygulanan yaptırımlar nedeniyle İran ithalat kısıtlamaları tedbirine başvurmuştur. Bu doğrultuda, 57. fasılda yer alan bir çok halı cinsi eşyanın ithali yasaklanmıştır.⁵ Bunu dışında İran pazarı için diğer önemli tarife dışı engeller şunlardır:

Bürokrasi ve idari karmaşıklıklar: İran'daki gümrük işlemleri ve idari süreçler zaman alıcı ve karmaşık olabilmektedir. Sipariş kaydı, izinlerin alınması ve malın gümrükten çekilmesi gibi aşamalar yerel bilgi ve deneyim gerektirir. Bu süreçlere aşına olunmaması uzun gecikmelere ve ek maliyetlere yol açabilir.

Bankacılık ve döviz transferindeki zorluklar: İran ile Türkiye arasında ticaret sürse de, uluslararası bankacılık sınırlamaları ödemeleri ve döviz transferini diğer ülkelere kıyasla daha karmaşık hâle getirebilmektedir.

Fikri mülkiyet haklarının korunmasındaki zayıflık: İran, uluslararası telif hakkı sözleşmelerine taraf değildir. Bu durum, özellikle halı tasarımlarının kopyalanmasını yaygın bir sorun hâline getirmiştir. Her ne kadar bu sorun daha çok tasarımları Hindistan ve Çin gibi ülkelerde kopyalanan İranlı ihracatçılar için geçerli olsa da, başarılı ve çok satan yabancı bir tasarım da İran pazarına girdiğinde yerli üreticiler tarafından kopyalanma riskiyle karşı karşıya kalacaktır.

Düzenlemelerde istikrarsızlık: Ticaret ve gümrük düzenlemeleri aniden değişebilmektedir.

⁵ Söz konusu yasaklara ilişkin ayrıntılı bilgi için <https://ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/guney-asya/iran/raporlar/musavirlik-raporlari/iranin-ithalat-ve-kambiyo-duzenlemeleri> adresinde yer alan raporlara bakınız.

Bu engellerle başa çıkmak için en önemli stratejisi, son derece yetkin, güvenilir ve güçlü bağlantılara sahip İranlı bir ticaret ortağı seçmektir. Böyle bir ortak yalnızca bir alıcı değil, aynı zamanda İran'daki karmaşık bürokratik ve hukuki ortamda yol gösterici ve kolaylaştırıcıdır. Fikri mülkiyetin yasal koruması zayıf olduğundan, rekabet avantajı tek bir tasarıma dayalı tekelleşme yerine sürekli yenilik, güçlü markalaşma ve yüksek kalite üzerine inşa edilmelidir.

(Not: İran yasalarına göre yabancı uyruklular, herhangi bir İranlı ortağa ihtiyaç duymaksızın, ülkede %100 oranında şirket kurma ve sahip olma hakkına sahiptir.)

5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

Makine Halısı Pazarı: İran'ın güçlü bir yerli sanayisine rağmen, Türk üreticiler için belirli niş alanlarda fırsatlar söz konusu olabilir. Özellikle Türk markalarının dünya çapında ün kazandığı modern ve çağdaş tasarımlar alanında öne çıkma imkanı bulunmaktadır.

Tamamlama ve Yeniden İhracat Merkezi Olmak: Türk şirketleri için en büyük ve stratejik fırsat, İran'ın el halısı endüstrisinin küresel ortağı ve kapısı rolünü üstlenmektir. Bu çerçevede Türk şirketleri aşağıdaki alanlarda hizmet sunabilirler:

- **Tamamlama ve Restorasyon:** İran'dan kullanılmış veya yarım kalmış el halılarının ithal edilerek yıkama, restorasyon işlemlerinin yapılması ve ardından dünya pazarlarına yeniden ihraç edilmesi.
- **Lojistik ve Finansal Hizmetler:** Türkiye'nin uluslararası bankacılık sistemine ve lojistik ağlarına daha kolay erişiminden faydalanarak, İran halılarının küresel dağıtımını yönetmek ve yaptırımların yol açtığı engelleri aşmak.
- **Pazarlama ve Markalaşma:** İranlı üreticilerle iş birliği yaparak, ürünleri ortak bir marka altında veya Türkiye'nin dağıtım kanalları aracılığıyla Dünya pazarlarına sunmak.
- **Hammadde Tedariki:** İran'ın makine halısı endüstrisi, döviz kurlarıyla ilgili sorunlar sebebiyle kaliteli hammadde ve makine parçaları tedarikinde zorluk yaşamaktadır. Türk tedarikçileri için iplik, boya ve yedek parça satışında İran pazarı önemli bir potansiyel taşımaktadır.

6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler

Yoğun iç rekabet: İran halısı pazarı, güçlü yerel markaların varlığıyla oldukça doygun bir durumdadır. Bu pazarda fiyat üzerinden rekabet son derece zorlu olacaktır.

Ekonomik istikrarsızlık: İran'da yüksek enflasyon ve keskin döviz kuru dalgalanmaları, fiyatlandırma ve ödeme süreçlerinde ciddi riskler doğurmaktadır.

Sık Mevzuat değişikliği: Öngörülemez nitelikteki mevzuatlar, resmi ticari faaliyetler için en büyük tehdit konumundadır.

Siyasi risk: Genel jeopolitik durum ve yaptırımlar, her türlü ticari işleme ek bir karmaşıklık ve risk unsuru eklemektedir.

Kültürel tercih ve zevk farklılıkları: Bölgesel beğenilerde bazı örtüşmeler bulunsa da, renk ve desen tercihlerindeki ince farklılıklar ayrıntılı bir pazar araştırmasını zorunlu kılmaktadır.

7. Halı Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

Doğrudan rekabetten kaçınma: İran'ın geniş ölçekli halı üreticileriyle iç pazarda doğrudan rekabet etmek riskli bir stratejidir. Odak noktası, yüksek katma değerli ve/veya farklılaşmış segmentler veya tamamlayıcı roller olmalıdır.

“Küresel Kapı” stratejisinin izlenmesi: İran halı sektörüyle ortaklık kurularak İranlı ortak üretimden sorumlu olurken Türk ortak uluslararası lojistik, finansal yönetim ve küresel pazarlamayı üstlenebilir. Bu iş bölümü, her iki tarafın güçlü yönlerinden yararlanmayı mümkün kılar.

Temel tedarikçi konumuna gelmek: İran'daki makine halısı sektöründe kaliteli iplik, özel kimyasallar ve makine yedek parçaları konusunda tedarikçi olmak önemli bir fırsattır.

Ticaret fuarlarından yararlanmak: Tahran halı fuarına aktif katılım, iş bağlantıları kurmak için; Türkiye fuarlarına ise uluslararası ortak arayışında olan İranlı üreticilerle buluşmak için stratejik önem taşımaktadır.

Finansal risk yönetimi: Ödeme yapılarının, döviz dalgalanmalarından kaynaklanan riskleri en aza indirecek şekilde tasarlanması gereklidir.

Kişisel ilişkilerin önemi: İran'da ticaret büyük ölçüde güvene ve kişisel ilişkilere dayanmaktadır. Güvenilir bir yerel ortak bulmak, başarıya ulaşmanın temel anahtarıdır.

Sabır ve uzun vadeli bakış: İran pazarı karmaşık ve dalgalanmalarla doludur. Başarı, kısa vadeli risklere katlanma ve uzun vadeli stratejik bir yaklaşıma sahip olmayı gerektirir.

Esneklik: Şirketler, İran'daki yasal düzenlemelerdeki ve ekonomik koşullardaki hızlı değişimlere uyum sağlayabilmek için iş modellerini revize etmeye hazır olmalıdır.

8. Genel Değerlendirme

İran halı endüstrisi, yüksek kapasitesine rağmen ekonomik ve siyasi koşullar nedeniyle sınırlı bir büyüme göstermektedir. Ancak yine de önemli fırsatları bünyesinde barındırmaktadır. Bu sektör, el dokuma halısı ve makina halısı olarak çift yönlü bir ekosisteme sahiptir. El dokuması halı, kültürel bir miras, bölgesel ve tarihi nitelikler taşıması ve yüksek yatırım değeri olan lüks bir ürün olarak küresel rekabette yapısal zorluklarla karşılaşmakta olsa da, sanat ve lüks pazarlarındaki konumunu korumaktadır. Makine halısı ise modern, rekabetçi ve iç pazara hakim bir endüstri olmasının yanı sıra, bölgesel pazarlarda da etkin bir aktördür.

Yabancı şirketler için, özellikle de Türkiye açısından, makine halısının doğrudan ihracatı yoluyla İran pazarına giriş oldukça zordur; zira ciddi düzeyde gümrük tarifeleri ve tarife dışı engeller ve özellikle de ithalat yasakları mevcuttur. Bununla birlikte, hammadde tedariki, ortak yatırımlar ve teknoloji transferi gibi tamamlayıcı alanlarda yürütülecek çalışmalar ile üçüncü ülkelere yönelik yeniden ihracata ilişkin iş birliklerinde dikkate değer fırsatlar bulunmaktadır. Dolayısıyla, İran pazarı yalnızca basit bir ihracat hedefi olarak değil, karmaşık bir ekosistem olarak görülmelidir. Bu pazarda başarıya ulaşmak için doğrudan rekabet yerine, sabırlı bir strateji, yüksek katma değerli ve farklılaşmış ürünler, yerel ortaklıklar ve akılcı sinerjilerle mümkün olacaktır.

9. Yararlı Adresler

İran Ticaret, Sanayi, Madenler ve Tarım Odası: Web: www.iccima.ir

İran Ticaret Geliştirme Örgütü: Web: www.tpo.ir

İran Ulusal Standartlar Kurumu: Web: www.isiri.gov.ir

İran Entegre Ticaret Sistemi: Web: www.ntswn.ir

İran Gümrük Mevzuatı Bilgi Portalı: Web: www.irica.ir

İran Ticaret Odası: Web: www.iccima.ir

İran Milli Halı Merkezi (Iran National Carpet Center): <https://www.incc.ir/>

İran Halıları ve El Dokumaları Veri Bankası: <https://carpetour.net/>

İran Halı Üreticileri ve İhracatçıları Birliği: www.ircpe.com

Tahran El Dokuması Halı Üreticileri ve Satıcıları Birliği: www.tehranrug.com

Doğu Azerbaycan El Dokuması Halı İhracatçıları Birliği: www.acea.ir

İran Tekstil Sanayicileri Derneği (Makine Halısı Komitesi dahil): www.aiti.ir

10. Kaynakça

1. Ticaret Bakanlığı İstatistik Bilgi Sistemi
2. <https://ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/guney-asya/iran/raporlar/musavirlik-raporlari/>
3. TRADEMAP veri tabanı: <https://www.trademap.org/>
4. İran İstatistik Kurumu: <https://amar.org.ir/>
5. The Islamic Republic of Iran Customs Administration (IRICA)
<https://irica.ir/index.php?newlang=eng>
6. İran Sanayi, Maden ve Ticaret Bakanlığı Raporları:
https://www.mimt.gov.ir/fa/general_content/138283.html
7. <https://ucmiran.com/>
8. <https://tejaratnews.com/> صادرات فرش ترکیه-68-برابر-ایران-شد
9. <https://s-clearance.com/> ترخیص فرش ماشینی-از-گمرک
10. <https://mashadfarsh.ir/kashan-machine-carpet-factories/>
11. <https://digifarsh.com/Mag/> لیست کارخانه های فرش ایران
12. <https://shahrfarsh.com/Products/Index/> -فرش ماشینی-
13. <https://nexlooks.com/?lang=fa> بازار فرش ایران
14. <https://farshchin.com/best-machine-carpet-brand/>
15. <https://amirkabircarpet.ir/product-category/> فرش ماشینی
16. <https://alisadooghi.com/> صادرات فرش به چه صورت است
17. <https://tascocargo.com/> صادرات فرش ایرانی
18. <https://takseez.com/> ارسال بار از ترکیه
19. <https://www.hezarehinfo.net/tenders/b47867>
20. <https://monaghesatiran.ir/58231/> چین به بازارهای اصلی فرش ایرانی اضافه-58231-
21. <https://irancarpet.ir/> شرکت سهامی فرش ایران بنیان اسناد فرش
22. <https://www.birjandtoday.ir/48631/>
23. <https://qcbco.ir/iso/iso-118591999-> پوشش های نساجی-
24. <https://irancarpet.ir/۱۳۹۳-۱۳۵۴-> استانداردهای فرش دستباف از سال تا-
25. <https://farshoma.ir/blog/post/138/> بسته بندی و حمل ایمن فرش در قالیشویی ها/138-
26. <https://golabdarewash.ir/> تازدن فرش ماشینی و دستباف