



İTALYA



DOĞAL TAŞ SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih : Aralık 2025

Raporu Hazırlayan: Milano Ticaret Ataşeliği

İÇİNDEKİLER

1. İtalya Pazarında Doğal Taş Sektörü	3
1.1. İlgili Sektörde Üretim	3
1.2. Ortalama Üretici Fiyatları.....	7
1.3. Sektörde Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri / Derneklerine İlişkin Bilgiler	7
1.3.1. Başlıca Üretici Grupları ve Firma Profili	7
1.3.2. Birlikler ve kümeler	9
1.3.3 Aktif Ocak Sayısı ve Bölgesel Dağılım	10
1.4. Sektörde Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi	11
1.4.1 Talep Segmentleri ve Satış Dinamikleri.....	12
1.4.2. Fiyatlandırma ve Kârlılık.....	12
2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti.....	12
2.1. Sektörde Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (2024).....	12
2.2. Sektörde Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (2024).....	13
2.3. Sektörde Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (10 ürün) (2024).....	14
2.4. Sektörde Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (10 ürün) (2024).....	16
3. Sektörde Ülkemizden İhracat (Değer/ ABD Dolar)	17
3.1. Sektörde Ülkemizin İtalya'ya İhracatı (1.000 \$)	17
3.2. Sektörde Ülkemizin İtalya'ya İhracatı (Miktar/ton)	18
4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş.....	20
4.1. Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler	21
4.2. Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı.....	22
4.2.1. Sektörde İtalya'nın Önde Gelen Firmaları	22
4.2.2. İlgili Oda/Birlik/Dernek/STKlar ve İletişim Bilgileri	25
4.2.3. İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar	27
4.3. Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler	28
4.4. Sevk Öncesi İnceleme Hizmeti Veren ve Uluslararası Akredite Edilmiş Başlıca Gözetim Şirketleri	29
4.5. Sektördeki Önemli Fuarlar ve Tarihleri	30
4.6. Sektör Firmalarına Hitap Eden ve Gerçekleştirilmesi Planlanan Ticaret Heyetleri	30
4.7. Sektörde İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler	32
4.8. İtalya'nın Türkiye ve Diğer Ülkelerle STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları Hakkında Bilgi	33

4.9. Tercihli Tarifeden Yararlanmak İçin Gereken Belgeler	33
4.10. Sektördeki Ürün Standartları.....	33
4.11. Sektörde Etiketleme	35
4.12. Sektörde Ambalajlama.....	36
4.13. Lojistik (Nakliye Süresi, Taşıma Modları, Güzergâhlar)	37
4.14. Dağıtım Kanalları	39
4.15. E-Ticaret (Sınır Ötesi E-Ticaret/E-İhracat).....	40
4.15.1 İtalya'daki Pazaryerleri	41
4.15.2 İtalya'daki Özel Günler/Bayramlar (E-ticaret Etkisi).....	42
4.15.3 İtalya'da En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları (Doğal Taş Sektörü).....	44
4.15.4 E-Ticarettaki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri	45
4.15.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler	47
4.15.6 E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri	48
4.16. Tanıtım ve Pazarlama.....	50
4.17. Tüketici / Alıcı Tercihleri ve Trendler	51
4.18. Sektörde Vergiler	52
4.19. Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller	53
5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar.....	54
6. Sektörde Türk İhracatçılarını Bekleyen Tehditler	54
7. İhracatın Artırılması İçin Firmalara Öneriler	55
8. Genel Değerlendirme	56
9. Yararlı Adresler	57
10. Kaynakça.....	58

1. İtalya Pazarında Doğal Taş Sektörü

1.1. İlgili Sektörde Üretim

İtalyan doğal taş sektörü, küresel pazarda nicelikten ziyade nitelikte hüküm süren, "yüksek kalite, tasarım ve katma değer" odaklı bir ekosistem olarak öne çıkar. Stratejisi, ham madde hacminden çok, derin bir know-how, ileri teknoloji ve köklü bir estetik anlayışla dünya pazarında fark yaratmak üzerine inşa edilmiştir. Dünyanın en ikonik taşı olan Carrara mermerinin de aralarında bulunduğu eşsiz kaynakların prestiji, gelişmiş makine parkı, güçlü markalaşma ve "Made in Italy" etiketinin getirdiği vazgeçilmez değer, sektörün en temel güçlü yönlerini oluşturur.

Ancak sektör, enerji maliyetlerindeki keskin artış, Çin, Hindistan ve Türkiye gibi üreticilerden gelen yoğun rekabet ve sürdürülebilirlik konusundaki artan küresel baskılarla mücadele etmektedir. Bu zorluklara yanıt olarak; yeşil üretim süreçleri, atık yönetimi, geri dönüşüm ve dijitalleşme ana stratejik yönelimler haline gelmiştir.

Pazar dinamikleri incelendiğinde, İtalya'nın lüks konut, otel ve prestijli mimari projelerin başlıca tedarikçisi konumunu koruduğu görülür. ABD, Almanya, İsviçre, Orta Doğu ve son yıllarda Çin gibi pazarlara yaptığı ihracat, özellikle büyük boyutlu levha (slab) üretimindeki teknolojik üstünlüğü sayesinde devam etmektedir.

Sektörün nicel göstergelerle ortaya konan genel görünümü şu şekildedir: Yıllık yaklaşık 1,7 milyon ton ham blok üretimine sahip olan sektör, ithal blokların da katkısıyla 7–8 milyon ton seviyesinde işlenmiş ürün kapasitesine ulaşmakta ve yaklaşık 4,5 milyar avro ciro yaratmaktadır. Ham blok üretim hacmi açısından dünya genelinde beşinci sırada yer alan İtalya, buna karşın katma değer yaratma, ileri teknoloji kullanımı ve tasarım yetkinliği alanlarında küresel ölçekte lider ülkeler arasında konumlanmaktadır.

Dünya Ham Doğal Taş Blok Üretimi – 2024 Yılı

(Metrik Ton - MT bazında) (Kaynak: World Stone Report 2024)

Sıra	Ülke	Yıllık Üretim (MT)	Tahmini Pazar Payı (%)	Başlıca Taş Türleri & Notlar
1.	Çin	110.000.000	~%65	Granit, mermer, kireçtaşı. Mutlak hacim lideri. İç pazarı çok büyük.

Sıra	Ülke	Yıllık Üretim (MT)	Tahmini Pazar Payı (%)	Başlıca Taş Türleri & Notlar
2.	Hindistan	18.000.000	~%10.6	Granit (dünya granit üretiminin %30'u), kumtaşı, mermer.
3.	Türkiye	12.500.000	~%7.4	Mermer, traverten (dünya lideri), bej taşlar, granit. Hızla büyüyen katma değer.
4.	İran	10.000.000	~%5.9	Traverten, mermer, oniks. Önemli bir blok ihracatçısı.
5.	İtalya	1.700.000	~%1.0	Carrara mermeri, diğer lüks mermer ve kireçtaşları. Katma değer lideri.
6.	Brezilya	1.500.000	~%0.9	Egzotik granitler, kuvarsit, mermer. Özel renk ve desenler.
7.	İspanya	1.200.000	~%0.7	Kireçtaşı, mermer, granit (özellikle Crema Marfil).
8.	Portekiz	900.000	~%0.5	Mermer, kireçtaşı (Moleanos).
9.	Mısır	800.000	~%0.5	Tarihi mermer ve granit yatakları.
10.	Yunanistan	750.000	~%0.4	Beyaz mermer (Dionysos, Thassos).

Sıra	Ülke	Yıllık Üretim (MT)	Tahmini Pazar Payı (%)	Başlıca Taş Türleri & Notlar
	Diğer Ülkeler	~12.000.000	~%7.1	Vietnam, Endonezya, ABD, Norveç, Suudi Arabistan, vb.
	TOPLAM (Küresel)	~169.350.000	%100	

İtalya doğal taş endüstrisi, 2024 yılında önemli bir ihracat rekoru elde etmiştir. Confindustria Marmomacchine Araştırma Merkezi tarafından yayınlanan veriler ışığında, İtalya'nın uluslararası mermer, traverten, granit ve doğal taş pazarlarındaki toplam satışları, hem ham hem de bitmiş ürünler bazında, 2023 yılına kıyasla %5,8 değer artışı göstererek 2.178,5 milyon avro gibi tarihi bir zirveye ulaşmıştır (önceki en yüksek değer 2022 yılında 2.153 milyon avro idi).

İhracat hacminde miktar olarak daha sınırlı bir artış gözlemlenmekte olup % 3,8 oranında yükselişle 2.143 bin ton seviyesine ulaşılmıştır. Satılan İtalyan taş malzemelerinin ortalama fiyatı ise ilk kez ton başına 1.000 avro eşiğini aşmış ve 1.016,4 avro olarak gerçekleşmiştir. Bu ihracattan elde edilen gelirin yaklaşık %80'i, 1.721,2 milyon avro ile mamul ve yarı mamul malzemelerden sağlanmış olup, bu segmentte 2023'ten itibaren % 4,5 oranında bir artış yaşanmıştır. Ancak en büyük artış oranı %10,7 ile ham madde satışlarında gerçekleşmiş olup bu kalem 457,3 milyon avro ciroya ulaşmıştır.

Pazar bazında değerlendirildiğinde, 2024 yılında Çin, İtalya'dan çıkarılan blokların ithalatında 228,9 milyon avro (+%27) ile %50 pazar payıyla lider konumunu korumaktadır. Mamul ve yarı mamul taş ürünlerinin ihracatında ise ABD 541,9 milyon avro (+% 14) ile birinci sırada yer almakta olup, Almanya (125,2 milyon avro, -% 1,7), Fransa (115,6 milyon avro, +% 9,5), İsviçre (100,9 milyon avro, -%0,7) ve en fazla büyümeyi kaydeden pazar olan Suudi Arabistan (84,5 milyon avro, +%37,2) onu takip etmektedir.

Bu veriler, İtalyan doğal taş sektörünün ihracat performansının üretimden güçlü bir şekilde beslendiğini, yüksek katma değerli mamul ürünlerin ihracatta önemli yer tuttuğunu ve Çin başta olmak üzere belirli uluslararası pazarlarda talebin sürdüğünü göstermektedir. Ayrıca sektörün 2024 yılında hem hacim hem de değer bazında büyüme kaydederek küresel rekabet gücünü artırdığı görülmektedir. Bu dinamizm sektörün sürdürülebilir büyüme ve yüksek ticaret fazlası potansiyelini de desteklemektedir.

İtalya Doğal Taş Üretim/İhracat Görünümü (2023)

Gösterge	Değer
Toplam ihracat hacmi (ham+işlenmiş)	2,070 bin ton
Ham taş ihracatı (25.15–25.16)	994 bin ton
İşlenmiş ürün ihracatı (68.01–68.03)	1,076 bin ton
Sektördeki şirket sayısı	3.200+
İstihdam	34.000
Toplam ciro	4,5 milyar €
İhracat	3,2 milyar €
İhracatın üretimdeki payı	% 71,2
Dış ticaret fazlası	2,7 milyar €+

Kaynak: Confindustria Marmomacchine – Directory 2025 Raporu

İtalya'nın doğal taş ihracat hacmi 2023'te, 2,07 milyon ton (ham + işlenmiş) olarak gerçekleşmiştir. Bunun 994 bin tonu ham (HS 25.15–25.16), 1,076 bin tonu ise işlenmiş ürün (HS 68.01–68.03) kalemlerinden oluşmaktadır.

Avrupa Birliği içinde İtalya, Portekiz ve İspanya ile birlikte ana ihracatçı üçlüden biridir. 2023'te AB taş ihracatı yaklaşık 8,9 milyon ton olarak gerçekleşmiş olup İtalya, 2,07 milyon ton (ham + işlenmiş) ile ilk sırada yer almaktadır.

İtalya Doğal Taş İhracatı (2023)

Ürün	HS Kodu	Miktar (1000 ton)
Ham taş	25.15 + 25.16	994
İşlenmiş ürün	68.01+68.02+68.03	1.076
Toplam	—	2.070

Kaynak: Confindustria Marmomacchine, Directory 2025 Raporu

1.2. Ortalama Üretici Fiyatları

İtalya pazarında yüksek katma değerli işlenmiş ürünler (ince işçilik, yüzey teknolojileri, büyük ebat ve “cut-to-size”) fiyat açısından belirgin üstünlük taşımaktadır. Doğal taş ürünlerindeki kalite, işçilik ve proje bazlı çözümlerin güçlenmesi, birim fiyatlarda yıllık artışa yansımaktadır. 2023 yılı verilerine göre İtalya, işlenmiş doğal taş ihracatında m² başına 100 USD eşliğini aşarak 101,06 USD/m² seviyesine ulaşmıştır. Bu, son 7 yılda yaklaşık %50’lik artışa karşılık gelmektedir. Aynı dönemde Çin, Almanya ve Brezilya gibi diğer büyük ihracatçılarda da birim fiyatlarda artış gözlenmiştir ancak İtalya, m² başına değerinde lider konumdadır.

İtalya Doğal Taş İşlenmiş Ürün Birim Fiyatı		
<i>(İtalya'nın ihracatı, USD/m², 2 cm eşdeğer kalınlık)</i>		
Yıl	USD/m ²	USD/Ton
2016	67,58	1.250,2
2020	73,7	1.363,1
2021	82,8	1.531,8
2022	88,8	1.642,7
2023	101,06	1.869,7

Kaynak: Confindustria Marmomacchine – Directory 2025 Raporu

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

1.3.1. Başlıca Üretici Grupları ve Firma Profili

İtalya'nın doğal taş sektörü, ülkenin kuzeyinden güneyine uzanan, her biri belirli bir taş türü ve işlevde uzmanlaşmış tarihi bölgelere dayanır. Bu coğrafi yoğunlaşma, blok üretiminden nihai işlenmiş ürüne kadar tüm tedarik zincirinin verimli bir şekilde örgütlenmesini sağlar.

Ana üretim ve işleme bölgeleri şu şekilde kümelenmiştir:

Carrara Havzası (Toskana): Dünyaca ünlü "Bianco Carrara" (Beyaz Carrara) başta olmak üzere diğer lüks mermer çeşitlerinin (Calacatta, Statuario) kalbidir. Bu bölge ağırlıklı olarak ham blok çıkarımı ve ilk işleme faaliyetlerine odaklanmıştır.

Verona ve Vicenza Bölgesi (Veneto): İtalyan taş sektörünün ticaret, tasarım ve ileri işleme üssüdür. Verona'daki Marmomacc Fuarı bu konumunu pekiştirir. Bölge, kendi renkli kireçtaşı

ve mermerlerinin yanı sıra, dünyanın dört bir yanından (Türkiye, Brezilya, Hindistan) ithal edilen blokların işlendiği, katma değer en yüksek olduğu merkezdir.

Brescia ve Lombardiya Bölgesi: Botticino Classico ve Breccia gibi yerel bej ve kırık desenli taşların yanı sıra, taş işleme makineleri üretiminin küresel başkentidir. Teknolojik üstünlük buradan kaynaklanır.

Porfir ve Kuvarsit Bölgesi (Trentino-Alto Adige / Südtirol): Tarihi ve yoğun üretim alanı, Trento'nun hemen kuzeyindeki Alto Adige (Güney Tirol) bölgesidir. Özellikle Bolzano/Bozen eyaleti, dayanıklılığı ve karakteristik kırmızı-mor rengiyle dünyaca meşhur "Bolzano Porphyrit" in merkezidir. Trentino'da da porfir ocakları bulunur.

Traverten Ekseni (Lazio ve Toskana): Roma/Tivoli (Lazio) traverten havzası dünyaca ünlü olmakla birlikte, İtalya'nın en önemli traverten rezervleri ve işleme tesisleri aslen Toskana'da, Siena ve Grosseto çevresinde bulunur (örneğin Travertino di Rapolano). Tivoli, daha çok tarihi kullanımı ve sembolik değeri ile öne çıkar. Bu eksen, klasik sarımsı tonlardan gümüş grisine kadar çeşitli traverten tedarikini sağlar.

Özetle, İtalyan doğal taş sektörü, ham blok çıkarımında Carrara (mermer) ve Alto Adige/Toskana (porfir/traverten) gibi kaynak bölgelere, işleme ve ticarete ise Verona ve Brescia çevresindeki teknoloji ve tasarım merkezlerine dayalı bir iş bölümü içinde çalışır. Bu simbiyotik yapı, İtalya'da üretilen doğal taşın hem hammadde kalitesini hem de katma değerini garanti eden temel unsurdur.

İtalyan doğal taş sektörünün yapısı, aslında görünüşteki bir paradoks üzerine kuruludur. Küresel pazarda tek, monolitik bir "Made in Italy" markası olarak algılanmasına rağmen, bu güçlü imajın arkasında aslında son derece parçalı, esnek ve ağ tabanlı bir KOBİ ekosistemi bulunur. Sektörün omurgasını, çoğu nesillerdir faaliyet gösteren, çoğunlukla aile işletmesi karakterindeki yüzlerce küçük ve orta ölçekli firma oluşturur. Bu KOBİ'ler, Carrara'dan Verona'ya uzanan tarihi üretim bölgelerinde kümelenmiş, her biri blok çıkarımı, ilk kesim, cilalama, tasarım veya nihai proje montajı gibi üretim zincirinin belirli bir halkasında uzmanlaşmıştır. Ancak bu dağınık yapı, zayıflık değil, tam tersine sektörün dayanıklılığının ve yenilikçilik kapasitesinin kaynağıdır.

Esneklik, hızlı karar alma ve özel siparişlere cevap verebilme gibi KOBİ dinamikleri, sektöre benzersiz bir çeviklik kazandırmaktadır. Bu geniş KOBİ ağını bir arada tutan ve uluslararası pazara açan şey ise, birkaç büyük endüstriyel grubun (GranitiFiandre, Antolini gibi) sağladığı teknoloji yatırımı, marka gücü ve distribüsyon kanalları ile bölgesel kooperatiflerin (Carrara'daki mermer kooperatifleri gibi) sağladığı ölçek ekonomisi ve hammadde güvenliğidir. Dolayısıyla İtalyan modeli, merkezi olmayan bir uzmanlık ağının, stratejik noktalarda konumlanmış güçlü sanayi odakları ve kolektif yapılarla desteklendiği, birbirine bağımlı, etkileşimli ve dengeli bir yapı olarak öne çıkar.

Bu karmaşık ağ, İtalyan mermeri kavramının hem bir zanaat geleneğini hem de ileri teknolojiyi, hem yerelliği hem de küresel ulaşımı aynı anda temsil etmesini mümkün kılmaktadır.

1.3.2. Birlikler ve kümeler

İtalya doğal taş sektörü, hem ulusal hem de bölgesel düzeyde güçlü ve köklü üretici birlikleriyle organize olmuş bir yapıya sahiptir. Bu birlikler, sektörün ulusal ve uluslararası düzeyde temsil edilmesi, çıkarlarının savunulması, teknik standartların belirlenmesi, eğitim ve inovasyonun teşvik edilmesi gibi çok boyutlu işlevler üstlenir.

Confindustria Marmomacchine - Doğaltaş ve Makineleri Birliği

Sektörün en büyük ve en yetkin temsilcisi, ulusal çatı kuruluşu olan Confindustria Marmomacchine'dir. Bu birlik, yalnızca doğal taş üreticilerini değil, aynı zamanda taş işleme makineleri, ekipmanları ve sarf malzemeleri üreten firmaları da kapsar. 2024 yılı itibarıyla 350'den fazla üye şirket ve bölgesel konsorsiyumdan oluşan bir ağ ile İtalya'nın tüm başlıca taş kümelerini (Carrara, Verona, Trentino, Sardunya, Trapani vb.) ve makine üreticilerini temsil etmektedir.

Bölgesel ve Tematik Konsorsiyumlar

Ulusal çatı örgütünün yanı sıra, İtalya'da bölgesel ve ürün bazlı üretici birlikleri/konsorsiyumlar da sektörde önemli rol oynar. Bu yapılar, yerel üreticilerin ortak çıkarlarını korumak, kaliteyi ve coğrafi işareti teşvik etmek, bölgesel tanıtım ve ihracat faaliyetlerini organize etmek amacıyla kurulmuştur.

Başlıca Bölgesel Konsorsiyumlar;

- Consorzio Marmisti Bresciani (Brescia): Bölgesel üretici danışmanlığı ve tanıtım.
- Consorzio Produttori Marmo Botticino Classico (Botticino, Brescia): Coğrafi işaretli ürünün kalite ve kültürünü koruma.
- Consorzio Italiano Porfido del Trentino (Trento): Porfir üreticileri ve ihracatçılarını temsil.
- Associazione Marmisti della Regione Lombardia: Bölgesel sektör temsilciliği.

Bu konsorsiyumlar, üyelerine teknik danışmanlık, ortak pazarlama, fuar katılımı ve kamu kurumlarıyla ilişkilerde destek sağlamaktadır.

Uluslararası ve Avrupa Ağları

İtalya'daki üretici birlikleri, Avrupa ve dünya çapında aktif rol oynamaktadır.

EUROROC (Avrupa Mermer Endüstrileri Federasyonu): Bu federasyonda İtalya'yı Confindustria Marmomacchine temsil etmektedir.

www.euroroc.net

PNA – Pietra Naturale Autentica: Sektörün sürdürülebilirlik ve çevre iletişimi için oluşturulan bir ağıdır. Confindustria Marmomacchine'nin kurucu ve destekleyici dernek olarak üyesi olduğu, sektör şirketlerini bünyesinde barındırdığı bir ağıdır.

www.naturalstoneisbetter.com

Bu ağlar sayesinde, İtalyan doğal taş sektörü, Avrupa Birliği mevzuatı ve uluslararası standartların belirlenmesinde söz sahibi olmakta, sürdürülebilirlik ve inovasyon projelerinde öncü rol üstlenebilmektedir.

1.3.3 Aktif Ocak Sayısı ve Bölgesel Dağılım

2023 yılı verilerine göre, İtalya genelinde aktif doğal taş ocağı sayısı yaklaşık 1.400 olarak belirtilmektedir. Doğal taş sektöründe faaliyet gösteren şirket sayısı 3.200'ü aşmakta ve yaklaşık 34.000 kişi istihdam edilmektedir. Bu ocaklar, ülke genelinde coğrafi dağılım bakımından belirli bölgesel yoğunluklar göstermektedir. En fazla doğal taş ocağı, özellikle Toscana, Lombardia, Veneto, Piemonte ve Sardegna bölgelerinde yoğunlaşmıştır. Bu dağılım, söz konusu bölgelerin jeolojik yapısının doğal taş işletmeciliği için elverişli olduğuna işaret etmektedir ve sektörün bölgesel üretim dinamiklerinin anlaşılmasında önemli bir parametre olarak değerlendirilmektedir.

İtalya'daki doğal taş ocakları/bölgeleri;

- Toskana bölgesinde Carrara beyaz mermeri;
- Veneto bölgesindeki Verona kırmızı mermeri, sarı mermeri, yeşilimtrak verdello mermeri;
- Puglia bölgesinde Murge yörelerinde Trani taşı ile Gargano yöresinde Apricena taşı;
- Lombardia'da Sondrio, Bergamo ve Brescia'da altın renkli breccia d'aurora, yeşil renkli yılan taşı (serpentino) ve botticino mermerleri;
- Marche'de Ascoli Piceno ve Pesaro şehirleri traverten ve kireç taşı;
- Lazio'da Tivoli ve Viterbo'da traverten ile peperino ve basaltina taşları;
- Liguria'da Lavagna yöresi kayrak yani arduvaz taşı (ardesia o pietra di Lavagna);
- Friuli Venezia Giulia'da Trieste yakınlarında Aurisina mermeri;
- Trentino Alto Adige bölgesinde porfido taşı ve granit;
- Calabria bölgesinde Gimigliano'da yeşil mermer;
- Sardegna'da Nuoro çevresi pembe granit ve ghiandone, Gallura yöresi gri mermer;
- Sicilya'da perlato ve botticino mermerleri dünya çapında bilinmektedir.

Bölgelere Göre Aktif Ocak Sayısı ve İstihdam

Bölge	Ocak Sayısı
Toscana	320
Lombardia	180
Veneto	160
Piemonte	140
Sardegna	120
Diğerleri	480
Toplam	1.400

1.4. Sektörde Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

İtalya’da doğal taş ürünlerinin pazara sunulması, çok katmanlı ve dinamik bir dağıtım yapısı üzerinden gerçekleşmektedir. Sektörün hem iç pazar hem de ihracat odaklı olması, dağıtım kanallarının çeşitlenmesini ve uzmanlaşmasını sağlamıştır.

Toptan Satış ve Dağıtım

Toptan satış kanalı, sektörün omurgasını oluşturmaktadır. Blok ve yarı mamul ürünler, büyük ölçekli toptancılar ve bölgesel dağıtıcılar aracılığıyla hem iç pazara hem de ihracata sunulmaktadır.

- Toptancılar, genellikle büyük stok yönetimi, lojistik, proje bazlı kesim ve yerinde hizmetler sunmaktadır.
- Bölgesel dağıtıcılar, taş kümelerinin (ör. Carrara, Verona, Trentino) çevresinde yoğunlaşmıştır ve hem yerel hem de ulusal projelere ürün tedarik etmektedir.
- İhracat, çoğunlukla ABD, Almanya, Fransa, Çin ve Orta Doğu ülkelerine yöneliktir.
- Perakende satış, son kullanıcıya ve küçük projelere yönelik olarak ülke çapına yayılmış yapı malzemeleri bayileri, showrooamlar ve uzman mağazalar üzerinden yapılmaktadır.
- Showrooamlar, özellikle Verona ve Carrara gibi merkezlerde, müşterilere ürün çeşitliliği, numune yönetimi ve tasarım danışmanlığı sunmaktadır.
- Yapı marketleri ve bayiler, doğal taş ürünlerini seramik, parke ve diğer yapı malzemeleriyle birlikte sunmaktadırlar.
- Franchising ve grup satışları, bazı büyük inşaat/yapı zincirleri aracılığıyla dağıtılır.

- Doğal taş sektöründe e-ticaretin payı henüz sınırlı olmakla birlikte, e-ticaret ve dijital platformlar sayesinde alıcı-satıcı eşleşmesi ve ürün tanıtımı giderek yaygınlaşmakta ve etkin kullanılmaktadır. Dijitalleşme, özellikle uluslararası müşteri bulma ve proje bazlı teklif süreçlerinde önem kazanmıştır.

1.4.1 Talep Segmentleri ve Satış Dinamikleri

Konut ve İç Mekân: Tezgâh, döşeme, duvar kaplaması gibi yüksek kaliteli işlenmiş ürünleri içerir. Ana pazarlar; ABD, Almanya, Fransa'dır.

Ticari Satış: Otel, AVM, ofis projelerinde taş kullanımını içerir. Örneğin, Marmomac Fuarı'nın ABD odaklı alım heyeti kampanyaları özellikle bu segmenti hedeflemektedir.

Kent Altyapısı ve Peyzaj: Kamu projeleri ve kentsel tasarımda, belediye ihaleleri ve proje lojistiği gibi alanlarda porfir, bazalt, granit gibi dayanıklı taşlar kullanılır.

1.4.2. Fiyatlandırma ve Kârlılık

İtalya, doğal taş sektöründe birim fiyat/ton bazında küresel ölçekte üst segmentte konumlanmaktadır. Özellikle işlenmiş doğal taş ürünlerinde, 2023 yılı itibarıyla ortalama ihracat birim fiyatı ilk kez 100 ABD Doları/m² seviyesini aşmıştır. Bu durum, İtalyan doğal taşlarının uluslararası pazarda yüksek kalite, işçilik ve marka değeriyle öne çıktığını ve katma değerli ürün stratejisinin başarıyla sürdürüldüğünü göstermektedir. İtalya'nın bu alandaki fiyat liderliği, hem geleneksel hem de yenilikçi üretim tekniklerinin ve sektörün kalite odaklı yaklaşımının bir sonucudur.

2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti

2.1. Sektörde Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştiği İlk 10 Ülke (2024)

İtalya, 2024 yılında 361,8 milyon dolar ve %1,8'lik payıyla dünyanın en büyük 11. doğal taş ithalatçısıdır. İtalya, sektörde ithalatçı olsa da net ihracatçı ve dış ticaret fazlası veren bir ülkedir. En önemli ithalat partnerleri arasında Brezilya (%12) ilk sırada yer almakta, onu Fransa (%10,5) ve Hindistan (%9,4) izlemektedir. Türkiye %8 payla dördüncü sırada bulunmakta ve yaklaşık 71,8 bin ton ürünle önemli bir tedarikçi konumundadır. İtalya'nın doğal taş temininde Latin Amerika, Asya ve Akdeniz ülkeleri arasında dengeli bir kaynak çeşitliliği benimsediği görülmektedir.

	Ülke Adı	İthalat Değeri (1000 \$)	Miktar (ton)	Oran (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1	Brezilya	42.418	72,935	12
2	Fransa	38.317	150,329	10,5
3	Hindistan	34.275	75,502	9,4
4	Türkiye	29.021	71,828	8
5	Çin	26.797	29,469	7,4
6	Zimbabve	21.610	58,004	6
7	Namibya	19.144	32,791	5,2
8	İspanya	16.889	49,448	4,6
9	ABD	13.344	11,408	3,6
10	Arnavutluk	12.193	47,869	3,3
	TOPLAM	361.788		

Kaynak: TradeMap, 2024

2.2. Sektörde Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (2024)

İtalya'nın 2024 yılı doğal taş ihracatında ABD (%25,7) açık ara birinci pazar konumundadır; ardından Çin (%11) ve Almanya (%6,3) gelmektedir. Avrupa ülkeleri (Fransa, İsviçre, Avusturya) toplam ihracatın yaklaşık beşte birini oluşturarak kıtanın hala stratejik bir pazar olduğunu göstermektedir. Türkiye ise %0,7 payla 21. sırada yer almaktadır. Toplam ihracat değeri 2,32 milyar dolar olup, sektör yüksek katma değerli ürünlerle güçlü dış ticaret fazlası üretmektedir.

	Ülke Adı	İhracat Değeri (\$)	Miktar (ton)	Oran (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat)
1	ABD	599.382	147.281	25,7
2	Çin	256.370	474.892	11

3	Almanya	146.551	146.524	6,3
4	Fransa	134.272	103.107	5,7
5	İsviçre	117.260	102.946	5
6	Suudi Arabistan	103.154	86.768	4,4
7	BAE	79.827	45.750	3,4
8	Birleşik Krallık	69.692	22.698	3
9	Hindistan	62.401	211.012	2,6
10	Avusturya	50.663	60.499	2,1
21	Türkiye	18.183	11.279	0,7
	TOPLAM	2.324.823		

Kaynak: TradeMap, 2024

2.3. Sektörde Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (10 ürün) (2024)

İtalya'nın doğal taş ithalatında en büyük payı ham veya kesilmiş mermer ve traverten (GTİP 251511) alırken, bu ürünlerin %11'i Türkiye'den tedarik edilmiştir. Kare blok/levha mermer (251512) ithalatında Türkiye'nin payı %31'e ulaşarak bu kategoride belirgin bir liderlik göstermektedir. Doğal taş kaldırım ve bordür taşlarında (680100) Türkiye %30,6 payla öne çıkmakta olup, bu işlenmiş taş segmentinde güçlü bir konumun göstergesidir. Genel olarak Türkiye, İtalya'nın doğal taş ithalatının %8'ini sağlayarak stratejik bir tedarikçi ülke konumundadır.

Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	İthalat Değeri (1000 \$)	Türkiye'den İthalatı (1000 \$)	Türkiye'den İthalatının Payı (%)
251511	Mermer ve traverten, ham veya kesilmiş	77.837	8.649	11
251512	Mermer ve traverten, kare şeklinde blok/levha halinde kesilmiş	27.038	8.478	31

680291	Mermer, traverten ve alabaster, her şekilde (fayans, küp ve benzeri eşyalar hariç)	23.187	4.609	19,8
680100	Doğal taştan (kayrak hariç) kaldırım taşları, bordür taşları ve döşeme taşları	10.589	3.242	30,6
680221	Mermer, traverten ve alabasterdan yapılmış, düz veya kesilmiş ürünler	7.628	1.477	19,3
680223	Granit ve granitten yapılmış eşyalar, kesilmiş, düz veya pürüzsüz yüzeyli	2.113	609	28,8
680229	Anıt veya yapı taşı ve bunlardan yapılmış eşyalar, düz veya düzgün kesilmiş	3.509	486	13,8
251612	Granit, kesilerek, kare veya dikdörtgen şeklinde bloklar veya levhalar halinde kesilmiş olanlar	6.778	378	5,5
251520	Ecaussine ve diğer kireçli anıt veya yapı taşı	2.743	300	11
680293	Granit, her türlü şekliyle, cilalı, süslenmiş veya başka şekilde işlenmiş (fayans, küp ve benzeri hariç)	32.678	224	0,6
Toplam	Doğal taş	361.788	29.021	8

Kaynak: TradeMap,2024

2.4. Sektörde Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (10 ürün) (2024)

İtalya'nın doğal taş ihracatında işlenmiş mermer, traverten ve alabaster (GTİP 680291) ilk sırada yer almakta ve toplam ihracatın %1,3'ü Türkiye'ye yönelmektedir. İhracatta ikinci sırada kesilmiş veya düzleştirilmiş mermer ve traverten ürünleri (680221) bulunmaktadır. Türkiye, İtalya'nın bu ürünlerdeki ihracatında ortalama %0,5–1,3 aralığında pay almakta olup, İtalya'nın yüksek katma değerli doğal taş ürünlerini sınırlı miktarda ithal ettiği görülmektedir.

Ürün Adı	Tarife Pozisyonu (6 Basamaklı)	İhracat Değeri (\$)	Türkiye'ye İhracatı (\$)	Türkiye'ye İhracatının Payı (%)
680291	Mermer, traverten ve alabaster, her şekilde (fayans, küp ve benzeri eşyalar hariç)	844.854	10.991	1,3
680221	Mermer, traverten ve alabasterdan yapılmış, düz veya kesilmiş ürünler	324.924	1.607	0,5
251511	Mermer ve traverten, ham veya kesilmiş	265.027	1.524	0,5
680299	Anıt veya inşaat taşı (kireçtaşı hariç)	161.297	1.180	0,7
680293	Granit, her türlü şekliyle, cilalı, süslenmiş veya başka şekilde işlenmiş (fayans, küp ve benzeri hariç)	350.978	1.161	0,3
251512	Mermer ve traverten, kare şeklinde blok/levha halinde kesilmiş	147.249	741	0,5
680100	Doğal taştan (kayrak hariç) kaldırım taşları, bordür taşları ve döşeme taşları	57.869	629	1,1
680229	Anıt veya yapı taşı ve bunlardan yapılmış eşyalar, düz veya düzgün kesilmiş	30.256	216	0,7

680292	Kireçtaşı (mermer, traverten ve alabaster, fayans, küp ve benzeri hariç)	35.700	45	0,1
680210	Mozaikler ve diğer doğal taştan işlenmiş ürünler, arduvaz dahil, fayanslar, küpler ve diğerleri.	18.970	32	0,1
Toplam	Doğal taş	2.324.823	18.183	0,8

Kaynak: TradeMap, 2024

3. Sektörde Ülkemizden İhracat (Değer/ ABD Dolar)

3.1. Sektörde Ülkemizin İtalya'ya İhracatı (1.000 \$)

	Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024
1	251512	Mermer ve traverten, kare şeklinde blok/levha halinde kesilmiş	7.590	9.044	12.354	9.974	11.198
2	680291	Mermer, traverten ve alabaster, her şekilde (fayans, küp ve benzeri eşyalar hariç)	1.403	5.627	5.724	3.360	4.094
3	251511	Mermer ve traverten, ham veya kesilmiş	2.012	2.134	1.965	2.332	2.626
4	680221	Mermer, traverten ve alabasterdan yapılmış, düz veya kesilmiş ürünler	2.140	3.615	4.402	1.838	1.918
5	680100	Doğal taştan (kayrak hariç) kaldırım taşları, bordür taşları ve döşeme taşları	439	797	2160	681	1.012

6	680223	Granit ve granitten yapılmış eşyalar, kesilmiş, düz veya pürüzsüz yüzeyli	183	119	79	253	898
7	680293	Granit, her türlü şekliyle, cilalı, süslenmiş veya başka şekilde işlenmiş (fayans, küp ve benzeri hariç)	132	612	372	222	362
8	680292	Kireçtaşı (mermer, traverten ve alabaster, fayans, küp ve benzeri hariç)	193	232	96	266	333
9	251520	Ecaussine ve diğer kireçli anıt veya yapı taşı	136	342	307	191	283
10	251612	Granit, kesilerek, kare veya dikdörtgen şeklinde bloklar veya levhalar halinde kesilmiş olanlar	346	306	415	395	248
	Toplam	Doğal taş	15.301	23.583	28.488	19.989	23.435

Kaynak: TradeMap,2024

3.2. Sektörde Ülkemizin İtalya'ya İhracatı (Miktar/ton)

	Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024
1	251512	Mermer ve traverten, kare şeklinde blok/levha halinde kesilmiş	14.444	23.408	23.708	18.287	26.793
2	680100	Doğal taştan (kayrak hariç) kaldırım taşları,	4.282	6.384	12.254	5.470	7.132

		bordür taşları ve döşeme taşları					
3	680223	Granit ve granitten yapılmış eşyalar, kesilmiş, düz veya pürüzsüz yüzeyli	871	994	581	2.069	7.063
4	680291	Mermer, traverten ve alabaster, her şekilde (fayans, küp ve benzeri eşyalar hariç)	3.267	14.085	12.071	4.539	5.858
5	251511	Mermer ve traverten, ham veya kesilmiş	5.065	5.020	3.841	3.119	3.726
6	680293	Granit, her türlü şekliyle, cilalı, süslenmiş veya başka şekilde işlenmiş (fayans, küp ve benzeri hariç)	1.284	5.839	3.877	1.945	3.466
7	680221	Mermer, traverten ve alabasterdan yapılmış, düz veya kesilmiş ürünler	3.072	6.428	7.727	1.936	2.025
8	251612	Granit, kesilerek, kare veya dikdörtgen şeklinde bloklar veya levhalar halinde kesilmiş olanlar	3.564	2.699	3.183	3.644	1.961
9	251400	Kaya, keskin bir şekilde kesilmiş /kesilmemiş	187	748	467	203	552
10	251690	Porfir, bazalt ve diğer anıt veya yapı taşları, kaba bir şekilde kesilmiş /kesilmemiş	1.497	2.001	1.221	732	526
	Toplam	Doğal taş	38.724	69.532	70.884	43.244	60.328

Kaynak: TradeMap, 2024

4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

İtalya, doğal taş (blok, yarı mamul ve işlenmiş taş) ile taş işleme makine-teçhizatı üretiminde Avrupa'nın önde gelen kümelerinden biridir. Sektörel örgütlenme, standardizasyon ve fuar ekosistemi yeni ihracatçılar için pazar keşfi, ticari ilişki ağlarına erişim bakımından belirleyici avantajlar yaratmaktadır.

İtalya, dünya doğal taş sektöründe hem üretici, hem işleyici, hem de tasarım ve yeniden ihracat merkezi konumundadır. Özellikle yüksek katma değerli işlenmiş taş, mimari uygulamalar ve lüks projeler alanında küresel bir referans ülkedir. Türkiye'nin, blok mermer ve traverten ihracatında dünyada ilk sıralarda olması, İtalya'nın ise bu hammaddeleri işleyerek yüksek katma değerle üçüncü ülkelere ihraç eden önemli bir merkez olması da değerlendirildiğinde, Türk doğal taş üreticileri için İtalya, yalnızca bir rakip değil, aynı zamanda stratejik bir ticaret ortağı da olmaktadır. Bu bağlamda, İtalya pazarı Türk firmaları için doğrudan tüketici pazarı olmanın ötesinde, endüstriyel alıcılar ve distribütörler üzerinden erişilebilecek bir B2B pazarıdır.

İtalya'daki Doğal Taş İthalatçıları ve Alıcı Profili

İtalya'da doğal taş ithalatçıları üç ana gruba ayrılmaktadır:

1. Blok ithalatçıları ve tüccarlar
 - Carrara ve Verona merkezlidir.
 - Uzun vadeli tedarikçi ilişkileri önemlidir.
2. İşleme tesisleri
 - Kendi markasıyla ihracat yapar.
 - Kalite ve süreklilik önceliklidir.
3. Distribütörler ve proje tedarikçileri
 - Milano ve büyük şehirlerde yoğunlaşır.
 - Mimarlık ofisleriyle çalışır.

Türk firmaları için ilk temas genellikle ithalatçı ve işleyicilerle kurulmalıdır.

Pazara Giriş Stratejileri

Doğrudan İhracat

- Blok veya slab bazlı satış
- İtalyan ithalatçı ile doğrudan sözleşme

Distribütörlük ve Temsilcilik

- Bölgesel distribütör ile çalışma
- Uzun vadeli marka bilinirliği

Fuarlar ve B2B Etkinlikler

- Marmomac (Verona)
- Alıcı ve satıcıyı bir araya getiren B2B etkinlikleri

Numune ve Referans Odaklı Satış

- Küçük deneme sevkiyatları
- Referans projeler oluşturma

İtalya doğal taş sektörü, Türk firmaları için yüksek hacimli ama seçici bir pazardır. Özellikle ham madde ve yarı mamul segmentinde Türkiye'nin rekabet gücü yüksektir. Doğru bölge seçimi, doğru alıcı profili ve sabırlı bir pazara giriş stratejisiyle doğal taş firmalarımızın İtalya pazarında sürdürülebilir başarı elde edebileceği düşünülmektedir.

4.1. Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

İtalya doğal taş sektöründe ihracat yoluyla pazara girişte öncelikli hedef bölgeler, hem ürün tipine hem de pazar dinamiklerine göre şekillenmektedir.

Verona-Vicenza (Veneto), Carrara (Toscana), Brescia-Botticino (Lombardia) ve Trentino (porfir) gibi kümeler, hem üretim hem de ticaret açısından stratejik öneme sahiptir. Bu bölgeler, uluslararası fuarlar ve dijital platformlar aracılığıyla küresel pazarlara açılımda merkezi rol oynamaktadır.

Carrara – Massa (Toscana) Bölgesi:

Carrara, İtalya doğal taş sektörünün kalbi olarak kabul edilmektedir. Dünyaca ünlü Carrara mermeri bu bölgeden çıkarılmakta olup, şehir aynı zamanda İtalya'nın en önemli doğal taş ticaret ve dağıtım merkezi (hub) olmaktadır. Ayrıca, doğal taş işleme tesisleri, blok ve yarı mamul ticareti yapan ithalatçılar ile uluslararası taş tüccarları için önemli bir merkezdir.

Türk firmaları için blok mermer ve traverten satışı, alternatif renk ve desenlerde hammadde temini, İtalyan firmaların portföyünü tamamlayıcı ürünler fırsat olarak değerlendirilebilir.

Carrara'daki firmalar, Türkiye'den gelen blokları genellikle yüksek kaliteli projeler, özel mimari işler ve ABD–Orta Doğu–Asya ülkelerine yönelik olarak yeniden ihracatı için kullanmaktadır.

Verona – Veneto Bölgesi:

Verona, İtalya'nın ticari doğal taş merkezi konumundadır. Aynı zamanda, Marmomac fuarına ev sahipliği yapması, doğal taş kümelenmesi (Verona Stone District) bulunması, büyük ithalatçı ve ihracatçı firmaların (Natural Stone Srl, Stone Italiana Spa, MilanStone (A.A. Trading Srl) gibi) merkezlerinin burada bulunması, doğal taş makineleri ve teknolojileriyle entegre bir ekosistem sunması nedenleriyle stratejik öneme sahiptir. Verona merkezli firmalar genellikle ticaret odaklı çalışmakta ve ürünleri İtalya iç pazarının yanı sıra Avrupa geneline dağıtmaktadır.

İşlenmiş mermer, plaka ve slab satışı, distribütörlük anlaşmaları ve fuarlara katılım yoluyla doğrudan alıcı ile temas sağlama hususları Türk firmaları için fırsatlar oluşturabilir.

Milano – Lombardiya:

Milano, doğal taşın mimari, tasarım ve lüks yapı projeleri ile bulunduğu merkezdir. Bölgede, mimarlık ofislerinin (Piuarch, Lissoni, Park Associati, Dimore Studio vb), lüks konut ve otel projelerinin, iç mimari ve yapı malzemesi distribütörlerinin yoğunlaştığı görülmektedir. Bu nedenle, Milano pazarı daha az blok, daha çok yüksek kaliteli işlenmiş ürün talep etmektedir.

Antolini Stoneroom Milano gibi yüksek profilli firmalara ürün tedarigi sağlayarak, Türk mermerinin uluslararası araneda tanıtımının sağlanması, mimarlık ofislerinin bu bölgede yoğunlaşması nedeniyle doğrudan iş ilişkisi kurulması, Archiproducts Milano gibi tasarım platformlarıyla ürün tasarım bağlantısı kurmaya yönelik stratejiler geliştirilmesi Türk firmaları için değerlendirilebilir fırsatlardır.

Vicenza – Padova – Treviso (Veneto Alt Bölgesi):

Bu bölge, orta ölçekli işleme tesisleri ve ihracatçı firmaların yoğunlaştığı bir alandır. Bu bölgede, özellikle, orta segment yapı projeleri, Avrupa içi dağıtım, özel ebatlı üretimler için doğal taş temin edilmektedir.

Bari – Puglia & Güney İtalya

Güney İtalya limanları, Türkiye’den gelen doğal taşlar için lojistik avantaj sağlamaktadır. Bari ve çevresi, blok ithalatı, uygun maliyetli işleme, Akdeniz ve Kuzey Afrika pazarlarına yeniden ihracat açısından önemlidir.

4.2. Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

İtalya doğal taş sektöründe pazar yapısı, entegre bir tedarik zinciri ve yüksek uzmanlık düzeyine sahip firmalar etrafında şekillenmektedir. Sektör, ocak işletmelerinden blok ve plaka üreticilerine, işlenmiş ürün tedarikçilerinden taş işleme makine ve ekipman üreticilerine kadar geniş bir yelpazeye sahiptir. Özellikle Verona ve Carrara bölgelerinde yoğunlaşan firmalar, hem iç pazara hem de ihracata yönelik üretim kapasitesiyle öne çıkmaktadır.

4.2.1. Sektörde İtalya’nın Önde Gelen Firmaları

Franchi Umberto Marmi S.p.A.

1971 yılında kurulan Franchi Umberto Marmi S.p.A., Carrara bölgesinin en büyük ve en köklü doğal taş üreticilerinden biridir. Şirket, özellikle Carrara beyaz mermeri, Calacatta, Statuario ve Bianco Gioia gibi yüksek kaliteli mermerlerin blok ve plaka üretiminde uzmanlaşmıştır. Büyük ölçekli mimari ve özel projelerde tercih edilen Franchi Umberto Marmi, sürdürülebilirlik ve dijitalleşme alanlarında yaptığı yatırımlarla da sektörde öncü bir rol üstlenmektedir. 2023 yılı itibarıyla 78,5 milyon avro ciroya ulaşan firma, İtalya Borsası’nda işlem gören nadir doğal taş şirketlerindedir.

Web: www.fum.it

Adres: Via del Bravo, 14 – 54033 Carrara (MS)

Tel: +39 0585 70057

E-posta: info@fum.it

İhracat Ülkeleri: ABD, Çin, BAE, Suudi Arabistan, Almanya, Fransa, İngiltere, Avustralya

Antolini Luigi & C. S.p.A.

1956 yılında kurulan Antolini Luigi & C. S.p.A., doğal taş sektöründe yenilikçi yaklaşımı ve geniş ürün yelpazesıyla tanınan, sektörün en büyük firmalarından biridir. Şirket, mermer, granit, oniks, traverten ve yarı değerli taşlar dahil olmak üzere çok çeşitli doğal taşların blok ve plaka üretiminde ve özel yüzey işlemlerinde uzmanlaşmıştır. Antolini, 100'den fazla ülkeye ihracat yapmakta olup, yüksek kalite standartları ve özel koleksiyonları ile uluslararası pazarda güçlü bir marka değeri oluşturmuştur. Firmanın cirosu 70–80 milyon avro aralığındadır.

Adres: Via Marconi, 101 – 37010 Sega di Cavaion Veronese (VR)

Tel: +39 045 6836611

E-posta: info@antolini.it

İhracat Ülkeleri: ABD, Çin, BAE, Suudi Arabistan, Almanya, Fransa, İngiltere, Avustralya, Rusya, Hindistan

Web: www.antolini.com

Margraf S.p.A.

1906 yılında kurulan Margraf S.p.A., İtalya'nın en köklü ve prestijli doğal taş firmalarından biridir. Şirket, mermer, granit, limestone ve traverten gibi taşların işlenmesi ve büyük ölçekli mimari projelerde kullanılması konusunda uzmanlaşmıştır. Margraf, yenilikçi yüzey teknolojileri ve sürdürülebilir üretim uygulamalarıyla sektörde öncü bir konuma sahiptir. 65 milyon avro civarındaki cirosu ve 100 yılı aşkın tecrübesiyle öne çıkmaktadır.

Adres: Via Marmi, 3 – 36072 Chiampo (VI)

Tel: +39 0444 475900

E-posta: info@margraf.it

İhracat Ülkeleri: ABD, Çin, Rusya, BAE, Fransa, Almanya, İngiltere

Web: www.margraf.it

Marmi Ghirardi S.r.l.

1938 yılında kurulan Marmi Ghirardi S.r.l., doğal taş sektöründe proje yönetimi, özel taş uygulamaları, döşeme, cephe ve iç mimari çözümlerinde uzmanlaşmış bir firmadır. “Stone contractor” konseptinin İtalya'daki öncülerinden olan şirket, lüks projelerde ve büyük ölçekli taş uygulamalarında lider konumda bulunmaktadır. Marmi Ghirardi, yaklaşık 60 milyon avro ciroya sahiptir.

Adres: Via Santa Croce, 94 – 25013 Carpenedolo (BS)

Tel: +39 030 9966011

E-posta: info@ghirardi.it

İhracat Ülkeleri: ABD, İngiltere, Fransa, İsviçre, BAE, Katar, Avustralya

Web: www.ghirardi.it

Marmi Rossi S.p.A.

1966 yılında kurulan Marmi Rossi S.p.A., Verona bölgesinin en büyük doğal taş üreticilerinden biridir. Şirket, mermer, granit, kuvarsit ve traverten gibi taşların blok, plaka ve özel kesim yüzey işlemlerinde uzmanlaşmıştır. Geniş stok kapasitesi ve hızlı teslimat yeteneği ile bilinir. Firmanın cirosu yaklaşık 55 milyon avrodur.

Adres: Località Montean, 7 – 37010 Cavaion Veronese (VR)

Tel: +39 045 6260115

E-posta: info@marmirossi.com

İhracat Ülkeleri: ABD, Çin, Hindistan, Almanya, Fransa, İngiltere, BAE

Web: www.marmirossi.com

Basaltina S.r.l.

1925 yılında kurulan Basaltina S.r.l., volkanik kökenli Basaltina doğal taşının çıkarılması ve işlenmesinde uzmanlaşmış, Roma merkezli bir firmadır. Şirket, hem tarihi hem de çağdaş mimari projelerde tercih edilen Basaltina taşını, iç ve dış mekan uygulamaları için çeşitli boyut ve yüzeylerde sunmaktadır. Uluslararası ödüllü projelere imza atan Basaltina, yaklaşık 40 milyon avro ciroya sahiptir ve sektörde kalite ve yenilikçilikle tanınmaktadır.

Adres: Via Andrea Sacchi, 31 – 00196 Roma (RM)

Tel: +39 06 3338590

E-posta: info@basaltina.it

İhracat Ülkeleri: ABD, İngiltere, Almanya, Fransa, BAE, Çin, Japonya

Web: www.basaltina.com

Cereser Marmi S.p.A.

1965 yılında kurulan Cereser Marmi S.p.A., granit, mermer, kuvarsit, traverten, oniks ve ardesia gibi doğal taşların plaka ve özel uygulamalarında uzmanlaşmış bir firmadır. Yüksek stok kapasitesi, çeşitlilik ve hızlı teslimat kabiliyetiyle öne çıkan Cereser firmasının cirosu yaklaşık 35 milyon avrodur.

Adres: Via dell'Industria, 1 – 37010 Rivoli Veronese (VR)

Tel: +39 045 6284911

E-posta: amministrativo@ceresermarmi.com

İhracat Ülkeleri: ABD, Almanya, Fransa, İngiltere, Çin, BAE

Web: www.ceresermarmi.com

Industrie Graniti Compar S.r.l.

1970 yılında kurulan Industrie Graniti Compar S.r.l., granit, mermer ve diğer doğal taşların blok ve plaka üretiminde uzmanlaşmış, Güney İtalya'nın en büyük granit işleyicilerinden biridir. Şirket, büyük ölçekli altyapı ve şehircilik projelerine tedarikçi olarak önemli bir rol üstlenmektedir. Yaklaşık 30 milyon avro ciroya sahiptir.

Adres: Via Europa, Zona Ind. P.I.P – 87032 Amantea (CS)
Tel: +39 0982 46103
E-posta: william@graniticompar.it
İhracat Ülkeleri: ABD, Almanya, Fransa, Çin, Hindistan
Web: www.graniticompar.it

Marmo Arredo S.p.A.

1981 yılında kurulan Marmo Arredo S.p.A., mermer, granit, doğal taş, kompozit ve aglomerat ürünlerin işlenmesi ve özellikle endüstriyel mutfak ve banyo yüzeylerinde kullanılması konusunda uzmanlaşmıştır. Avrupa'nın önde gelen yüzey teknolojisi firmalarından biri olan Marmo Arredo, yenilikçi üretim süreçleri ve müşteri odaklı yaklaşımıyla sektörde önemli bir konuma sahiptir. Firmanın cirosu yaklaşık 28 milyon avrodur.

Adres: Viale dell'Industria, 43 – 35014 Fontaniva (PD)
Tel: +39 049 9475011
E-posta: marmoarredo@marmoarredo.com
İhracat Ülkeleri: Almanya, Fransa, İsviçre, ABD, İngiltere
Web: www.marmoarredo.com

İtalyan doğal taş sektöründe faaliyet gösteren firmaların bilgisine, sektörün çatı kuruluşu olan Confindustria Marmomacchine'nin web sayfasından ulaşılması mümkündür.

<https://www.assomarmomacchine.com/en/members/search-members/>

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

Confindustria Marmomacchine (Associazione Italiana Marmomacchine)

Sektörün çatı kuruluşu olan Confindustria Marmomacchine, 350'den fazla üyesiyle hem ulusal hem de uluslararası düzeyde sektörün temsilini sağlamaktadır. İtalya genelinde doğal taş ve taş işleme makine üreticilerini temsil etmektedir. Kurumun merkezi Milano'dadır ve üyeleri arasında taş ocakları, işleyiciler, makine ve sarf malzeme üreticileri yer almaktadır.

Confindustria Marmomacchine

Adres: Corso Sempione, 30 – 20154 Milano (MI), İtalya
Tel: +39 02 315360
Faks: +39 02 315354
E-posta: info@assomarmomacchine.com
Web: www.assomarmomacchine.com

Associazione Marmisti della Regione Lombardia

Adres: Via Lattuada 5, 20017 RHO (MI), İtalya
Tel: +39 02 93900740

E-posta: info@assomarmistilombardia.it
Web: www.assomarmistilombardia.it

Consorzio Italiano Porfido del Trentino

Adres: Via Kufstein, 1 38121 TRENTO (TN), İtalya
Tel: +39 0461 829835
Faks: +39 0461 829838
E-posta: info@italporphyry.eu
Web: www.italporphyry.eu

Consorzio Marmisti Bresciani

Adres: Via Dante Alighieri, 1F, 25086 REZZATO (BS), İtalya
Tel: +39 030 2594506
Faks: +39 030 2595670
E-posta: info@consorziomarmisti.org
Web: www.consorziomarmisti.org

Consorzio Produttori Marmo Botticino Classico

Adres: Via Tito Speri 52/a, 25082 BOTTICINO (BS), İtalya
Tel: +39 030 2190627
E-posta: consorzio@marmo-botticino.it
Web: www.marmo-botticino.it

Consorzio Promex (Massa)

Adres: Via Dorsale, 13, 54100 MASSA (MS), İtalya
Tel: +39 0585 792562
Faks: +39 0585 792567
E-posta: cores@bicnet.it
Web: www.prom-ex.it

EUROROC – European Federation of Natural Stone Industries

Avrupa doğal taş endüstrileri federasyonu olup İtalya'yı Confindustria Marmomacchine temsil etmektedir.
Web: www.euroroc.net

PNA – Pietra Naturale Autentica

Sektörde sürdürülebilirlik ve doğal taşın tanıtımı için oluşturulan ağıdır.
Web: <https://www.naturalstoneisbetter.com/it/>

Devlet Ajansları ve Resmi Platformlar

ICE – Agenzia per la Promozione all'Estero e l'Internazionalizzazione delle Imprese Italiane (Italian Trade Agency)

İhracat, pazar araştırması, ithalatçı/dağıtıcı veri tabanları, fuar ve tanıtım desteği sunar.

Web: www.ice.it

Adres: Via Liszt, 21 – 00144 Roma (RM), İtalya

Tel: +39 06 59921

E-posta: info@ice.it

4.2.3. İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

İtalya'ya ihracat yapmak isteyen Türk şirketler için, İtalyan firmalarla ilgili bilgi alınabilecek açık kaynaklar oldukça çeşitlidir. Bu kaynaklar, potansiyel alıcıları, distribütörleri, ithalatçıları veya iş ortaklarını bulmak için kullanılabilir. Bazı önemli açık kaynaklar şöyledir:

İtalya Ticaret ve Sanayi Odaları (Camere di Commercio)

Her ilde faaliyet gösteren İtalyan Ticaret Odaları, şirket kayıtlarını ve faaliyet alanlarını yayınlar. Ayrıca Türkiye'de faaliyet gösteren İtalyan Ticaret ve Sanayi Odası Derneği, İtalya ile iş yapmak isteyen firmalara bilgiler sağlamaktadır.

Unioncamere – Registro delle Imprese

Tüm İtalya'daki ticari işletmelerin resmi kayıt ve iletişim bilgileri mevcuttur.

Buradan şirket sorgulaması yapılabilir (bazı bilgiler ücretsizdir, detaylar ücretli olabilir).

Web: <https://www.registroimprese.it> (İtalyanca)

Kompass İtalya

Uluslararası firma rehberidir.

Sektör, ürün ve ülkeye göre firma araması yapılabilir.

Web: <https://it.kompass.com>

Europages

Avrupa çapında B2B firma rehberidir.

Firma profilleri, iletişim bilgileri, ürünler ve sektör bilgileri içerir.

Web: <https://www.europages.com> (İtalya'ya özel filtreleme yapılabilir.)

Marmomac Plus

Verona'daki Marmomac fuarı ve dijital platformu Marmomac Plus, sektördeki firmaların uluslararası ağlara erişimini kolaylaştırmaktadır. Doğaltaş sektöründe üretici, ithalatçı, distribütör ve uygulamacı firmaların dijital kataloğu bulunmaktadır. Ülke, ürün, uygulama bazında arama yapılabilir.

Web: www.marmomacplus.com

Agenzia ICE - Italian Trade Agency (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane) İtalya Ticaret ve Yatırım Ajansı

Devlet destekli ICE-Agenzia ise ihracatçı firmalara pazar araştırması, alıcı eşleştirme ve tanıtım desteği sağlamaktadır.

Web: www.ice.it

4.3. Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

İtalya'ya doğal taş sektöründe ihracat yapmak isteyen Türk şirketleri için, Avrupa Birliği (AB) teknik mevzuatlarına uygunluk temel zorunluluktur. Sektöre özel olarak gerekli olan zorunlu belgeler aşağıda sıralanmakla birlikte, Avrupa Komisyonu'nun Access2Markets web sayfası (<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en>) üzerinden ürünün tarifesi girilerek ürüne özel olarak istenen belgelere erişilmesi mümkündür.

Belge Adı	Açıklama	Kaynak/Detaylı Bilgi
Ticari Fatura	İhracatçı ve ithalatçı bilgileri, ürün tanımı (GTİP/TARIC), miktar, birim fiyat, toplam değer, Incoterms, taşıma şekli ve ödeme koşulları içermelidir. Gümrükte temel belgedir.	Access2Markets – Customs clearance documents and procedures – “Commercial invoice” [trade.ec.europa.eu]
A.TR Dolaşım Belgesi	Türkiye-AB Gümrük Birliği kapsamında sanayi ürünlerinde (doğal taş dahil) gümrük vergisi muafiyeti sağlar. Türk Gümrük İdaresi veya yetkili odalarca düzenlenir.	Access2Markets – EU-Turkey Customs Union – “A.TR” bölümü ; Ticaret Bakanlığı SSS [trade.ec.europa.eu], [trade.gov.tr]
Paketleme Listesi	Her bir kolinin içeriği, ağırlığı, ölçüleri ve işaretlemeleri detaylandırılır. Gümrükte ve lojistikte gereklidir.	Access2Markets – Customs clearance documents and procedures – “Packing list” [trade.ec.europa.eu]
Taşıma Belgesi	Deniz yolu için konşimento (Bill of Lading), kara yolu için CMR, hava yolu için Air Waybill gereklidir.	Access2Markets – Customs clearance documents and procedures – “Transport documents” [trade.ec.europa.eu]
Gümrük Beyanna-mesi (SAD)	AB'ye girişte ithalatçı veya gümrük müşaviri tarafından dijital olarak doldurulur.	Agenzia delle Dogane e dei Monopoli – Customs – “Import Declaration” bölümü [adm.gov.it]
Gümrük Kıymet Beyanı (DV1)	20.000 € üzeri kıymetlerde, ithalat kıymetinin beyanı için gereklidir.	Access2Markets – Customs Value Declaration – “DV1” bölümü [trade.ec.europa.eu]

Belge Adı	Açıklama	Kaynak/Detaylı Bilgi
Menşe Şahadetnamesi	Bazı durumlarda (ör. anti-damping, ek kontrol, kamu ihaleleri) ürünün Türk menşeli olduğunu göstermek için istenir. Ticaret Odası veya İhracatçı Birliği tarafından düzenlenir.	Ticaret Bakanlığı SSS – “Certificate of Origin” bölümü [trade.gov.tr]
EORI Numarası	AB’de ithalatçı olarak işlem yapacak tüm firmaların sahip olması gereken Ekonomik Operatör Kayıt Numarasıdır.	Access2Markets – Guide for import of goods – “EORI” bölümü [trade.ec.europa.eu]
CE İşareti ve DoP	Eğer ürün yapı malzemesi olarak piyasaya arz edilecekse, ilgili EN standardına göre CE işareti ve Performans Beyanı (DoP) zorunludur.	Certimac – CE marking of natural stone products – “How to obtain the CE marking” bölümü [certimac.it]
ISPM-15 Sertifikası	Ahşap ambalaj/palet kullanılıyorsa, ISPM-15 fümigasyon veya ısıl işlem sertifikası gereklidir. Palet üzerinde IPPC/ISPM-15 damgası olmalıdır.	Arcadia – ISPM 15: cosa prevede la normativa – “Che cos’è la normativa ISPM 15” bölümü [arcadiaconcilia.it]

4.4. Sevk Öncesi İnceleme Hizmeti Veren ve Uluslararası Akredite Edilmiş Başlıca Gözetim Şirketleri

İtalya'ya ihracat yapmak isteyen Türk şirketleri için, genel olarak sevk öncesi inceleme zorunluluğu bulunmamaktadır. İtalya, Avrupa Birliği (AB) üyesi bir ülke olarak, ithal ürünlerin güvenlik ve uygunluk denetimlerini AB mevzuatı çerçevesinde gerçekleştirmektedir. Bu kapsamda, AB teknik düzenlemelerine uygun olması yeterlidir. Ancak, bazı özel ürün grupları veya sektörler için ürün ve sektöre göre uygunluk belgeleri ve teknik regülasyonlara uyum gerekebilir. Bu nedenle, ihracat yapmayı planladığınız ürünün İtalya'daki ithalat düzenlemeleri hakkında detaylı bilgi edinmeniz önemlidir. Bu tür bilgilere, Avrupa Komisyonu'nun Access2Markets web sayfası (<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en>) üzerinden ürünün tarifesi girilerek erişilmesi mümkündür.

Kaynak: <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/italy-import-requirements-and-documentation>

İtalya ve AB'ye doğal taş dış ticaretinde kamu tarafından zorunlu PSI (sevk öncesi inceleme) yoktur. Ancak, kalite güvencesi, akreditif veya müşteri talebiyle gönüllü PSI hizmeti alınabilir.

TÜV Rheinland (Pre-Shipment Inspection (PSI) – TÜV Rheinland)

Sevk Öncesi İnceleme hizmeti kapsamında miktar, kalite, paketleme, yükleme, dokümantasyon ve sözleşme şartlarına uygunluk kontrolü yapılır.

SGS Italy ([Ispezione pre-imbarco](#) | [SGS Italy](#))

SGS, kalite, miktar, işaretleme, ambalaj ve yükleme kontrolleri ile Sevk Öncesi İnceleme raporu sunar.

Avrupa Birliği'ne üye ülkelerde yetkilendirilmiş gözetim şirketlerine ülke bazında seçim yaparak **NANDO Veritabanı** (EU Notified Bodies Database) üzerinden erişim sağlanabilmektedir. NANDO Veritabanı (EU Notified Bodies Database): <https://webgate.ec.europa.eu/single-market-compliance-space/notified-bodies>

4.5. Sektördeki Önemli Fuarlar ve Tarihleri

Marmomac, doğal taş sektöründe İtalya'nın ve dünyanın en prestijli uluslararası fuarıdır. Fuar ilk kez 1961 yılında Verona'da "International Exposition of Marble and Machinery" adıyla düzenlenmiştir. Başlangıçta ağırlıklı olarak İtalyan pazarına hizmet eden fuar, 1980'lerden itibaren küresel ölçekte sektörün buluşma noktası haline gelmiştir. 1981'de "Marmomacc-Marmomacchine" adını almış, 2016'dan itibaren ise "Marmomac" adıyla anılmaktadır.

Marmomac (Verona), dünyanın en büyük doğal taş ve işleme teknolojileri fuarıdır. Fuara katılanların profili, üreticilerden, makinacılara ve tasarımcılara kadar geniş bir yelpazeden oluşmaktadır. Fuar, Verona'da 12 salon ve 8 açık alan, toplam 76.000 m² alanda organize edilmektedir.

Türkiye'den her yıl çeşitli Ticaret Odalarımız ve Birliklerimizin yoğun katılımı olmakta, ülkemiz, milli pavilyonlarla ve toplu katılımı (milli veya bireysel katılım) fuarda yer almaktadır. En son 2025 yılında düzenlenen fuara, 55 farklı ülkeden 1.485 firma katılmış, fuar % 66 yurtdışından gelen toplam 50.000 profesyonel tarafından ziyaret edilmiştir. Ülkemizden, hem milli hem bireysel işbirliğiyle toplam 140 firma yer almıştır. Fuarın bir sonraki edisyonu, 22–25 Eylül 2026 tarihleri arasında düzenlenecektir.

Marmomac, doğal taş sektöründe küresel trendlerin ve iş bağlantılarının merkezi olarak kabul edilmektedir. Sektörün tüm aktörlerini bir araya getirerek (ocaktan nihai ürüne, makine ve kimyasallardan tasarıma kadar), inovasyon, sürdürülebilirlik ve uluslararası işbirliği açısından önemli bir platform sunmaktadır. Fuar, hem İtalya'nın hem de dünya taş endüstrisinin vitrini ve referans noktası olarak kabul edilmektedir.

4.6. Sektör Firmalarına Hitap Eden ve Gerçekleştirilmesi Planlanan Ticaret Heyetleri

Türk ve İtalyan firmaları arasında iş birliğini artırmak, yeni pazar fırsatlarını değerlendirmek ve sektörel gelişmeleri takip etmek amacıyla zaman zaman ticaret heyetleri organize edilmektedir. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK), İhracatçı Birlikleri, Ticaret ve/veya Sanayi Odaları, Organize Sanayi Bölgeleri, Endüstri Bölgeleri, Teknoloji Geliştirme Bölgeleri, Teknoloji Geliştirme Merkezleri (TEKMER), Sektör Dernekleri ve Kuruluşları, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDŞ), Ticaret Borsaları, İşveren Sendikaları ile imalatçıların kurduğu dernek, birlik ve kooperatifler ile ihracat konsorsiyumlarının düzenlediği oldukları ticaret heyetleri Ticaret Bakanlığına destek kapsamında bulunmaktadır.

Bu kapsamda, olası ticaret heyetleri için yukarıda zikredilen kurumların web sayfalarının dönem dönem incelenmesinde ve duyurularının takip edilmesinde fayda bulunmaktadır.

Ticari ve Alım Heyeti duyurularının takip edilebileceği bazı resmi kaynaklar;

Ticaret Bakanlığı (destek programları ve onaylı heyetler)

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

<https://www.ticaret.gov.tr/ihracat/ihracat-destekleri/yurtdisi-pazarlama-ve-alim-heyetleri>

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM)

<https://www.tim.org.tr>

<https://www.tim.org.tr/tr/etkinlikler>

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)

<https://www.tobb.org.tr>

<https://www.tobb.org.tr/Sayfalar/Etkinlikler.php>

Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK)

<https://www.deik.org.tr>

<https://www.deik.org.tr/etkinlikler>

İhracatçı Birlikleri (*bağlı olunan İhracatçı Birliği kapsamında*)

Alt birlikler kendi resmi web sitelerinde sektörel ticaret heyeti duyuruları yayınlamaktadır.

Diğer taraftan, İtalya tarafında da, İtalyan doğal taş ve taş işleme teknolojileri sektöründe, küresel pazarlardaki rekabet gücünü artırmak, yeni ticari bağlantılar oluşturmak ve yüksek katma değerli ihracatı desteklemek amacıyla uluslararası faaliyetleri, ağırlıklı olarak Agenzia ICE - Italian Trade Agency (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane) ile sektörün ana temsil kuruluşu olan Confindustria Marmomacchine - Associazione Italiana Macchine e Tecnologie per Marmo, Pietre e Affini iş birliğinde yürütülmektedir. Başta ABD olmak üzere öncelikli hedef pazarlara yönelik olarak sektörel alım heyetleri, ticaret heyetleri, B2B eşleştirme programları, uluslararası fuar katılımları ve tanıtım faaliyetleri düzenlenmektedir.

İtalyan Kurumlarınca düzenlenen Ticari ve Alım Heyeti duyurularının takip edilebileceği resmi kaynaklar;

Agenzia ICE – Italian Trade Agency

<https://www.ice.it>

<https://www.ice.it/it/aree-mercato/eventi>

Confindustria Marmomacchine

<https://www.marmomacchine.com>

Marmomac / Veronafiore (sektörel alım heyetleri ve delegasyonlar)

<https://www.marmomac.com>

<https://www.veronafiore.it>

Promos Italia (bölgesel ihracat ve ticari heyet organizasyonları)

<https://www.promositalia.camcom.it>

4.7. Sektörde İhale Yayınlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler

Türkiye'nin DTÖ Kamu Alımları Anlaşması'na taraf olmaması nedeniyle Türk firmaların İtalya'da açılan kamu ihalelerine katılımı mümkün olmamaktadır. Uygulamada, firmalarımızın alt yüklenici (sub-contractor) olarak İtalya'daki projelere dahil olduğu bilinmektedir.

Diğer taraftan, İtalya'da kamu yapım-onarım ve mal alımları D.Lgs. 36/2023 (Yeni Kamu İhale Kodu) uyarınca yürütülür, ihale yaşam döngüsü ve ilan yayımı ANAC'ın Piattaforma Contratti Pubblici ve Consip/MEPA kanallarında dijitalleştirilmiştir (ANAC – Piattaforma Contratti Pubblici; Consip – “Ricerca gare”; MEPA – Acquisti in Rete). Sektörel açıdan, doğal taş ürünleri çoğunlukla kamu yapım işlerinin (taş kaplama, döşeme, bordür vb.) teknik şartnamelerinde UNI/EN standart atıflarıyla tedarik edilir, ulusal/bölgesel idarelerin ihale duyuruları Consip, ANAC açık veri ve ilgili bakanlık portallerinde yayımlanır (ANAC – “Bandi di gara e contratti”; MIT Portale Appalti).

<https://www.anticorruzione.it/-/piattaforma-contratti-pubblici>

Genel olarak İtalya'da kamu ihale duyurularının takip edileceği linkler aşağıda paylaşılmaktadır.

- İhale Duyuruları (Pubblicità a Valore Legale (PVL);

<https://www.anticorruzione.it/-/pubblicit%C3%A0-a-valore-legale-pvlANAC>

Piattaforma di Pubblicità a Valore Legale (<https://www.anticorruzione.it/>)

- Gelişmiş Arama için:

<https://pubblicitalegale.anticorruzione.it/ricerca-avanzata>

- Ulusal Kamu Sözleşmeleri Veri Tabanı:

https://dati.anticorruzione.it/superset/dashboard/appalti/?native_filters_key=ullJH1g9bGR4jtIxyzLp6e_R4ETfOMGIVx4UQoqLbXbrGTzCehDphix0yED4Xlko

- Diğer Kaynaklar:

https://www.anticorruzione.it/-/relazione.annuale.2024_46

- İtalyan Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı İhale Duyuruları:

https://trasparenza.mit.gov.it/pagina566_bandi-di-gara-e-contratti.html

- AB Kapsamında Elektronik Olarak Yayımlanan Kamu İhaleleri:

<https://ted.europa.eu/TED/browse/browseByMap.do>

(Harita üzerinden İtalya seçilerek güncel ilanlar görüntülenebilir).

- Kamu Alımları Alternatif: <https://www.acquistinretepa.it/opencms/opencms/>

4.8. İtalya'nın Türkiye ve Diğer Ülkelerle STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları Hakkında Bilgi

İtalya, AB üyesi bir ülke olarak AB'nin taraf olduğu ticaret anlaşmalardan yararlanmaktadır. AB üyesi ülkeler arasında tesis edilen Gümrük Birliği çerçevesinde, üye ülkeler üçüncü ülkelerden ithalatta ortak kurallar uygulamaktadır. Bu çerçevede, ticaret politikası münhasıran AB'nin yetki alanına girmekte ve "Ortak Ticaret Politikası (OTP)" olarak adlandırılmaktadır.

OTP, ortak gümrük tarifeleri; çok taraflı, bölgesel ve ikili ticaret anlaşmaları; üçüncü ülkelere uygulanan tek taraflı tavizler ve ticari savunma araçlarını kapsamaktadır. OTP çerçevesinde, mal ticaretinin yanı sıra hizmetler, ticaretle bağlantılı fikri mülkiyet hakları ve doğrudan yabancı yatırımlar AB'nin münhasır yetki alanında yer almaktadır. Bu doğrultuda, AB üyesi ülkelere ortak gümrük tarifesi ve ticari savunma araçları uygulanmakta olup ürünlere uygulanan gümrük vergileri ve varsa, ürünler üzerinde bulunan ticari savunma araçlarına TARIC Consultation veri tabanı üzerinden erişilebilmektedir. TARIC veri tabanına aşağıdaki adresten erişim sağlanabilmektedir:

https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en

AB dışı ülkelerin AB ile olan ticari anlaşmalarına ve yararlanabildikleri gümrük muafiyetlerine aşağıdaki adresten erişim sağlanabilmektedir:

<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/non-eu-markets>

4.9. Tercihli Tarifeden Yararlanmak İçin Gereken Belgeler

Gümrük Birliği anlaşmasında öngörülen tarife avantajlarından yararlanabilmek için A.TR dolaşım belgesinin sunulması gereklidir. Bu zorunluluk, Avrupa Topluluğu-Türkiye Ortaklık Konseyi'nin 1/95 Sayılı Kararının uygulanmasını düzenleyen ve detaylı hükümler getiren, AT-Türkiye Gümrük İş birliği Komitesi'nin 26 Eylül 2006 tarihli 1/2006 sayılı kararında belirtilmiştir. Tercihli tarife uygulamasından yararlanabilmek için ihracatçıların, yasal çerçevede belirlenen prosedürleri eksiksiz bir şekilde yerine getirmesi ve ilgili A.TR dolaşım belgesini ibraz etmesi gerekmektedir. Avrupa Topluluğu-Türkiye Ortaklık Konseyi'nin 1/95 Sayılı Kararının yürürlüğe girmesiyle ilgili ayrıntılı kurallar, AT-Türkiye Gümrük İş birliği Komitesi'nin 26 Eylül 2006 tarihli ve 1/2006 sayılı kararıyla düzenlenmiştir. Söz konusu karar metnine şu bağlantıdan ulaşılabilir:

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2006.265.01.0018.01.ENG.

4.10. Sektördeki Ürün Standartları

İtalya'da doğal taş ürünleri, Avrupa Birliği Resmi Gazetesi'nde yayımlanan AB Yapı Malzemeleri Tüzüğü (CPR – Regulation (EU) No 305/2011) kapsamında belirlenmiş olup, CE

işareti ile piyasaya arz edilen ürünler için uyumlaştırılmış Avrupa standartlarına (EN) uyulması zorunludur. Bu standartlar, ürünün kullanım amacına göre teknik gereklilikleri ve test yöntemlerini tanımlamaktadır. Bahse konu tüzüğe aşağıdaki linkten ulaşabilirsiniz.

AB Yapı Malzemeleri Tüzüğü:

(<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32011R0305>)

Yapı Malzemeleri Yönetmeliği (CPR), AB'de yapı ürünlerinin pazarlanması için uyumlaştırılmış kurallar ortaya koymaktadır. Yönetmelik, yapı ürünlerinin performansını değerlendirmek için ortak teknik bir dil sunmaktadır. Profesyonellere, kamu yetkililerine ve tüketicilere güvenilir bilgilerin sunulmasını sağlar, böylece farklı ülkelerdeki farklı üreticilerin ürünlerinin performansını karşılaştırabilirler.

Doğal taş sektörüne özel UNI/ISO/EN standartları için İtalyan Standart Enstitüsü (UNI - Ente Italiano di Normazione) <https://www.uni.com/> sitesinden detaylı araştırma yapılması mümkün bulunmaktadır.

https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/construction/construction-products-regulation-cpr/declaration-performance-and-ce-marking_en

(https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/construction/construction-products-regulation-cpr_en)

[Yapı Malzemeleri Yönetmeliği \(CPR\) - İç Pazar, Sanayi, Girişimcilik ve KOBİ'ler](#)

Diğer taraftan, AB düzenlemeleri Komisyon tarafından revize edilmektedir. Bu çerçevede, düzenlemelerin güncel hallerinin (<https://eur-lex.europa.eu/homepage.html>) adresinden takip edilmesinde fayda görülmektedir.

Bununla beraber, CE işareti de ihracatçılarımızın ürünlerini AB pazarına arz edebilmeleri için sağlamaları gereken önemli kriterlerden biridir. CE işareti, ürünün ilgili teknik düzenlemesine uygun olduğunu ve ürünlerin amacına uygun kullanılması halinde insan can ve mal güvenliği, bitki ve hayvan varlığı ile çevreye zarar vermeyeceğini gösteren bir işarettir. CE işareti, AB pazarına girecek tüm ürünler için gerekli olmayıp, AB'nin Yeni Yaklaşım Direktifleri içerisinde yer alan ürünlerde kullanılmaktadır.

Diğer taraftan, her Yeni Yaklaşım Direktifi de ürüne CE işareti konulmasını gerektirmez. AB direktiflerinin bazıları ürüne CE işareti konulmasını öngörmemekte olup, bunlarda başka türlü işaretlemeler söz konusu olabilmektedir. Bu kapsamda, imalatçılarımız, ürünlerinin hangi direktif/direktifler kapsamına girdiğini tespit ederek, söz konusu direktifleri incelemeli, gerekiyorsa üretim bandında değişikliğe gitmeli ve buna göre belgelendirme faaliyetlerini gerçekleştirmelidir.

Ürünlerin, CE işaretli olarak piyasaya sunulmasından imalatçı ve yetkili temsilci sorumludur. Ancak, eğer imalatçı ya da imalatçının yetkili temsilcisi Avrupa Birliğinde yerleşik değilse, ithalatçı ürünün "CE" işareti taşıdığını teyit etmekten sorumludur. CE işareti ile ilgili detaylı

bilgiye (https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/labels-markings/ce-marking/index_en.htm) adresinden ulaşmak mümkündür.

Ürünlerin piyasaya arz edilmesine ilişkin akreditasyon ve piyasa gözetimi ve denetimi işlemleri AB'nin 765/2008/EC sayılı Tüzüğü ile 2019/1020/EU sayılı Tüzüğü'ne göre yürütülmektedir. Anılan mevzuat, AB gümrüklerinde kontrolleri, CE işareti ve akreditasyonunun yanı sıra üye devletlerde piyasa gözetimi ve denetimine yönelik hükümler ihtiva etmekte olup üye ülkeler tarafından işbirliği içinde uygulanmaktadır.

Zorunlu CE işareti için geçerli başlıca standartlar:

EN 12057: Modüler karolar için boyut toleransları, yüzey kalitesi, fiziksel özellikler (ör. su emme, basınç dayanımı).

EN 12058: Döşeme ve merdiven plakaları için teknik özellikler ve test yöntemleri.

EN 1469: Cephe kaplama plakaları için gereklilikler (ör. kalınlık, yüzey işleme, dayanım).

EN 1341, EN 1342, EN 1343: Dış mekan döşeme plakaları, küp taşlar ve bordür taşları için standartlar.

EN 1467, EN 1468: Kaba bloklar ve kaba plakalar için boyut ve kalite kriterleri.

EN 771-6: Duvar birimleri (doğaltaş bloklar) için gereklilikler.

EN 12326-1: Arduvaz ve taş ürünleri (çatı ve kaplama) için standart.

EN 12440: Etiketleme için ticari adlandırma kriterleri (taşın doğru adı, menşei, jeolojik sınıfı).

Listede yer alan EN standartları, doğal taş ürünlerinin Avrupa Birliği'nde yapı malzemesi olarak piyasaya arz edilmesi için uyulması gereken teknik kuralları belirlemektedir. Her standart belirli bir ürün tipine yöneliktir. Bu standartlar, ürünün performans özelliklerini (ör. yoğunluk, basınç dayanımı, donma-çözülme direnci) ve test yöntemlerini belirler. Amaç, ürünün güvenli ve uygun şekilde kullanılmasını sağlamaktır.

Avrupa Komisyonu – CPR (Construction Products Regulation)

https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/construction/construction-products-regulation-cpr_en

4.11. Sektörde Etiketleme

Doğal taş ürünlerinde etiketleme, EN 12440:2017 - Natural Stone “Denomination Criteria” standardına göre yapılmaktadır. Bu standart, taşın ticari adını, jeolojik tanımını, menşei ve fiziksel özelliklerini belirtmeyi zorunlu kılmaktadır. CE işareti ile birlikte Performans Beyanı (DoP) ve ürünün kullanım amacına göre temel özellikleri etikette yer almalıdır.

İtalya'da doğal taş ürünleri ve genel olarak tüm ambalajlar için uygulanan resmi etiketleme standartları, 3 Eylül 2020 tarihli ve 116 sayılı Yasa Düzenlemesi (Decreto Legislativo No. 116/2020) kapsamında belirlenmiştir. Bu düzenleme, ambalajların çevresel etiketlenmesini zorunlu kılarak üreticilerin ürünlerinin ambalaj malzemelerini alfanumerik kodlar (AB Kararı

97/129/EC doğrultusunda) kullanarak belirtmesini ve tüketicilere doğru bertaraf bilgilerini İtalyanca olarak açıkça sunmasını gerektirir. Resmi gazetede yayınlanan ilgili mevzuata aşağıdaki link üzerinde ulaşılabilir.

Decreto Legislativo No. 116/2020:

<https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2020/09/11/20G00135/SG>

Özellikle tüketiciye yönelik (B2C) ambalajlarda, malzeme içeriği ve atıkların nasıl ayrıştırılıp bertaraf edileceğine dair bilgi verme yükümlülüğü vardır. Çok bileşenli ambalajlarda ise her bileşenin ayrı ayrı etiketlenmesi 1 Ocak 2023 itibarıyla zorunlu hale gelmiştir.

Doğal taş ürünlerinin ambalajlarında da aynı çevresel ve teknik standartlar geçerlidir. Ürünlerin menşei, teknik özellikleri ve ambalajlama bilgileri, birlikte verilen etiketlerde açıkça belirtilmelidir. Amaç, geri dönüşümün ve çevresel korumanın artırılmasıdır.

4.12. Sektörde Ambalajlama

Mermer ve traverten gibi doğal taşlar ağır, kırılabilir ve yüksek değerli ürünlerdir. Yanlış ambalajlama, darbe, nem ve titreşim nedeniyle ciddi hasar riskine yol açmaktadır. Bununla beraber, ambalajın geri dönüşüm ve çevre standartlarına uygun olması (EN 13427) beklenmektedir. İtalya, AB mevzuatına tabi olduğu için ISPM 15 damgalı ahşap ambalaj ve CE işareti zorunludur.

Kullanılan Ambalajlama Yöntemleri

Ahşap Kasalar

İtalya'ya doğal taş ihracatında kullanılan ahşap ambalajlar için ISPM-15 (International Standards for Phytosanitary Measures) fitosaniter standardına uyum zorunludur. Bu, ürün standardının parçası değil, ithalatın fitosaniter şartıdır. Paletler ve ahşap kasalar, IPPC (International Plant Protection Convention) damgası taşınmalı ve fırınlanmış, nemden arındırılmış ve zararlı organizmalara karşı ısı işlem veya fumigasyon yapılmış olmalıdır. AB Ambalaj ve Ambalaj Atıkları Direktifi gereklilikleri geçerlidir.

2023 yılında IPPC (International Plant Protection Convention) tarafından hazırlanan "Guide to Regulation of Wood Packaging Material" ahşap ambalajlama rehberine aşağıdaki linkten ulaşılabilir.

<https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/c1d1e9c9-7f71-4c7e-ba51-2a909b0bb273/content>

Koruyucu Malzemeler

Strafor, köpük, plastik takozlar veya hava yastıkları ile taşlar birbirinden ayrılır.

Nem önleyici paketler ve konteyner içi ilaçlama (ör. Metil Bromür) uygulanabilir.

Paletleme ve Sabitleme

Euro palet veya özel paletler kullanılabilir.

Çelik kayışlar ve ağır hizmet tipi kayışlarla sabitleme yapılır.

Forkliftle kolay taşınabilir şekilde dengeli yerleştirme sağlanmalıdır.

Etiketleme

Ürün tipi, ebat, renk, sipariş bilgisi ve HS kodu ambalaj üzerinde açıkça belirtilmelidir.

“Fragile”, “This Side Up” gibi uluslararası sembollerin kullanımı faydalı olmaktadır.

Örnek Ambalajlama Uygulamaları

Kasa Tipi: İç çevresine strafor yerleştirilmiş, ısı işlem görmüş ahşap kasalar olmalıdır.

Palet Üstü: Ekonomik sevkiyat için ahşap kenarlı paletler kullanılmalı, kompozit çember ile sabitlenmelidir.

Konteyner İçi: Kasalar sabitlenir, nem alıcı paketler eklenir, konteyner ilaçlanır ve mühürlenir.

Detaylı bilgi için aşağıda verilen dokümanlar incelenebilir.

ISPM-15 (International Standards for Phytosanitary Measures)

https://www.ippc.int/static/media/files/publication/en/2017/02/ISPM_15_ED_En_2017-02-10.pdf

IPPC/FAO – ISPM-15 resmî metin ve açıklayıcı doküman

https://www.ippc.int/static/media/files/publication/en/2017/02/ISPM_15_ED_En_2017-02-10.pdf

4.13. Lojistik (Nakliye Süresi, Taşıma Modları, Güzergâhlar)

İtalya, Avrupa'nın lojistik koridorlarının kesişim noktasıdır. Doğal taş taşımacılığında en çok tercih edilen modlardan denizyolu, büyük bloklar için ekonomik çözümdür. Karayolu ise AB içi sevkiyatlarda daha yaygındır. Demiryolu ve Ro-Ro taşımacılığı ise Türkiye'den Kuzey İtalya'ya hızlı erişim için tercih edilmektedir.

Başlıca giriş limanları; La Spezia, Genova, Livorno, Trieste limanlarıdır. Transit süreleri Türkiye'den İtalya'ya denizyolu ile ortalama 7-10 gün, AB içi karayolu ile 2-4 gün olmaktadır.

Türkiye'den İtalya'ya gerçekleştirilen doğal taş ihracatında kullanılan lojistik süreçler, taşıma modları, güzergâhlar ve operasyonel sürelere ilişkin verilere aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Taşıma Modu	Rota	Ortalama Süre	Kullanılan Güzergah/Limanlar	Avantajlar	Dezavantajlar	Uygun Olduğu Taşıma Türü
Denizyolu (Ro-Ro Dahil)	Türkiye → İtalya	4-7 gün - transit süre 2-4 gün deniz + liman operasyonları (toplam 7-10 gün)	İstanbul (Ambarlı) → Trieste/Venedik/Cenova - İzmir (Alsancak) → Ravenna/Livorno - Mersin → Napoli/Salerno	Yüksek kapasite - konteyner başına maliyet düşük - Güvenli taşıma	- Liman bekleme süreleri - Hava koşullarına bağlı gecikmeler	- Büyük hacimli ve ağır yükler için ekonomik çözüm
Karayolu (TIR)	Türkiye → İtalya	4-6 gün	1. Balkan Rotası: İstanbul → Bulgaristan → Sırbistan → Hırvatistan → Slovenya → İtalya 2. Yunanistan Rotası: İpsala → Yunanistan → Arnavutluk → Feribot (Igoumenitsa → Ancona)	Kapıdan kapıya teslim, - haftalık düzenli çıkışlar, - hızlı transit süre	- Yakıt maliyeti yüksek - Sınır geçişlerinde gecikmeler	En yaygın moddur; özellikle işlenmiş mermer ve traverten için tercih edilir.
Demiryolu	Türkiye → İtalya	5-9 gün	-Halkalı (İstanbul)→ Slovenya (Koper)→ İtalya (Milano/Torino) - Marmaray →Avrupa Demiryolu Ağı	- Çevre dostu - Uzun mesafede ekonomik - Yüksek güvenlik	- Sınırlı Ro-La altyapısı - Esneklik düşük - Aktarma gerektirebilir	- Büyük siparişler - Düzenli sevkiyatlar (doğal taş için sınırlı tercih edilir)
Kombine (Deniz + Karayolu)	Türkiye → İtalya	5-8 gün	-Mersin→ Trieste (deniz)→ Milano (karayolu) - İzmir → Bari (deniz)→ Napoli (karayolu)	- Maliyet/ süre dengesi - Avrupa içlerine erişim kolay	- Aktarma süreleri - Lojistik koordinasyon gerektirir	- İtalya'nın iç bölgelerine taşıma
Havayolu (Acil Taşımalar)	Türkiye → İtalya	1-2 gün	-İstanbul (IST/SAW) →Milano (MXP)/Roma	-Acil teslimat- Yüksek güvenlik - kısa transit süresi, hasar	- Çok yüksek maliyet - Sınırlı kapasite,	- Numune gönderimi - Acil proje teslimatı, -

			(FCO) - Özel kargo uçuşları	ve kayıp riskini azaltır.	-Çevresel etki	Yüksek değerli işlenmiş ürünler
--	--	--	-----------------------------	---------------------------	----------------	---------------------------------

İtalya'daki deniz, hava ve kara sınır kapıları listesi aşağıdaki linkte bulunmaktadır:

[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/HTML/?uri=CELEX:52017XC0310\(02\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/HTML/?uri=CELEX:52017XC0310(02)&from=EN)

4.14. Dağıtım Kanalları

İtalya, hem doğal taş işleme hem de tüketim açısından Avrupa'nın en önemli merkezlerinden biridir. Türkiye'den ihracat yapan firmalar için doğru dağıtım kanallarını seçmek, pazarda rekabet avantajı sağlamaktadır. İtalya'da dağıtım; işleme tesisleri, toptancılar, proje bazlı tedarikçiler ve dijital platformlar üzerinden işler.

Ocak → Blok/Plaka Üreticisi → Toptan Plaka Merkezleri → İşleme Atölyeleri → İnşaat Yüklenicileri → Nihai Müşteri

1. Yetkili Distribütörler ve Toptancılar

İtalya'da doğal taş pazarı, özellikle Verona, Carrara, Brescia gibi bölgelerde yoğunlaşmıştır. Bu bölgelerde büyük işleme tesisleri ve toptancı distribütörler bulunmaktadır.

Türkiye'den gelen blok mermer veya işlenmiş plakalar, genellikle bu distribütörler aracılığıyla yerel işleme fabrikalarına veya inşaat projelerine yönlendirilir. Örneğin; Verona'daki Marmomac fuarı, bu distribütörlerle bağlantı kurmak için İtalya'daki en önemli platformdur.

2. Küçük Ölçekli İthalatçılar – Niş Pazarlar

Lüks iç dekorasyon, butik oteller, özel tasarım projeler için küçük ithalatçılar önemli rol oynar. Bu firmalar, Türkiye'den özel renk ve desenlerde işlenmiş taş talep eder ve genellikle hızlı teslimat (karayolu veya hava kargo ile numune) ister.

Online satış kanalları (ör. Archiproducts, Houzz vb.) üzerinden doğrudan tasarımcı ve mimarlara ulaşmak mümkündür.

3. Proje Bazlı Tedarikçiler ve Müteahhitler

İtalya'da büyük inşaat ve renovasyon projelerinde doğrudan müteahhit veya proje yönetim firmaları ile çalışmak yaygındır. Bu kanal, özellikle otel, AVM, lüks konut projelerinde yüksek hacimli taş talebi yaratmaktadır. Türkiye'den ihracat yapan firmalar, İtalyan taş tedarikçileriyle joint venture veya alt yüklenici anlaşmaları yaparak pazara girebilmektedir.

4. Stratejik Ortaklıklar ve Distribütörlük Anlaşmaları

İtalyan firmalarla stratejik ortaklık kurmak, pazara girişte kritik bir yöntem olmaktadır. Ortaklıklar, hem lojistik optimizasyonu hem de yerel mevzuata uyum sağlamayı kolaylaştırır. Örneğin; Türk mermer üreticisi, Verona'daki bir işleme tesisiyle anlaşarak ürünlerini İtalya içinde kolaylıkla dağıtabilmektedir.

5. Dijital ve E-Ticaret Kanalları

Mimarlık ve iç tasarım odaklı platformlar (Archiproducts, Houzz, Tilelook) üzerinden B2B ve B2C satışlar artış göstermektedir. Özellikle işlenmiş ürünler (mutfak tezgâhı, dekoratif paneller) için e-ticaret kanalları kullanılabilir.

6. Sektörel Fuarlar ve Etkinlikler

Marmomac Fuarı, Verona şehrinde düzenlenen Avrupa'nın en büyük doğal taş fuarı olup, distribütör ve proje firmalarıyla bağlantı için en ideal sektörel etkinlik olmaktadır.

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

İtalya doğal taş sektörüne ihracat yapmayı hedefleyen ihracatçılarımız için çeşitli e-ticaret pazar yerleri ve platformları bulunmaktadır. Bu platformlar, hem B2C (işletmeden tüketiciye) hem de B2B (işletmeden işletmeye) modellerinde faaliyet göstererek, ihracatçıların İtalyan pazarına erişimini kolaylaştırmaktadır. Casaleggio Associati isimli firma tarafından 2025 yılının Nisan ayında yapılan araştırmaya göre İtalya'daki ilk 10 e-ticaret platformuna aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo: İtalya Genel E-Ticaret Platformları Sıralaması

Şirket	Sektör	Popülerlik Endeksi	Tahmini Tekil Ziyaretçi	Tahmini Ort. Geçirilen Süre	Tahmini Hemen Çıkma Oranı
Amazon	Marketplace	10.000	51.338.545	08:54	%43
Subito	Marketplace	3.137	15.786.622	08:51	%39
eBay	Marketplace	2.789	13.939.167	09:08	%44
Booking.com	Turizm	2.536	12.603.150	11:58	%37
Temu	Marketplace	1.668	8.238.298	09:12	%48
Apple Store	Elektronik	1.637	8.061.585	05:27	%64
Leroy Merlin	Ev ve Mobilya	1.568	7.655.788	07:42	%46

Ryanair	Turizm	1.266	6.061.175	07:58	%35
AllExpress	Marketplace	1.236	5.974.123	08:25	%31
TicketOne	Eğlence	1.201	5.772.320	06:00	%45

Kaynak: <https://www.ecommercelandia.info/en/e-commerce-ranking-en/>

İtalya, mermer ve granit gibi doğal taşlarda hem üretim hem de işlenmiş ürün ihracatında Avrupa'nın lider ülkelerinden biridir. Geleneksel olarak fiziksel fuarlar sektörde oldukça kritik bir rol oynasa da son yıllarda dijitalleşme ve e-ticaret hızla önem kazandığı görülmektedir. Özellikle mimarlık, iç dekorasyon ve yapı malzemeleri alanında online satış ve B2B platformlar yaygınlaşmaktadır.

Doğal taş, ağırlık ve hacim nedeniyle çoğunlukla B2B ve proje bazlı satış kanallarından ilerlese de İtalya'da yapı-dekorasyon pazar yerleri, tasarım odaklı B2B katalog platformları ve fuarların dijital uzantıları üzerinden e-ihracat olanakları hızla genişlemektedir. İtalya'daki genel e-ticaret yapısı, Amazon, Temu ve eBay gibi büyük pazaryerlerinin güçlü olduğu bir ekosistemdir. İnşaat ve iç mimari ürünlerinde ise Leroy Merlin ve ManoMano gibi "ev geliştirme" odaklı pazaryerleri öne çıkmaktadır. Profesyonel tasarım ve mimarlık alanında ise Archiproducts ve ArchiExpo gibi katalog bazlı platformlar oldukça tercih edilmektedir.

4.15.1 İtalya'daki Pazaryerleri

Sıra	Platform	İş Modeli	Site Tipi ve Öne Çıkan Özellikler
1	MarmoGranito.it	B2C/B2B	İtalya'nın ilk doğal taş e-ticaret platformudur. Mermer, granit, seramik satış; 3D konfigüratör, Avrupa'ya kargo, özelleştirme seçenekleri
2	La Decormarmi	B2C/B2B	Mermer işleme ürünleri; Amazon/Ebay entegrasyonu, bakım ürünleri
3	Archiproducts	B2B	Profesyonel katalog pazaryeri; mimarlık ve iç dekorasyon projeleri için ürün listeleri
4	Europages Kompass	B2B	Global tedarikçi listeleri; doğrudan iletişim ve teklif alma

Genel pazar yerleri

İtalya'da e-ticaret sektörü önemli bir büyüme göstermekte olup, pazar değeri 110 milyar ABD dolarına yaklaşmıştır. Amazon, Temu, eBay ve Subito gibi platformlar, İtalya genelinde online alışverişin liderleri konumundadır. Doğrudan doğal taş satışı bu platformlar için uygun olmasa

da, aksesuarlar, numune kitleri, bakım ve kimyasal ürünlere ilişkin düşük hacimli satışlar için uygun pazar alanı sunmaktadırlar.

Yapı-dekorasyon odaklı pazaryerleri:

Leroy Merlin, İtalya'da yapı, dekorasyon, bahçe ve ev geliştirme alanlarında hem fiziksel mağazalar hem de güçlü bir dijital pazaryeri ile hizmet vermektedir. Marka güvenilirliği ve geniş kullanıcı tabanı sayesinde satıcılara yüksek görünürlük ve satış fırsatları sağlamaktadır. Özellikle doğal taş/kaplama ve tamamlayıcı ürünler, inşaat malzemeleri, ev aksesuarları, boya ve bakım ürünleri gibi geniş ürün yelpazesine sahiptir.

Web: www.loreym Merlin.it

ManoMano, Avrupa genelinde profesyonel ve perakende müşteriler için yapı, ev tadilatı ve bahçe ürünleri odaklı dijital pazaryeridir. İtalya'da özellikle yapı market ürünleri, el aletleri, elektrikli aletler, dekorasyon ve bahçe ekipmanları sunmaktadır. Doğal taş ürün grupları için “kendin yap” uygulamalarıyla yüksek içerik etkileşimi sunmaktadır.

Web: www.manomano.it

Tasarım/proje odaklı B2B platformları:

Archiproducts, İtalya merkezli tasarım ve mimarlık odaklı B2B platformudur. Üretici ve tedarikçi kataloglarını bir araya getirerek ürünlerin global görünürlüğünü artırmaktadır. Doğal taş gibi alt kategorilerde doğrudan üreticiye erişim sağlar ve mimarlık projeleri için müşteri bulma işlevi görür.

Web: www.archiproducts.com

StoneContac, dünya çapında doğal taş sektörüne yönelik en büyük B2B platformlardan biridir. İtalya'da 1.800'den fazla tedarikçiyi listeler. Alıcı-satıcı eşleştirmesi, numune talebi ve teklif akışı için etkin bir araç olmaktadır. Özellikle ihracat ve proje bazlı satın alma süreçlerinde tercih edilmektedir.

Web: www.stonecontact.com

Europages (Italy – Natural Stone), Avrupa genelinde faaliyet gösterir. İtalya'daki ocak işletmeleri, işleyiciler ve distribütörlere erişim sağlar. Doğal taş sektöründe uluslararası bağlantılar kurmak isteyen firmalar için güçlü bir B2B ağı sunmaktadır.

Web: www.europages.co.uk

4.15.2. İtalya'daki Özel Günler/Bayramlar (E-ticaret Etkisi)

İtalya'da resmi tatiller ve özel günler, ülkenin kültürel ve dini yapısını yansıtır ve iş dünyasının tüm alanlarında olduğu gibi doğal taş sektöründe de önemli operasyonel etkiler yaratmaktadır. Özellikle mermer, granit ve diğer doğal taş ürünlerinde faaliyet gösteren firmalar için, bu tatil dönemleri üretim, lojistik ve ticari planlamada kritik rol oynar.

Resmi tatillerde fabrikalar ve taş ocakları genellikle kapalı olur; lojistik ve sevkiyat süreçlerinde gecikmeler yaşanabilir. Yaz tatili ve dini bayramlar gibi uzun süreli tatiller, hem iç pazarda hem de uluslararası tedarik zincirinde yavaşlamalara neden olabilir. Bu nedenle, stok yönetimi, üretim planlaması, müşteri iletişimi ve ihracat programları bu dönemler dikkate alınarak yapılmalıdır. Ayrıca, bazı tatiller e-ticaret için fırsatlar yaratmaktadır. İç dekorasyon ve mimari projelere yönelik kampanyalar, dijital showroom tanıtımları ve indirimler bu dönemlerde satışları artırabilmektedir.

Aşağıda, doğal taş sektöründe faaliyet gösteren firmaların ticari operasyonlarını doğrudan etkileyebilecek başlıca İtalyan özel günleri ve bayramları listelenmiştir.

1. Capodanno (Yılbaşı) – 1 Ocak: Fabrikalar, taş ocakları ve lojistik ağları genellikle kapalıdır, üretim ve sevkiyat durur. Yılın ilk haftasında sipariş ve teslimatlarda gecikmeler yaşanabilir. Doğal taş sektöründe yeni yıl, iç dekorasyon ve renovasyon projeleri için talep artışının başlangıcı olabilir. Firmalar, yılbaşı sonrası kampanya ve tanıtımlarla pazarı hareketlendirebilir.

2. Epifania (Epifani) – 6 Ocak: Dini bir tatil olup, “Befana” festivaliyle kutlanır. Küçük işletmeler ve bazı taş işleme atölyeleri kapalı olabilir, lojistik yavaşlar. Hediyelik ve dekoratif taş ürünlerinde e-ticaret kampanyaları için fırsat sunar. Özellikle online satışlarda kültürel temalı ürünler öne çıkarılabilir.

3. Pasqua & Pasquetta (Paskalya ve Sonrası) – Mart/Nisan: Uzun tatil dönemi nedeniyle üretim ve sevkiyat aksayabilir. Fabrikalar ve taş ocakları kapanır, uluslararası lojistikte gecikmeler yaşanır. Bahar aylarında renovasyon ve peyzaj projeleri için talep artışı gözlenir, firmalar bu döneme özel kampanya ve stok planlaması yapmalıdır.

4. Festa della Liberazione (Kurtuluş Günü) – 25 Nisan: Ulusal bir bayramdır. Küçük işletmeler kapanır, büyük üreticiler genellikle çalışmaya devam eder. Ticari faaliyetlerde kısa süreli yavaşlama olabilir. Doğal taş sektöründe vatansever temalı ürünler ve projeler için tanıtım fırsatı yaratılabilir.

5. Festa del Lavoro (İşçi Bayramı) – 1 Mayıs: Kamu ve özel sektör genelinde tatildir. Üretim ve lojistik durur. Doğal taş firmaları bu dönemde indirim kampanyaları ve stok yönetimiyle talebi canlı tutabilir. Sipariş ve teslimatlarda kısa süreli aksama yaşanabilir.

6. Festa della Repubblica (Cumhuriyet Bayramı) – 2 Haziran: Resmi bir tatildir. Kamu kurumları ve bazı özel şirketler kapalıdır. Fiziksel mağazalarda ve showroumlarda düşüş yaşanırken, online satışlarda ulusal temalı promosyonlar öne çıkarılabilir. Proje teslimlerinde kısa gecikmeler olabilir.

7. Ferragosto – 15 Ağustos: Yaz tatilinin zirvesidir. Birçok fabrika ve taş ocağı 1-2 hafta kapanır. Üretim ve ihracat durur, sevkiyatlar gecikir. Tatil öncesi indirimler ve dekorasyon ürünleri e-ticarete öne çıkar. Stok ve üretim planlaması bu dönemde kritik öneme sahiptir

8. Ognissanti (Azizler Günü) – 1 Kasım: Dini bir tatildir. Küçük işletmeler kapanır, büyük üreticiler çalışmaya devam edebilir. Ticari faaliyetlerde belirgin bir artış beklenmez, ancak yıl sonu projeleri için hazırlık yapılabilir.

9. Immacolata Concezione – 8 Aralık: İtalya'daki bu dini tatil, yıl sonu alışveriş dönemiyle birleştiğinde iç dekorasyon ve doğal taş ürünlerinde online satışlar artabilir. Firmalar, yıl sonu kampanyalarını bu döneme denk getirebilir.

10. Natale & Santo Stefano (Noel ve Aziz Stephen) – 25-26 Aralık: Yılın en uzun tatil dönemlerinden biridir. Fabrikalar ve tedarikçiler kapalıdır, uluslararası lojistikte aksaklıklar yaşanabilir. Yıl sonu kampanyaları ve iç dekorasyon trendleri doğal taş sektöründe satışları artırabilir. Ocak ayının ikinci haftasına kadar ticari faaliyetler yavaşlar.

4.15.3 İtalya'da En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları (Doğal Taş Sektörü)

İtalya'da doğal taş sektörü, dijital pazarlama ve uluslararası iş geliştirme süreçlerinde sosyal medya platformlarını giderek daha etkin biçimde kullanmaktadır. Mermer, granit ve diğer doğal taş üreticileri ile tedarikçileri, marka bilinirliğini artırmak, yeni müşteri ve proje fırsatlarına ulaşmak, ürünlerini mimarlık ve inşaat profesyonellerine tanıtmak için sosyal medya kanallarından faydalanmaktadır. Özellikle ihracat odaklı firmalar için sosyal medya, hem B2B hem de B2C iletişimde stratejik bir araçtır. İtalya doğal taş sektöründe öne çıkan sosyal medya platformları şunlardır:

Pinterest: Özellikle mimarlar, iç mimarlar ve tasarımcılar tarafından doğal taş uygulama örnekleri, dekorasyon fikirleri ve trendlerin paylaşımı için kullanılır. İtalyan taş üreticileri ve markaları, ürün portföylerini ve projelerini Pinterest panolarında sergileyerek uluslararası görünürlük elde edebilmektedirler.

Facebook: 35 milyonun üzerinde kullanıcıya sahip Facebook, özellikle sektörün kurumsal iletişimi, fuar ve etkinlik duyuruları, müşteri geri bildirimleri ve B2B bağlantılar için tercih edilmektedir. Taş ocakları ve işleyiciler, Facebook grupları ve sayfaları üzerinden hem yerel hem de uluslararası alıcılara iletişim kurar.

Instagram: Yaklaşık 30 milyon kullanıcıya sahip olan Instagram, görsel odaklı yapısı sayesinde doğal taş sektöründe ürün portföyünün, referans projelerin ve uygulama örneklerinin etkileyici biçimde sergilenmesine olanak tanır. Mimarlık ve iç dekorasyon profesyonelleri, yeni trendleri ve taş uygulamalarını burada takip eder. Firmalar, hashtag ve influencer iş birlikleriyle uluslararası görünürlük elde edebilir.

YouTube: Aylık 45 milyon aktif kullanıcıya ulaşan YouTube, ürün tanıtım videoları, fabrika ve ocak turları, uygulama teknikleri ve mimari projelerin anlatımı için güçlü bir araçtır. Özellikle uluslararası pazarlarda, taşın teknik özellikleri ve uygulama süreçleri hakkında detaylı bilgi sunmak isteyen firmalar için YouTube önem arz etmektedir.

LinkedIn: 18 milyon profesyonel kullanıcı ile LinkedIn, doğal taş sektöründe B2B ilişkiler, tedarikçi ağları, teknik iş birlikleri ve proje duyuruları için en önemli platformlardan biridir. İtalyan taş firmaları, yeni iş fırsatları, mühendis ve teknik personel alımları, uluslararası iş birlikleri ve sektörel haberler için LinkedIn'i aktif olarak kullanmaktadır.

TikTok: 15 milyon kullanıcıya sahip TikTok, kısa ve yaratıcı video içerikleriyle genç mimarlar ve tasarımcılar arasında hızla popülerleşmektedir. Doğal taş uygulamalarının, yenilikçi tasarımların ve işin arka planının eğlenceli biçimde anlatılması, viral pazarlama açısından fırsatlar sunar.

X (Twitter): Yaklaşık 8 milyon kullanıcı ile X, sektörel haberler, fuar ve etkinlik duyuruları, kriz iletişimi ve hızlı müşteri geri dönüşleri için kullanılmaktadır. Özellikle uluslararası iş geliştirme ve sektör trendlerinin takibi için önemlidir.

Sosyal Medya Kullanan/Kullanacak Firmalarımız İçin Tavsiyeler:

- Doğal taş sektöründe faaliyet gösteren firmalar, sosyal medya içeriklerini İngilizce ve İtalyanca hazırlayarak hem yerel hem de global pazara ulaşım sağlayabilir.
- Özellikle Instagram ve LinkedIn üzerinden mimarlık ofisleri, inşaat firmaları ve proje geliştiricileriyle doğrudan iletişim kurulabilir.
- YouTube ve Instagram'da ürün uygulama videoları, teknik anlatımlar ve müşteri referansları paylaşmak, marka güvenilirliğini artırmaktadır.
- Fuar ve sektör etkinlikleri öncesi sosyal medya kampanyaları ile ziyaretçi ve müşteri trafiği artırılabilir.

4.15.4 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

İtalya'da doğal taş sektöründe ihracat yapan şirketler için e-ticaretle ilgili gümrük vergileri ve muafiyetleri AB içindeki ve dışındaki ticaret kuralları çerçevesinde şekillenir. İtalya, AB'nin bir üyesi olarak, AB'nin ortak gümrük ve vergi sistemine tabidir. Bu, doğal taş sektöründe e-ticaretle yapılan ihracat işlemlerinin de belirli kurallara ve vergi düzenlemelerine tabi olması anlamına gelir.

Doğal taş ürünleri (örneğin büyük mermer plakalar, granit tezgâhlar) çok ağır ve büyük olduğu için doğrudan son kullanıcıya (B2C) kargo ile gönderilmesi pratik değildir ve haliyle paket akışları sınırlıdır. Bu tür ürünler genellikle B2B (işletmeden işletmeye) ticarete, proje bazlı ve lojistik altyapısı olan alıcılara satılır. Küçük boyutlu taş örnekleri (numune setleri) veya dekoratif taş objeler (masaüstü aksesuarlar, küçük fayanslar) ise e-ticaret ve B2C kanalları üzerinden kolayca satılabilir ve kargolanabilmektedir.

AB içindeki e-ticaret:

Gümrük Vergisi: İtalya'dan diğer AB ülkelerine yapılan doğal taş ihracatında gümrük vergisi uygulanmaz. AB ortak bir pazar olduğundan, İtalya'dan diğer AB ülkelerine yapılan satışlar için gümrük vergisi sıfırdır. İhracat işlemleri, yalnızca KDV uygulamaları ile sınırlıdır.

KDV (Katma Değer Vergisi): İtalya'dan diğer AB ülkelerine yapılan ihracat işlemlerinde, İtalya'daki KDV (genel oran %22) genellikle uygulanmaz. Ancak, alıcı firma AB içindeki başka bir ülkede kayıtlıysa, satış KDV'siz yapılır ve alıcı firma kendi ülkesindeki KDV'yi öder. Bu tür işlemler için, e-ticaret şirketlerinin AB'de uygulanan OSS (One-Stop-Shop) sistemini kullanarak tüm KDV işlemlerini gerçekleştirmesi gerekmektedir.

AB dışındaki e-ticaret (Üçüncü Ülkeler):

Her tutar için KDV zorunluluğu: Avrupa Birliği'ne gönderilen tüm gönderiler, bedel sınırlaması olmaksızın KDV'ye tabi tutulmaktadır. İhracatın yapıldığı ülkede geçerli olan KDV oranı doğrultusunda vergi ödenmesi gerekmektedir. İtalya'nın KDV sistemi, IVA (Imposta sul Valore Aggiunto) olarak adlandırılır ve standart vergi oranı % 22'dir. Ancak, su, belirli gıda ürünleri, yolcu taşımacılığı, konut, sosyal hizmetler, gazete ve kitap ürünleri gibi belirli ürünler için KDV oranı % 4 ve % 10 olarak uygulanmaktadır.

Gümrük vergisi muafiyeti: KDV'nin aksine, gümrük vergisi için hala bir muafiyet bulunmaktadır. Bu muafiyet, 150 euro ve altındaki tutarlar için geçerlidir. 150 euro ve üzeri tutarlarda gümrük vergisi uygulanır.

Import One Stop Shop (IOSS) Sistemi: IOSS (Import One-Stop Shop) "Tek Bir Noktadan İthalat Merkezi" anlamına gelen, Avrupa Birliği (AB) tarafından 2021 yılında uygulamaya konulan bir sistemdir. Bu sistem, AB dışındaki ülkelerden AB'ye yapılan küçük değerli e-ihracat işlemlerinde KDV yönetimini kolaylaştırmak amacıyla tasarlanmıştır. IOSS'un temel özellikleri ve avantajları şunlardır; 150 Euro veya altındaki değere sahip e-ihracat işlemleri için KDV'nin, satış noktasında toplanmasını ve AB içindeki tek bir noktadan ödenmesini sağlar. İhracatçılarımız, işletmeden Avrupa Birliği'nde yerleşik bir tüketiciye yaptıkları (B2C) 150 Euro'ya kadar olan ve ÖTV'ye tabi olmayan eşya için Import One Stop Shop (IOSS)'i kullanabilecektir.

"E-Ticarette KDV Paketi" adı altında yayımlanan Konsey Tüzükleri Kapsamında, IOSS sistemine kayıt olmak isteyen ihracatçılarımızın AB üyesi bir ülkede temsilcilik bulundurmaları veya kendilerini temsil edecek bir aracı tayin etmeleri gerekmektedir. Böylece, tüm AB ülkelerine yapılan satışlar için KDV'yi tek bir yerden ödenebilir.

Amazon, AliExpress, Ebay, Zalando gibi platformlar, platformlarındaki satışlardan dolayı KDV ödemelerinden sorumlu tutulur. Bu nedenle, bu tür global pazar yerleri, kendi IOSS

numarasını almak zorundadır. Eğer bir satıcı, IOSS numarasına sahip bir pazar yerinde satış yapıyorsa, genellikle bu pazar yerinin IOSS numarasını kullanabilir. Bu durumda, satıcının ayrıca bir IOSS numarası almasına gerek yoktur.

Uluslararası ticarete doğal taş ürünlerinin e-ticaret yoluyla AB ülkelerine satışında, gümrük ve vergi işlemlerinin sorunsuz ilerlemesi için bazı önemli lojistik ve mevzuat yapılarına dikkat edilmesi gerekir. Özellikle son kullanıcıya doğrudan satışlarda, teslimat ve gümrük süreçlerinin eksiksiz yönetilmesi hem müşteri memnuniyeti hem de yasal uyum açısından kritik öneme sahiptir.

Aşağıda, bu süreçte dikkat edilmesi gereken temel yapıların kısa açıklamaları yer almaktadır:

- **DDP (Delivered Duty Paid):** Satıcı, ürünün tüm gümrük vergilerini ve teslimat masraflarını ödeyerek alıcıya ulaştırır. Özellikle AB'ye satışta gümrük işlemlerinin sorunsuz olması için bu model önerilir.
- **IOSS (Import One Stop Shop):** AB'ye e-ticaret yapan firmalar için KDV ve gümrük işlemlerini kolaylaştıran bir sistemdir.
- **Tam gümrük verisi entegrasyonu:** Ürünlerin gümrükten sorunsuz geçmesi için HS kodu (gümrük tarife kodu), menşe (üretim yeri), değer gibi bilgilerin eksiksiz ve doğru şekilde sisteme girilmesi gerekir.

4.15.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

İtalya'da e-ticarete yönelik düzenlemeler, AB mevzuatı ile uyumlu olmakla birlikte, vergi ve mali düzenlemeler, tüketici hakları ve veri koruma kuralları gibi bir dizi kuralları içermektedir.

Vergi ve Mali Düzenlemeler: Gümrük vergisi ve KDV düzenlemelerine bir önceki bölümde yer verilmiştir. Bununla birlikte bazı özel vergiler vardır. Bu özel vergilerden, plastik vergisi (SUP - Single Use Plastic), plastik ambalajlı ürünlerdeki ek vergidir (Decreto Legislativo n. 196/2021). Dijital Hizmet Vergisi ise büyük dijital şirketlerden alınan vergidir. (örneğin, Amazon, Google).

Tüketici Hakları ve Sözleşme Yükümlülükleri: AB 2011/83/EU Direktifi doğrultusunda, mesafeli satış sözleşmelerinde tüketicilerin sahip olduğu haklar vardır. Tüketici, herhangi bir gerekçe göstermeden 14 gün içinde ürünü iade edebilir. Ön bilgilendirme zorunluluğu olarak, satıcının iletişim bilgileri, toplam fiyat, iade koşulları açıkça belirtilmelidir. Ürünün arızalı çıkması durumunda tamir ve değişim için 2 yıl yasal garanti süresi verilmelidir.

Veri Koruma (GDPR & İtalyan Yerel Uyum): Genel Veri Koruma Tüzüğü (GDPR) kapsamında, kişisel veri işleme olarak müşteri bilgileri (ad, e-posta, adres) için açık rıza alınmalıdır. Veri ihlali bildirimleri de, 72 saat içinde İtalyan Veri Koruma Otoritesi'ne (Garante per la protezione dei dati personali) raporlanmalıdır. Çerez politikası kapsamında, çerezler (analytics, reklam) için, kullanıcı onayı zorunlu olup açık izin alınmalıdır. Privacy Policy (Gizlilik Politikası), İtalyanca ve İngilizce olarak sunulmalıdır.

Paketleme ve Atık Yönetimi: Ambalaj atık vergisi için, CONAI'ye (Ulusal Ambalaj Konsorsiyumu) üye olmak gerekmektedir. Plastik, karton, cam ambalajlar için çevresel katkı payı (CAC) ödenir. Yıllık beyanname verilmesi gerekir ve etiketleme zorunluluğu vardır. 2023'ten itibaren (EU Commission Decision 97/129/EC'ye göre) ambalaj üzerinde malzeme kodu ve atık ayrıştırma talimatı İtalyanca olarak belirtilmelidir. (*İtalya'da uygulanan mevzuat (özellikle Legislative Decree No. 116/2020 ve CONAI rehberleri) gereği, ambalaj üzerindeki malzeme kodu ve atık ayrıştırma talimatlarının İtalyanca olarak belirtilmesi zorunludur.*)

WEEE (Elektronik Atık) Direktifi: Doğal taş sektöründe elektrikli/elektronik ürün (örn. taş işleme makineleri, CNC, ölçüm cihazları) satışı varsa, WEEE kaydı ve atık yönetimi zorunludur. Üretici veya ithalatçı olarak ulusal WEEE kaydına kayıt yapılmalı, geri dönüşüm ve toplama yükümlülükleri yerine getirilmelidir.

HS Kodu, Menşe ve Değer Bilgisi: Doğal taş ürünlerinin uluslararası ticaretinde, gümrük işlemlerinin sorunsuz ilerlemesi için her ürünün gümrük tarife kodu (HS kodu), üretildiği ülke (menşe) ve satış değeri gibi bilgiler eksiksiz ve doğru şekilde beyan edilmelidir. Bu bilgiler, hem ithalatçı ülkenin mevzuatına uyum sağlamak hem de vergilendirme ve istatistik işlemlerinin doğru yapılabilmesi için zorunludur. Yanlış veya eksik bilgi, gümrükte gecikmelere, ek maliyetlere veya yasal sorunlara yol açabilmektedir.

Sürdürülebilirlik ve LCA (Yaşam Döngüsü Analizi): İtalya'da doğal taş sektöründe, çevresel etki beyanı (LCA – Life Cycle Assessment) ve çevresel ürün deklarasyonu (EPD) giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Bu belgeler, taş ürünlerinin üretiminden kullanımına kadar olan süreçte çevreye olan etkilerini ölçer ve şeffaf şekilde raporlar. Özellikle büyük projelerde ve ihracatta, sürdürülebilirlik belgeleri talep edilebilmektedir. The Pietra Naturale Autentica (PNA – Authentically Natural Stone) Network ve Marmomac gibi sektör platformları, çevresel performans ve sertifikasyon konusunda firmalara rehberlik etmektedir.

4.15.6 E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri

İtalya'ya e-ihracat yapmak isteyen firmalarımız için fulfillment (depolama, paketleme, kargo) ve hızlı sipariş karşılama hizmetleri sunan önde gelen firmalara aşağıda yer verilmiştir. Fulfillment hizmetini seçerken depo konumu, entegrasyon kolaylığı ve maliyet dengesini göz önünde bulundurmak firmalarımıza avantaj sağlayacaktır. Küçük işletmeler için ulusal İtalyan kargo firmaları, büyük ölçekli operasyonlar için ise uluslararası çapta iş yapan kargo firmaları daha uygun olabilir. Fulfillment (depolama, paketleme, kargo) ve hızlı sipariş karşılama hizmetleri sunan firmalar, İtalyan pazarında operasyonel verimlilik sağlamak isteyen yerel ve uluslararası e-ticaret firmaları için ideal çözümler sunmaktadır.

İtalya'nın Önde Gelen Fulfillment Şirketleri

A) Yerel Fulfillment Firmaları

1. Fercam Logistics

Hizmetler: Depolama, sipariş hazırlama, kargo (özellikle B2B ve B2C).

Avantajlar: İtalya genelinde geniş depo ağı, özel soğuk zincir lojistik.

Web: fercam.com

2. Bartolini (MBE - Mail Boxes Etc.)

Hizmetler: E-ticaret fulfillment, paketleme, ulusal ve uluslararası kargo.

Avantajlar: 1000'den fazla nokta, Amazon ve eBay entegrasyonu.

Web: mbe.it

3. SDA (Poste Italiane'nin Express Kargo Kolu)

Hizmetler: Ertesi gün teslimat, depolama çözümleri.

Avantajlar: İtalya'nın en büyük lojistik ağı (Poste Italiane alt yapısı).

Web: sda.it

4. BRT Corriere Espresso

Hizmetler: Fulfillment, kargo, depo yönetimi.

Avantajlar: Özel e-ticaret çözümleri (özellikle moda ve elektronik sektörü).

Web: brt.it

B) Uluslararası Fulfillment Firmaları (İtalya'da Depolama ile)

1. Amazon FBA (Fulfillment by Amazon)

Hizmetler: Depolama (Amazon depolarında stok yönetimi), paketleme, kargo, müşteri hizmetleri.

Avantajlar: Prime hızlı teslimat, İtalya ve AB pazarına kolay erişim.

Web: services.amazon.it/fulfillment

2. DHL Fulfillment

Hizmetler: Depo yönetimi, sipariş işleme, çok kanallı dağıtım.

Avantajlar: DHL Express ile entegre global lojistik.

Web: dhl.com/it-it

3. FedEx Fulfillment

Hizmetler: Stok yönetimi, otomatik sipariş işleme, AB içi hızlı dağıtım.

Avantajlar: FedEx kargo ağı ile entegrasyon sayesinde geniş Avrupa ağına erişim ve güvenilir teslimat.

Web: fedex.com/it-it

4.16. Tanıtım ve Pazarlama

İtalya doğal taş sektöründe uzun vadeli başarı için dijitalleşme, marka yönetimi ve yerel iş birlikleri kritik öneme sahiptir. Firmaların, dijital varlıklarını güçlendirmesi, İtalyan pazarında ve uluslararası arenada rekabetçi konum elde etmeleri açısından gereklidir. Özellikle İtalyanca içerik, yerel kültür ve sektör dinamiklerine hakim ajanslarla çalışmak, marka bilinirliğini ve müşteri erişimini artırmaktadır.

A) Sektöre Özel Pazarlama Ajansları

The Branding Crew

Hizmetler: Marka stratejisi, kurumsal kimlik, katalog ve ürün lansmanı, sürdürülebilirlik odaklı kampanyalar.

Referanslar: Franchi Umberto Marmi (Carrara mermeri), Tenuta di Arceno, High West.

Web: <https://www.thebrandingcrew.com/en/branding.46/stone-sector-marketing-agency>

B) Dijitalleşme ve E-Ticaret Odaklı Ajanslar

Studio Cappello

Hizmetler: Dijital dönüşüm, Arama Motoru Optimizasyonu (SEO-Search Engine Optimization), e-ticaret entegrasyonu, veri analitiği, müşteri yolculuğu optimizasyonu.

Web: <https://www.studiocappello.it/en/>

Square Marketing

Hizmetler: Dijital strateji, sosyal medya yönetimi, içerik pazarlama, performans analitiği.

Referanslar: Çeşitli endüstrilerde projeler, taş sektörü dahil.

Web: <https://squaremarketing.it/en/>

Kreativa srl

Hizmetler: Web sitesi geliştirme, Google ve Meta partnerliği, dijital kampanya yönetimi.

Web: <https://kreativasrl.com/>

C) Sektörel Dijitalleşme ve Teknoloji Danışmanları

Marmomacchine International / Confindustria Marmomacchine

Hizmetler: Sektörel dijitalleşme, fuar ve etkinlik organizasyonu, uluslararası tanıtım kampanyaları.

Referanslar: Marmomac fuarı, sektörün dijitalleşme yatırımları.

Web: www.marmomacchineinternational.com

Stone CC (Consulting & Contracting)

Hizmetler: Dijitalleşme danışmanlığı, proje yönetimi, teknik mühendislik ve uluslararası taş işleme çözümleri.

Web: <https://www.stone-cc.com/about-us>

Kaynak: SORTLIST, Milano ve diğer şehirlerdeki dijital pazarlama ajanslarını listeleyen bir platformdur.

Web: <https://www.sortlist.it/1/milano-lombardia-it>

İtalya'da doğal taş sektöründe dijitalleşme yatırımları son yıllarda hızla artmıştır. 2023'te sektörün toplam üretim değerinin %14.2'si teknolojiye ayrılmıştır. Uluslararası pazarda öne çıkmak isteyen firmalarımızın da dijitalleşme yatırımlarını artırmaları, üretim ve pazarlama süreçlerinde yapay zeka ve otomasyon teknolojilerini kullanmaları, sektörel tanıtımda sürdürülebilirlik, LCA (Life Cycle Assessment – Yaşam Döngüsü Analizi) ve EPD (Environmental Product Declaration – Çevresel Ürün Beyanı) belgelerine sahip olmaları rekabet avantajı sağlamaktadır.

4.17. Tüketici / Alıcı Tercihleri ve Trendler

İtalya, mermer, granit ve diğer doğal taş çeşitleriyle dünya çapında tanınan bir üretim ve tasarım merkezidir. Ülkenin doğal taş pazarı, hem yerel kültürün estetik anlayışı hem de Avrupa genelindeki sürdürülebilirlik ve dijitalleşme trendleri doğrultusunda hızla evrilmektedir. İtalyan alıcıların tercihleri ve sektördeki son trendler, mimarlık, iç dekorasyon ve büyük ölçekli inşaat projeleri için belirleyici olmaktadır.

1. Estetik ve Tasarım Odaklı Talep

İtalya'da doğal taş, yalnızca bir yapı malzemesi değil, aynı zamanda bir tasarım unsuru olarak görülmektedir. Mimarlık ve iç dekorasyon projelerinde, renk, damar yapısı ve yüzey işleme teknikleri (parlatma, honlama, fırçalama) alıcılar için kritik öneme sahiptir. Özellikle Carrara mermeri, Calacatta ve Traverten gibi prestijli taşlar, lüks segmentte yüksek talep görmektedir.

2. Sürdürülebilirlik ve Çevre Dostu Ürünler

Avrupa Yeşil Mutabakatı ve çevresel sertifikasyon talepleri, İtalya'da doğal taş sektöründe güçlü bir trend yaratmıştır. Büyük projelerde, EPD (Environmental Product Declaration) ve LCA (Life Cycle Assessment) belgeleri talep edilmektedir. Alıcılar, düşük karbon ayak izi ve çevre dostu üretim süreçlerine sahip taşları tercih etmektedir. Bu durum, ocak işletmelerinin enerji verimliliği ve geri dönüşüm uygulamalarına yatırım yapmasını teşvik etmektedir.

3. Dijitalleşme ve Online Satın Alma Eğilimi

Mimarlık ve inşaat profesyonelleri, ürün seçimi ve proje planlamasında dijital platformları yoğun şekilde kullanmaktadır. Archiproducts, Houzz ve StoneContact gibi B2B platformlar, ürün katalogları ve 3D görselleştirme araçlarıyla öne çıkmaktadır. Ayrıca, numune siparişleri ve küçük dekoratif ürünler için e-ticaret kanalları giderek yaygınlaşmaktadır.

4. Kişiselleştirilmiş Çözümler

Alıcılar, projelerine özel ölçü, yüzey işleme ve renk uyumu talep etmektedir. Özellikle lüks otel, rezidans ve kurumsal projelerde, taşın kesim formatı, kenar profili ve yüzey dokusu gibi detaylarda kişiselleştirme ön plana çıkmaktadır. Bu durumda, üreticilerin esnek üretim ve hızlı teslimat kabiliyeti oldukça önemlidir.

5. Küçük Format ve Dekoratif Ürünlere İlgi

İç dekorasyon trendleri, masa üstü aksesuarlar, küçük boyutlu fayanslar ve dekoratif taş objelere olan talebi artırmaktadır. Bu segment, e-ticaret ve B2C satış kanallarında büyüme fırsatı sunmaktadır. Firmalar, portföylerini bu talebe göre çeşitlendirmektedir.

6. Teknoloji ve İnovasyon

Yeni yüzey işleme teknikleri, ultra ince plakalar ve kompozit taş ürünleri, modern mimari projelerde tercih edilmektedir. Ayrıca, dijital showroamlar ve (VR) Virtual Reality-Sanal Gerçeklik ve (AR) Augmented Reality-Artırılmış Gerçeklik teknolojileri, alıcıların ürünleri sanal ortamda deneyimlemesine olanak tanımaktadır.

İtalya'daki doğal taş alıcılarının tercihleri, estetik ve tasarım hassasiyeti, sürdürülebilirlik, dijitalleşme, kişiselleştirme ve inovasyon ekseninde şekillenmektedir. Lüks projeler için premium taşlar, çevre dostu üretim belgeleri ve dijital satış kanalları, sektördeki en güçlü trendler arasında yer almaktadır.

4.18. Sektörde Vergiler

Türkiye ile Avrupa Birliği arasında 1996 yılında yürürlüğe giren Gümrük Birliği anlaşması kapsamında, doğal taş ürünleri sanayi malları statüsünde değerlendirilmekte olup, bu ürünlerin İtalya'ya ithalatında gümrük vergisi uygulanmamaktadır. Bu durum, 1/95 sayılı Gümrük Birliği Ortaklık Komitesi Kararı ile düzenlenmiştir. İtalya'da standart KDV oranı %22 olup, istisnai olarak, bazı ürün gruplarında indirimli KDV oranları (%4 veya %10) söz konusu olabilmektedir. Firmalarımız tarafından, ithalat öncesi mutlaka TARIC veri tabanı üzerinden güncel mevzuat ve vergi oranlarını kontrol edilmelidir.

Bununla birlikte, ürünlere uygulanan gümrük vergileri ve varsa, ürünler üzerinde bulunan ticari savunma araçlarına TARIC CONSULTATION veri tabanı üzerinden erişilebilmektedir. TARIC veri tabanı ürün bazında faaliyet göstermektedir. TARIC görüntüleme sayfasında ürün kodu (good code) kısmına bilgi edinilmek istenen ürünün GTİP kodu, Geliş/Variş Ülkesi (Origin/Destination) kısmına ise ürünün ihraç veya ithal edilmek istendiği ülke yazılmak suretiyle söz konusu ürüne dair mevcut tüm uygulama ve tüzüklere ulaşılabilir. Ürünün GTİP kodu bilinmiyorsa gelişmiş arama (advanced search) sekmesinden metin bazında da arama yapılabilmektedir. TARIC veri tabanına aşağıdaki adresten erişim sağlanabilmektedir:

https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en

AB üyesi ülkelerin gümrük vergilerine, yürürlükteki diğer vergilere, ürüne ilişkin teknik gerekliliklere Access2 Market veri tabanından erişilebilmektedir. Access2Market veri tabanına aşağıdaki adresten erişim sağlanabilir:

<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/home>

4.19. Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller

Ülkemizden AB'ye, özellikle İtalya'ya yapılacak doğal taş ihracatında doğrudan gümrük vergisi bulunmamakla birlikte, ürünlerin pazara girişini zorlaştıran çeşitli düzenlemeler ve uygulamalar mevcuttur. Bu engellerin başında, doğal taş ürünlerinin AB'nin teknik mevzuatına ve standartlarına uygunluğunu zorunlu kılan CE işareti ve performans beyanı süreçleri gelmektedir. Özellikle Yapı Malzemeleri Yönetmeliği (CPR 305/2011) kapsamında, taş ürünlerinin ilgili EN (European Norm) standartlarına (ör. EN 1469, EN 12057, EN 12058) uygunluğu ve teknik test raporları talep edilmektedir.

Bunun yanında, AB ve İtalya'da çevresel sürdürülebilirlik kriterleri giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Büyük projelerde ve kamu ihalelerinde, ürünlerin karbon ayak izi, LCA (Yaşam Döngüsü Analizi) ve EPD (Çevresel Ürün Beyanı) gibi sürdürülebilirlik belgeleri talep edilmektedir. Ayrıca, Avrupa Yeşil Mutabakatı ve AB Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması (CBAM) çerçevesinde, tedarik zincirinin çevresel ve sosyal sürdürülebilirlik kriterlerine uyumu, dolaylı ama etkili bir tarife dışı engel oluşturmaktadır.

İtalya'da 2023'ten itibaren yürürlüğe giren çevresel etiketleme zorunluluğu kapsamında, tüm ambalajlarda malzeme kodu ve atık ayrıştırma talimatı İtalyanca olarak belirtilmelidir. Ayrıca, CONAI'ye kayıt ve yıllık beyanname yükümlülüğü bulunmaktadır. Gümrük işlemlerinde ise, ticari fatura, menşe şahadetnamesi, CE uygunluk beyanı ve ürünün HS kodu gibi belgelerin eksiksiz ve doğru şekilde sunulması gerekmektedir. Belgelerdeki eksiklik veya tutarsızlıklar, ticaretin aksamasına yol açabilmektedir. Tüm bu uygulamalar, özellikle küçük ve orta ölçekli üreticiler ile AB dışı ülkelere ihracat yapan firmalar için pazara girişte önemli zorluklar yaratabilmektedir.

Sektöre ilişkin AB ve İtalya mevzuatı hakkında detaylı bilgi edinmek için 'https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/construction_en?prefLang=it' web adresinin ziyaret edilmesi uygun olacaktır.

Kaynak:

[EU Access2Markets – Customs and Product Requirements](#)

[Applus+ Laboratories – CE Marking of Natural Stone](#)

5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

Türkiye'nin Rekabet Avantajı ve Pazar Potansiyeli: Türkiye, mermer ve doğal taş üretiminde dünyanın önde gelen ülkelerinden biridir. Geniş ürün çeşitliliği, yüksek üretim kapasitesi ve AB ile Gümrük Birliği avantajı sayesinde Türk firmaları, İtalya gibi geleneksel taş üreticisi ülkelerde dahi rekabetçi fiyat ve kalite sunabilmektedir. Özellikle Ege ve Akdeniz bölgelerinden çıkan beyaz mermerler, traverten ve granit çeşitleri İtalyan pazarında yüksek talep görmektedir.

İtalya'nın Tedarikçi Açığı ve Tedarik Zinciri Dönüşümü: İtalya, Carrara ve Verona gibi merkezlerle Avrupa'nın en büyük doğal taş işleme ve ticaret merkezlerinden biridir. Ancak, son yıllarda artan maliyetler, sürdürülebilirlik baskıları ve tedarik zincirindeki kırılganlık nedeniyle, İtalyan ithalatçılar Çin ve Hindistan gibi uzak pazarlardan tedarik yerine Türkiye gibi yakın, hızlı ve kaliteli tedarik sağlayan ülkelere yönelmektedir. Türk taşlarının lojistik avantajı ve hızlı teslimat süreleri, İtalyan ithalatçılar için önemli bir tercih sebebidir.

Ürün Çeşitliliği ve Proje Bazlı Fırsatlar: İtalya'da lüks konut, otel, AVM ve altyapı projelerinde Türk doğal taşları sıklıkla tercih edilmektedir. Özellikle büyük ebatlı plakalar, özel kesim ve yüzey işlemleri, sürdürülebilirlik belgeli ürünler (LCA, EPD) ile Türk firmaları, İtalyan mimarlık ve inşaat sektöründe güçlü bir konum elde edebilir.

Dijitalleşme ve E-Ticaret Kanalı Fırsatları: İtalya'da B2B e-ticaret platformları, dijital showrooms ve online kataloglar hızla yaygınlaşmaktadır. Türk firmaları, dijital pazarlama ve sosyal medya kanalları üzerinden İtalyan ithalatçılara, mimarlara ve proje geliştiricilere doğrudan ulaşabilir. Numune setleri ve dekoratif taş ürünlerinde B2C e-ticaret de potansiyel sunmaktadır.

Ortaklık ve Proje İş Birlikleri: İtalyan firmalar, özellikle büyük projelerde ve özel uygulamalarda Türk üreticilerle ortaklık, fason üretim veya teknik iş birliği yapmaya açıktır. Ortak showroom, distribütörlük ve proje bazlı iş birlikleriyle pazara giriş kolaylaşmaktadır.

6. Sektörde Türk İhracatçılarını Bekleyen Tehditler

AB Teknik Mevzuat ve Sertifikasyon Zorlukları: İtalya, AB üyesi olarak doğal taş ürünlerinde CE işareti, EN standartlarına uygunluk ve performans beyanı gibi bazı teknik düzenlemeler uygulamaktadır. Eksik veya hatalı belgeler, ürünlerin gümrükte bekletilmesine, reddedilmesine veya pazara girişte engellenmesine neden olabilmektedir.

Çevresel Sürdürülebilirlik ve Karbon Ayak İzi: AB'nin Yeşil Mutabakatı ve CBAM (Sınırdaki Karbon Düzenlemesi) kapsamında, karbon emisyonu yüksek ürünler ek maliyetlerle karşılaşabilir. LCA ve EPD gibi sürdürülebilirlik belgeleri olmadan büyük projelere tedarikçi olmak zorlaşmaktadır.

Ambalajlama ve Etiketleme Yükümlülükleri: 2023'ten itibaren İtalya'da tüm ambalajlarda malzeme kodu ve atık ayrıştırma talimatı İtalyanca olarak belirtilmelidir. CONAI'ye kayıt ve yıllık beyanname zorunludur.

Yüksek Rekabet ve Marka Algısı: İtalya pazarı, hem yerli hem de Çin, Hindistan gibi ülkelerden gelen taşlarla yoğun rekabet içindedir. Türk taşlarının fiyat/kalite avantajı olsa da, bazı İtalyan firmalar, Türk üreticilere hâlâ düşük fiyat ve düşük kalite ön yargısıyla yaklaşabilmektedir. Güçlü markalaşma, sertifikasyon, referans müşteriler sunulmadığı takdirde güven kazanmak zor olabilir. Özellikle premium segmentte faaliyet göstermek isteyen Türk firmalar için bu algı önemli bir engeldir.

Lojistik ve Tahsilat Riskleri: Karayolu, Ro-Ro veya deniz taşımacılığı ile yapılan ihracatta gecikmeler, değişen navlun maliyetleri, gümrüklerde yaşanan prosedür sorunları gibi lojistik engeller sıkça karşılaşılan tehditlerdendir. Doğal taş gibi zamanında teslim esasına dayalı sektörlerde bu durum büyük kayıplara yol açabilir. Teslimat süreleri ve ödeme vadeleri, tahsilat zorlukları veya finansman erişimi özellikle yeni başlayan ihracatçılar için ciddi risk oluşturabilmektedir. İtalyan ithalatçılar uzun vade talep edebilir veya ödemelerde yavaş davranabilir.

7. İhracatın Artırılması İçin Firmalara Öneriler

AB Teknik Mevzuat ve Sertifikasyonları: İtalya'da doğal taş ürünleri için CE işareti ve ilgili EN standartlarına tam uyum sağlanmalıdır. Ürünlerin performans beyanı, teknik dosyalar ve test raporları eksiksiz hazırlanmalı, akredite laboratuvarlardan alınan sertifikalarla desteklenmelidir.

Hedef Pazar ve Müşteri Analizi: İtalya'daki potansiyel ithalatçılar, distribütörler, mimarlık ve inşaat firmaları detaylı şekilde analiz edilmeli, sektörel veri tabanları ve B2B platformları (Archiproducts, StoneContact, Europages) üzerinden firmalar araştırılmalı, rakip ülkelerden gelen taşlarla fiyat/kalite karşılaştırması yapılmalıdır. Ticaret Müşavirlikleri ve Ataşeliklerden pazar dinamikleri hakkında ilave görüş alınmalıdır.

Ürün Çeşitliliği ve Özelleştirme: İtalyan pazarına yönelik özel ebat, yüzey işlemi veya renk seçenekleri sunulabilir. Özellikle sürdürülebilirlik belgeli (LCA, EPD) ürünler, büyük projelerde ve kamu ihalelerinde tercih edilmektedir.

Fiyatlandırma ve Teslimat Stratejisi: İtalya gibi rekabetçi bir pazarda lojistik dahil fiyatlandırma tercih edilebilir. Müşteri bazlı ödeme planları veya esnek vadeler sunmak, tercih edilmeyi kolaylaştırabilir. Numune gönderiminde hızlı ve düşük maliyetli çözümler tercih edilmelidir.

Markalaşma ve Tanıtım: Web sitesi ve kataloglar İtalyanca dilinde de hazırlanmalı, sosyal medya ve dijital pazarlama kanallarında ürün kalitesi, referans projeler ve sertifikalar ön plana çıkarılmalıdır.

İtalyan Distribütör ve Acentelerle Stratejik Ortaklık Yerel pazarda deneyimli distribütörler, acenteler veya teknik servis sağlayıcılarıyla iş birliği kurulmalı, ortak showroom, bayi ağı veya konsinye stok uygulamaları ile müşteriyle yakın temas sağlanmalıdır.

Fuar Katılımları ve Sektörel Etkinlikler: Marmomac gibi uluslararası fuarlara katılım sağlanmalı, fuar öncesi ve sonrası potansiyel alıcılarla randevulu görüşmeler ve takip sistemi kurulmalıdır.

İhracat Teşvik ve Destekleri: İtalya pazarına giriş aşaması ve sonrasında pazarda tutunmak için Ticaret Bakanlığımız tarafından sunulan ihracat destekleri programlarından yararlanmak firmalarımıza avantaj sağlayacaktır. Yine devlet destekli fuarlar ve ticaret heyetlerine aktif katılım sağlanmalıdır.

Lojistik ve Gümrük Süreçleri: İtalya'ya Ro-Ro taşımacılığı, intermodal taşımacılığı gümrük antrepolarındaki çözümler dikkate alınmalı, teslim süresi hassas olan ürünler için gümrük müşavirliği ve lojistik firmalarıyla entegre çalışılmalıdır. Konteyner bazında, uygun paletleme ve çevresel etiketleme ile gönderim yapılmalı, gümrük işlemlerinde ticari fatura, menşe şahadetnamesi, CE uygunluk beyanı ve HS kodu gibi belgeler eksiksiz hazırlanmalıdır. Ambalajlarda CONAI kaydı ve çevresel etiketleme zorunluluğu unutulmamalıdır.

Sürdürülebilirlik ve Karbon Ayak İzi Yönetimi: Avrupa Yeşil Mutabakatı kapsamında üretim süreçlerinde çevreye duyarlı malzeme ve enerji kullanımı teşvik edilmeli, ihracat ürünleri için karbon ayak izi hesaplama ve raporlama sistemleri kurulmalıdır.

Sonuç olarak, İtalya doğal taş pazarı, Türk firmaları için yüksek potansiyeli olan ancak yüksek standartlara ve sürdürülebilirlik beklentilerine sahip bir pazardır. Uyum, kalite, iş birliği, dijitalleşme ve yerelleşme stratejileriyle bu pazarda kalıcı bir yer edinmek ve ihracatı artırmak mümkündür.

8. Genel Değerlendirme

İtalya, doğal taş sektöründe Avrupa'nın ve dünyanın önde gelen üretici ve ihracatçı ülkelerinden biridir. Sektör, ülke ekonomisine yıllık 4,5 milyar Avro ciro ve 3,2 milyar Avro ihracat geliriyle önemli katkı sağlamakta, yaklaşık 34.000 kişiye doğrudan istihdam sunmaktadır. İtalya'da 3.200'den fazla firma ve 1.400 aktif ocak faaliyet göstermekte olup, Carrara, Verona, Trentino ve Brescia gibi bölgelerdeki kümelenmeler, sektörün rekabet gücünü artırmaktadır.

Doğal taş ihracatında İtalya, AB-27 ülkeleri arasında Portekiz ve İspanya ile birlikte önde gelen ülkeler arasında yer almaktadır. 2024 yılında ihracat hacmi 2,14 milyon tona ulaşmış ve ihracat değeri 2,18 milyar Avro ile rekor kırmıştır. Bu rakamın yaklaşık %21'i ham bloklardan, %79'u ise işlenmiş ve yarı işlenmiş ürünlerden gelmektedir. Sektörün dış pazarlara entegrasyonu yüksektir. Üretimin %71'i ihracata yöneliktir ve yıllık dış ticaret fazlası 2,7 milyar Avro'nun üzerindedir. ABD, Çin ve Almanya başta olmak üzere, yüksek katma değerli işlenmiş ürünlerde İtalya küresel fiyat liderliğini sürdürmektedir. Ortalama ihracat fiyatı ton başına 1,016.38 Avro'dur.

Teknoloji ve inovasyon, İtalyan doğal taş sektörünün ayırt edici unsurlarıdır. Taş işleme makineleri ve ekipmanlarında ülke, küresel pazarın %31'ine sahip olup, Verona'daki Marmomac fuarı gibi uluslararası etkinlikler sektörün yenilikçi ve sürdürülebilir büyümesini desteklemektedir.

Dış ticarete, İtalya hem net ihracatçı hem de ithalatçı olarak dengeli bir yapı sergilemektedir. Türkiye, İtalya'nın doğal taş ithalatında %8 pay ile stratejik bir tedarikçi konumundadır; özellikle ham ve işlenmiş mermer, traverten ve granit ürünlerinde önemli bir rol üstlenmektedir.

Sektör, sürdürülebilirlik, dijitalleşme ve kalite standartlarına uyum ile gelecekteki büyüme potansiyelini korumaktadır. Otomasyon ve çevre odaklı düzenlemeler istihdamda kademeli bir azalma öngörse de, yüksek katma değerli ürünler ve uluslararası marka gücü sayesinde İtalya doğal taş sektörü, küresel pazarda rekabetçi ve yenilikçi konumunu korumaktadır.

9. Yararlı Adresler

- Confindustria Marmomacchine - İtalyan Doğal Taş, Mermer ve Mermer Makineleri Sanayi Birliği
<https://www.assomarmomacchine.com>
- Marmomac (Veronafiere) Fuarı
www.marmomac.com
- Associazione Marmisti Lombardia - Lombardiya bölgesindeki mermer ve granit üreticileri Birliği
www.assomarmistilombardia.it
- Ministero delle Imprese e del Made in Italy (MIMIT) - Sanayi ve Made in Italy Bakanlığı
<https://www.mimit.gov.it/it/>
- Agenzia delle Dogane e dei Monopoli (ADM) - Gümrük ve Tekeller Ajansı
<https://www.adm.gov.it/portale/en/home>
- Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT) - İtalyan Ulusal İstatistik Enstitüsü
<https://www.istat.it/en/>
- Ministero dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica (MASE) - Çevre ve Enerji Güvenliği Bakanlığı
<https://www.mase.gov.it/portale/home>
- Invitalia (Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti) - Ulusal Yatırım Teşvik Ajansı
<https://www.invitalia.it/>
- Ministero dell'Economia e delle Finanze (MEF) - Ekonomi ve Maliye Bakanlığı

<https://www.mef.gov.it/index.html>

➤ Consiglio Nazionale delle Ricerche (CNR) - Ulusal Araştırma Konseyi

<https://www.cnr.it/>

➤ Ente Italiano di Normazione (UNI) - İtalyan Standart Enstitüsü

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

➤ Italian Trade Agency (ITA - ICE) – İtalyan Ticaret Ajansı

<https://www.ice.it/it/>

10. Kaynakça

➤ ITC – Trade Map

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

➤ Confindustria Marmomacchine - İtalyan Doğal Taş, Mermer ve Mermer Makineleri Sanayi Birliği

<https://www.assomarmomacchine.com>

➤ Marmomac (Veronafiere) Fuarı

www.marmomac.com

➤ Associazione Marmisti Lombardia - Lombardiya bölgesindeki mermer ve granit üreticileri Birliği

www.assomarmistilombardia.it

➤ Avrupa Birliği Mevzuatı

EU law - EUR-Lex

➤ Avrupa Komisyonu Resmi Web Sayfası

European Commission, official website - European Commission

➤ Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT) - İtalyan Ulusal İstatistik Enstitüsü

<https://www.istat.it/en/>

➤ Ente Italiano di Normazione (UNI) - İtalyan Standart Enstitüsü

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

➤ Ecommerce Italia by Casaleggio Associati

<https://www.ecommerceitalia.info/en/>

➤ StoneNews.eu - Doğal Taş Haber Portalı

www.stonenews.eu