**T.C. ATİNA BÜYÜKELÇİLİĞİ**
**TİCARET MÜŞAVİRLİĞİ**

# YUNANİSTAN



## EV VE MUTFAK EŞYALARI SEKTÖRÜ
## PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

**22 Mayıs 2026**

Hamid TATCI
Ticaret Müşaviri

## 1. Ülke Pazarında Ev ve Mutfak Eşyaları Sektörü

### 1.1 İlgili Sektörde Üretim

Yunan imalat sektörü genel olarak bilgi-yoğun ve çok yüksek katma değerli karmaşık ürün yapılarına geçişte AB ortalamasının gerisinde kalmıştır. İmalat sanayiinde yönetimsel pratikler ve inovasyon yatırımları sınırlıdır. Bu nedenle Yunanistan, ev ve mutfak eşyaları alanında büyük oranda ithalata bağımlı bir pazardır. Ülke içi üretim, yüksek teknoloji ve seri üretimden ziyade geleneksel kollar, turizme yönelik niş alanlar ve belirli montaj sanayileri etrafında şekillenmiştir.

Yunanistan'da ev tekstili ve ev ürünlerine olan harcamaların yıllık ortalama %4,9 civarında büyümesi beklenmektedir. Yerli üretimin bu talebi karşılayacak kitlesel ölçekte olmaması ve niş alanlara hapsolması, Türkiye gibi güçlü üretim altyapısına ve lojistik yakınlığa sahip bir ülke için Yunan pazarını "açık hedef" haline getirmektedir.

Ev ve mutfak eşyaları sektöründe Yunanistan'ın üretim kapasitesini tek bir blok olarak ele almak pek mümkün olmamakla birlikte, temelde dört alt ürün grubuna ayırarak incelemek profesyonel bir yaklaşım olacaktır. Bu ürün grupları aşağıdaki gibidir:

***Seramik, Porselen ve Cam Sofra Ürünleri***

Yunanistan'da günümüzde endüstriyel ölçekte, devasa porselen veya cam fabrikalarından bahsetmek neredeyse mümkün değildir. Üretim daha çok aile işletmeleri, orta ölçekli atölyeler ve el yapımı ürünler üzerine yoğunlaşmış olduğundan geleneksel ve butik üretim yoğunlukludur. Seramik ve porselen üreticileri üretim hatlarını büyük oranda ülkenin can damarı olan otel, restoran ve kafelerin (HORECA) özel tasarım ihtiyaçlarına veya turistlere yönelik hediyelik eşya/replika pazarına göre kurgulamıştır. Kitlesel tüketim nedeniyle, günlük kullanım ve zincir marketlerde satılan standart porselen/cam tabak ve bardaklarda yerli üretim yetersiz kalmakta olup pazar neredeyse tamamen ithalatla özellikle Türkiye, Çin, Bulgaristan, Çekya ve diğer AB ülkelerine dönmektedir.

***Pişirme Ürünleri (Alüminyum, Çelik, Döküm)***

Yunanistan'da metal mutfak eşyaları üretimi, diğer kategorilere göre nispeten daha gelişmiştir. Özellikle paslanmaz çelik eviyeler, mutfak tezgâhları ve endüstriyel mutfak ekipmanları üreten (Pyramis gibi) uluslararası ölçekte markaları mevcuttur.

Ülkede alüminyum ve teflon/yapışmaz kaplamalı tava ve tencere üreten birkaç yerel imalatçı bulunsa dahi bunlar hammadde maliyetleri ve iş gücü yetersizlikleri nedeniyle küresel üreticilerle rekabet etmekte zorlanmaktadırlar. Döküm ürünlerde ise üretim oldukça kısıtlıdır.

***Elektrikli Küçük Mutfak Aletleri***

Yunanistan'ın tarihi beyaz eşya ve mutfak aletleri üreticisi olan Pitsos gibi markaların yerel üretim tesislerini kapatması veya üretimlerini maliyet ve verimlilik baskısı gerekçeleriyle başka ülkelere kaydırması, yerli üretim kapasitesine büyük bir darbe vurmuştur. Buna rağmen sektörde halen yerli üretimi ve Ar-Ge'yi destekleyen nadir ve güçlü aktörler vardır. Örneğin MAVELEC SA, Yunanistan'ın en büyük küçük ev aletleri üreticisi konumunda olup ve yılda 350.000 adedin üzerinde cihaz üreterek Avrupa geneline ihracat yapmaktadır etmektedir. Diğer yerel markaların (örneğin

Morris) ürün yelpazesinin önemli bir kısmı ise tasarımı Yunanistan'da yapılan ancak üretimi Uzak Doğu veya Doğu Avrupa'da gerçekleştirilen (OEM/fason) ürünlerden oluşmaktadır.

***Plastik Mutfak ve Banyo Ürünleri***

Plastik enjeksiyon üretimi, bu alanda yeterli altyapısı olan Yunanistan'da nispeten yaygındır. Plastik saklama kapları, banyo düzenleyicileri ve temizlik kovaları gibi hacimli ürünlerde yerel üreticiler, ithal ürünlere karşı navlun (lojistik maliyeti) avantajını kullanarak varlıklarını sürdürmektedir. Ancak ham maddede dışa bağımlılık ve fiyat rekabeti üretimin sınırlarını belirlemektedir.

## 1.2 Ortalama Üretici Fiyatları

Yunanistan'da ev ve mutfak eşyaları imalatı yapan firmaların maliyetleri ve fabrika çıkış fiyatları (üretici fiyatları), küresel enerji dalgalanmaları, AB içerisindeki hammadde tedarik maliyetleri ve iş gücü enflasyonuna paralel olarak şekillenmektedir.

Elektrikli mutfak aletlerindeki yerli üretici fiyatları, küresel yonga (çip) ve elektronik bileşen tedarikinin normalleşmesiyle birlikte istikrarlı bir grafik çizse de, AB iç pazarındaki yüksek iş gücü maliyetleri nedeniyle taban fiyatlar aşağı çekilememektedir. Bu durum, Yunan üreticilerin fabrika çıkış fiyatlarını yüksek tutmaktadır.

Cam sektörü, doğası gereği yüksek enerji (özellikle doğal gaz) yoğun bir sektördür. Yunanistan'da sanayi enerjisi fiyatlarındaki periyodik dalgalanmalar (örneğin son dönemde enerji maliyetlerinde yaşanan yukarı yönlü hareketler) cam sofra ve dekoratif ürün üreten atölyelerin/tesislerin fiyatlarını doğrudan etkilemektedir. Üretici fiyatları geçmiş yıllardaki zirve seviyelerine yakın kalmaya devam etmektedir.

Plastik ve metal mutfak eşyalarında ham madde fiyatları (polimerler, paslanmaz çelik, alüminyum levha) küresel emtia pazarlarına göbekten bağlıdır. Yunan üreticiler ham maddeyi büyük oranda ithal ettiği ve Avro bazlı operasyon yürüttüğü için, fabrika çıkış fiyatları dinamik fiyatlama avantajına sahip imalatçı ülkelerle rekabet etmekte zorlanmaktadır.

Genel olarak bakıldığında, Yunanistan yerel ev ve mutfak eşyaları sanayisinde ortalama üretici fiyatları, 5 yıl öncesine kıyasla ortalama %7 ila %12 arasında daha yüksek bir maliyet tabanına oturmuştur. Özellikle cam, seramik ve metal işleme gibi yüksek enerji ve ham madde bağımlılığı olan alt sektörlerde, üretici fiyat endekslerinin (PPI) yüksek seyretmesi yerel üreticilerin paylarını daraltmaktadır. Bu durum, Yunanistan iç pazarında perakendecilerin ve toptancıların, yerel tedarik yerine gümrük vergisi muafiyeti ve lojistik avantajlar sunan daha rekabetçi fiyatlı tedarikçilere yönelmesini tetikleyen en önemli unsurlardan biridir.

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

Yunanistan'da ev ve mutfak eşyaları sektörüne özel, tek bir çatı dernek bulunmamakta olup, bunun yerine firmalar üretim yaptıkları malzemeye göre (plastik, metal, geleneksel el sanatları vb.) farklı birliklere üyedirler. Pişirme ürünleri (alüminyum, çelik, teflon tencere, tava, fırın tepsileri), plastik saklama kapları ve mutfak aletlerinde Atina merkezli PAL Group (Intran SA ve Pal Cookware) önemli bir aktördür. Ülke genelinde 3 üretim tesisine sahiptir ve hem pişirme kapları hem de gıda ambalajı sektöründe Avrupa genelinde 30'dan fazla ülkeye ihracat yapmaktadır. Selanik merkezli

Pyramis Metallourgia A.E. ise paslanmaz çelik mutfak eşyaları ve pişirme ürünleri (paslanmaz çelik evyeler, tencereler, mutfak aksesuarları) alanında küresel ölçekte bir firmadır. Firmanın Yunanistan'daki üretim kapasitesi ve paslanmaz çelik işleme teknolojisi oldukça gelişmiştir. Alüminyum ve yapışmaz kaplamalı pişirme ürünlerinde Yalco Group bünyesindeki FEST, Yunan pazarında "uygun fiyatlı ve kaliteli yerli üretim" algısıyla lider markalardan biridir. Atina merkezli My Ceramics de, özellikle otel, restoran ve kafelere yönelik el yapımı, butik tasarımlı ve yüksek dayanımlı seramik mutfak eşyaları imal etmektedir. Mavelec S.A. da küçük elektrikli mutfak aletleri üretmekte öncü bir üreticidir.

Yunanistan'da ev ve mutfak eşyası üreten firmaların veri tabanlarına ulaşmak, pazar araştırması yapmak veya ticari heyet organize etmek için irtibata geçilebilecek resmi kurum ve birlikler şunlardır:

- **Yunanistan Plastik Endüstrisi Derneği - AHPI (Σύνδεσμος Βιομηχανιών Πλαστικών Ελλάδος - ΣΒΠΕ)** plastik mutfak ve banyo eşyaları üreticilerini bir araya getiren STK'dır. 1958 yılında kurulan dernek, Yunanistan'daki plastik üreticilerinin yaklaşık %50'sini temsil etmektedir. Plastik mutfak eşyası ve saklama kabı üreten yerel üreticilerin listesine bu birlik üzerinden ulaşılabilir. Söz konusu STK, Avrupa Plastik Dönüştürücüleri (EuPC) üyesidir.
- **Yunanistan Geleneksel Sanat ve El Sanatları Üreticileri Derneği (Greek Association of Traditional Art & Craft Producers)** seramik, porselen ve dekoratif cam üreticileri ve atölyelerini bir araya getirmektedir. Söz konusu Dernek, Yunanistan'daki geleneksel çömlekçilik, seramik mutfak eşyaları ve dekoratif cam işleme atölyelerinin bağlı olduğu ana çatı örgüt olup ülkedeki butik üreticileri tek bir veri tabanında toplamaktadır.
- Sektör genelindeki tüm ihracatçı üreticileri toplayan **Yunanistan İhracatçılar Birliği - SEVE (Σύνδεσμος Εξαγωγέων)** ülkedeki en büyük dış ticaret birliğidir. SEVE, ev ve mutfak eşyası kategorisinde üretim ve ihracat yapan önemli Yunan üreticileri (Örn: Pyramis, Pal Group) bünyesinde barındırır.
- Son olarak, sektördeki üretici, ithalatçı ve toptancıların önemli bir kısmını bünyesinde barındıran **Atina Ticaret ve Sanayi Odası - ACCI-EBEA (Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών)** da yetkili bir merci olarak öne çıkmaktadır. Geçtiğimiz aylarda hayata geçirilen web arama modülü sayesinde, diğer yerel ticaret odalarından farklı olarak, rapor formundaki yerel üretici ve distribütör firmaların resmi sicil kayıtlarına ve iletişim bilgilerine ulaşmak için en birincil resmi kaynak haline gelmiştir.

### 1.4 Ev ve Mutfak Eşyaları Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

Yunanistan, ev ve mutfak eşyaları perakendesinde hem dev uluslararası zincirlerin hem de yerel satın alma gruplarının hakim olduğu, e-ticaret penetrasyonunun ise AB ortalamasına hızla yaklaştığı dinamik bir yapıya sahiptir. Son dönemde mobilya, elektrikli ev aletleri ve ev eşyaları perakende satışları yıllık %8 ila %17 arasında değişen oranlarda güçlü büyüme kaydetmektedir.

Yunanistan ev ve mutfak eşyaları pazarı, perakende düzeyinde dört ana kanal üzerinden tüketiciye ulaşmaktadır:

- **Teknoloji ve Elektronik Perakende Zincirleri (Küçük Ev Aletleri İçin):** Elektrikli küçük mutfak aletleri (kahve makineleri, blenderlar, airfryerlar vb.) satışının en büyük adresi bu organize zincirlerdir. Pazar oldukça konsantredir.
- **Büyük Çok Katlı Mağazalar ve Ev/Dekorasyon Zincirleri:** Sofra ürünleri (tabak, çatal-kaşık), pişirme grupları (tencereler), dekoratif cam ve porselenler için ana satış noktalarıdır.

- **Süpermarket Zincirleri:** Plastik mutfak ve banyo ürünleri, günlük kullanım cam bardakları ve uygun fiyatlı sofra eşyaları büyük oranda organize süpermarket zincirlerinin (Örn: *Sklavenitis, AB Vassilopoulos, Masoutis*) Gıda Dışı (Non-Food) reyonlarında satılmaktadır.
- **Geleneksel ve Bağımsız Mağazalar:** Yunanistan coğrafi yapısı gereği çok sayıda adaya ve kırsal bölgeye sahip olduğundan, yerel küçük züccaciye dükkânları halen taşrada önemli bir pazar payına sahiptir.

Sektördeki başlıca perakende ve toptan satış aktörlerini bu kategoriler doğrultusunda incelemek gerekmektedir. Buna göre, elektrikli ve küçük mutfak aletleri perakendecileri bağlamında Kotsovolos Ve Public pazara hâkim oyunculardır. Kotsovolos (Dixons South East Europe) Yunanistan'ın açık ara en büyük elektrikli ev ve mutfak aletleri perakendecisi olup ülke genelinde 90'dan fazla fiziksel mağazası ve devasa bir e-ticaret platformu bulunmaktadır. Küçük mutfak aletleri tedarikinde pazarın yönünü belirler. Public (Public-MediaMarkt) teknoloji, ev aletleri, ofis malzemeleri kültürel ürünleri birleştiren çok katlı mağaza zinciridir. Özellikle modern tasarımlı küçük mutfak aletleri ve niş mutfak aksesuarları için önemli bir satış kanalıdır.

Ev eşyaları, sofra ve pişirme grubu perakendecileri bağlamında ise ülke piyasasında Jumbo, Praktiker Hellas, IKEA, JYSK en bilinen aktörlerdir. Yunanistan'ın en büyük zincir mağazalarından biri olan JUMBO, yaygın olarak konsept oyuncaklarla anılsa da ev dekorasyonu, plastik mutfak/banyo ürünleri, ucuz sofra ürünleri ve cam eşyalarda muazzam bir pazar payına sahiptir. Hacimli ve uygun fiyatlı ürün ithalatı yapan en büyük aktördür. Praktiker Hellas, üllkenin lider yapı market ve ev yaşam zinciridir. Özellikle mutfak aksesuarları, pişirme ürünleri (tencere/tava grupları) ve banyo düzenleyicileri kategorisinde çok güçlüdür. Yunanistan lisansı Fourlis Group'un elinde bulunan IKEA, modern ve demonte mutfak/sofra eşyaları pazarında tüketicilerin ilk tercihlerindendir. Danimarka menşeili bir zincir olan JYSK, Yunanistan pazarında hızla büyümekte olup ve ev/mutfak aksesuarları pazarında payını artırmaktadır. Ayrıca Fransız perakendecisi Leroy Merlin de daha dar bir kapsamda ülkenin önemli yapı marketlerinden biri olarak ülkede fiziksel ve çevrimiçi pazar payına sahiptir.

Leroy Merlin, Yunanistan da dahil olmak üzere birçok ülkede faaliyet gösteren, aylık 1 milyondan fazla ziyaretçisi ve 50'den fazla satış noktası bulunan Fransız bir ev geliştirme perakendecisidir. Leroy Merlin, kendin yap ürünlerinden bahçe malzemelerine, dekorasyondan banyo ürünlerine kadar geniş bir ürün yelpazesi sunmaktadır. Ayrıca, çevrimiçi sipariş verip mağazadan teslim alma seçenekleri sunan fiziksel mağazalardan oluşan bir ağa da sahiptir.

B2B Kanalını kullanan kurumsal distribütörler ve toptancılar ise Yalco ve Benrubi'dir. YALCO (Constantinou S.A.) Yunanistan ev ve mutfak eşyaları sektörünün en büyük toptancı ve distribütör firmalarından biri olup hem kendi markası *Fest* (pişirme grubu) ile üretim yapmakta hem de dünya markalarının Yunanistan distribütörlüğünü yürüterek otellere ve alt perakendecilere toptan satış gerçekleştirmektedir. Benrubi (S. Benrubi & Sons S.A.) 140 yılı aşkın geçmişi olan, kendi markası *Izzy* ile tanınan, küçük ev aletleri ve züccaciye ürünlerinde Yunanistan'ın en büyük distribütör ve toptan ticaret firmalarından biridir. Bu firma, Fransız SEB Groupe (Tefal, Rowenta, Moulinex) ürünlerinin de geçmişte Yunanistan distribütörlüğünü yapmıştır.

Yunanistan'da ev ve mutfak eşyası alışverişlerinde dijital kanalların kullanımı son yıllarda patlama yapmıştır. Gelinen noktada sektördeki e-ticaret payı %50 seviyelerine yaklaşmıştır. Bu bağlamda Skroutz, Yunanistan'ın en büyük pazaryeri ve fiyat karşılaştırma sitesidir. Yunan tüketiciler mutfak aletleri, tabak takımları veya banyo aksesuarları alırken ekseriyetle adı geçen platform üzerindeki satıcıları (son dönemde oluşturulan yapay zekâ modülünün de kolaylaştırıcı analizleriyle) incelemektedir. Türk firmalarının bu platformdaki alt satıcılara (toptan) mal tedarik etmesi büyük bir fırsat olarak değerlendirilmektedir. Bunun haricinde e-shop, BestPrice, Shopflix gibi e-ticaret

platformları Yunan tüketicilerin ev ve mutfak gereçlerinde tercih ettiği çevrimiçi mağazalardandır. Öte yandan, Trendyol da son dönemde Yunanistan pazarında doğrudan operasyonlarını ve pazarlamasını büyüterek özellikle ev-yaşam ve mutfak aksesuarları kategorisinde çoğunlukla Türk ürünleri ve üreticileri lehine ciddi bir dijital pazar payı elde etmeye başlamıştır.

Genel olarak Yunanistan ev ve mutfak eşyaları perakende pazarı, Kotsovolos, Jumbo ve Yalco gibi büyük ve organize yapıların kontrolündedir. Türk üreticilerin bu pazara giriş yapabilmesi için tekil dükkânlar yerine, bu büyük perakende zincirlerinin satın alma departmanlarına ulaşması veya Yalco, Benrubi gibi güçlü yerel distribütörlerle özel markalı (private label) üretim ya da distribütörlük anlaşmaları yapması en etkin yöntem olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca ülkenin turizm potansiyeli nedeniyle, toptan satış kanallarında otel ve restoran tedarikçisi (HORECA) olan distribütörlerin hedef alınması isabetli olacaktır.

## 2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti

Yunanistan'da ev ve mutfak eşyaları sektöründeki dış ticaretine yönelik olarak 4'lü bazda çeşitli GTİP kodları incelenmiştir. Buna göre 3924 GTİP kodundaki "Plastik Ev ve Mutfak Eşyaları", 6911 GTİP kodundaki Porselen Sofra ve Mutfak Eşyaları, 7013 GTİP kodundaki "Cam Sofra, Mutfak ve Dekoratif Cam Eşyaları (Bardaklar, Kadehler ve Vazolar)", 7323 GTİP kodundaki "Çelik, Döküm ve Emaye Mutfak/Ev Eşyaları (Tencereler ve Metal Organizasyon Ürünleri)", 7615 GTİP kodundaki "Alüminyum ve Yapışmaz Kaplamalı Pişirme Ürünleri (Tencereler, Tavalar ve Tepsiler)", 8215 GTİP kodundaki "Metal Çatal, Kaşık, Bıçak ve Servis Takımları", 8509 GTİP kodundaki "Elektrikli Gıda Hazırlama Cihazları (Blenderlar, Mikserler ve Robotlar)" ve 8516 GTİP kodundaki "Elektrikli Pişirme ve Isıtma Cihazları (Kahve/Çay Makineleri, Airfryerlar ve Küçük Mutfak Aletleri)" aşağıda değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

### 2.1 Plastik Ev ve Mutfak Eşyaları Alt Sektöründe (3924 GTİP Kodlu: Plastikten sofra eşyası, mutfak eşyası, diğer ev eşyası ve tuvalet eşyası) Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

| | **Ülke Adı** | **2024 (bin $)** | **2025 (bin $)** | **Oran** (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat) |
|---|---|---|---|---|
| **1** | Çin | 34.365 | 34.282 | 32,4 |
| **2** | **Türkiye** | **14.194** | **14.142** | **13,6** |
| **3** | İtalya | 9.090 | 9.608 | 9,1 |
| **4** | Danimarka | 4.836 | 5.736 | 5,4 |
| **5** | Almanya | 4.927 | 5.205 | 4,9 |
| **6** | İsrail | 5.882 | 5.007 | 4,7 |
| **7** | Hollanda | 5.429 | 4.785 | 4,5 |
| **8** | Bulgaristan | 3.584 | 4.000 | 3,8 |
| **9** | Romanya | 2.711 | 3.942 | 3,7 |
| **10** | Polonya | 1.745 | 3.431 | 3,2 |
| | **TOPLAM** | **111.344** | **105.892** | **100** |

2.2 Plastik Ev ve Mutfak Eşyaları Alt Sektöründe (3924 GTİP Kodlu: Plastikten sofra eşyası, mutfak eşyası, diğer ev eşyası ve tuvalet eşyası) Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

| | **Ülke Adı** | **2024 (bin $)** | **2025 (bin $)** | **Oran** (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat) |
|---|---|---|---|---|
| **1** | İspanya | 11.701 | 13.978 | 14,6 |
| **2** | GKRY | 10.091 | 11.814 | 12,3 |
| **3** | İsrail | 8.454 | 9.940 | 10,4 |
| **4** | İtalya | 8.389 | 9.067 | 9,5 |
| **5** | Almanya | 6.681 | 6.419 | 6,7 |
| **6** | Romanya | 3.297 | 5.595 | 5,8 |
| **7** | Hollanda | 5.282 | 5.150 | 5,4 |
| **8** | Bulgaristan | 2.839 | 4.975 | 5,2 |
| **9** | Belçika | 2.896 | 2.694 | 2,8 |
| **10** | Birleşik Krallık | 3.316 | 2.528 | 2,6 |
| **42** | **Türkiye** | **231** | **75** | **-** |
| | **TOPLAM** | **84.924** | **95.723** | **100** |

2.3 Porselen Sofra ve Mutfak Eşyaları Alt Sektöründe (6911 GTİP Kodlu) Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

| | **Ülke Adı** | **2024 (bin $)** | **2025 (bin $)** | **Oran** (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat) |
|---|---|---|---|---|
| **1** | Çin | 8.460 | 9.215 | 29,3 |
| **2** | Almanya | 3.574 | 4.630 | 14,7 |
| **3** | **Türkiye** | **4.096** | **4.521** | **14,4** |
| **4** | İtalya | 2.450 | 2.287 | 7,3 |
| **5** | Bangladeş | 1.672 | 2.010 | 6,4 |
| **6** | Fransa | 1.392 | 1.352 | 4,3 |
| **7** | Hollanda | 1.414 | 1.128 | 3,6 |
| **8** | Polonya | 765 | 954 | 3 |
| **9** | Portekiz | 702 | 945 | 3 |
| **10** | Romanya | 718 | 816 | 2,6 |
| | **TOPLAM** | **30.172** | **31.496** | **100** |

2.4 Porselen Sofra ve Mutfak Eşyaları Alt Sektöründe (6911 GTİP Kodlu) Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

| | **Ülke Adı** | **2024 (bin $)** | **2025 (bin $)** | **Oran** (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat) |
|---|---|---|---|---|
| **1** | GKRY | 1.221 | 1.359 | 43 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **2** | ABD | 343 | 234 | 7,4 |
| **3** | İsrail | 114 | 214 | 6,8 |
| **4** | BAE | 126 | 131 | 4,1 |
| **5** | Arnavutluk | 90 | 130 | 4,1 |
| **6** | Almanya | 113 | 121 | 3,8 |
| **7** | Romanya | 83 | 110 | 3,5 |
| **8** | Bulgaristan | 109 | 109 | 3,4 |
| **9** | Sırbistan | 29 | 67 | 2,1 |
| **10** | Katar | 4 | 64 | 2 |
| **41** | **Türkiye** | **6** | **3** | **-** |
| | **TOPLAM** | **3.097** | **3.164** | **100** |

2.5 Cam Sofra, Mutfak ve Dekoratif Cam Eşyaları Alt Sektöründe (7013 GTİP Kodlu: Bardaklar, kadehler ve vazolar) Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

| | **Ülke Adı** | **2024 (bin $)** | **2025 (bin $)** | **Oran** (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat) |
|---|---|---|---|---|
| **1** | Çin | 15.622 | 23.168 | 38,3 |
| **2** | İtalya | 8.106 | 8.609 | 14,2 |
| **3** | Bulgaristan | 7.477 | 6.377 | 10,5 |
| **4** | Almanya | 5.058 | 3.298 | 5,4 |
| **5** | **Türkiye** | **4.008** | **3.257** | **5,4** |
| **6** | Romanya | 1.946 | 2.267 | 3,8 |
| **7** | İspanya | 2.072 | 2.188 | 3,6 |
| **8** | Hollanda | 3.401 | 1.990 | 3,3 |
| **9** | Fransa | 1.894 | 1.649 | 2,7 |
| **10** | Belçika | 1.369 | 1.484 | 2,5 |
| | **TOPLAM** | **58.543** | **60.425** | **100** |

2.6 Cam Sofra, Mutfak ve Dekoratif Cam Eşyaları Alt Sektöründe (7013 GTİP Kodlu: Bardaklar, kadehler ve vazolar) Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

| | **Ülke Adı** | **2024 (bin $)** | **2025 (bin $)** | **Oran** (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat) |
|---|---|---|---|---|
| **1** | Polonya | 2.144 | 3.797 | 30,2 |
| **2** | İtalya | 1.330 | 2.129 | 16,9 |
| **3** | Slovakya | 950 | 1.997 | 15,9 |
| **4** | Romanya | 390 | 1.193 | 9,5 |
| **5** | GKRY | 971 | 902 | 7,2 |
| **6** | İsrail | 604 | 440 | 3,5 |
| **7** | İspanya | 197 | 352 | 2,8 |
| **8** | Arnavutluk | 425 | 319 | 2,5 |
| **9** | ABD | 419 | 264 | 2,1 |
| **10** | Bulgaristan | 196 | 154 | 1,2 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **44** | **Türkiye** | **1** | **4** | **-** |
| | **TOPLAM** | **9.333** | **12.586** | **100** |

2.7 Çelik, Döküm ve Emaye Mutfak/Ev Eşyaları Alt Sektöründe (7323 GTİP Kodlu: Tencereler ve metal organizasyon ürünleri) Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

| | **Ülke Adı** | **2024 (bin $)** | **2025 (bin $)** | **Oran** (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat) |
|---|---|---|---|---|
| **1** | Çin | 37.078 | 40.484 | 52,4 |
| **2** | İtalya | 6.027 | 6.756 | 8,7 |
| **3** | **Türkiye** | **6.076** | **5.600** | **7,2** |
| **4** | Almanya | 5.038 | 5.264 | 6,8 |
| **5** | Hindistan | 3.202 | 4.086 | 5,3 |
| **6** | Romanya | 2.316 | 2.737 | 3,5 |
| **7** | Hollanda | 2.924 | 2.532 | 3,3 |
| **8** | Avusturya | 1.069 | 1.825 | 2,4 |
| **9** | Ukrayna | 1.048 | 1.480 | 1,9 |
| **10** | Fransa | 1.519 | 1.303 | 1,7 |
| | **TOPLAM** | **72.002** | **77.264** | **100** |

2.8 Çelik, Döküm ve Emaye Mutfak/Ev Eşyaları Alt Sektöründe (7323 GTİP Kodlu: Tencereler ve metal organizasyon ürünleri) Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

| | **Ülke Adı** | **2024 (bin $)** | **2025 (bin $)** | **Oran** (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat) |
|---|---|---|---|---|
| **1** | GKRY | 2.337 | 2.825 | 25,2 |
| **2** | İsrail | 683 | 1.668 | 14,9 |
| **3** | Almanya | 796 | 1.358 | 12,1 |
| **4** | Bulgaristan | 736 | 909 | 8,1 |
| **5** | Arnavutluk | 892 | 878 | 7,8 |
| **6** | İspanya | 585 | 696 | 6,2 |
| **7** | Romanya | 2.575 | 316 | 2,8 |
| **8** | Polonya | 423 | 285 | 2,5 |
| **9** | İtalya | 786 | 270 | 2,4 |
| **10** | Portekiz | 230 | 177 | 1,5 |
| **44** | **Türkiye** | **16** | **8** | **-** |
| | **TOPLAM** | **13.099** | **11.198** | **100** |

2.9 Alüminyum ve Yapışmaz Kaplamalı Pişirme Ürünleri Alt Sektöründe (7615 GTİP Kodlu: Tencereler, Tavalar ve Tepsiler) Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

| | **Ülke Adı** | **2024 (bin $)** | **2025 (bin $)** | **Oran** (%) |
|---|---|---|---|---|

| | | | | (İhracat Değeri/Toplam İhracat) |
|---|---|---|---|---|
| **1** | Çin | 15.499 | 14.319 | 41,2 |
| **2** | Türkiye | 3.968 | 3.397 | 9,8 |
| **3** | İtalya | 3.832 | 3.353 | 9,6 |
| **4** | Fransa | 2.516 | 3.176 | 9,1 |
| **5** | Polonya | 1.730 | 1.927 | 5,5 |
| **6** | Almanya | 2.197 | 1.670 | 4,8 |
| **7** | Avusturya | 893 | 1.621 | 4,7 |
| **8** | Bulgaristan | 1.734 | 1.522 | 4,4 |
| **9** | Hindistan | 886 | 824 | 2,4 |
| **10** | Hollanda | 858 | 668 | 1,9 |
| | **TOPLAM** | **37.437** | **34.776** | **100** |

2.10 Alüminyum ve Yapışmaz Kaplamalı Pişirme Ürünleri Alt Sektöründe (7615 GTİP Kodlu: Tencereler, Tavalar ve Tepsiler) Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

| | **Ülke Adı** | **2024 (bin $)** | **2025 (bin $)** | **Oran** (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat) |
|---|---|---|---|---|
| **1** | GKRY | 1.670 | 1.793 | 40,4 |
| **2** | İtalya | 460 | 817 | 18,4 |
| **3** | Gürcistan | 361 | 622 | 14 |
| **4** | Arnavutluk | 255 | 275 | 6,2 |
| **5** | Bulgaristan | 198 | 114 | 2,6 |
| **6** | Polonya | 201 | 84 | 1,9 |
| **7** | Estonya | 60 | 82 | 1,8 |
| **8** | Sırbistan | 48 | 73 | 1,6 |
| **9** | İspanya | 65 | 72 | 1,6 |
| **10** | Ermenistan | 29 | 65 | 1,5 |
| **38** | **Türkiye** | **0** | **1** | **-** |
| | **TOPLAM** | **4.179** | **4.437** | **100** |

2.11 Metal Çatal, Kaşık, Bıçak ve Servis Takımları Alt Sektöründe (8215 GTİP Kodlu) Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

| | **Ülke Adı** | **2024 (bin $)** | **2025 (bin $)** | **Oran** (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat) |
|---|---|---|---|---|
| **1** | Çin | 5.124 | 5.671 | 38,9 |
| **2** | İspanya | 2.110 | 1.810 | 12,4 |
| **3** | İtalya | 1.728 | 1.744 | 12 |
| **4** | Almanya | 1.617 | 1.476 | 10,1 |
| **5** | Fransa | 602 | 973 | 6,7 |
| **6** | Hollanda | 521 | 502 | 3,4 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **7** | Belçika | 539 | 464 | 3,2 |
| **8** | Hindistan | 443 | 324 | 2,2 |
| **9** | Romanya | 294 | 307 | 2,1 |
| **10** | Bulgaristan | 783 | 229 | 1,6 |
| **17** | **Türkiye** | **85** | **58** | **-** |
| | **TOPLAM** | **14.662** | **14.587** | **100** |

2.12 Metal Çatal, Kaşık, Bıçak ve Servis Takımları Alt Sektöründe (8215 GTİP Kodlu) Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

| | **Ülke Adı** | **2024 (bin $)** | **2025 (bin $)** | **Oran** (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat) |
|---|---|---|---|---|
| **1** | GKRY | 240 | 473 | 29,9 |
| **2** | Almanya | 95 | 370 | 23,4 |
| **3** | İspanya | 167 | 150 | 9,5 |
| **4** | Romanya | 67 | 88 | 5,6 |
| **5** | İtalya | 101 | 84 | 5,3 |
| **6** | Malta | 14 | 55 | 3,5 |
| **7** | Polonya | 196 | 53 | 3,4 |
| **8** | İsrail | 15 | 44 | 2,8 |
| **9** | Arnavutluk | 24 | 28 | 1,8 |
| **10** | Belçika | 1 | 25 | 1,6 |
| **35** | **Türkiye** | **0** | **2** | **-** |
| | **TOPLAM** | **1.175** | **1.580** | **100** |

2.13 Elektrikli Gıda Hazırlama Cihazları Alt Sektöründe (8509 GTİP Kodlu: Blenderlar, Mikserler ve Robotlar) Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

| | **Ülke Adı** | **2024 (bin $)** | **2025 (bin $)** | **Oran** (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat) |
|---|---|---|---|---|
| **1** | Çin | 30.381 | 23.876 | 39,7 |
| **2** | Almanya | 13.065 | 11.227 | 18,7 |
| **3** | Macaristan | 5.942 | 6.175 | 10,3 |
| **4** | İtalya | 3.159 | 4.542 | 7,6 |
| **5** | Avusturya | 3.126 | 4.434 | 7,4 |
| **6** | Hollanda | 2.359 | 1.623 | 2,7 |
| **7** | Fransa | 1.304 | 1.572 | 2,6 |
| **8** | İspanya | 1.142 | 1.001 | 1,7 |
| **9** | Çekya | 755 | 984 | 1,6 |
| **10** | Bulgaristan | 1.340 | 913 | 1,5 |
| **13** | **Türkiye** | **554** | **527** | **0,1** |
| | **TOPLAM** | **67.326** | **60.100** | **100** |

2.14 Elektrikli Gıda Hazırlama Cihazları Alt Sektöründe (8509 GTİP Kodlu: Blenderlar, Mikserler ve Robotlar) Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

| | Ülke Adı | 2024 (bin $) | 2025 (bin $) | Oran (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat) |
|---|---|---|---|---|
| **1** | Polonya | 6.258 | 7.514 | 44 |
| **2** | GKRY | 6.084 | 4.002 | 23,4 |
| **3** | Bulgaristan | 551 | 806 | 4,7 |
| **4** | Almanya | 1.909 | 607 | 3,6 |
| **5** | Romanya | 494 | 579 | 3,4 |
| **6** | İspanya | 296 | 535 | 3,1 |
| **7** | Çekya | 1.231 | 516 | 3 |
| **8** | Hollanda | 747 | 451 | 2,6 |
| **9** | İtalya | 669 | 442 | 2,6 |
| **10** | Malta | 104 | 193 | 1,1 |
| **28** | **Türkiye** | **50** | **16** | **0,1** |
| | **TOPLAM** | **20.521** | **17.059** | **100** |

2.15 Elektrikli Pişirme ve Isıtma Cihazları Alt Sektöründe (8516 GTİP Kodlu: Kahve ve Çay Makineleri, Airfryerlar ve Diğer Küçük Mutfak Aletleri) Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

| | Ülke Adı | 2024 (bin $) | 2025 (bin $) | Oran (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat) |
|---|---|---|---|---|
| **1** | Çin | 75.462 | 63.451 | 22,3 |
| **2** | Almanya | 32.814 | 39.017 | 13,7 |
| **3** | **Türkiye** | **43.107** | **37.924** | **13,3** |
| **4** | İtalya | 29.904 | 32.838 | 11,5 |
| **5** | Polonya | 12.154 | 17.446 | 6,1 |
| **6** | Bulgaristan | 16.390 | 16.889 | 5,9 |
| **7** | İspanya | 11.655 | 12.910 | 4,5 |
| **8** | Macaristan | 10.425 | 12.524 | 4,4 |
| **9** | Fransa | 11.265 | 11.612 | 4,1 |
| **10** | Hollanda | 8.141 | 9.708 | 3,4 |
| | **TOPLAM** | **281.428** | **284.434** | **100** |

2.16 Elektrikli Pişirme ve Isıtma Cihazları Alt Sektöründe (8516 GTİP Kodlu: Kahve ve Çay Makineleri, Airfryerlar ve Diğer Küçük Mutfak Aletleri) Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

| | Ülke Adı | 2024 (bin $) | 2025 (bin $) | Oran (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat) |
|---|---|---|---|---|
| **1** | GKRY | 28.008 | 26.216 | 48,9 |
| **2** | Almanya | 6.560 | 7.337 | 13,7 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **3** | İtalya | 3.825 | 2.552 | 4,8 |
| **4** | Polonya | 1.285 | 2.474 | 4,6 |
| **5** | İspanya | 1.586 | 1.922 | 3,6 |
| **6** | Bulgaristan | 1.651 | 1.858 | 3,5 |
| **7** | Türkiye | 801 | 1.094 | 2 |
| **8** | Romanya | 1.255 | 1.030 | 1,9 |
| **9** | Çekya | 854 | 918 | 1,7 |
| **10** | Arnavutluk | 1.552 | 915 | 1,7 |
| | **TOPLAM** | **55.011** | **53.642** | **100** |

### 2.17 Ev ve Mutfak Eşyaları Sektöründe Yunanistan'ın 2025 Yılında Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (10 ürün)

Kahve kültürü hayli gelişkin olan Yunanistan'da 8516.71 (Kahve Makineleri) ile son yıllarda gelişen sağlıklı beslenme eğilimine koşut olarak 8516.79 airfryer ithalatında hacimler gözle görülür biçimde artmıştır. Diğer yandan, 3924.10 kodu altındaki plastik mutfak eşyaları, hem uygun fiyatlı olmaları hem de hane dışı tüketim noktalarındaki (catering, otel) kullanım yaygınlığı nedeniyle hacimsel olarak çok yüksek seyretmektedir. Bu ürünlerin ithalatında Yunanistan için en büyük tedarikçi ülke Çin olmakla birlikte, özellikle paslanmaz çelik tencerelerde (7323), elektrikli küçük ev aletlerinde (8516), ayrıca porselen (6911) ve camdan (7013) sofra ve mutfak eşyalarında Türkiye, Yunanistan'ın geleneksel olarak en önemli bölgesel ticaret ortakları arasındadır.

| Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı) | Ürün Adı | İthalat Değeri (Bin $) | Türkiye'den İthalatı (Bin $) | Türkiye'den İthalatının Payı (%) |
|---|---|---|---|---|
| 851660 | Diğer ocaklar, ızgaralar ve fırınlar (Küçük pişirme aletleri) | 14.006.401 | 96.246 | 0,7 |
| 392410 | Plastik sofra ve mutfak eşyaları | 11.370.377 | 38.810 | 0,3 |
| 851679 | Diğer elektro-termik cihazlar (Airfryerlar, fritözler vb.) | 9.321.576 | 35.784 | 0,4 |
| 851671 | Kahve veya çay yapıcılar (Elektrikli kahve makineleri | 8.780.365 | 200.035 | 2,3 |
| 732393 | Paslanmaz çelikten sofra ve mutfak eşyaları (Tencereler) | 7.108.944 | 91.720 | 1,3 |
| 850940 | Gıda öğütücüler, karıştırıcılar, meyve | 5.691.485 | 101.633 | 1,8 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | sıkacakları (Blender/Robot) | | | |
| 761510 | Alüminyum mutfak eşyaları (Yapışmaz tavalar ve tepsiler) | 5.269.724 | 57.229 | 1,1 |
| 691110 | Porselen sofra ve mutfak eşyaları | 3.345.621 | 123.138 | 3,7 |
| 701337 | Camdan sofra ve mutfak eşyaları (Bardaklar, kadehler) | 1.987.129 | 45.787 | 2,3 |
| 821599 | Takım halinde olmayan metal çatal, kaşık ve servis gereçleri | 1.102.945 | 8.768 | 0,8 |

2.18 Ev ve Mutfak Eşyaları Sektöründe Yunanistan'ın 2025 Yılında Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (10 ürün)

| Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı) | Ürün Adı | İhracat Değeri (Bin $) | Türkiye'ye İhracatı (Bin $) | Türkiye'ye İhracatının Payı (%) |
|---|---|---|---|---|
| 851660 | Diğer ocaklar, ızgaralar ve fırınlar (Küçük pişirme aletleri) | 17,753,590 | 1,197,947 | 6,7 |
| 392410 | Plastik sofra ve mutfak eşyaları | 14,174,215 | 412,540 | 2,9 |
| 392490 | Diğer plastik ev ve tuvalet eşyaları | 10,441,916 | 265,260 | 2,5 |
| 732393 | Paslanmaz çelikten sofra ve mutfak eşyaları (Tencereler) | 9,988,522 | 196,203 | 2 |
| 851671 | Kahve veya çay yapıcılar (Elektrikli kahve makineleri | 9,128,407 | 30,256 | 0,3 |
| 691110 | Porselen sofra ve mutfak eşyaları | 8,440,365 | 143,982 | 1,7 |
| 850940 | Gıda öğütücüler, karıştırıcılar, meyve sıkacakları (Blender/Robot) | 6,836,952 | 31,155 | 0,4 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 761510 | Alüminyum mutfak eşyaları (Yapışmaz tavalar ve tepsiler) | 6,194,266 | 123,564 | 2 |
| 701337 | Camdan sofra ve mutfak eşyaları (Bardaklar, kadehler) | 3,207,242 | 119,712 | 3,7 |
| 821599 | Takım halinde olmayan metal çatal, kaşık ve servis gereçleri | 1,869,418 | 5,195 | 0,3 |

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

### 3.1 Sektörde Ülkemizin Yunanistan'a İhracatı (Bin $)

| | Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı) | Ürün Adı | **2021** | **2022** | **2023** | **2024** | **2025** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **1** | 392410 | Plastik sofra ve mutfak eşyaları | 14.073 | 16.368 | 19.506 | 30.472 | 22.533 |
| **2** | 691110 | Porselen sofra ve mutfak eşyaları | 2.580 | 4.282 | 4.184 | 4.728 | 4.312 |
| **3** | 761510 | Alüminyum ve yapışmaz kaplamalı pişirme ürünleri | 4.158 | 4.164 | 4.009 | 4.109 | 3.513 |
| **4** | 732393 | Paslanmaz çelikten sofra ve mutfak eşyaları (Tencereler, tavalar) | 2.663 | 2.624 | 2.108 | 3.303 | 2.416 |
| **5** | 732394 | Demir veya çelikten emaye mutfak eşyaları | 1.380 | 1.005 | 1.622 | 1.255 | 1.646 |
| **6** | 701337 | Camdan sofra ve mutfak eşyaları (Bardaklar, kadehler) | 1.251 | 1.627 | 1.171 | 2.312 | 1.149 |
| **7** | 850940 | Gıda öğütücüler, karıştırıcılar ve robotlar | 68 | 479 | 417 | 543 | 496 |
| **8** | 851671 | Elektrikli kahve veya çay yapıcılar | 452 | 737 | 610 | 417 | 403 |
| **9** | 821520 | Diğer sofra takımları (Takım halindeki çatal, kaşık, bıçak) | 22 | 101 | 28 | 25 | 30 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **10** | 851679 | Diğer elektro-termik cihazlar (Airfryer, tost makinesi vb.) | 19 | 96 | 54 | 34 | 16 |

**3.2 Sektörde Ülkemizin Yunanistan'a İhracatı (Miktar ton)**

| | Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı) | Ürün Adı | **2021** | **2022** | **2023** | **2024** | **2025** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **1** | 392410 | Plastik sofra ve mutfak eşyaları | 4.500 | 4.847 | 5.718 | 10.532 | 7.547 |
| **2** | 691110 | Porselen sofra ve mutfak eşyaları | 659 | 1.100 | 894 | 976 | 924 |
| **3** | 761510 | Alüminyum ve yapışmaz kaplamalı pişirme ürünleri | 796 | 668 | 745 | 779 | 616 |
| **4** | 732394 | Demir veya çelikten emaye mutfak eşyaları | 382 | 265 | 448 | 373 | 471 |
| **5** | 701337 | Camdan sofra ve mutfak eşyaları (Bardaklar, kadehler) | 634 | 718 | 524 | 1.100 | 462 |
| **6** | 732393 | Paslanmaz çelikten sofra ve mutfak eşyaları (Tencereler, tavalar) | 387 | 349 | 260 | 417 | 280 |
| **7** | 850940 | Gıda öğütücüler, karıştırıcılar ve robotlar | 8 | 49 | 42 | 52 | 48 |
| **8** | 851671 | Elektrikli kahve veya çay yapıcılar | 25 | 50 | 32 | 25 | 20 |
| **9** | 821520 | Diğer sofra takımları (Takım halindeki çatal, kaşık, bıçak) | 2 | 11 | 2 | 2 | 2 |
| **10** | 851679 | Diğer elektro-termik cihazlar (Airfryer, tost makinesi vb.) | 3 | 9 | 7 | 2 | 1 |

## 4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

4.1 Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Yunanistan, coğrafi konumu nedeniyle Güney ve Doğu Avrupa ile Kuzey Afrika pazarlarına erişimde stratejik bir merkezdir. Pire limanı, uluslararası bir reeksport limanı olarak genel anlamda ihracatımız

için önemli bir noktadır. Diğer yandan ülke pazarı oldukça merkezîleşmiş durumda olup; nüfusun ve ticaretin yarısından fazlası iki büyük şehirde (Atina ve Selanik) toplanmıştır.

Bu bağlamda Atina ve Attika Yöresi (Periferia Attikis) birincil hedef olmalıdır. Nitekim başkent Atina, ülke nüfusunun %40'ına ev sahipliği yapmakta olup ev ve mutfak eşyalarının ticareti için adeta Yunanistan'ın kalbidir. Büyük perakende zincirlerinin genel merkezleri ve ana depoları da, şehri çevreleyen Attika yöresinde konuşlanmaktadır.

Ülkemizde Karaköy'ü (İstanbul) andıran, Atina ile 15 km mesafedeki Pire (Piraeus) kenti, Türkiye'den deniz yoluyla gelen konteynerlerin giriş kapısıdır. Toptancılar ve lojistik merkezler Pire feribot ve konteyner limanı çevresinde yoğunlaşmıştır. Bir ada ülkesi olan Yunanistan'da yerleşim olan adaların tamamına buradan deniz yoluyla kolaylıkla ulaşılabilmektedir. Ayrıca GKRY, İtalya gibi Adriyatik ve Doğu Akdeniz coğrafyasında yer alan diğer ülkelere de buradan yine deniz yoluyla yaygın biçimde mal tedariki gerçekleştirilebilmektedir. Kifisya (Kifissia), Marusi (Marousi) ve Glifada, görece alım gücü yüksek tüketicilere yönelik premium/lüks mutfak gereçleri (porselen, tasarım cihazlar) için ana perakende noktalarıdır. Ayrıca Ermu (Ermou) Caddesi ve çevresi, perakende piyasasının nabzının attığı geleneksel ticarî alanlardır. Mora (Peloponez) yarımadasının kuzey batısındaki Patra şehri de önemli bir pazardır.

Kuzey Yunanistan'ın merkezi olan Selanik (Thessaloniki) ve Orta Makedonya havzası, ülkenin Balkanlar ve Doğu Avrupa içlerine doğru ticareti açısından lojistik üs konumundadır. Dolayısıyla Selanik, sadece kendi pazarını değil; Bulgaristan, Arnavutluk ve Kuzey Makedonya'ya yönelik yeniden ihracat (re-export) süreçlerini de yönetir. Selanik, Türk ihracatçıları için hem bir Pazar hem de bir dağıtım noktasıdır. Burası, İpsala-Bahçeköy (Kipi) gümrük kapısından karayolu üzerinden akan ticaretin ilk büyük durağıdır. Ayrıca mutfak eşyaları toptancıları, yıllık 5 milyar Avroyu aşan cirosu ve 20 binden fazla işçinin istihdam olunduğu Sindos Sanayi Bölgesi - SEVIPETH içinde kümelenmiştir.

Diğer yandan, Batı Trakya'nın İskeçe ve Gümülcine (Rodop İli) şehirleri, yoğun soydaş nüfusu ile sektördeki iş insanlarımızın ortak arayışlarına cevap verebilecek niteliktedir. Bu alanda Gümülcine merkezli Trakya İş Adamları Derneği (TİAD) üyelerinin birçok Türk markasının Yunanistan'daki distribütörlüğünü başarıyla sürdürdükleri bilinmektedir.

Hane dışı tüketim (HORECA) kanalı için özellikle turizm sezonu öncesinde Girit Adasında Kandiye (Heraklion) Hanya kentleri, Rodos ve İstanköy (Kos) başta olmak üzere Oniki Adalar, Mikonos, Santorini (Thira), Nakşa (Naksos) başta olmak üzere Kiklad Adaları (Cyclades), Batı Trakya'da İskeçe ve Dedeağaç (Aleksandrupoli) ihracat için hedeflenmelidir. Yunanistan'ın en büyük adası olan Girit'te devasa bir otel kapasitesi mevcut olup bu adanın birçok noktası endüstriyel mutfak ekipmanları ve otel tipi porselen/cam eşya için en büyük pazarlardan biridir. Rodos ve Oniki Adalar, Türkiye'ye coğrafi yakınlığı nedeniyle lojistik maliyetlerin en düşük olduğu bölgelerdir. Dünya çapında üne sahip olan Kiklad adaları ise ultra lüks segment sofra takımları ve butik otel ekipmanları için önemli pazarlardır. Buralara özellikle Çeşme, Alsancak, Bodrum, Marmaris gibi Batı Anadolu'daki bazı limanlarımızdan konteyner ve parsiyel taşımacılığı yapan firmalarımız mevcut olup denizyolu ile ticaretimiz her geçen yıl artış eğilimindedir.

Bir hizmet ekonomisi statüsünde olan ve nüfusunun dört katı kadar yabancı turist ağırlayan Yunanistan'ın hemen hemen bütün noktalarında yer alan konaklama yerlerinde giderek artan miktarda ev ve mutfak eşyaları sektörü ürünlerine ihtiyacın olduğu söylenebilir.

### 4.2 Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

Yunanistan'da ev ve mutfak eşyaları pazarı, hem köklü yerel distribütörlerin hem de dev perakende zincirlerinin hâkim olduğu, "marka sadakati" ile "fiyat hassasiyeti" arasında dengelenmiş bir yapıya sahiptir. Ülke pazarını çağdaş ve geleneksel kanal dağıtım kanalları biçiminde ikiye ayırmak mümkündür. Zincir mağazalar günümüzde Yunan pazarının %60-70'ini kontrol etmektedir. Hem elektrikli ev aletleri hem de züccaciye ürünlerinde en büyük hacim buradadır. B2C dağıtım bakımından son yıllarda zincir mağazaların e-ticaret platformlarının da gelişim gösterdiği ve piyasadaki egemenliklerini koruduklarını gözlenmektedir. Diğer yandan; Yunanistan geleneksel olarak bir turizm ülkesi ve hizmet ekonomisi olduğu için özellikle HORECA sektörüne yönelik olarak profesyonel mutfak donanımları ve sofra takımları (porselen, cam) için devasa bir alt pazar mevcuttur. Bu kanal genellikle uzmanlaşmış ithalatçılar üzerinden yürümektedir.

Pazara girişte ilk hedeflenmesi önerilen, raflarında Türk ürünlerine de yer veren dev oyuncular Kotsovolos, Public, Jumbo, IKEA, Vicko olarak sıralanabilir. Sanayi üretiminde rekabetçiliği zayıf durumda olan Yunanistan'da doğrudan üretimden ziyade, güçlü bir distribütörlük mekanizması işlemektedir. Bu bağlamda BSH Hellas (Bosch, Siemens ve Pitsos markalarıyla) pazarın yaklaşık %33'ünü elinde tutmaktadır. Bu grup, özellikle pişirme grubu ve küçük ev aletlerinde çok güçlü bir konumdadır. Ülke genelinde 38 mağazası ile üst segment mutfak gereçlerinde uzmanlaşmış olan Sarafidis Group'un Cook-Shop mağazaları, Fissler gibi dev markaların da temsilcisi olup nitelikli ve kimi zaman niş mutfak ekipmanları satmaktadır. Sarantis Group, hem kendi markaları hem de dağıtımını yaptığı (Ava, Sanitas, Dr. Beckmann gibi) uluslararası markalarla ev bakım ve mutfak yardımcı ürünlerinde dev bir oyuncudur. Selanik merkezli Macaridis Kardeşler (Matzaridis Bros) Samsung, LG ve Philips gibi markaların dağıtımını yapmakta olup 1.600'den fazla nokta ile geniş bir bayi ağına sahiptir. Yine Atina merkezli The Grill Market de hem B2B hem de B2C alanında sektörde geniş bir ticaret hacmine ve ülke çapında dağıtım ağına sahiptir.

Ayrıca cam eşyada (Paşabahçe ile belirli ürünlerde rekabet halindeki) Uniglass ve profesyonel mutfak ekipmanları ve çağdaş tasarımlı ev ve mutfak ürünlerinde Estia (KitchenPRO) hem marka sahibi hem de ithalatçı olarak etkinliklerini sürdürmektedir.

Distribütör odaklı bir pazar olan Yunanistan'a girebilmek için dev bir perakende zinciriyle doğrudan anlaşma yapılması tercih edilmeli, bundan sonuç alınamaması halinde Atina veya Selanik merkezli güçlü bir distribütör bulmak ikinci en sağlık seçenek olarak dikkate alınmalıdır. Bu noktada ayrıca İskeçe ve Gümülcine'de nüfusun çoğunluğunu teşkil eden Batı Trakya Türk Azınlığı (BTTA) mensubu soydaşların yanı sıra çoğunlukla Atina'nın Eski (Paleo) Faliro ve Yeni İzmir (Nea Smyrni) ikamet eden İstanbul ve Gökçeada kökenli, aynı zamanda T.C. vatandaşlığı bulunan Rum tüccar ve iş insanları iletişime geçilmesi mümkündür.

Son dönemde Yunan tüketicisi için, AB'nin Yeşil Mutabakat stratejisine ve enerji bunalımının yansımalarına paralel olarak elektrikli aletlerde enerji verimliliği ile sofra takımlarında (Akdeniz içerikli ve ergonomik anlamda) başarılı tasarımlar satın alma kararını etkileyen en önemli iki unsurdur.

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

Yunanistan pazarında Ev ve Mutfak Eşyaları Sektörü (züccaciye, plastik ev eşyaları, mutfak ekipmanları, porselen/cam eşya vb.) doğrudan tek bir spesifik dernek çatısı altında toplanmaktan ziyade, daha geniş kapsamlı ticari odalar, imalatçı birlikleri ve perakende dernekleri üzerinden organize olmaktadır. Sektörün dinamiklerini yönlendiren, iş bağlantıları kurulabilecek ve sektör temsilcilerine ulaşılabilecek başlıca kuruluşlar, faaliyet sahaları ve güncel iletişim bilgileri aşağıda listelenmiştir:

4.2.1.1. Ticaret ve Sanayi Odaları

Yunanistan'da ev ve mutfak eşyası ithalatı, ihracatı ve dağıtımı yapan firmaların neredeyse tamamı bu odalara kayıtlıdır. Sektörel partner bulmak için en etkili kanallardır.

**Atina Ticaret ve Sanayi Odası (EBEA - ACCI - Athens Chamber of Commerce and Industry):** Yunanistan'ın en büyük odasıdır. Ev ve mutfak eşyaları sektöründeki büyük ithalatçılar, distribütörler ve toptancıların çok büyük bir kısmı Atina merkezli olup bu odaya üyedir. Ticari heyetler, ikili iş görüşmeleri (B2B) ve pazar araştırmaları için birincil adrestir.

**İletişim Bilgileri:**

- **Adres:** Akadimias 7, 10671, Atina
- **Telefon:** +30 210 3604815 / +30 210 3382415
- **E-posta:** info@acci.gr
- **Web:** www.acci.gr

**Selanik Ticaret ve Sanayi Odası (ΕΒΕΘ / TCCI - Thessaloniki Chamber of Commerce and Industry):** TCCI, Kuzey Yunanistan bölgesindeki mutfak eşyası üreticileri, plastik ev araç-gereçleri imalatçıları ve toptancı dağıtıcıları bünyesinde barındırır. Türkiye ile coğrafi yakınlığı nedeniyle lojistik ve ticaret partnerliği açısından kritik önemdedir.

**İletişim Bilgileri:**

- **Adres:** Tsimiski 29, 54624, Selanik
- **Telefon:** +30 2310 370100
- **E-posta:** root@ebeth.gr
- **Web:** www.ebeth.gr

4.2.1.2. Üretici ve Tedarikçi Birlikleri / Sektörel Dernekler

**Yunanistan Perakende Satış İşletmeleri Birliği (ΣΕΛΠΕ - SELPE - Hellenic Association of Retail Business Enterprises):** Yunanistan'daki büyük departmanlı mağazaları, ev/mutfak eşyası zincir marketlerini ve büyük organize perakendecileri (Cook-Shop, Yalco, zincir mağazalar vb.) temsil etmektedir. Mutfak ve ev eşyalarınızı zincir mağazalara sokmak veya pazarın perakende devlerine ulaşmak için en önemli birliktir.

**İletişim Bilgileri:**

- **Adres:** Mitropoleos 14, 10563, Atina
- **Telefon:** +30 210 3241571
- **E-posta:** info@selpe.gr
- **Web:** www.selpe.gr

**Yunanistan Sanayiciler Federasyonu (ΣΕΒ - SEV - Hellenic Federation of Enterprises):** Sektör özelinde (örneğin mutfaklar için alüminyum döküm, plastik ev eşyaları, cam ve ambalaj üreticileri gibi) endüstriyel üretim yapan büyük ölçekli Yunan firmalarının çatı örgütüdür. Yerel üreticilerle fason üretim (OEM) veya hammadde/yarı mamul tedariki süreçlerinde iş birliği için kullanılmaktadır.

**İletişim Bilgileri:**

- **Adres:** Xenophontos 5, 10557, Atina
- **Telefon:** +30 211 5006000
- **E-posta:** info@sev.org.gr
- **Web:** www.sev.org.gr

**Yunanistan Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler ve Esnaflar Konfederasyonu (ΓΣΕΒΕΕ - GSEVEE):** Ev ve mutfak eşyaları sektörünün kapsamında yer alan, mutfak montajı, metal eşya işleme ve küçük ölçekli züccaciye imalatçıları/atölyelerini temsil eden köklü ve yaygın bir çatı yapıdır.

**İletişim Bilgileri:**

- **Adres:** Aristotelous 46, 10433, Atina
- **Telefon:** +30 210 3816600
- **E-posta:** info@gsevee.gr
- **Web:** www.gsevee.gr

4.2.1.3. Sektörel İhracatçılar Birlikleri

**Yunanistan İhracatçılar Derneği (SEVE):** Yunanistan'dan dış pazarlara ev ve mutfak gereçleri ihraç eden ya da hammadde ithal eden firmaların üye olduğu, dış ticaret odaklı en aktif birliktir. B2B eşleştirmeleri için veri tabanlarından yararlanılabilir.

**İletişim Bilgileri:**

- **Adres:** Plateia Morihovou 1, 54625, Selanik
- **Telefon:** +30 2310 535333
- **E-posta:** info@seve.gr
- **Web:** www.seve.gr

4.2.2 Varsa İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

Yunanistan'ın GEMI-GEMH - Genel Ticari Sicilinin web sayfası https://publicity.businessportal.gr/ üzerinde "Gelişmiş Arama" kısmından NACE kodlarına (Avrupa ekonomik faaliyet sınıflandırması) göre (örneğin 46.44: Porselen, cam eşya ve temizlik ürünleri toptan ticareti, ya da 46.49: Diğer ev eşyalarının toptan ticareti) arama yaparak mutfak eşyası ticareti yapan tüm aktif şirketlerin yasal bilgilerine ulaşmak mümkündür.

Bunun haricinde, Atina Ticaret ve Sanayi Odasının web sayfasında yer alan üye firmalar dizini https://directory.acci.gr/companies üzerinden "household appliances" veya "kitchenware" anahtar kelimeleri ile arama yaparak ithalatçıların iletişim bilgilerine ücretsiz erişilebilmektedir.

Bunların haricinde, Kompass, Europages veya Nisan 2026'da arayüzü daha kullanıcı dostu hale gelen (Uluslararası Ticaret Merkezi – ITC bünyesindeki) Trademap gibi uluslararası açık kaynak ticaret portal ve platformları üzerinden potansiyel ithalatçı firma bilgilerine erişmek mümkündür.

4.3 Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

Yunanistan bir Avrupa Birliği (AB) üyesi olduğu için, tüm ithalat süreçlerinde AB mevzuatları geçerlidir. Yunanistan'a ev ve mutfak eşyaları ihraç ederken gerekli olan belgeler, esas itibarıyla ürünün üretildiği malzemeye (plastik, porselen, çelik, ahşap vb.) ve gıda ile temas edip etmediğine göre değişiklik göstermektedir.

Süreçte ibraz edilmesi zorunlu olan belgeleri genel gümrük belgeleri ve sektöre özel teknik belgeler olarak ikiye ayrılabilir.

Genel gümrük belgeleri, malzeme türü ne olursa olsun, Yunanistan gümrüğünden malın çekilebilmesi için her dış ticaret işleminde bulunması gereken standart evraklardan mürekkep olup bunlar aşağıda sıralanmaktadır:

- **Ticari Fatura**: Ürün tanımı, miktarı, menşei, birim fiyatı, teslim şekli (Incoterms) bilgilerini net olarak içermelidir.
- **Menşe Şahadetnamesi (A.TR Dolaşım Belgesi):** Bu belge ürünlerin üretim yerini belgelemektedir. Türkiye menşeli ürünler için Gümrük Birliği kapsamında gümrüksüz (Muafiyetli) giriş için A.TR Dolaşım Belgesi düzenlenmesi zorunludur.
- **Çeki Listesi:** Brüt-net ağırlıklar ve ambalaj ayrıntıları bu belgede yer alır.
- **Taşıma Belgeleri**: Lojistik moduna göre düzenlenmiş sevkiyat belgesi olup konşimento, CMR vb. nakliye ayrıntılarını içerir.
- **Uygunluk Beyanı ve Ürün Güvenliği Belgeleri**: Ürünlerin AB güvenlik ve kalite standartlarına uygunluğunu gösterir.
- **EORI Numarası**: Yunan ithalatçının AB gümrüklerinde işlem yapabilmesi için sahip olması gereken ekonomik operatör kayıt numarasıdır.
- **Gümrük Beyannamesi (SAD)**: Yunan ithalatçının veya gümrük müşavirinin gümrüğe sunduğu resmi beyandır.

İkinci olarak sektöre özel zorunlu teknik belgelerden söz etmek gerekmektedir. Ev ve mutfak eşyalarında en katı kurallar Gıda ile Temas Eden Maddeler (Food Contact Materials - FCM) için geçerlidir. Ürünlerin insan sağlığına zarar vermeyeceğini kanıtlayan şu belgeler Yunan gümrüklerince talep edilmektedir:

- **Gıda Temas Deklarasyonu (Declaration of Compliance - DoC):** Mutfakta kullanılan tabak, tencere, çatal-bıçak, saklama kapları gibi ürünlerin AB'nin (EC) No 1935/2004 sayılı yönetmeliğine uygun olduğunu beyan eden belgedir. Üretici tarafından imzalanır ve gümrükte ithalatçı tarafından sunulması zorunludur.
- **Laboratuvar Test Raporları (Migration Tests):** Yunanistan gümrük makamları veya pazara denetim yapan kurumlar (ΕΦΕΤ - EFET https://efet.gr - Yunan Gıda Güvenliği Kurumu) ürünlerin kimyasal sızdırma yapmadığına dair akredite test raporları isteyebilir.
    - *Plastik Ürünler için:* AB 10/2011 yönetmeliğine göre yapılmış toplam ve spesifik migrasyon (geçiş) test raporları,
    - *Seramik ve Porselen Ürünler için:* Kurşun ve kadmiyum salınımı test raporları (84/500/EEC direktifi).
- **CE Belgesi ve Uygunluk Beyanı (Elektrikli Mutfak Aletleri):** Eğer ihraç edilecek ürün elektrikli bir mutfak aleti (karıştırıcı, su ısıtıcısı, tost makinesi vb.) ise ürünün üzerinde CE işareti olmalı ve üretici şu direktiflere uygunluk beyanı sunmalıdır:
    - Alçak Gerilim Yönetmeliği (LVD)
    - Elektromanyetik Uyumluluk (EMC)
    - RoHS (Tehlikeli maddelerin kısıtlanması)

**Ayrıca, Yunanistan** gümrüğünde malların takılmaması için etiketlerin üzerinde belirli ibarelerin yer alması bir zorunluluktur:

- **Gıda ile Temas" Sembolü:** Ürünün üzerinde veya ambalajında kadeh ve çatal sembolünün veya buna dair bir ifadenin bulunması şarttır.
- **Dil Zorunluluğu:** Kullanım talimatları, güvenlik uyarıları ve üretici/ithalatçı bilgileri Yunanca dilinde de olmak zorundadır. (Bu alanda Yunan gümrük idarelerinin denetimlerinin yeterince sıkı olmadığı bilinmekle birlikte, Türk ihracatçılarının tedarik aşamalarının hiçbirinde (denetleyici memurdan son tüketiciye kadar olan zincirde) herhangi bir kırılganlığa mahal vermemeleri için Ticaret Müşavirliğimizce ürün paketlerinin tamamı üzerinde doğru kullanılmış bir Yunanca ile bilgilendirmelerini eksiksiz olarak tamamlamaları önerilmektedir.
- **Geri Dönüşüm Sembolleri (Green Dot):** Yunanistan'daki ambalaj atıkları kanunları gereği, ithalatçının yerel geri dönüşüm sistemlerine üye olması ve ambalaj üzerinde geri dönüşüm logolarının bulunması istenmektedir.

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

Sektörde ithalat için genel bir sevk öncesi inceleme zorunluluğu bulunmamaktadır. Ancak, özel projeler (ör. kamu ihaleleri) veya yüksek hacimli ithalatlarda, yahut zincir mağazaların yüklü alımları nedeniyle hatalı/defolu ürün riskini azaltabilmek amacıyla özel talepleri olabilir. Bunların haricinde akreditifli ödemeler kapsamında bazı Yunan bankalarının parayı serbest bırakmak için şartlar arasına "Bağımsız bir gözetim şirketinden temiz kalitede sevk öncesi inceleme raporu alınması" maddesi eklemesi halinde de sevk öncesi inceleme finansal bir zorunluluk haline gelebilmektedir.

Bazı yetkili gözetim şirketleri aşağıdaki gibidir:

- **SGS Greece**, https://www.sgs.com/el-gr
- **Bureau Veritas**, https://www.bureauveritas.gr
- **Intertek,** https://www.intertek.gr/

### 4.5 Sektördeki Önemli Fuarlar (milli katılım olup olmadığı) ve Tarihleri

**HORECA**: Atina'da her yılın ocak veya şubat aylarında gerçekleştirilen, otel ve toplu yemek üniteleri ile turistik tesis ekipmanları fuarı olup, Endüstriyel Mutfak, Otel, Kafe, Restoran ve Catering (HORECA) ekipmanları bakımından Balkanlar ve Güneydoğu Avrupa'nın en saygın fuarlarından biridir. Atina Metropolitan Fuar Merkezinde gerçekleştirilen bahse konu fuarda porselen ve cam servis ekipmanları, mutfak makineleri, endüstriyel paslanmaz çelik mutfak ürünleri, catering/açık büfe ekipmanları ve otel mobilyaları öne çıkmaktadır.

Bir sonraki fuarın tarihi 12-15 Şubat 2027 olacaktır. Söz konusu fuar destek kapsamında olmakla birlikte ülkemizden milli katılım gerçekleştirilmemektedir. Bununla birlikte, endüstriyel mutfak ve otel ekipmanları alanında lider Türk üreticileri her yıl bu fuara çok güçlü bir şekilde bireysel standlarla katılım göstererek Yunanistan çapındaki distribütörlük ağlarını yönetmektedir.

**Mostra Rota:** Genellikle Ocak ve Eylül aylarında olmak üzere yılda iki kez Atina'da düzenlenen bir iç tasarım ve dekorasyon fuarıdır. Fuar Giftshow ve Atina Moda Ticaret Fuarı ile eşzamanlı olarak Atina Metropolitan Fuar Merkezinde gerçekleştirilmektedir. Mostra Rota, Yunanistan'da perakende ve toptan ev eşyaları, züccaciye, sofra takımları, dekoratif ürünler, hediyelik eşyalar ve dekorasyon

sektörünün en doğrudan ve en büyük fuarıdır. Söz konusu fuara millî katılım olmamakla birlikte katılımlar acenteler aracılığıyla yahut bireysel başvuru yoluyla gerçekleştirilmektedir. Önceki yıllarda Türkiye'den ev tekstili ve züccaciye üreticilerinin bireysel stand açtıkları görülmüştür.

Gelecek dönem fuar tarihi 24-27 Eylül 2026 olup 2027 yılı takvimi henüz duyurulmamıştır.

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

Yunanistan özelinde bu dönemde duyurulmuş spesifik bir "Sektörel Ticaret Heyeti" bulunmamaktadır.

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

Avrupa Birliği (AB) üyesi bir ülke olarak Yunanistan, kamu ihalelerinde AB Kamu Alımları Direktifleri'ne (örneğin, 2014/24/EU) uymak zorundadır. Bu direktifler, şeffaflık, rekabet ve eşit muamele ilkelerini esas alır.

Yunanistan'da Ev ve Mutfak Eşyaları sektörü kapsamında kamu ihaleleri, genelde Endüstriyel mutfak/catering ekipmanları (hastaneler, askeriye, üniversiteler için) ve genel kullanım amaçlı mutfak/sofra eşyaları (sosyal tesisler, sığınma evleri, kamu lojmanları için) biçiminde iki ana kolda yoğunlaşmaktadır. Bu çerçevede aşağıdaki kamu kurumlarınca ihale yoluyla alımlar gerçekleştirilebilmektedir:

- **Sağlık Bakanlığı ve Devlet Hastaneleri (YPE - Bölgesel Sağlık Kurulları):** Yunanistan'daki devlet hastanelerinin yemekhaneleri, mutfak yenileme projeleri ve hasta servisleri için paslanmaz çelik endüstriyel mutfak ekipmanları, porselen/cam sofra grupları ve servis tepsileri ihalelerini en sık açan kurumlardır.
- **Milli Savunma Bakanlığı (Askeri Birlikler):** Kara, Hava ve Deniz Kuvvetleri komutanlıklarına bağlı kışlaların toplu yemek üretim tesisleri için endüstriyel mutfak makineleri, pişirme ekipmanları ve metal/plastik yemek tabldotları ihaleleri düzenlenir.
- **Eğitim Bakanlığı, Üniversiteler ve Öğrenci Yurtları:** Büyük üniversitelerin (Atina Kapodistrian, Selanik Aristoteles vb.) kampüs içi yemekhanelerinin işletilmesi, yenilenmesi ve mutfak gereçleri tedariki için dönemsel ihaleler açılır.
- **Belediyeler (Dimoi) ve Yerel Yönetimler:** Belediyelere bağlı kreşler, yaşlı bakım evleri (KAPI) ve sosyal dayanışma mutfakları için küçük ölçekli ama sık mutfak eşyası ve züccaciye alımları gerçekleştirilir.

Diğer yandan, Yunanistan'daki kamu ihaleleri, ulusal ve AB düzeyinde çeşitli platformlarda yayımlanır. Kamu ihaleleri için **AB Kamu İhaleleri Portalı (Funding & Tenders Portal)** https://ec.europa.eu/ ile **Ulusal Kamu Alımları Portalı (Diavgeia)** https://diavgeia.gov.gr/ ve **Yunan Kamu İhale Platformu** http://www.promitheus.gov.gr/ kontrol edilmelidir.

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

Yunanistan, AB üyesi olarak 1996 yılından beri Türkiye ile **Gümrük Birliği** içerisindedir. Ev ve mutfak eşyaları sektöründeki ürünlerin neredeyse tamamı sanayi ürünlerinden oluştuğu için gümrük vergilerinden muaftır.

Bununla birlikte; sektörde üçüncü ülke (genellikle uzak doğu) menşeli ham madde veya yarı mamul kullanımı halinde Yunanistan gümrüklerince Telafi Edici Vergi (TEV) uygulanabilmekte olduğu unutulmamalıdır.

### 4.9 Varsa Tercihli Tarifeden Yararlanmak İçin Gereken Belgeler

Gümrük Birliği kapsamında tercihli tarifeden yararlanmak için ürünlerin Türkiye menşeli olduğunu kanıtlayan A.TR dolaşım sertifikasına ihtiyaç duyulmaktadır. Ayrıca menşe ispatı gibi durumlarda tedarikçi beyanı veya üreticiden alınan diğer belgelere ihtiyaç duyulabilmektedir.

### 4.10 Sektörde Standartlar

Bir Avrupa Birliği (AB) üyesi olan Yunanistan pazarına ev ve mutfak eşyaları ihraç ederken karşı karşıya kalınan standartlar, ürünün **türüne** (plastik, seramik, cam, metal) ve **kullanım amacına** (son tüketici züccaciye veya endüstriyel mutfak) göre keskin sınırlarla ayrılmaktadır. AB bu konuda tüketici sağlığını korumak amacıyla son dönemde mevzuatlarını daha da sıkılaştırmıştır. Sektör temsilcilerinin mutlak surette uyması gereken temel AB standartları ve güncel regülasyonlar şunlardır:

#### 4.10.1 Gıda ile Temas Eden Maddeler (FCM) Genel Çerçevesi

Mutfakta gıdayla temas eden her türlü ürün (tabak, çatal, tencere, saklama kabı, mutfak robotu vb.) için en temel ve aşılması zorunlu olan kurallar bütünüdür.

- **Çerçeve Mevzuat (EC) 1935/2004:** Tüm gıda temaslı ürünlerin anayasası statüsündedir. Ürünün gıdaya, insan sağlığını tehlikeye atacak miktarda madde geçirmemesi (migrasyon), gıdanın tadını, kokusunu veya bileşimini değiştirmemesi şarttır.
- **GMP (İyi İmalat Uygulamaları) - (EC) 2003/2006:** Bu mevzuat üretim tesislerinin kalitesini, izlenebilirliğini ve hijyen standartlarını belirler. Üretimde kullanılan ham maddeden son ürüne kadar her aşama kayıt altında olmalıdır.
- **DoC (Declaration of Compliance - Uygunluk Beyanı):** Ürünlerin gümrüğe sunulurken, yukarıdaki regülasyonlara uygun laboratuvar testlerinden (akredite kurumlardan alınmış) geçtiğini gösteren bir yazılı beyan sunulması zorunludur.

#### 4.10.2 Malzeme Türlerine Göre Özel AB Regülasyonları

Ürününün imal edildiği malzemeye göre AB gümrüğünde istenecek testler ve kimyasal sınır değerleri değişmektedir:

*a) Plastik Mutfak Eşyaları (Züccaciye & Saklama Kapları)*

- **(EU) 10/2011 Mevzuatı ve Güncel Ekleri:** Plastik ürünlerin toplam migrasyon sınırı 10 mg/dm²'dir.
- **Bisphenol A (BPA) ve Ftalat Yasağı:** AB, gıda ambalajları ve mutfak gereçlerinde BPA kullanımını tamamen yasaklamıştır. Ayrıca plastikleştirici olarak kullanılan belirli ftalat türlerine de çok katı kısıtlamalar getirilmiştir.

- **Geri Dönüştürülmüş Plastik Mevzuatı (EU 2022/1616):** Eğer ürününde geri dönüştürülmüş plastik kullanılıyor ise, bunun sadece AB tarafından arındırma (dekontaminasyon) süreci onaylanmış tesislerden temin edildiğinin belgelendirilmesi gerekmektedir.

*b) Seramik, Porselen ve Cam Eşyalar*

- **84/500/EEC (Seramik Direktifi):** Özellikle fırın kapları, tabaklar ve porselenlerdeki sır (glaze) ve boyaların kurşun ile kadmiyum sızdırmazlığı test edilmektedir.
- **Ağır Metal Sınırları:** Avrupa Komisyonu, kurşun ve kadmiyum limitlerini neredeyse sıfıra yakın seviyelere çekerken; emaye, kristal ve cam mutfak eşyaları için de Alüminyum, Arsenik, Baryum, Kobalt, Krom ve Nikel salınım limitlerini zorunlu hale getirmiştir.

*c) Metal ve Paslanmaz Çelik Mutfak Eşyaları (Tencereler, Çatal-Bıçaklar)*

- **REACH Regülasyonu:** Metal alaşımlarında ağır metallerin (Kurşun, Kadmiyum, Cıva vb.) toplam ambalaj/ürün ağırlığının 100 mg/kg değerinin altında olması gerekmektedir.
- **Paslanmaz Çelik Standartları:** Çelik tencere ve çatal-bıçak takımlarında krom oranının genellikle en az %13 olması gerekmekte olmakla birlikte (Fransa, İtalya gibi) bazı ülkelerin kendi ulusal sert sertlik kuralları da mevcut olabilmektedir. Ayrıca nikel ve manganez migrasyon testleri istenmektedir.

4.10.3 Elektrikli ve Gazlı Endüstriyel Mutfak Ekipmanları (HORECA)

Eğer üretilen ürün bir fırın, bulaşık makinesi, buz makinesi veya elektrikli mutfak robotu gibi bir cihaz ise gıda temas testlerinin yanında şu teknik direktiflerin karşılanarak CE İşareti iliştirilmelidir:

| **Direktif Adı / Kodu** | **Kapsamı** | **Üreticiye Getirdiği Zorunluluk** |
|---|---|---|
| **LVD (2014/35/EU)** | Alçak Gerilim Yönetmeliği | Cihazın elektrik kaçırmaması, kullanıcıyı çarpmaması güvenliği temin edilmelidir. |
| **EMC (2014/30/EU)** | Elektromanyetik Uyumluluk | Cihazın yaydığı dalgalarla çevredeki diğer cihazları bozmaması gerekmektedir. |
| **RoHS (2011/65/EU)** | Tehlikeli Maddelerin Kısıtlanması | Kart ve kablolarda kurşun, cıva, polibromlu bifenil kullanılmaması gerekmektedir. |
| **Ecodesign (2009/125/EC)** | Çevreye Duyarlı Tasarım | Endüstriyel buzdolabı ve fırınların enerji verimlilik sınıfları (A+, B vb.) içinde olması gerekmektedir. |

### 4.11 Sektörde Etiketleme

Yunanistan'da Ev ve Mutfak Eşyaları Sektöründe ürün etiketleme kuralları, temelde Avrupa Birliği (AB) mevzuatına dayanmakta olup Yunanistan'ın ulusal tüketiciyi koruma kanunlarıyla şekillenmektedir. Yunan pazarında yasal olarak yer alabilmek için etiketlerin hem AB standartlarına hem de yerel otoritenin (özellikle dil kuralları konusunda) şartlarına uyması zorunludur.

Mutfak ürünlerinin ambalaj ve etiketlerinde asgarî olarak bulunması gereken unsurlar şunlardır:

| **Kontrol Maddesi** | **Açıklama / Şart** |
|---|---|
| **Dil** | Güvenlik uyarıları ve talimatlar kesinlikle **Yunanca** olmalıdır. (Çok dilli etiketler veya Yunanca harici stickerler kabul edilir ancak Yunanca metnin eksik veya hatalı olması doğrudan toplatma veya ceza sebebidir.) |
| **Kimlik Bilgileri** | **Üretici bilgileri**nin (üretici adı, tescilli ticarî markası, açık posta ve e-posta adresleri) yanı sıra **AB ithalatçısının bilgileri** (unvanı ve açık adresi) yazılmalıdır. |
| **Ürün Kodu** | Ürünün tipi, serisi, **parti (batch) veya seri numarası** gibi ayırt edici bir kodun ürün üzerinde veya ambalajında açıkça basılı olması gerekir. |
| **Gıda Uyumluluğu** | Gıdayla temas eden ürünlerde uluslararası "**Kadeh ve Çatal" simgesi** olmalıdır. Eğer ürünün gıdayla teması dış görünüşünden hemen anlaşılmıyorsa, etiket üzerine **"Gıda ile temas içindir" ibaresi** ya da spesifik bir açıklama (örneğin "kahve makinesi" veya "çorba kepçesi") eklenmelidir. Ürünün güvenli kullanımı için **ısı sınırları**, **mikrodalga veya bulaşık makinesine uygunluğu**, ilk kullanımdan önce yapılması gerekenler (örneğin yıkama veya yağlama talimatları) etikette yer almalıdır. |
| **Uyarılar** | Varsa **alerjen riskleri** (örneğin bazı kaplamalar), azamî **sıcaklığa dayanıklılık** limitleri belirtilmeli. |
| **CE & WEEE** | Elektrikli ürünlerde **CE logosu** ve üzeri çizili çöp kutusu **(WEEE) simgesi** zorunludur. |
| **Enerji Etiketi** | Buzdolabı, bulaşık makinesi, fırın gibi beyaz eşyalar ve büyük mutfak aletleri için A'dan G'ye kadar olan güncel **AB enerji sınıfı skalasını** gösteren QR kodlu resmî enerji etiketinin ambalajda yer alması şarttır. |

Öte yandan, ürünün hacmi, ağırlığı veya boyutları belirtilirken **metrik sistem** (litre, kg, cm) kullanılması zorunludur. Çift birim (örn: hem inç hem cm) kullanılabilir ancak metrik birim ana planda olmalıdır. Ayrıca özellikle plastik mutfak eşyalarında BPA içermediğine dair beyanlar veya geri dönüşüm kodları (PET, HDPE vb.), paslanmaz çelik ürünlerde ise çelik kalitesi (örn: 18/10) gibi nitelikler tüketici güveni ve doğru bilgilendirme açısından etiket üzerinde sıklıkla aranmaktadır.

### 4.12 Sektörde Ambalajlama

Yunanistan ev ve mutfak eşyaları sektöründe ambalajlama, hem ürünün fiziksel güvenliğini korumak hem de Avrupa Birliği'nin en güncel yeşil dönüşüm kurallarına uyum sağlamak zorundadır. AB genelinde yürürlüğe giren ve Ağustos 2026 itibarıyla yaptırımları tamamen bağlayıcı hale gelen yeni Ambalaj ve Ambalaj Atıkları Yönetmeliği (PPWR - 2025/40 Sayılı Düzenleme), bu sektördeki ambalaj standartlarını kökten değiştirmiştir.

Mutfak eşyaları (özellikle gıdayla temas eden tencere, tava, saklama kabı vb.) ambalajlanırken, ambalajın kendisinde kullanılan kimyasallar çok sıkı denetlenmektedir.

- **PFAS Yasağı:** Gıdayla temas eden mutfak ürünlerinin ambalajlarında (kâğıt, karton ya da plastik kaplamalar dâhil) florlu kimyasalların (**PFAS**) kullanımı belirlenen sınırların üzerinde tamamen yasaklanmıştır.
- **Ağır Metal Sınırı:** Ambalaj malzemesindeki kurşun, kadmiyum, cıva ve krom (VI) toplam konsantrasyonu **100 mg/kg** sınırını aşamaz.
- **Gıda Güvenliği Sertifikasyonu:** Ürünü saran birincil plastik veya ambalaj filmleri, ürünün boyasını veya hammaddesini bozmayacak "gıda sınıfı" (Food Grade) malzemeden üretilmelidir.

Eski dönemlerdeki gibi, ürünü olduğundan büyük göstermek için devasa kutular ve içini köpükle doldurma devri sona ermiştir.

- **%50 Boşluk Sınırı:** Özellikle e-ticaret (çevrimiçi satış) gönderilerinde ve taşımacılıkta kullanılan ikincil/üçüncül ambalajlardaki **boşluk oranı en fazla %50** olabilecektir. Kutunun yarısından fazlasının hava veya gereksiz dolgu malzemesi (balonlu naylon, strafor vb.) ile doldurulması yasaktır.
- **Hafifletme Şartı:** Ambalaj, ürünü koruyacak *minimum ağırlık ve hacimde* tasarlanmalıdır. Amaç dışı, sadece estetik kaygılı çift kat karton ambalajlar ceza yaptırımına tabidir.

Diğer taraftan, Yunanistan'a giren tüm ambalajların döngüsel ekonomiye uygun tasarlanması zorunlu hale gelmiştir. Buna göre;

- **Geri Dönüştürülebilir Tasarım (DfR):** Kullanılan karton, plastik veya metal ambalaj bileşenlerinin ayrıştırılması ve geri dönüştürülmesi kolay olmalıdır. Kompozit (içi plastik, dışı kağıt ve birbirine yapışık) ambalajların geri dönüşümü zor olduğu için tercih edilmemeli veya ayrılabilir tasarlanmalıdır.
- **Geri Dönüştürülmüş Plastik Kotası:** Eğer ambalajdaki plastik malzeme (örneğin mutfak robotunun etrafındaki koruyucu naylon) ambalaj ağırlığının %5'inden fazlasını oluşturuyorsa, bu plastiğin belirli bir oranının geri dönüştürülmüş plastikten üretilmiş olması şarttır.

Ambalajın sadece kendisi değil, üzerindeki piktogramlar (semboller) da AB standartlarında olmalıdır.

- **Malzeme Bileşimi Logoları:** Tüketicinin ambalajı doğru çöpe atabilmesi için ambalajın hangi malzemeden (örn. PAP 20 Karton, PET 01 Plastik, ALU 41) yapıldığını gösteren standart piktogramlar ambalajın üzerinde net şekilde basılmalıdır.
- **QR Kod Entegrasyonu:** Tüketicilerin akıllı telefonla taratarak ambalajın her bir parçasını (kutu, iç poşet, sabitleyici karton) nasıl ayrıştırıp hangi geri dönüşüm kutusuna atacağını gösteren dijital yönlendirmeler (QR Kod) ambalaj üzerinde yer almalıdır.
- **Üretici/İthalatçı Künyesi:** Ürün etiketinde olduğu gibi, ambalajın üzerinde de üretici/ithalatçı adı, adresi ve ambalajın parti numarası basılmalıdır.

Yunanistan pazarına ambalajlı bir ev ve mutfak eşyası sokulduğunda, tedarikçinin söz konusu ambalajın atık yönetim faturasını da üstlenmesi zorunludur.

**Yasal Zorunluluk:** Yunanistan'a ürün gönderen üretici veya ithalatçılar, Yunanistan Ulusal Ambalaj Siciline kayıt olmak ve ülkedeki yetkili geri dönüşüm sistemlerine (örneğin **HEERCo - Hellenic Recovery Recycling Corporation**) ambalaj ağırlığı üzerinden çevre katkı payı (EPR ücreti)

ödemekle yükümlüdür. Kaydı olmayan firmaların ürün ambalajları gümrükte veya piyasa denetimlerinde takılmaktadır.

Kısacası, mutfak eşyalarının ambalajları ürünün boyutuna tam oturan, **gereksiz boşluk içermeyen** kompakt yapıda olmalı; ambalaj bileşenleri karton kutu ile şeffaf plastik kılıf gibi kolayca birbirinden ayrılabilen durumda olmalı; üzerinde malzemenin türünü belirten **geri dönüşüm kodları ve Yunanca imha talimatları** (veya QR kod) bulunmalı; ve ağır metal ve PFAS gibi tehlikeli kimyasallardan arındırılmış malzemelerden seçilmelidir.

### 4.13 Lojistik (nakliye süresi, en fazla tercih edilen taşıma modları, güzergâhlar v.b.)

Türkiye ile Yunanistan arasındaki coğrafi yakınlık, "Ev ve Mutfak Eşyaları Sektörü" için lojistik süreçleri son derece hızlı, esnek ve maliyet etkin hale getirmektedir. Bu sektörde pazarın yapısı gereği (cam, seramik gibi hassas/kırılgan ürünler veya hacimli plastik/metal eşyalar) lojistik planlama büyük önem taşımaktadır.

Türkiye'deki konumuna bağlı olarak Yunanistan'a taşımalar deniz yoluyla 2 ila 4 gün, karayoluyla ise 1 ila 2 gün sürebilmektedir. Tercih edilen ana taşıma biçimleri deniz yolu ile İzmir, Aliağa veya Pendik/Ambarlı'dan Pire (Atina) ve Selanik limanlarına ve karayolu ile İpsala-Bahçeköy (Kipi) üzerinden gerçekleşmektedir. (Pire Limanı, Akdeniz'in en gelişmiş lojistik merkezlerinden biri olup buradan Atina merkez depolarına karayoluyla ulaşım sadece 4-6 saat sürmektedir.)

Ayrıca son dönemde Ege kıyılarındaki bazı limanlarımız (örneğin Çeşme) ile bazı komşu Yunan adaları (Sakız) arasında ticari olarak feribot taşımacılığı da gerçekleştirilmektedir. Ağır ve kırılgan ürünlerin (porselen, cam mutfak eşyaları) sarsıntısız taşınması ve navlun maliyetinin düşük tutulması istendiğinde deniz yolu ilk tercihtir.

### 4.14 Dağıtım Kanalları

Yunanistan ev ve mutfak eşyaları pazarı, hem geleneksel Akdeniz alışveriş kültürünü koruyan hem de modern organize perakendeye entegre olmuş çok katmanlı bir yapıya sahiptir. Türkiye'den Yunanistan'a bu sektörde ihracat yapmak isteyen bir firmanın karşısına çıkacak temel dağıtım kanalları şunlardır:

#### a) Büyük Çok Katmanlı Perakendeciler (Büyük Mağaza Zincirleri)

Yunanistan mutfak pazarına doğrudan ve yüksek hacimle girmek için en etkili kanaldır. Bu zincirler hem yerel üreticilerden hem de ithalatçılardan doğrudan alım yaparlar.

- **JUMBO:** Yunanistan'ın en büyük perakende devidir. Esasen bir oyuncak mağazası olarak kurulmuş olsa da günümüzde plastik mutfak eşyalarından porselenlere, pişirme kaplarından sofra aksesuarlarına kadar **ucuz/ekonomik segment** ev-mutfak eşyalarının ülkedeki 1 numaralı satış noktasıdır.
- **Praktiker Hellas:** Ülke genelinde yaygın DIY (Kendin Yap Yapı Marketi) ve ev geliştirme zinciridir. Mutfak mobilyaları, tezgâh üstü elektrikli aletler, tencere-tava grupları ve saklama çözümlerinde pazar payı çok yüksektir.
- **Leroy Merlin:** Özellikle Atina ve Selanik gibi büyük şehirlerde devasa mağazaları bulunmakt olup ev ve mutfak dekorasyonu, mutfak yenileme ve düzenleme ürünlerinde önemli bir alıcıdır.

- **IKEA (House Market - Fourlis Group):** Yunanistan lisans hakları Fourlis Group'ta olan IKEA, modern ve minimalist mutfak eşyası arayan Yunan tüketicilerin vazgeçilmezi haline gelmiştir.

**b) Züccaciye ve Ev Eşyası Özel Mağaza Zincirleri (Specialty Chains)**

Daha çok **orta ve üst segment** porselen, cam, çatal-bıçak takımı, çeyizlik ürünler ve kaliteli pişirme gruplarına odaklanan, ülke geneline yayılmış saygın zincirlerdir.

- **Kookoonari, Cook-Shop:** Tamamen mutfak, yemek pişirme ve sofra sunumu üzerine odaklanmış niş perakende zincirleridir. Yüksek kaliteli, markalı ve tasarım mutfak ürünleri satmaktadırlar.
- **Hondos Center:** Aslen kozmetik ve departmanlı büyük mağaza zinciridir ancak üst katlarında çok geniş "Home/Mutfak" departmanları bulunur. Burada daha çok prestijli ve çeyizlik mutfak markaları sergilenir.
- **KOTSOVOLOS (Currys Group / PPC):** Yunanistan'ın en büyük elektrik/elektronik perakendecisidir. Elektrikli mutfak aletleri (blender, kahve makineleri, tost makineleri, beyaz eşya) satmak isteyen üreticilerin birincil hedefi kabul edilmektedir.

**c) Süpermarket Zincirleri (Gıda Dışı [Non-Food] Departmanları)**

Yunan halkı, günlük plastik mutfak ihtiyaçlarını, cam kavanozları, pratik kesme tahtalarını veya dönemsel mutfak kampanyalarını süpermarket zincirlerinden almaya yatkındır.

- **Sklavenitis (Σκλαβενίτης):** Yunanistan'ın açık ara en büyük yerel süpermarket zinciridir. Büyük hipermarket formatındaki mağazalarında (Hyper-Sklavenitis) devasa ev ve mutfak eşyası reyonları bulunmaktadır.
- **AB Vassilopoulos (Delhaize Group):** Ülkenin ikinci büyük zinciridir. Daha çok orta-üst gelir grubuna hitap eder ve mutfak reyonlarında kaliteli pişirme aparatlarına ve ithal markalara yer verir.
- **Lidl Hellas:** Dönemsel "Mutfak Haftaları" konseptiyle (In-and-Out sistemiyle) çok ciddi hacimlerde mutfak aleti, tencere ve plastik saklama kabı satışı gerçekleştirmektedir.

**d) Distribütörler, Toptancılar ve Ajanlar (Geleneksel Kanal)**

Yunanistan pazarında irili ufaklı binlerce bağımsız yerel züccaciye dükkânı ve çeyiz mağazası bulunur. Bu küçük dükkânlara doğrudan mal satmak neredeyse imkânsız olduğundan, geleneksel kanala ulaşmanın yolu **Atina (Pire)** veya **Selanik** merkezli büyük ithalatçı-distribütörler ile çalışmaktır.

- Bu distribütörler Türkiye'den konteyner bazında mal çekip, kendi depolarında millileştirmekte (gümrükler) ve Yunanistan'ın ana karası ile adalarındaki (Girit, Rodos, Korfu vb.) küçük mağazalara ve otel/restoran (HORECA) kanalına dağıtmaktadırlar.

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

Yunanistan'da e-ticaret, pandemiden sonra kalıcı bir büyüme yakalamış olup ev/mutfak eşyası alışverişlerinde çok etkili hale gelmiştir.

- **Skroutz.gr:** Yunanistan'ın Amazon'u sayılan, ülkenin en büyük pazaryeri ve fiyat karşılaştırma platformudur. Yunan tüketiciler bir mutfak ürünü almadan önce mutlaka Skroutz'a bakmaktadırlar.
- **BestPrice:** Skroutz'un en büyük yerel rakibidir. Temelde bir fiyat karşılaştırma motoru olmakla birlikte tüketicileri üye mağazalara yönlendirerek çok ciddi bir trafik ve satış hacmi oluşturmaktadır. Ev ve mutfak kategorisinde bütçe odaklı tüketiciler tarafından sıkça kullanılmaktadır.
- **Shopflix:** Yunanistan'ın güçlü holdinglerinden biri tarafından pazara hızlı sokulan, özellikle hızlı teslimat ve müşteri deneyimine odaklanan yükselişteki modern bir pazaryeridir. Ev yaşam ve mutfak trendlerine özel olarak kategori ayırmaktadır.
- **e-Shop.gr:** Yunanistan'ın en eski e-ticaret sitelerinden biridir. Esasen elektronik odaklı kurulmuş olsa da bugün ev aletleri, mutfak araç-gereçleri ve hırdavat/DIY alanlarında da önemli bir pazar payına sahiptir.

Diğer yandan, Yunanistan'da fiziksel mağaza zinciri olan Kotsovolos, Public, Jumbo, Praktiker, Leroy Merlin, IKEA gibi dev markaların web siteleri, aynı zamanda ülkenin en çok ziyaret edilen e-ticaret platformları arasındadır.

Son dönemde pazara saldırgan biçimde giriş yapan Temu ve Trendyol gibi küresel oyuncular da e-ticaret alanında Yunan piyasasındaki dengeleri değiştirmektedir.

- **Temu & AliExpress:** Son yıllarda Yunanistan'da en çok indirilen ve ziyaret edilen alışveriş platformları arasına girmişlerdir. Bu iki Çin menşeli e-ticaret platformu; web ve mobil arayüzleri sayesinde özellikle küçük, pratik ve ucuz mutfak aparatları pazarında yerel oyuncular üzerinde ciddi bir rekabet baskısı oluşturmaktadırlar.
- **Trendyol:** Türkiye merkezli bu platform, Yunanistan pazarında doğrudan reklam ve lojistik yatırımlarıyla hızla büyümekte ve en çok ziyaret edilen ilk 5 moda/perakende platformu arasına girmektedir. Türk mutfak ve ev tekstili üreticileri için bu kanallar üzerinden bölgeye açılmak lojistik açıdan avantaj sağlayabilmektedir.

### 4.15.1 Ülkedeki Pazaryerleri

Bir önceki başlıkta ülkedeki pazaryerlerine yer verilmiştir.

### 4.15.2 Özel Günler, Bayramlar vb.

Yunanistan ev ve mutfak eşyaları sektöründe satışların zirve yaptığı özel günler ve bayramlar, hem Ortodoks Hristiyan dinî takvimine hem de küresel alışveriş çılgınlıklarına dayanır. Çağdaş Yunan kültüründe özel günlerde evde yemek pişirmek, misafir ağırlamak ve (düğün, vaftiz vb. etkinliklere yönelik) çeyiz geleneği halen çok güçlü olduğu için, bu dönemlerde mutfak eşyası perakendecileri agresif kampanyalar düzenlemektedirler.

Sektörü doğrudan etkileyen en önemli dönemler kronolojik olarak şu şekildedir:

#### a) Paskalya Dönemi (Nisan - Mayıs)

Yunanistan'daki **en büyük ve en kutsal dini bayramdır**. Noel'den bile daha coşkulu kutlanır.

- **Pazar Etkisi:** Paskalya öncesindeki "Büyük Hafta" (Megali Evdomada) boyunca aileler devasa sofralar için hazırlık yapmaktadırlar. Kuzu çevirme şişleri, özel fırın tepsileri, Paskalya çöreği (Tsoureki) kalıpları, servis tabakları ve sofra sunum ürünlerinin satışı tavan yapar.
- **Vaftiz Ebeveyni (Godparent) Geleneği:** Bu dönemde vaftiz ana babalar (Nounos/Nouna) çocuklara ve ailelerine ev/mutfak hediyeleri almaktadırlar.

**b) Yaz Sezonu ve Turizm Hazırlığı (Nisan - Haziran)**

Yunanistan ekonomisinin kalbi turizmdir. Bu dönem perakende için değil, **HORECA (Otel, Restoran, Kafe)** toptan dağıtım kanalı için yılın en önemli zamanıdır.

- **Pazar Etkisi:** Adalardaki ve sahil şeritlerindeki binlerce otel, Airbnb işletmesi, taverna ve restoran sezon açılmadan önce mutfaklarını yeniler. Endüstriyel mutfak ekipmanları, toplu porselen tabak, çatal-bıçak takımı, bardak ve plastik saklama çözümlerine devasa bir talep oluşur.

**c) Kara Cuma ve Siber Pazartesi (Kasım Sonu)**

Küresel bir trend olan **Kara Cuma (Black Friday)**, Yunanistan e-ticaret pazaryerlerinde (Skroutz, Shopflix, Kotsovolos) yılın en yüksek cirolu günüdür.

- **Pazar Etkisi:** Tüketiciler özellikle yüksek fiyatlı **elektrikli küçük mutfak aletlerini** (kahve makineleri, hava fritözleri - airfryer, mutfak robotları) ve pahalı tencere setlerini almak için bu dönemi bekler. Dijital pazaryerleri haftalar öncesinden kampanyalarına başlar.

**d) Noel ve Yılbaşı Dönemi (Aralık)**

Aralık ayı, ev içi perakende satışların en yoğun olduğu aydır. Yunan halkı yılbaşı gecesini geleneksel olarak evde, kalabalık aile sofralarında masa başı oyunları ve yemek yiyerek geçirirler.

- **Pazar Etkisi:** Yılbaşı temalı servis tabakları, masa örtüleri, fırın/pasta kalıpları, şarap kadehleri ve "hediyelik" mutfak aksesuarları (tasarım kupalar, kesme tahtaları vb.) çok satar. Mağazalar “Noel Baba” hediyeleri için özel Home/Mutfak katalogları basarlar.

**e) Düğün ve Çeyiz Sezonu (Mayıs - Eylül)**

Yunanistan'da düğünler genellikle yaz aylarında ve açık havada/adalarda yapılır. Geleneksel aile yapısı gereği evlenecek çiftlere aileleri ve yakınları tarafından ciddi miktarda çeyiz alışverişi yapılır.

- **Pazar Etkisi:** Porselen yemek takımları, tencere setleri, çatal-bıçak-kaşık takımları ve temel ev aletleri bu dönemde "Düğün Listeleri" aracılığıyla züccaciye zincirlerinden (Hondos Center, Cook-Shop vb.) yoğun şekilde satın alınır.

**Sektörel İndirim Dönemleri (Yasal Sezonlar)**

Yunanistan'da perakende mağazalarının rastgele (kuralsız) indirim yapması yasaktır; devlet tarafından belirlenen resmi indirim dönemleri (*Ekptoseis*) vardır. Ev ve mutfak eşyası firmaları stoklarını bu dönemlerde eritmektedirler. Bu dönemler aşağıdaki gibidir:

- **Kış İndirimleri:** Ocak ortasından Şubat sonuna kadar sürer.
- **Yaz İndirimleri:** Temmuz ortasından Ağustos sonuna kadar sürer.

- **Ara İndirimler (10 Günlük):** Genellikle Mayıs ve Kasım aylarının ilk ilk haftalarında yapılır.

### 4.15.3 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Yunanistan'da sosyal medya, hem nihai tüketiciye (B2C) ulaşmak hem de e-ticaret sitelerine trafik çekmek için en kritik kanaldır. Yunan halkı, dijital pazaryerleri dışındaki ürün keşiflerinin büyük bölümünü sosyal medya platformları üzerinden yapar.

Ev ve mutfak eşyaları sektörü özelinde, görsel sunum, yemek tarifleri ve ev düzenleme trendleri ön planda olduğu için bazı platformlar ticari açıdan çok daha etkilidir.

Yunanistan'da en çok kullanılan sosyal medya platformları ve sektörel etkileri şu şekildedir:

- **Facebook (Meta):** Küresel olarak gençlerin uzaklaştığı bir platform olsa da Yunanistan'da Facebook hala tahtını korumaktadır. Ülke nüfusunun çok büyük bir bölümünün faal hesabı vardır ve yaş ortalaması daha yüksektir. Facebook, ev ve mutfak eşyalarının ana satın almacısı olan yaş grubuna (35-65 yaş arası ev hanımları, aileler, çeyiz alışverişi yapan ebeveynler) ulaşmak için 1 numaralı kanaldır. Yunan tüketiciler Facebook gruplarında (düzenleme, yemek tarifleri, çeyiz grupları) ürün tavsiyelerini ciddiye alırlar. Ayrıca yerel züccaciye mağazaları ve distribütörler kataloglarını, indirim günlerini hala yoğun olarak Facebook üzerinden duyurur.

- **Instagram:** Özellikle 18-45 yaş arası dinamik nüfusun en aktif olduğu, görsel odaklı platformdur. Tasarım mutfak ürünleri, porselen takımları, estetik kahve makineleri, renkli döküm tencereler ve modern sofra sunumları için en yüksek dönüşüm oranına sahip mecradır. Ülkede sosyal medya etkileyicilerinin (influencer) e-ticaret tüketim alışkanlıkları üzerinde giderek artan bir hakimiyeti söz konusudur. Yunanistan'da "Food Blogger" ve yerel veya küresel açıdan popüler hale gelen şeflerin Instagram'da kullandığı tencereler, bıçaklar veya sunum tahtaları ertesi gün Skroutz'da en çok aranan ürünler haline gelebilmektedir. Estetik mutfak düzenleme videoları da son dönemde çok popüler hale gelmiştir.

- **TikTok:** Son yıllarda Yunanistan'da en hızlı büyüyen ve ekran süresi en yüksek olan platformlardan biridir. Sadece Z kuşağı değil, genç yetişkinler de platformu domine etmektedir. Mutfak düzenleme, buzdolabı yerleştirme, pratik mutfak aparatlarının tanıtımı ve "hızlı yemek tarifleri" akımları sayesinde pratik, yenilikçi ve plastik mutfak/saklama çözümleri satan üreticiler için muazzam bir satış motorudur. TikTok'ta viral olan kullanışlı bir mutfak aleti (örn: pratik sarımsak ezici veya organizer raf), Temu, Trendyol veya yerel e-ticaret siteleri üzerinden Yunanistan'da hızla tükenmektedir.

- **Viber (Rakuten):** Bir sosyal medya platformundan ziyade mesajlaşma uygulaması olsa da Yunanistan'da WhatsApp'tan çok daha popülerdir ve halkın %90'ından fazlası tarafından kullanılır. Hatta, birçok devlet kurumunun e-devletin konuşan yanı biçiminde bu platformu halka erişim ve kamuoyuna duyuru maksadıyla sıklıkla kullandığı söylenebilir. Bu manada Yunanistan'daki e-ticaret siteleri (Skroutz, Kotsovolos vb.) ve büyük perakendeciler, tüketicilere indirim kuponlarını, "Black Friday" veya Paskalya kampanyalarını SMS yerine Viber Toplu Mesaj Kanalları üzerinden gönderir. Bahse konu platform, mutfak sektöründe doğrudan pazarlama için vazgeçilmez bir ticari araçtır.

- **YouTube:** Yunan halkı yemek pişirmeyi ve gurme kültürüne hayli ilgi duymaktadır. Uzun yemek tarifi videoları ve ürün incelemeleri (özellikle mutfak robotları, airfryer gibi elektrikli aletlerin incelemeleri) satın alma kararını doğrudan etkiler.
- **Pinterest:** Çeyiz hazırlığı yapan genç nüfus ve evini yenilemek isteyenler tarafından "Mutfak Dekorasyon Fikirleri" veya "Masa Düzeni" başlıklarında ilham aramak için yoğun olarak kullanılır. Burası, üst segment züccaciye ürünleri için iyi bir trafik kaynağıdır.

### 4.15.4 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

Türkiye ile Yunanistan arasındaki e-ticaret özellikle sınır ötesi lojistiğinde gümrük vergileri ve muafiyetleri, Avrupa Birliği'nin katı gümrük mevzuatına ve KDV kurallarına tabidir. Yunanistan'a e-ticaret kanalıyla ev ve mutfak eşyası gönderirken işletmelerin ve nihai tüketicilerin karşılaştığı vergisel yükümlülükler **De Minimis** ile **e-ticarette KDV (IOSS Sistemi)** olarak iki ana başlık altında toplanabilir.

1 Temmuz 2026 itibarıyla AB, 150 Avroluk düşük değerli gönderi (de minimis) muafiyetini tamamen kaldırmıştır. Bu tarihten itibaren gümrüksüz dönem sona ereceğinden, AB dışından gelen küçük paketlere ürün kategorisine göre kalem başına sabit 3 Avroluk gümrük vergisi uygulanacaktır.

Öte yandan, eski yıllarda uygulanan "22 Avro altı gönderilere KDV muafiyeti" kuralı AB genelinde tamamen kaldırılmıştır. Günümüzde Yunanistan'a giren 1 Avro'luk bir mutfak aparatının bile KDV'sinin ödenmesi zorunludur.

**IOSS (Import One Stop Shop) Sistemi uyarınca,** 150 Avro altındaki e-ticaret satışlarında KDV karmaşasını önlemek için kurulan sistemdir. İhracatçılar Trendyol, Amazon veya kendi e-ticaret siteleri üzerinden Yunanistan'a satış yaparken, IOSS sistemine kayıtlılar ise %24 Yunanistan KDV'sini satış anında tüketiciden tahsil ederler. Satılan ürünler Yunanistan (örneğin İpsala/Kipi veya Atina Havalimanı) gümrüğüne geldiğinde, IOSS numarası beyan edilir ve söz konusu kargo gümrükte hiç takılmadan, tüketiciye ek bir ücret çıkarılmadan doğrudan teslim edilir.

Diğer yandan, elektrikli aletlerde ek denetimler söz konusudur. Buna göre gümrük vergisi muafiyet sınırının altında kalsa bile, elektrikli mutfak aletleri (blender, kahve makinesi vb.) gümrükte **CE belgesi kontrolüne** takılabilir. Ambalaj ve ürün üzerinde CE işareti yoksa ürün gümrükten kesin olarak geri çevrilecektir.

Ayrıca **DDP (Delivered Duty Paid) Seçeneği** de mümkündür. Buna göre ihracatçı firmaların, kendi web sitelerinden Yunanistan'a gönderim yaparken lojistik partnerleri ile (DHL, FedEx, UPS vb.) DDP anlaşması yapmanız önerilir. Bu sistemde oluşabilecek tüm gümrük ve KDV masraflarını satıcı üstlenir ve müşteriye yansıtmaktadır; böylece Yunan tüketicinin kapısında sürpriz bir lojistik faturası çıkması engellenmektedir.

### 4.15.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

Yunanistan ev ve mutfak eşyaları pazarında e-ticaret kuralları, AB ve yerel tüketici yasalarına göre oldukça nettir. Buna göre;

- **Tüketici Hakları:** Müşterilerin internetten aldıkları ürünü **14 gün içinde sebepsiz iade etme** ve **2 yıl yasal garanti** hakkı vardır.

- **Dil Şartı:** Web sitesindeki tüm güvenlik uyarıları, iade koşulları ve kullanım kılavuzları yerel dilde yani **Yunanca** olmak zorundadır.
- **Ürün Güvenliği (GPSR):** AB dışından (Türkiye'den) doğrudan e-ticaret satışı yaparken, web sitesinde ve ambalajda **AB sınırları içinde yerleşik bir sorumlu kişi/temsilci** gösterilmesi mecburidir.
- **KDV (%24) ve IOSS:** Muafiyet sınırı yoktur. Gümrükte gecikme yaşanmaması için 150 Avro altı siparişlerde **%24 Yunanistan KDV'sinin** satış anında **IOSS** sistemi üzerinden tahsil edilmesi gerekmektedir.
- **GDPR:** Pazarlama mesajları (E-posta, Viber) göndermek için müşteriden açık dijital onay (*Opt-in*) alınması ve web sitesinde yasal çerez yönetimi bulunması şarttır.

#### 4.15.6 E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri (Hızlı kargo ve sipariş karşılama hizmetleri (fulfillment) sunan firmalar vb.)

Yunanistan e-ticaret lojistik ve sipariş karşılama (*fulfillment*) altyapısı şu 3 ana sütuna dayanır:

- **Pazaryeri Depolama (Skroutz tarafından Sipariş Karşılama):** Ürünler (örneğin tencere, organizer vb.) toplu olarak Skroutz'un Atina veya Selanik depolarına gönderilebilir. Depolama, paketleme ve kargolama buralarda yapılır. Bu ürünler "Ertesi Gün Teslimat" rozeti alarak satışı ciddi oranda artırır.
- **Bağımsız Sipariş Karşılama (3PL):** euShipments, Diakinisis veya Sarmed gibi lojistik şirketleri; tedarikçilerin kendi web siteleri veya birden fazla pazaryerindeki siparişleri için ortak depo, paketleme ve entegre iade yönetimi sağlayabilmektedir.
- **Hızlı Kargo & Teslimat Noktaları (Last-Mile):** Ülke içi dağıtımda ACS Courier, Skroutz Last Mile ve Geniki Taxydromiki liderdir. Yunan toplumu dışa dönük bir yaşam tarzına sahip olduklarından, tüketiciler genellikle evde beklemek yerine siparişlerini yaygın olan akıllı kargo dolaplarından (Skroutz/ACS Lockers) 7/24 teslim almayı tercih etmektedirler.

### 4.16 Tanıtım ve Pazarlama

Yunanistan "Ev ve Mutfak Eşyaları Sektöründe" başarılı bir tanıtım ve pazarlama stratejisi yürütmek, hem yerel Akdeniz kültürünün sofra/yemek hassasiyetlerini anlamayı hem de ülkenin dijital perakende dinamiklerini doğru kullanmayı gerektirir.

Yunanistan'da tüketicilerin doğrudan satın alma niyetli trafiği pazaryerlerinde toplandığı için en hızlı dönüşüm sağlayan yöntem dijital pazaryeri içi reklamcılık (On-Platform Ads) biçimidir. Buna göre; tedarikçiler tarafından **Skroutz Ads** veya **Shopflix** reklamları kullanılarak mutfak ürünlerinin "sponsorlu ürün" olarak en üst sıralara taşınabilmesi mümkündür. Özellikle tencere, tava, plastik düzenleyici gibi rekabetin yüksek olduğu hacimli ürünlerde doğrudan satış anında görünür olmak bütçeyi en verimli kullanma yoludur. Yunan tüketiciler ürün altındaki yerel kullanıcı yorumlarına ve (örneğin, Skroutz puanı gibi son dönemde yapay zeka ile oluşturulan analiz ve puanlamalara) aşırı değer vermektedir. Bu çerçevede, özellikle ilk satışlarda mikro indirimler veya kampanyalarla olumlu yorum toplamak pazarlama bütçesi kadar etkili olabilmektedir.

Yunanistan gastronomi kültürünün çok güçlü olduğu bir ülkedir. Mutfak ürünleri teknik özelliklerinden ziyade **"yaşattığı estetik deneyimle"** satılır. Bu bağlamda, ülkenin çok meşhur şefleri veya mutfak influencer'ları ile çalışmak itibar görmektedir. Örneğin şefin tarif videosunda kullandığı bir döküm tava veya bıçak seti, Yunan tüketiciler için en güçlü referanstır. Diğer yandan, mutfak eşyaları için tek başına ürün fotoğrafı yetersizdir. Bu nedenle Instagram ve Pinterest gibi

platformlarda tanıtılan estetik sofra düzenleri, Akdeniz konseptli akşam yemeği videoları ve mutfak içi düzenleme (ASMR) içerikleri platformlarda yüksek etkileşim alır.

Bir diğer yöntem olarak, yerel bir distribütör üzerinden veya tedarikçilerin kendi web sitelerinde doğrudan e-ticaret yapıyorlar ise, dış trafiği yönetmeleri şarttır. Bu noktada (örneğin Google Ads) arama motorlarındaki reklamlar önem kazanmaktadır. Akıllı kampanyalar ile ürün görsellerinin fiyatlarıyla birlikte arama sonuçlarında sunulması yüksek dönüşüm getirebilmektedir.

Yine, ülkenin en popüler iletişim uygulaması olan Viber üzerinden kurulan kurumsal kanallarla, yoğun satış dönemlerinde tüketicilerin doğrudan telefonuna tanımlanan indirim kodları, Yunanca kataloglar ve sepet hatırlatmaları göndermek yerel markaların en sık kullandığı yöntemdir.

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

Yunanistan ev ve mutfak eşyaları pazarında öne çıkan tüketici tercihleri ve en son trendler şu şekildedir:

- **Sağlık ve Kimyasal Güvenliği:** Tüketiciler bilinçlendikçe ve refah düzeyleri arttıkça daha temiz içerikli ürünlere yönelmektedir. Teflon yerine **seramik, döküm demir ve paslanmaz çelik** tencereler; plastiklerde ise BPA ve PFAS içermeyen malzemeler ilk tercihtir.
- **Çok Fonksiyonluluk ve Alan Tasarrufu:** Yunan toplumunun kapalı yaşam alanları görece dar olduğundan küçük mutfaklar için hem ocakta hem fırında kullanılabilen, doğrudan masaya servis edilebilen (Oven-to-Table) ve iç içe geçerek yer kaplamayan setler popülerdir.
- **Estetik ve Doğal Tasarımlar:** Fabrikasyon ürünler yerine el yapımı hissi veren toprak tonlarında seramik yemek takımları, bambu sunum ürünleri ve zanaatkar bıçak seti gibi sosyal medyada şık duran (Instagram-worthy) tasarımlar yükseliştedir.
- **Turizm (HORECA) Etkisi:** Kısa dönemli konaklama (Airbnb, Booking), otel ve restoran işletmelerinin yoğunluğu nedeniyle, ev tipi ürünlerde bile endüstriyel kalitede, bulaşık makinesine ve çizilmeye dayanıklı uzun ömürlü ürünler aranmaktadır.
- **Airfryer ve Kahve Ekosistemi:** Airfryer kullanımı standart hale geldiğinden silikon kalıp ve aksesuarları çok satmaktadır. Ayrıca ülkedeki yoğun ve gelişmiş kahve kültürü nedeniyle ev tipi espresso makineleri ve termoslar her dönem popülerliğini korumaktadır.

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

Türkiye'den Yunanistan'a "Ev ve Mutfak Eşyaları" ihraç ederken tedarikçilerin tabi olacağı vergi ve mali yükümlülükler şu şekildedir:

- **Gümrük Vergisi (%0):** Türkiye ile AB arasındaki Gümrük Birliği uyarınca, sanayi ürünleri sınıfına giren ev ve mutfak eşyaları (plastik, metal, cam, porselen vb.) Yunanistan gümrüğünde **Gümrük Vergisinden muaftır**. (Ürünlerin Türkiye'de üretildiğini kanıtlayan **A.TR Dolaşım Belgesi** ibraz edilmelidir.)
- **Katma Değer Vergisi (KDV - %24):** Sektördeki tüm ürünler Yunanistan'ın standart KDV oranı olan **%24**'e tabidir. Vergi, ürünlerin gümrükten çekilmesi (millileştirilmesi) esnasında ödenir.
- **Özel Tüketimi Vergisi (ÖTV):** Ev ve mutfak eşyası genel kategorisinde (tencere, tava, züccaciye vb.) ÖTV uygulanmaz. Ancak **lüks/premium elektrikli aletler** veya bazı özel beyaz eşya alt kırılımlarında AB mevzuatına göre küçük çevre/tüketim vergileri doğabilir.

- **Anti-Damping ve Ek Vergiler:** Doğrudan Türkiye menşeili mutfak ürünlerine uygulanan aktif bir anti-damping vergisi genellikle yoktur. Ancak ürünlerin ham maddesi veya kendisi **Çin menşeili olup Türkiye üzerinden transit/re-export** ediliyorsa, AB'nin Çin'e uyguladığı katı anti-damping vergileri (özellikle seramik, porselen ve bazı paslanmaz çelik gruplarında %30 ila %70'e varan oranlarda) Yunanistan gümrüğünde tahsil edilir.
- **Geri Dönüşüm Verjisi (EPR Katkı Payı):** Vergi dairesine değil, ambalaj atığı yönetim ajanslarına (örn. HERRCO) ödenir. Yunanistan'a sokulan ambalajların (karton kutu, plastik şirink vb.) ağırlığına göre ödenmesi zorunlu bir çevre katkı payıdır.

### 4.19 Varsa Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller

Türkiye ile Yunanistan arasında gümrük vergisi sıfır olsa da, ev ve mutfak eşyaları sektöründe şu **tarife dışı teknik engeller** uygulanmaktadır:

- **Zorunlu Yunanca Dil Şartı:** Ürün ambalajı, güvenlik uyarıları ve kullanım kılavuzlarının **Yunanca** olması zorunludur; aksi takdirde gümrük geçişine veya satışa izin verilmez.
- **Gıda Temas Testleri (FCM):** Tencere, tava ve saklama kapları için kimyasal sızdırmazlık (Migrasyon) testleri istenir. Özellikle plastiklerde **BPA**, metal/seramiklerde ise **Ağır Metal** limitleri gümrük laboratuvarlarında sıkı denetlenir.
- **CE Belgesi ve Elektrik Denetimi:** Elektrikli mutfak aletlerinin CE işareti, LVD (alçak gerilim) ve EMC (elektromanyetik uyumluluk) sertifikalarının eksiksiz olması şarttır; evrak yetersizliği doğrudan gümrükte tutulmaya neden olur.
- **Ambalaj ve Çevre Kaydı (EPR):** Ambalajlarda **PFAS (florlu kimyasal)** yasağı vardır. Ayrıca Yunanistan Ulusal Ambalaj Siciline (EMPA) kayıt olmak ve çevre katkı payı ödemek zorunludur.
- **Bürokratik Yavaşlık:** İpsala/Bahçeköy (Kipi) kara sınır kapısı AB'nin dış sınırı olduğundan ve söz konusu kapıdaki tesislerin oldukça eski ve yetersiz kalmasından, Türkiye'den giren yüklerde fiziksel muayeneler ve evrak kontrolleri diğer AB ülkelerine kıyasla daha yavaş ilerleyebilmektedir. Ayrıca her yıl Ekim ayından itibaren geçiş belgeleri (dozvala) bitebilmekte olduğundan, karayolu ile gönderilerde özellikle Kara Cuma ve Noel dönemine yönelik tedariklerde çok ciddi darboğazlar oluşabilmektedir. Tedarikçilerin bu engeli aşabilmeleri için denizyolu ve diğer alternatiflere yönelmeleri önerilmektedir.

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

Yunanistan ev ve mutfak eşyaları pazarında Türk ihracatçıları bekleyen temel fırsatlar şunlardır:

- **Lojistik ve Hız Avantajı (Just-in-Time):** Türkiye'den karayoluyla **1-3 gün içinde** Atina veya Selanik'e teslimat yapılabilmektedir. Ticaret savaşları ve pandemi döneminde deneyimlendiği üzere küresel tedarik zincirlerinde aksamanın popüler hale getirdiği nearshoring (yakından tedarik) kavramı sayesinde Yunan ithalatçılar, Uzak Doğu'dan aylarca gemi beklemek ve yüksek stok maliyetine katlanmak yerine Türkiye'den hızlı ve parça parça (parsiyel) mal tedarik etmeyi tercih etmektedir.
- **Gümrük Birliği:** İki ülke arasında sanayi ürünlerini kapsayan yürürlükteki **AB-Türkiye Gümrük Birliği** sayesinde Türk malı ürünler Yunanistan gümrüğüne **%0 Gümrük Vergisi** (A.TR belgesi ile) ile girer. Bu durum, AB'nin Çin menşeili mutfak ürünlerine uyguladığı anti-damping ve ek vergilerine karşı Türk mallarına büyük fiyat avantajı sağlamaktadır.
- **Turizm ve HORECA Patlaması:** Yunanistan turizmi son yıllarda rekor üstüne rekorlar kırmaktadır. Son dönemde ülke nüfusunun dört katı kadar yabancı turist ağırlamaktadır. Bu

devasa hacim; binlerce otel, restoran, taverna ve Airbnb işletmesinin sürekli yenilenmesini gerektirmektedir. Bu bağlamda endüstriyel mutfak ekipmanları, otel serisi porselen/cam ürünleri ve toplu çatal-bıçak takımlarına B2B talebi zirvededir.

- **Dijital Pazaryerleri ve E-İhracat:** Yunanistan'da **Skroutz, Shopflix** ve **Trendyol** gibi e-ticaret platformlarının hızla yaygınlaşması, Türk üreticiler için pazara doğrudan giriş kapısı açmıştır. Bölgesel sipariş karşılama (*fulfillment*) depoları kullanılarak plastik organizerler ve pratik mutfak aparatları doğrudan Yunan tüketicisine internetten satılabilmektedir.
- **Fiyat - Kalite Dengesi:** Yunanistan'da artan yaşam maliyetleri tüketicileri bütçe dostu ama dayanıklı alternatiflere itmektedir. Türk mutfak ürünleri, Avrupa standartlarındaki kalitesi (tasarım, malzeme güvenliği) ve Uzak Doğu'ya yakın rekabetçi fiyat yapısıyla tam olarak aranan "Fiyat/Performans" dengesini karşılamaktadır.

## 6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler (Örnek: yoğun rekabet ortamı, korumacı politikalar, tüketici tercihlerinde farklılıklar, ekonomik dalgalanmalar, siyasi istikrarsızlık vb.)

Yunanistan ev ve mutfak eşyaları pazarında Türk ihracatçıları bekleyen en kritik riskler ve tehditler şu şekildedir:

**2026 E-Ticaret Gümrük Reformu (Muafiyetlerin Sonu):** AB genelinde kabul edilen yeni gümrük kuralları uyarınca, 1 Temmuz 2026 itibarıyla 150 Avro altındaki e-ticaret paketlerine uygulanan gümrük vergisi muafiyeti kaldırılmaktadır. Bunun yerine **paket/ürün başına sabit 3 Avro gümrük vergisi** ve ek işlem (elleçleme) ücretleri uygulanacaktır. Bu durum, Türkiye'den doğrudan Yunan tüketicisine ucuz mutfak aparatı ve organizer gönderen mikro ihracatçıların maliyetlerini doğrudan artırmaktadır.

**Katı Ambalaj Yönetmeliği (PPWR) ve Çevre Vergileri:** AB'nin yeni kuralları kapsamında kargo kutularındaki hava boşluğu oranının %50'yi geçmesi yasaklanmıştır. Mutfak eşyası gibi hacimli ürünlerin paketlenmesi artık daha maliyetlidir. Ayrıca, Yunanistan Ulusal Ambalaj Siciline (EMPA) kayıt yaptırmayan veya çevre katkı payını (EPR) ödemeyen firmaların yerel pazaryerlerindeki (Skroutz vb.) mağaza hesapları bloke edilmektedir.

**Uzak Doğulu Platformların Agresif Baskısı: Temu** ve **Shein** gibi Çin menşeili dev e-ticaret platformları, doğrudan üreticiden tüketiciye modelini kullanarak Yunanistan pazarında çok ucuz mutfak aletleri ve plastik düzenleyiciler satmaktadır. Bu yırtıcı fiyat rekabeti, Türk ürünlerinin pazar payını baskılamaktadır.

**Yerel Enflasyon ve Alım Gücü Daralması:** Yunan hane halkları, artan yaşam maliyetleri ve yerel enflasyon nedeniyle bütçelerini kısıtlamak zorunda kalmaktadır. Bu durumda tüketiciler acil ihtiyaç olmayan premium porselen takımları, lüks züccaciye ve dekoratif sofra grubu alışverişlerini ertelemekte, tercihlerini tamamen "en ucuz fonksiyonel ürüne" kaydırmaktadır.

**Gizli Anti-Damping ve Menşe Denetimleri:** AB'nin Çin menşeili çelik, seramik ve porselen ürünlere uyguladığı katı anti-damping vergilerinden kaçınmak için Yunan gümrükleri, Türkiye'den gelen tencere ve yemek takımlarında **yerli girdi oranını** çok sıkı incelemektedir. Sık karşılaşılan bir durum olarak; Türkiye'deki üretici ve tedarikçilerin ham madde tedarik zincirini tam şeffaflıkla belgeleyememesi, gümrükte uzun süreli alıkonulmalara ve geriye dönük vergi cezalarına yol açabilmektedir.

## 7. Ev ve Mutfak Eşyaları Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

Yunanistan ev ve mutfak eşyaları pazarında ihracatı artırmak için firmaların uygulaması gereken stratejik adımlar şunlardır:

**Yerel Depolama (Fulfillment) Modeline Geçilmesi:** 2026 gümrük reformunun getirdiği paket başına sabit vergi maliyetlerinden ve lojistik gecikmelerden kaçınmak için firmaların sınır ötesi satışı terk etmeleri önerilmektedir. Ürünlerin Atina veya Selanik'teki bir 3PL deposuna ya da **Fulfilled by Skroutz (FBS)** merkezine toplu sevk edilmesi, e-ticarette satışları ikiye katlayan "Ertesi Gün Teslimat" rozetini kazandıracak ve rekabet üstünlüğü sağlayacaktır.

**Yunanca Dil ve Test Şartlarının Karşılanması:** Ürün kutularını, kullanım kılavuzlarını ve güvenlik uyarılarını **akıcı bir Yunanca** ile hazırlanması oldukça mühimdir. Tencere, tava ve saklama kapları için kimyasal sızdırmazlık (BPA-Free, PFAS-Free) laboratuvar test raporlarının gümrük sürecinden önce hazır edilerek tarife dışı engellerin aşılması mümkündür.

**Nitelik, Sağlık ve Tasarım Vurgusu:** Temu ve Shein gibi Çinli platformların çok ucuz ama kalitesiz mutfak ürünleriyle fiyat odaklı savaşmanın faydalı olmayacağı değerlendirilmektedir. Pazarlama dilinde Türk ürünlerinin **"Avrupa standartlarında malzeme kalitesine"**, **"uzun ömürlü dayanıklılığa"** ve **"gıda güvenliğine"** sahip olduğunun vurgulanması ile muhataplar nezdinde fiyat/performans algısının yaratılması önerilmektedir. Ayrıca minimalist ve yöresel tercihlere uygun ürünlere odaklanmak da önemli bir avantaj doğuracaktır.

**Sosyal Medya Reklamları ve Yerel Şeflerin Desteğinin Alınması:** Yunanistan'da e-posta yerine açılma oranı çok daha yüksek olan **Viber** iletileri ve Instagram reklamları üzerinden Yunanca kampanya mesajları gönderilmesi tavsiye edilmektedir. Ülkenin güçlü gastronomi kültürüne hitap etmek için yerel yemek bloggerları ve şeflerle iş birliğine gidilerek Türk ürünlerinin tarif videoları içinde sergilenmesi isabetli bir yöntem olacaktır.

**Çevre Yönetmeliklerine (PPWR) Uyulması:** AB'nin yeni kuralları uyarınca kargo paketlerindeki boşluk oranını %50'nin altına indirilmelidir. Yunanistan Ulusal Ambalaj Siciline (EMPA) kaydolunarak çevre katkı paylarının (EPR) düzenli ödenmesi, yerel pazaryerlerindeki ve e-pazaryerlerindeki mağazaların yaptırıma maruz kalmalarının önüne geçecektir.

**HORECA ve Airbnb Pazarına Odaklanılması:** Sadece son tüketiciye (B2C) bağımlı kalmamak için ülkenin dev turizm sektörü hedeflenmelidir. Airbnb ve Booking işletmeleri, restoranlar ve butik oteller için çizilmeye dayanıklı şef tavaları, toplu çatal-bıçak setleri ve dayanıklı porselen paketleri hazırlanarak **toptan (B2B)** satış kanallarının genişletilmesi büyük önem arz etmektedir. Bu noktada ülkedeki uluslararası fuarlara katılmak da son derece faydalı olacaktır.

## 8. Belirtilmesinde Fayda Görülen Diğer Hususlar

Yunanistan'da e-ticaret siparişlerinde kapıda nakit veya kartla ödeme oranı %40-50 civarındadır. Tedarikçilerin satış altyapılarının ve kargo anlaşmalarının (ACS, Geniki Taxydromiki vb.) kapıda ödeme tahsilatına uygun olması şarttır.

Yunanistan'da yeni ev kurarken kapsamlı mutfak alışverişi yapılması ve ailelerin çocuklarına premium mutfak setleri hediye etmesi yaygın bir gelenektir. Ürünlerinizi "Düğün/Çeyiz Paketleri" veya "Yeni Ev Setleri" olarak kombinlemek sepet tutarını artırır.

Ülkenin binlerce adadan oluşan coğrafi yapısı; döküm tava, porselen ve hacimli plastik organizer gibi ağır/kırılgan ürünlerin taşınmasında kargo maliyetlerini katlamaktadır. Fiyatlandırma yaparken ada navlun ek ücretleri hesaba katılmalıdır.

Ticari takvimin ağırlıklı olarak dinî bayramlara göre olduğu unutulmamalıdır. Özellikle **Ortodoks Paskalyası** (fırın/tepsi/sofra grubu için) ve **Noel dönemi** (hediyelik küçük ev aletleri için) satışların zirve yaptığı dönemlerdir. Stok ve reklam bütçelerinin bu dönemlere göre ayarlanması gerekmektedir.

Özgün plastik organizerler, pratik aparatlar veya züccaciye tasarımları ihraç ediliyorsa, pazar içi taklit riskine karşı ürünlerin pazara sunulması öncesinde AB Fikri Mülkiyet Ofisi (EUIPO) nezdinde tescili önem arz etmektedir.

## 9. Genel Değerlendirme

Yunanistan ev ve mutfak eşyaları sektörü, geleneksel Akdeniz mutfak kültürü ile AB'nin modern, sürdürülebilir ve dijitalleşen pazar dinamiklerinin kesişim noktasında yer almaktadır. Sektörün bugünkü durumunu ve geleceğini şekillendiren genel görünümü dijital dönüşüm ve işletimsel zorunluluklar, "yeşil ve güvenli mutfak" düzenlemeleri, ayrıca turizm (HORECA) ve B2B dinamizmi şeklinde üç ana eksende özetlemek mümkündür.

Yukarıda ifade edildiği üzere sektörün kalbi her geçen gün giderek artan şiddette e-ticaret platformlarında atmaktadır. Ancak sınır ötesi mikro ihracat modeli, AB'nin gümrük muafiyetini kaldırması ve paket başına getirdiği sabit vergiler nedeniyle cazibesini yitirmiştir. Pazarda kalıcı ve kârlı olmak isteyen firmalar için Atina veya Selanik merkezli yerel depolama (fulfillment) ve "Ertesi Gün Teslimat" modeline geçiş artık bir seçenek değil zorunluluk haline gelmiştir.

AB'nin dayatması neticesinde tüketici tercihleri bu ürün grubunda sağlık ve çevre hassasiyetlerine kaymıştır. AB'nin yeni ambalaj yönetmeliği ve çevre vergileri, üreticileri paketleme standartlarını değiştirmeye zorlamaktadır. Bu noktada kimyasal güvenliği ve gıda temas testleri gümrük süreçlerinin en kritik aşaması haline gelmiştir. Fiyat odaklı Uzak Doğulu rakiplerin yarattığı ucuz ürün dalgasına karşı Türk üreticilerin en güçlü kozu, Avrupa standartlarındaki bu malzeme kalitesi, sağlık ve özgün tasarım vurgusudur.

Yunanistan ekonomisinin motoru olan turizm sektörü, yıllık yaklaşık 40 milyonu aşkın turist ağırlamaktadır. Bu durum; otellerin, restoranların ve sayıları hızla artan Airbnb işletmelerinin her yıl binlerce mutfak ürünü, porselen takım, döküm tava ve çatal-bıçak serisi yenilemesini gerektirmektedir. Sadece son tüketiciye (B2C) bağımlı kalmayan, HORECA kanalına yönelik endüstriyel kalitede ve uzun ömürlü ürün sunabilen ihracatçılar için pazar çok yüksek bir B2B potansiyeli barındırmaktadır.

Sonuç olarak; Türkiye, Gümrük Birliği'nin sağladığı %0 gümrük vergisi, fiyat/performansa dayalı, AB normlarındaki üretim kapasitesi ve lojistik yakınlığı sayesinde Yunanistan için en ideal tedarikçidir. Yerel dil şartına uyan, çevre mevzuatlarını tamamlayan ve yerel depolama gücünü kullanan Türk firmaları için Yunanistan, sadece bir ihracat pazarı değil, tüm Güney Avrupa'ya açılan stratejik bir e-ticaret üssü konumundadır.

## 10. Yararlı Adresler

- Yunanistan Yatırım ve Dış Ticaret Ajansı (Enterprise Greece): https://www.enterprisegreece.gov.gr/
- Yunanistan İhracatçılar Birliği - SEVE: http://www.seve.gr/
- Yunanistan Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler ve Esnaflar Konfederasyonu (ΓΣΕΒΕΕ - GSEVEE): https://gsevee.gr
- Atina Ticaret ve Sanayi Odası (EBEA – ACCI): https://acci.gr/
- Selanik Ticaret ve Sanayi Odası (EBETH – TCCI): https://ebeth.gr/
- Yunan Kamu İhale Platformu - Promitheus: https://www.promitheus.gov.gr/
- Avrupa Komisyonu Access2Markets Veritabanı: ec.europa.eu/trade/access2markets/
- Yunanistan Bağımsız Kamu Gelirleri İdaresi - AADE (Genel Kimya Laboratuvarı): http://aade.gr
- Yunanistan Tüketiciyi Koruma Genel Sekreterliği Portalı: https://kataggelies.mindev.gov.gr/
- Yunanistan Gıda Güvenliği Kurumu (EFET): https://efet.gr/
- Yunanistan Geri Dönüşüm Şirketi (HERRCo): https://www.herrco.gr/
- Yunanistan Ulusal Geri Dönüşüm Örgütü (EOAN): https://eoan.gr
- Yunanistan Plastik Endüstrisi Derneği – AHPI: https://www.ahpi.gr/
- Yunanistan Geleneksel Sanat ve El Sanatları Üreticileri Derneği: https://handicraftgreece.gr/

- Kolay İhracat Platformu: http://www.kolayihracat.gov.tr/
- Kolay Destek Platformu: http://www.kolaydestek.gov.tr/
- Trakya İş Adamları Derneği: https://www.tbaofgreece.org/

## 11. Kaynakça


- T.C. Ticaret Bakanlığı - Yunanistan Ülke Raporu
- Kolay İhracat Platformu - Yunanistan Ülke Analizi
- T.C. Atina Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği Rapor ve Çalışmaları