



# Plastik Ambalaj İhracatı Sektör Raporu



# Plastik Ambalaj Sektörü İhracatı

## 1. Plastik Ambalaj Malzemeleri Sektörü Genel Görünüm

Plastik ambalaj malzemeleri sektörü, hem küresel hem de ulusal ölçekte endüstriyel üretim, ticaret ve tüketim zincirlerinin vazgeçilmez bir bileşenidir. Günümüzde gıda, içecek, kozmetik, ilaç, temizlik ve lojistik gibi hemen her sektörün ürünlerinin korunması, taşınması ve sunulmasında plastik ambalaj çözümleri kullanılmaktadır. Hafifliği, dayanıklılığı, düşük maliyeti, tasarım esnekliği ve baskı kolaylığı sayesinde plastik ambalaj, modern ekonomilerin en hızlı ölçeklenebilir üretim alanlarından biri haline gelmiştir.

Küresel ölçekte 2024 yılı itibarıyla yaklaşık 200 milyar ABD doları büyüklüğe ulaşan plastik ambalaj pazarının, 2030 yılına kadar %4-5 arası yıllık büyüme hızını koruyarak dünya ambalaj endüstrisindeki lider konumunu sürdürmesi beklenmektedir. Bu büyümenin arkasında özellikle e-ticaretin yaygınlaşması, gıda güvenliği ihtiyacının artması ve sürdürülebilir ambalaj taleplerinin güçlenmesi bulunmaktadır.

Türkiye, plastik ambalaj üretiminde Avrupa'nın en önemli üretim merkezlerinden biridir. Coğrafi konumu, gelişmiş üretim altyapısı ve esnek üretim kabiliyeti sayesinde Türkiye, Avrupa, Orta Doğu ve Afrika pazarlarını besleyen stratejik bir tedarik üssü haline gelmiştir. Sektörün 2024 yılı itibarıyla ihracat hacmi yaklaşık 4 milyar ABD doları seviyesindedir ve dünya plastik ambalaj ihracatının %2'si ülkemiz tarafından gerçekleştirilmektedir.

Bu rapor, plastik ambalaj sektörünün küresel görünümünü, Türkiye'nin sektördeki konumunu, dağıtım ağını, dijitalleşme eğilimlerini ve rekabet stratejilerini analiz etmeyi amaçlamaktadır.

[Plastik ve Ambalaj İhracat Yol Haritası Yayınımız İçin Tıklayın.](#)

### 1.1. Dünya Plastik Ambalaj Malzemeleri Sektörü

Plastik ambalaj sektörü, küresel ambalaj endüstrisinin en hızlı büyüyen ve en yüksek hacimli segmentlerinden biridir. 2024 itibarıyla sektörün toplam pazar büyüklüğü yaklaşık 200 milyar ABD doları seviyesindedir ve 2030 yılına kadar 260 milyar doların üzerine çıkması

beklenmektedir. Talebin artışında gıda güvenliği, lojistik zincirlerindeki genişleme, e-ticaret faaliyetlerinin yoğunlaşması ve sürdürülebilir ambalaj talebi belirleyici rol oynamaktadır.

Plastik ambalaj, diğer ambalaj türlerine kıyasla daha düşük maliyetli, hafif, dayanıklı ve tasarım açısından esnek bir çözüm sunduğu için endüstriyel üreticilerin öncelikli tercihi olmaya devam etmektedir. Bu avantajlar, plastik ambalajı hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ekonomilerde rekabetçi bir üretim alanı haline getirmiştir.

[Yurtdışı pazar araştırması ile müşteri oluşturma yayılımımız için tıklayın.](#)

## DÜNYA AMBALAJ MALZEMELERİ İHRACATI (2024, BİN USD)

İhracatçı	3919 GTİP	3920 GTİP	3921 GTİP	3923 GTİP	TOPLAM
<b>Toplam</b>	28.363.938	68.654.678	33.075.261	70.932.063	201.025.940
<b>Çin</b>	6.620.489	12.114.823	3.851.212	15.225.558	37.812.082
<b>ABD</b>	3.409.515	5.697.711	3.849.953	6.856.610	19.813.789
<b>Almanya</b>	2.913.308	6.743.432	4.029.057	5.481.756	19.167.553
<b>Japonya</b>	2.640.028	5.671.139	1.649.417	485.360	10.445.944
<b>İtalya</b>	1.307.389	2.809.100	2.129.268	2.232.800	8.478.557
<b>Güney Kore</b>	1.867.027	3.161.935	1.789.099	1.600.118	8.418.179
<b>Fransa</b>	726.581	1.627.321	1.107.610	2.933.547	6.395.059
<b>Polonya</b>	674.373	1.418.610	1.162.854	2.472.808	5.728.645
<b>Hollanda</b>	670.895	1.540.643	910.640	2.279.810	5.401.988
<b>Kanada</b>	346.083	1.803.679	727.155	2.453.389	5.330.306
<b>Belçika</b>	896.202	2.019.688	973.207	1.353.677	5.242.774
<b>Meksika</b>	274.417	991.898	401.973	3.334.915	5.003.203
<b>Birleşik Krallık</b>	597.610	1.575.256	679.292	1.332.306	4.184.464
<b>Türkiye</b>	166.769	1.892.623	735.962	1.352.455	4.147.809
<b>İspanya</b>	220.425	1.261.272	741.339	1.689.095	3.912.131
<b>Tayvan</b>	869.986	1.359.256	624.177	895.698	3.749.117
<b>Hindistan</b>	187.577	1.390.478	419.642	1.145.200	3.142.897
<b>Avusturya</b>	134.344	855.428	943.837	1.162.803	3.096.412
<b>Tayland</b>	201.647	1.001.687	315.832	1.325.696	2.844.862
<b>Malezya</b>	222.045	976.430	145.629	1.013.491	2.357.595
<b>Vietnam</b>	236.795	7	458.296	1.382.626	2.077.724

Çekya	132.571	614.825	327.591	957.384	2.032.371
İsviçre	171.981	549.857	402.156	824.140	1.948.134
Macaristan	94.460	538.896	361.805	840.578	1.835.739
Portekiz	16.308	989.189	238.539	306.392	1.550.428
Hong Kong	447.687	457.182	193.750	244.690	1.343.309
İsveç	101.203	470.888	202.777	542.430	1.317.298
Danimarka	109.455	326.112	230.220	506.782	1.172.569
Singapur	465.955	233.850	140.828	325.095	1.165.728
Endonezya	61.717	633.293	131.612	335.163	1.161.785
Diğer	1.579.096	7.928.170	3.200.532	8.039.691	20.747.489

**Kaynak:** Trademap verilerinden üretilmiştir.

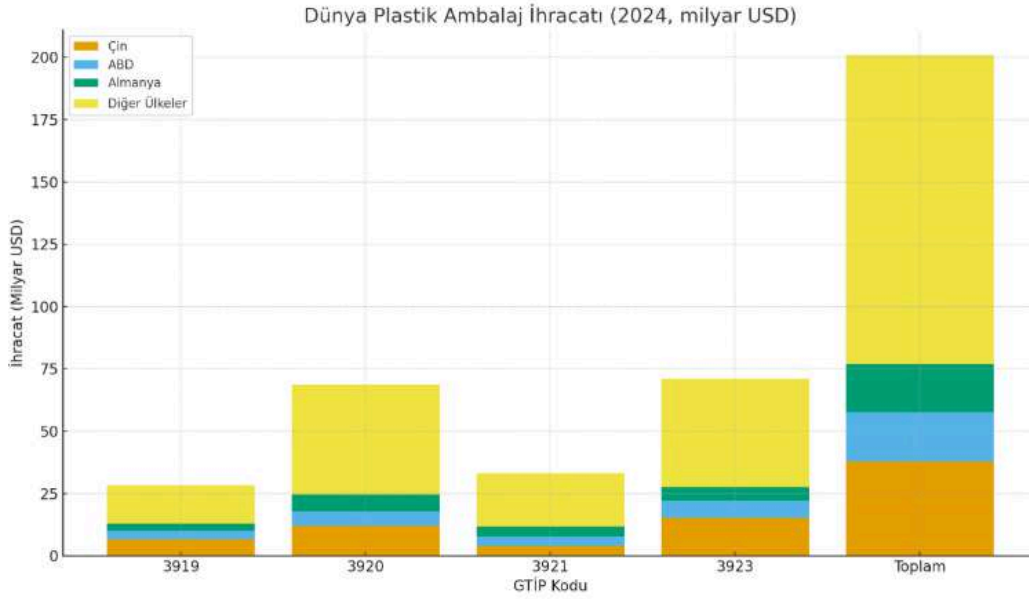
### GTİP Karşılıkları:

- **3919:** Plastiklerden kendinden yapışkan levhalar, plakalar, bantlar, şeritler, filmler, folyolar ve diğer yassı şekiller (rulo halinde olsun olmasın)
- **3920:** Plastiklerden diğer plakalar, levhalar, filmler, folyolar ve şeritler (gözeneksiz)
- **3921:** Plastiklerden diğer plakalar, levhalar, yapraklar, filmler, folyolar ve şeritler
- **3923:** Plastiklerden eşya taşınmasına veya ambalajlanmasına mahsus malzemeler; plastikten tıplar, kapaklar ve diğer kapama malzemeleri

2024 yılı itibariyle dünya plastik ambalaj malzemeleri ihracatı 201 milyar ABD dolarını aşmıştır. 3923 GTİP (sert plastik ambalajlar) açık bir üstünlükle ilk sırada yer almakta ve yaklaşık 70,9 milyar dolar ihracat değeriyle dünya ticaretinin en büyük segmentini oluşturmaktadır. Sert plastik şişeler, kaplar, kutular, kapaklar ve benzeri ürünlerden oluşan bu grup, hem gıda ve içecek ambalajında hem de kimya ve kişisel bakım ürünlerinde yaygın kullanımı sayesinde küresel talepte güçlü bir konuma sahiptir.

3923 kodunu 68,6 milyar dolarlık ihracat hacmiyle 3920 GTİP (plastik levha, film ve tabakalar) izlemektedir. Bu kategori, esnek ambalaj sektörünün temelini oluşturan çok katmanlı filmler, laminasyon malzemeleri ve gıda ambalaj filmleri gibi yüksek hacimli ürünleri içermektedir. 3921 GTİP (diğer plastik levha ve tabakalar) 33 milyar dolar, 3919 GTİP (yapışkan film, bant ve kendinden yapışkan tabakalar) ise 28,3 milyar dolar seviyesinde bir ihracat büyüklüğüne sahiptir.

### [Pazar araştırması nasıl yapılır?](#)



## 1.2. Bölgesel Üretim ve Tedarik Zinciri

Küresel plastik ambalaj üretimi, özellikle Asya-Pasifik bölgesinde yoğunlaşmıştır. Çin, Hindistan, Endonezya ve Güney Kore; hem hammadde üretiminde hem de işlenmiş ambalaj ihracatında önde gelen ülkelerdir. Avrupa Birliği ülkeleri (özellikle Almanya, Fransa, Hollanda ve İtalya) yüksek baskı teknolojileri, geri dönüşüm altyapısı ve katma değerli ürün tasarımıyla öne çıkmaktadır. ABD ise akıllı ve bariyer özellikli ambalaj teknolojilerinde liderdir.

Bölgesel dağılım açısından; Asya-Pasifik, güçlü üretim altyapısı, artan tüketici talebi ve genişleyen sanayi kapasitesi sayesinde küresel pazarda lider konumdadır. Avrupa, kalite standartları, çevresel regülasyonlar ve sürdürülebilirlik odaklı üretim modeliyle yüksek katma değer yaratırken, Kuzey Amerika daha çok akıllı ve teknolojik ambalajlarda uzmanlaşmıştır. Türkiye dahil Avrupa-Orta Doğu bölgesi, stratejik lojistik konumu sayesinde büyüyen ara tedarik üssü olarak öne çıkmaktadır.

Plastik ambalaj tedarik zinciri temelde beş ana halkadan oluşur:

- Petrokimya üreticileri:** Hammadde üretimi (PE, PP, PET granül vb.)
- Yarı mamul üreticileri:** Film, levha ve tabaka üretimi
- Ambalaj üreticileri:** Torba, şişe, kap, kapak, poşet gibi nihai ürünlerin üretimi
- Distribütörler ve toptancılar:** Bölgesel satış ve lojistik yönetimi
- Son kullanıcılar:** Gıda, kozmetik, ilaç, temizlik, e-ticaret ve endüstriyel üretim firmaları

## 1.3. Küresel Alıcı Profili

Küresel plastik ambalaj talebi ağırlıklı olarak B2B nitelikli alıcılardan oluşmaktadır.

- Gıda ve içecek üreticileri (%55):** Uzun raf ömrü sağlayan, hijyenik, sızdırmaz ambalaj türlerini talep eder.

- **Kişisel bakım ve kozmetik üreticileri (%15):** Marka kimliğiyle uyumlu baskılı ambalajlar ön plandadır.
- **İlaç ve medikal sektör (%10):** Steril, bariyer özellikli blister ambalajlar kullanır.
- **Endüstriyel ürün üreticileri (%10):** Kimyasal madde ambalajı, bidon ve konteyner gibi dayanıklı ürünler tercih edilir.
- **E-ticaret ve lojistik firmaları (%10):** Hafif, geri dönüştürülebilir ve darbelere dayanıklı koruyucu ambalajlar kullanır.

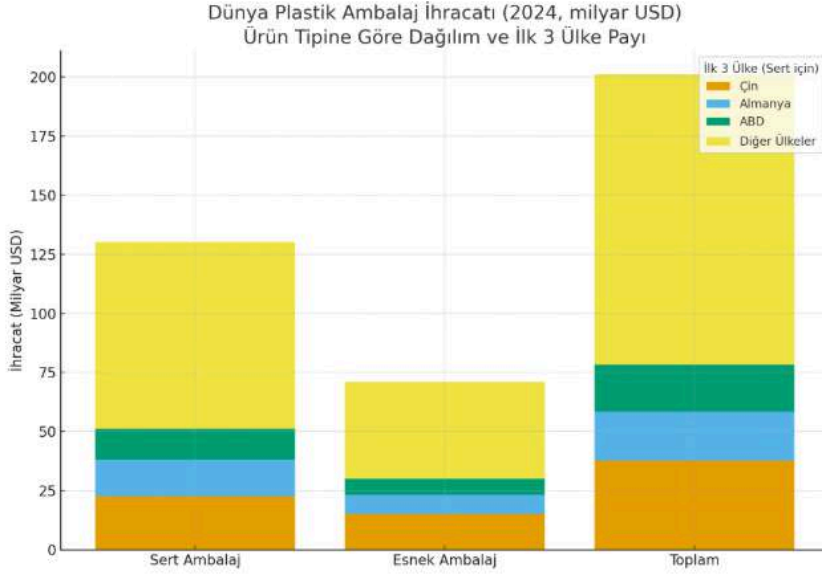
Alıcılar özellikle son yıllarda karbon ayak izi düşük, geri dönüştürülebilir ve sürdürülebilir üretim standartlarına uygun ambalaj tedarikçilerini tercih etmektedir.

#### 1.4. Ürün Tipine Göre Sınıflandırma

Küresel plastik ambalaj sektörü, ürün formuna göre sert (rigid) ve esnek (flexible) ambalaj olmak üzere iki ana gruba ayrılır:

- **Sert Ambalajlar:** Şişe, kavanoz, kutu, tepsi, kapak ve kaplar (GTİP 3923)
- **Esnek Ambalajlar:** Film, torba, poşet, streç ve shrink ambalajlar. (GTİP 3919–3921)

2004 Trademap verilerine göre dünya ambalaj ürünleri ihracatının toplam büyüklüğünün yaklaşık %36'sını esnek, %64'ünü sert ambalajlar oluşturmaktadır.



#### DÜNYA AMBALAJ MALZEMELERİ İTHALATI (2024, BİN USD)

İthalatçı	3919 GTİP	3920 GTİP	3921 GTİP	3923 GTİP	TOPLAM
<b>Toplam</b>	27.335.789	66.963.362	32.882.868	66.408.637	193.590.656
<b>ABD</b>	1.824.929	6.538.017	3.383.751	10.039.349	21.786.046
<b>Çin</b>	3.044.867	6.600.088	1.367.070	1.154.836	12.166.861

<b>Almanya</b>	1.399.530	3.616.483	2.012.475	4.181.366	11.209.854
<b>Meksika</b>	1.550.589	2.635.471	2.316.591	3.913.075	10.415.726
<b>Fransa</b>	956.305	2.810.588	1.462.928	3.273.002	8.502.823
<b>Birleşik Krallık</b>	714.060	2.279.416	1.158.487	2.613.839	6.765.802
<b>Kanada</b>	784.905	1.980.307	951.170	2.913.838	6.630.220
<b>İtalya</b>	727.348	2.412.822	867.697	2.049.172	6.057.039
<b>Hollanda</b>	588.776	1.571.919	1.016.057	2.308.555	5.485.307
<b>Polonya</b>	727.805	1.836.973	1.212.749	1.474.595	5.252.122
<b>İspanya</b>	554.543	1.718.166	647.636	2.073.076	4.993.421
<b>Güney Kore</b>	594.461	2.003.682	1.050.651	1.212.693	4.861.487
<b>Vietnam</b>	1.312.985	1.671.321	1.219.125	612.204	4.815.635
<b>Japonya</b>	463.826	1.623.936	429.581	1.984.540	4.501.883
<b>Belçika</b>	587.868	1.605.154	618.703	1.641.825	4.453.550
<b>Hindistan</b>	735.152	1.751.610	521.081	388.857	3.396.700
<b>Tayvan</b>	578.899	1.491.849	541.790	487.345	3.099.883
<b>Çekya</b>	305.872	914.996	592.153	886.729	2.699.750
<b>Tayland</b>	526.152	718.996	521.076	851.529	2.617.753
<b>İsviçre</b>	248.784	771.014	427.017	970.989	2.417.804
<b>Avustralya</b>	333.917	734.752	287.933	1.037.474	2.394.076
<b>Avusturya</b>	285.312	693.791	508.111	840.536	2.327.750
<b>Türkiye</b>	376.660	1.070.906	330.832	538.360	2.316.758
<b>Endonezya</b>	388.700	766.857	483.444	638.736	2.277.737
<b>Macaristan</b>	278.398	608.951	694.262	667.957	2.249.568
<b>Rusya</b>	440.710	841.726	310.829	438.795	2.032.060
<b>Brezilya</b>	387.274	768.007	298.481	486.152	1.939.914
<b>Malezya</b>	428.646	686.467	291.397	474.558	1.881.068
<b>Danimarka</b>	166.216	452.941	239.106	732.756	1.591.019
<b>İsveç</b>	180.307	427.148	294.701	658.282	1.560.438
<b>BAE</b>	362.177	545.115	184.184	467.926	1.559.402
<b>Diğer</b>	5.479.816	12.813.893	6.641.800	14.395.691	39.331.200

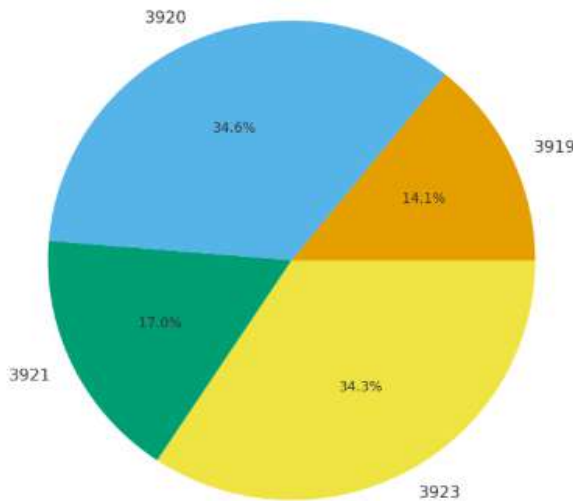
**Kaynak:** Trademap verilerinden üretilmiştir.

2024 yılı itibarıyla küresel ambalaj malzemeleri ithalatı yaklaşık 194 milyar ABD dolarına ulaşmıştır ve talebin büyük bölümü plastik plakalar, levhalar, filmler, folyolar ve şeritler ürünleri içeren 3920 GTİP ile sert plastik ambalajları kapsayan 3923 GTİP üzerinden yoğunlaşmaktadır. Tablodaki dağılım, özellikle yüksek tüketim kapasitesi ve gelişmiş perakende altyapısı nedeniyle ABD'nin toplamda 21,8 milyar USD ile dünyanın en büyük ithalatçısı olduğunu göstermektedir. ABD, özellikle sert plastik ambalajlar (3923 GTİP) kategorisinde geniş ürün çeşitliliğine yönelik iç talep nedeniyle belirgin bir hacme sahiptir. Bununla birlikte Çin, güçlü yerli üretimine rağmen toplam 12,1 milyar USD ile ikinci sırada yer almakta; bu durum, yüksek üretim kapasitesine karşın dış tedarik ihtiyacının sürdüğünü göstermektedir.

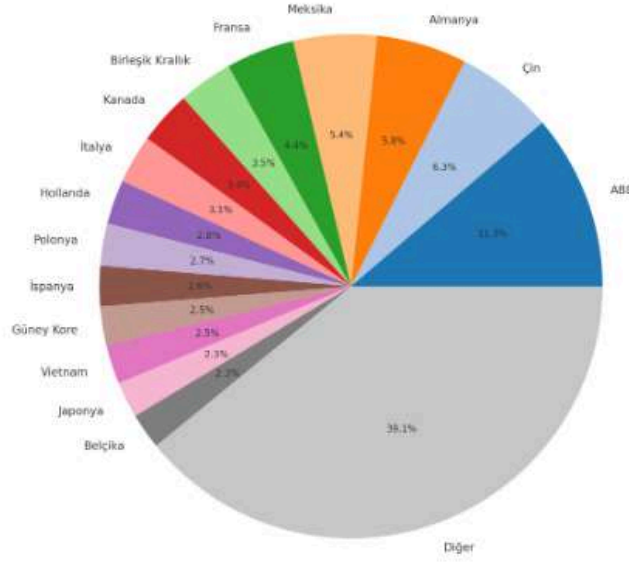
Avrupa Birliği ülkeleri toplu olarak değerlendirildiğinde dünya ithalatında önemli bir yoğunlaşma göze çarpmaktadır. Almanya, 11,2 milyar USD seviyesindeki ithalatıyla Avrupa'nın en büyük, dünyanın üçüncü büyük ithalatçısı konumundadır. Almanya'nın özellikle 3920 ve 3923 GTİP kalemlerinde yüksek hacimlerde ithalat yapması, gıda, kimya, ilaç ve hızlı tüketim ürünleri gibi büyük ölçekli ambalaj kullanan sektörlerinin gereksinimlerini yansıtmaktadır. Benzer şekilde Meksika (10,4 milyar USD), Fransa (8,5 milyar USD), Birleşik Krallık (6,7 milyar USD) ve Kanada (6,6 milyar USD) gibi ülkeler de yüksek ithalat hacimleriyle küresel talep tarafının önemli merkezleri arasında yer almaktadır.

İthalat kalemlerinin yapısı incelendiğinde, esnek ambalaj segmentini oluşturan 3920 GTİP kodunun 66,9 milyar USD ile en yüksek paya sahip olduğu görülmektedir. Bunu 32,8 milyar USD ile 3921 GTİP ve 66,4 milyar USD ile sert plastik ambalaj ürünlerini kapsayan 3923 GTİP izlemektedir. Bu dağılım, dünya genelinde özellikle esnek ambalaj malzemelerine yönelik talebin güçlü seyrettiğini; gıda paketleme, e-ticaret lojistiği, hızlı tüketim ürünleri ve farmasötik sektörlerindeki artan kullanım eğilimleri nedeniyle bu segmentin büyümeye devam ettiğini göstermektedir. Orta ve üst grupta yer alan ithalatçı ülkelerde, esnek ambalaj ürünleri hem hacim hem de işlevsellik açısından tercih edilirken, sert plastik ambalaj ürünlerinde daha çok dayanıklılık, koruyuculuk ve endüstriyel kullanım kriterleri belirleyici olmaktadır.

Dünya Plastik Ambalaj Malzemeleri İthalatı (2024)  
GTİP Bazında Dağılım (Milyar USD)



Dünya Plastik Ambalaj Malzemeleri İthalatı (2024)  
İlk 15 Ülke ve Diğerleri (Milyar USD)



## 1.5. Küresel Trendler ve Rekabet Yapısı

- **Sürdürülebilirlik:** Geri dönüştürülebilir ve biyobozunur ambalaj malzemelerine yönelim hızla artmaktadır.
- **Yeşil Mutabakat:** AB pazarına ihracat yapan firmalar için karbon ayak izi raporlaması ve çevre uyum sertifikaları zorunlu hale gelmektedir.
- **Akıllı Ambalajlar:** QR, RFID ve NFC tabanlı izlenebilirlik sistemleri yaygınlaşmaktadır.
- **E-ticaretin Etkisi:** Dayanıklı, hafif ve çevre dostu kargo ambalajlarına talep yükselmiştir.
- **Bölgesel Üretim Kaymaları:** Avrupa'daki enerji maliyetlerinin yükselmesi, üretimin Türkiye ve Orta Doğu'ya yönelmesine neden olmaktadır.

Küresel pazarda rekabet, yalnızca üretim kapasitesine değil; şirketlerin finansal gücüne, Ar-Ge yatırımlarına, yeni ürün geliştirme hızına ve küresel dağıtım ağı etkinliğine dayanmaktadır. Markaların sürdürülebilirlik politikaları, tedarik zinciri verimliliği ve ürün yenilikleri rekabet avantajı sağlayan temel unsurlardır.

## 2. Türkiye Plastik Ambalaj Sektörü

### 2.1. Genel Görünüm

Türkiye plastik ambalaj sektörü, hem iç pazar dinamikleri hem de ihracata dayalı büyüme kapasitesi açısından ülkenin en güçlü imalat kollarından biridir. Gıda, içecek, kimya, temizlik, kozmetik, sağlık, tekstil ve e-ticaret gibi geniş bir kullanım alanına hizmet eden sektör, esnek ve sert plastik ambalaj kategorilerinde yüksek ürün çeşitliliğine ve ölçeklenebilir üretim alt yapısına sahiptir. Coğrafi konumu, lojistik avantajları, genç ve rekabetçi iş gücü, modern üretim tesisleri ve AB teknik standartları ile uyumlu üretim yapısı sayesinde Türkiye, başta Avrupa olmak üzere geniş bir bölgesel pazara hızlı erişim sağlayabilmektedir.

Son yıllarda artan ihracat kapasitesi, sektörün uluslararası rekabetteki konumunu güçlendirmiştir. Türkiye; film, tabaka, poşet, torba, şişe, kap, kapak ve enjeksiyon-blow ürünleri gibi pek çok alt kategoride yüksek hacimli üretim gerçekleştirmekte; hem standart ürünler hem de özel fonksiyonlu (çok katmanlı, bariyerli, geri dönüştürülebilir) ambalaj çözümleri sunabilmektedir. İhracat pazarları büyük ölçüde Avrupa Birliği ülkeleri, Birleşik Krallık, Orta Doğu, Kuzey Afrika ve Amerika kıtasına yayılmakta; talep yapısı ürün segmentine göre çeşitlilik göstermektedir.

Sektörde iç talep de güçlü bir büyüme eğilimi sergilemektedir. Türkiye'nin dinamik perakende yapısı, gelişen hızlı tüketim ürünleri pazarı ve e-ticaret lojistiğindeki genişleme, özellikle esnek ambalaj ürünlerinde istikrarlı bir iç talep oluşturmuştur. Bunun yanı sıra gıda güvenliği, hijyen, izlenebilirlik ve dayanıklılık ihtiyaçları sert plastik ambalaj ürünlerine olan talebi desteklemekte; sağlık, farmasötik ve kişisel bakım sektörleri ise yüksek standartlı üretim gerektiren ambalaj çözümlerinin gelişimini hızlandırmaktadır.

Sürdürülebilirlik gündemi de sektörün dönüşümünde önemli bir faktördür. Avrupa Yeşil Mutabakatı, geri dönüşüm altyapısının geliştirilmesi, çevre mevzuatındaki güncellemeler ve tüketici beklentilerindeki değişim, Türk üreticilerini daha hafif, geri dönüştürülebilir ve yenilikçi malzemelere yönlendirmektedir. Bu doğrultuda firmalar, hammadde verimliliği, karbon ayak izinin azaltılması, geri dönüştürülmüş içerik kullanımı ve çevre dostu tasarım alanlarında yatırımlarını artırmaktadır.

Plastik ambalaj sektöründe faaliyet gösteren firmalar, ölçek ve uzmanlık alanlarına göre oldukça çeşitlilik gösteren bir yapı sergilemektedir.

Büyük ölçekli üreticiler; çok katmanlı filmler, bariyer özellikli malzemeler, sert şişe ve kap üretimi gibi daha yüksek teknoloji gerektiren hatlara sahip olup, geniş müşteri portföyleri ve güçlü ihracat kapasitesiyle sektörün yön belirleyen aktörleri konumundadır.

Orta ölçekli işletmeler, gıda, temizlik, kozmetik, tekstil ve e-ticaret gibi sektörlere yönelik esnek ambalaj çözümleri, baskılı filmler ve özel amaçlı paketleme malzemelerinde yoğunlaşmakta; müşteri taleplerine hızlı uyum sağlayan esnek bir üretim yapısı ile öne çıkmaktadır.

Küçük ölçekli firmalar ise çoğunlukla yerel pazara hizmet veren, streç film, poşet ve belirli kapak grupları gibi daha sınırlı ürün segmentlerine odaklanan işletmelerden oluşmakta ve tedarik zincirinin tamamlayıcı halkasını oluşturmaktadır.

## **2.2. Türkiye'nin Plastik Ambalaj İhracatı Potansiyeli**

Türkiye'nin plastik ambalaj ihracatı, güçlü üretim altyapısı, geniş ürün yelpazesi ve stratejik coğrafi konumu sayesinde önemli bir büyüme potansiyeli taşımaktadır. Avrupa Birliği, Birleşik Krallık, Orta Doğu ve Kuzey Afrika pazarlarına yakınlık; hızlı teslimat avantajı; rekabetçi maliyet yapısı ve AB teknik standartlarıyla uyumlu üretim kabiliyeti, Türkiye'yi bölgesel tedarik zincirinde önemli bir konuma yerleştirmektedir.

Sektörün esnek ve sert ambalaj kategorilerinde sahip olduğu yüksek ölçeklenebilirlik, hem standart ürünlerde hem de çok katmanlı, bariyerli ve geri dönüştürülebilir özelliklere sahip katma değerli ürünlerde ihracat kapasitesini artırmaktadır. Küresel pazarda sürdürülebilir ambalaj talebinin yükselmesi, Türkiye'de geri dönüştürülmüş hammadde kullanımı, hafif

ambalaj tasarımları ve çevre dostu üretim süreçlerine yapılan yatırımların ihracat açısından yeni fırsatlar yaratmasını sağlamaktadır.

Ayrıca, e-ticaret, gıda güvenliği, farmasötik ürünler ve kişisel bakım sektörlerinde artan ambalaj talebi, Türk üreticilerinin özellikle esnek ambalaj segmentinde daha güçlü bir konum edinmesine imkan vermektedir. Bu koşullar altında Türkiye'nin plastik ambalaj ihracatında hem pazar çeşitliliğini genişletme hem de ürün bazlı katma değerini yükseltme potansiyeli oldukça yüksektir.

### 2.3. Ürün Gruplarına Göre Türkiye'nin Plastik Ambalaj Malzemesi İhracatı

#### TÜRKİYE'NİN PLASTİK AMBALAJ MALZEMESİ İHRACATI (BİN USD)

GTİP	2020	2021	2022	2023	2024
3919	104.740	134.096	168.796	169.734	166.769
3920	1.412.401	1.835.950	2.075.666	1.813.158	1.892.623
3921	479.980	645.235	716.837	716.297	735.962
3923	1.041.803	1.264.075	1.386.776	1.306.643	1.352.455
TOPLAM	3.038.924	3.879.356	4.348.075	4.005.832	4.147.809

Türkiye'nin plastik ambalaj malzemesi ihracatı son beş yılda istikrarlı bir büyüme ortaya koyarak 2020 yılında 3,04 milyar USD seviyesinden 2024 yılında 4,15 milyar USD düzeyine ulaşmıştır.

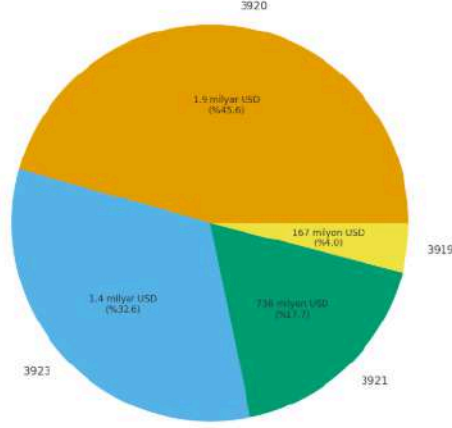
İhracat performansında en büyük payı, esnek ambalaj ürünlerini kapsayan 3920 GTİP kodu almaktadır. Bu kalemden ihracat, 2020–2024 döneminde 1,41 milyar USD'den 1,89 milyar USD'ye yükselmiş ve toplam ihracatın yaklaşık yarısını oluşturan güçlü bir segment konumuna gelmiştir.

Sert plastik ambalaj ürünlerini içeren 3923 GTİP kalemi de benzer şekilde istikrarlı bir büyüme eğrisi izlemiştir; 2020 yılında 1,04 milyar USD olan ihracat 2024'te 1,35 milyar USD seviyesine ulaşmıştır.

Diğer film, levha ve folyo ürünlerini kapsayan 3921 GTİP kaleminde ise dönem boyunca düzenli bir artış yaşanmış ve 2024 yılında 736 milyon USD seviyesine çıkmıştır.

Yapışkanlı film ve bant ürünlerini içeren 3919 GTİP grubu ise daha sınırlı bir paya sahip olmakla birlikte dönem boyunca yatay bir seyir izlemiştir.

Türkiye'nin Plastik Ambalaj Malzemesi İhracatı (2024)  
GTİP Bazında Dağılım



## 2.4. Türkiye'nin Plastik Ambalaj Malzemesi İhracatında Öne Çıkan Ülkeler

### 2.4.1. Plastik Ambalaj Sektöründe Türkiye'nin ilk 20 İhraç Pazarı (2024, bin USD)

		2020	2021	2022	2023	2024
	<b>TOPLAM</b>	<b>3.038.924</b>	<b>3.879.356</b>	<b>4.348.075</b>	<b>4.005.832</b>	<b>4.147.809</b>
1	<b>Birleşik Krallık</b>	297.480	370.102	413.633	403.322	420.697
2	<b>Almanya</b>	254.815	331.213	372.043	346.241	330.022
3	<b>ABD</b>	164.709	232.013	232.380	210.391	277.306
4	<b>İtalya</b>	134.783	184.338	214.248	195.480	222.293
5	<b>Irak</b>	173.456	197.869	188.226	148.950	150.541
6	<b>Romanya</b>	86.839	115.326	135.296	122.530	138.434
7	<b>İspanya</b>	100.304	139.373	153.798	123.004	137.812
8	<b>Polonya</b>	78.717	117.049	146.841	124.679	130.476
9	<b>Rusya</b>	67.226	86.647	134.418	143.465	129.016
10	<b>Fransa</b>	117.112	137.477	148.718	127.830	126.773
11	<b>Hollanda</b>	92.446	125.319	137.408	124.042	124.819
12	<b>Yunanistan</b>	59.822	79.802	91.534	86.736	107.014
13	<b>Belçika</b>	84.099	109.120	125.371	103.112	100.455
14	<b>Çekya</b>	49.787	76.413	85.214	83.233	83.155

15	Fas	42.972	54.614	60.130	64.949	73.382
16	Gürcistan	42.562	56.245	71.100	66.838	68.425
17	Sırbistan	37.317	56.686	68.861	64.189	67.328
18	İran	47.033	51.741	58.643	62.437	63.539
19	İsrail	159.961	204.956	228.347	181.392	54.119
20	Libya	48.520	45.849	49.882	47.123	52.645
	<b>Diğer Ülkeler</b>	898.964	1.107.204	1.231.984	1.175.889	1.289.558

Türkiye'nin plastik ambalaj ihracatı 2024 yılında 4,15 milyar USD seviyesine ulaşmış; ihracatın önemli bir bölümü ilk 20 ülkeye yönelmiştir. En büyük beş pazar toplam ihracatın yaklaşık %32'sini, ilk 10 pazar ise %55'inden fazlasını oluşturmaktadır.

### **Birleşik Krallık ve Almanya: En Büyük İki Pazar**

2024 yılında 420,7 milyon USD'lik hacmiyle Türkiye'nin en büyük pazarı olan Birleşik Krallık, toplam ihracatın %10,1'ini oluşturmaktadır. Bu yüksek pay, Birleşik Krallık perakende ve hızlı tüketim ürünlerinde hafif, baskılı ve sürdürülebilir ambalaja yönelik talebin güçlü olduğunu göstermektedir.

Almanya, 330 milyon USD ile toplam ihracatın %8'ini oluşturmakta ve teknik kalite gereksinimleri yüksek olan gıda, kimya ve medikal sektörlerinde Türkiye'nin rekabet gücünü yansıtmaktadır. Almanya ve Birleşik Krallık birlikte toplam ihracatın %18,1 gibi kritik bir bölümünü karşılamaktadır.

### **ABD ve Yakın Coğrafya Pazarlarının Ağırlığı**

ABD'ye yapılan ihracat 2024'te 277,3 milyon USD seviyesine ulaşmış ve toplam ihracatın %6,7'sini oluşturmuştur. ABD pazarında esnek ambalaj, e-ticaret ve gıda ambalajları öne çıkmakta; Türkiye rekabetçi fiyat, kısa teslim süreleri ve çok katmanlı film üretim kapasitesi ile avantaj sağlamaktadır.

**Yakın coğrafyada İtalya (222,3 milyon USD - %5,4), Irak (150,5 milyon USD - %3,6), Romanya (138,4 milyon USD - %3,3), İspanya (137,8 milyon USD - %3,3) ve Polonya (130,5 milyon USD - %3,1) hem ihracat hacmi hem de yıllar içindeki istikrarlı artışlarıyla dikkat çekmektedir.** Bu ülkeler genel olarak Türkiye'nin toplam ihracatının yaklaşık %23'üne karşılık gelmektedir.

### **AB İçindeki Talep Çeşitliliği ve Türkiye'nin Konumu**

AB içinde yer alan Fransa (%3,1), Hollanda (%3,0), Belçika (%2,4) ve Yunanistan (%2,6) gibi ülkelerde de Türk ambalaj ürünlerine yönelik talep yüksektir. Bu ülkelerin toplam payı yaklaşık %11 civarındadır. Bu yapı, Türkiye'nin AB içindeki geniş ambalaj ekosisteminde güvenilir bir tedarikçi olarak konumlandığını göstermektedir.

### **Bölgesel Pazarlar: Orta Doğu, Balkanlar ve Kuzey Afrika**

Liste içinde yer alan Gürcistan, Sırbistan, İran, İsrail ve Libya gibi bölgesel pazarlar, her biri yıllık %1'in altında paya sahip olmakla birlikte, toplamda Türkiye'nin ihracatının yaklaşık %6-7'sine karşılık gelen tamamlayıcı pazarlardır. Bu ülkelerde talep daha çok standart esnek ambalaj, poşet, torba, streç film ve lojistikte kullanılan dayanıklı ürünlerde yoğunlaşmaktadır.

### **Yoğunlaşma ve Büyüme Alanları**

Veriler, Türkiye'nin ihracatının önemli ölçüde **Avrupa merkezli** olduğunu; en büyük ilk 10 pazarın toplam ihracatın yarısından fazlasını oluşturduğunu ortaya koymaktadır. AB ülkeleri + Birleşik Krallık + ABD toplam payı yaklaşık **%35** olup Türkiye'nin yüksek kalite standardı gerektiren ambalaj segmentlerinde rekabet gücünü yansıtmaktadır.

Orta Doğu ve Kuzey Afrika ülkeleri ise toplam ihracatın yaklaşık **%10'luk** bir bölümünü oluşturarak bölgesel bir büyüme alanı yaratmaktadır. Bu bölgelerde özellikle gıda ve hızlı tüketim ürünleri ambalajlarında Türk üreticilerinin fiyat/kalite dengesi önemli bir avantaj sunmaktadır.

### **2.4.2. Birleşik Krallık Plastik Ambalaj Pazarı**

**Birleşik Krallık**, plastik ambalaj ürünlerinde geniş ve çeşitlendirilmiş bir ithalat yapısına sahiptir. 2024 yılı itibarıyla dört ana GTİP grubunda toplam ithalat hacmi 5,8 milyar ABD dolarına yaklaşmış, pazar özellikle film, folyo ve şekillendirilmiş ambalaj ürünlerindeki talep artışıyla güçlü bir yapı göstermiştir. İthalatın ülkelere dağılımı incelendiğinde, pazarın ağırlıklı olarak Almanya, Çin, ABD ve belirli AB ülkelerinden tedarik edildiği; Türkiye'nin ise özellikle esnek ve şekillendirilmiş ambalaj segmentlerinde giderek daha belirgin bir tedarikçi haline geldiği görülmektedir.

Almanya, plastik ambalaj ithalatında Birleşik Krallık'ın en büyük tedarikçisi konumundadır. 3919, 3920, 3921 ve 3923 GTİP gruplarında pazar payları %15 ile %21 arasında değişmekte olup, ülkenin teknik kalite, standardizasyon ve lojistik avantajlara dayalı güçlü üretim altyapısı bu konumu desteklemektedir. Çin ise daha çok hacim bazlı ve fiyat odaklı ürünlerde, özellikle 3923 kapsamındaki şekillendirilmiş ambalajlarda öne çıkmaktadır. Bu ürün grubunda Çin'in payı %17'ye yaklaşmakta, bu tablo ülkenin düşük maliyetli işçilik ve yüksek üretim kapasitesiyle bu segmentte belirleyici olduğunu göstermektedir.

### **[İngiltere'ye İhracat Yayınımız için tıklayın.](#)**

ABD, teknik gereksinimleri yüksek film ve folyo ürünlerinde Birleşik Krallık için önemli bir kaynaktır. 3921 ve 3919 kapsamındaki yüksek performanslı ürünlerde ABD'nin payları dikkat çekici seviyededir. Diğer yandan İtalya, Fransa, Polonya ve Hollanda gibi AB ülkeleri hem film gruplarında hem de şekillendirilmiş ambalaj segmentlerinde istikrarlı ve tamamlayıcı tedarikçiler olarak öne çıkmaktadır.

Türkiye ise özellikle 3920 ve 3923 ürün gruplarında Birleşik Krallık için stratejik öneme sahip bir konuma gelmiştir. 3920 kapsamındaki esnek plastik filmlerde Türkiye %10,4 ile Almanya'nın ardından ikinci büyük tedarikçidir. 3923 ürünlerinde ise %7,8 pay ile Çin ve Almanya'dan sonra üçüncü sırada yer almakta; gıda ambalajı, taşıma poşetleri, kapak ve kutu ürünlerinde güçlü bir konum sergilemektedir. Türkiye'nin 3921 kapsamındaki teknik filmler segmentinde de büyüyen bir varlığı bulunmaktadır. Lojistik yakınlık, esnek üretim yapısı, rekabetçi fiyat/kalite dengesi ve Avrupa uyumlu standartlar Türkiye'nin bu pazardaki avantajlarını oluşturmaktadır.

Birleşik Krallık plastik ambalaj pazarı Türkiye açısından önemli fırsatlar sunmakla birlikte, ihracatçı firmaların sürdürülebilir bir şekilde büyüebilmesi için bazı kritik risk alanlarının da doğru yönetilmesi gerekmektedir. Pazar yapısı, talep dinamikleri ve düzenleme süreçleri dikkate alındığında aşağıdaki başlıklar özellikle öne çıkmaktadır.

### [İngiltere’de Şirket Kurma ve İhracat Destekleri yazımız için tıklayın.](#)

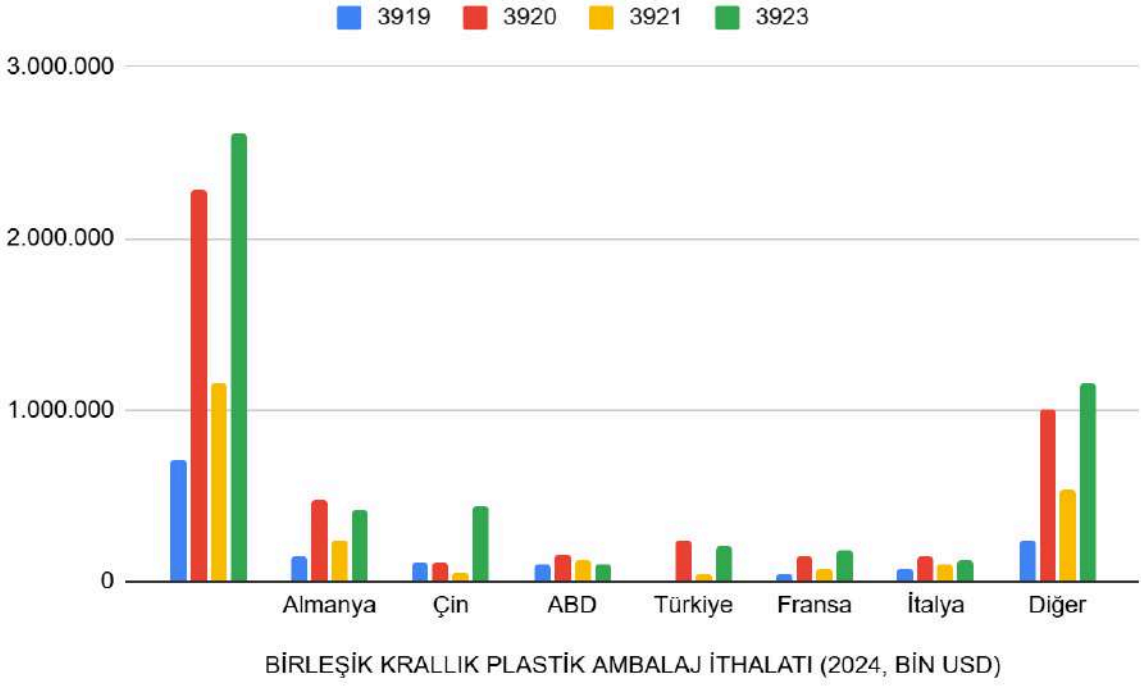
Birleşik Krallık'ta ambalaj sektörünü doğrudan etkileyen temel konulardan ilki, **sürdürülebilirlik odaklı düzenlemelerin hızla sıkılaşmasıdır**. Ülke, geri dönüştürülebilir içerik oranlarını artırmayı ve tek kullanımlık plastikleri azaltmayı hedefleyen kapsamlı bir politika seti uygulamaktadır. Geri dönüşüm oranı düşük olan ürünlerde ek vergiler, üretici sorumluluk düzenlemeleri (Extended Producer Responsibility – EPR) ve ambalaj atığı raporlama zorunlulukları ihracatçıların maliyet yapısını doğrudan etkileyebilmektedir. Bu çerçevede Türkiye’den yapılan ihracatta özellikle mono PE/PP film alternatifleri, geri dönüştürülebilir yapıdaki ürün tasarımları ve düşük gramaj çözümleri önem kazanmaktadır.

Bir diğer kritik başlık, **fiyat rekabetinin yüksek olduğu segmentlerde Çin kaynaklı baskıdır**. Birleşik Krallık, 3923 kapsamındaki şekillendirilmiş ambalaj ürünlerinde Çin’i en büyük tedarikçi olarak konumlandırmaktadır. Türkiye bu segmentte güçlü bir konuma sahip olsa da, Çin’in düşük birim fiyatlarla pazarda hâlâ belirleyici olduğu unutulmamalıdır. Türk üreticilerin bu rekabette farklılaşabilmesi için ürün kalitesi, teslimat hızı, esneklik ve markalı üretim gücü öne çıkmaktadır.

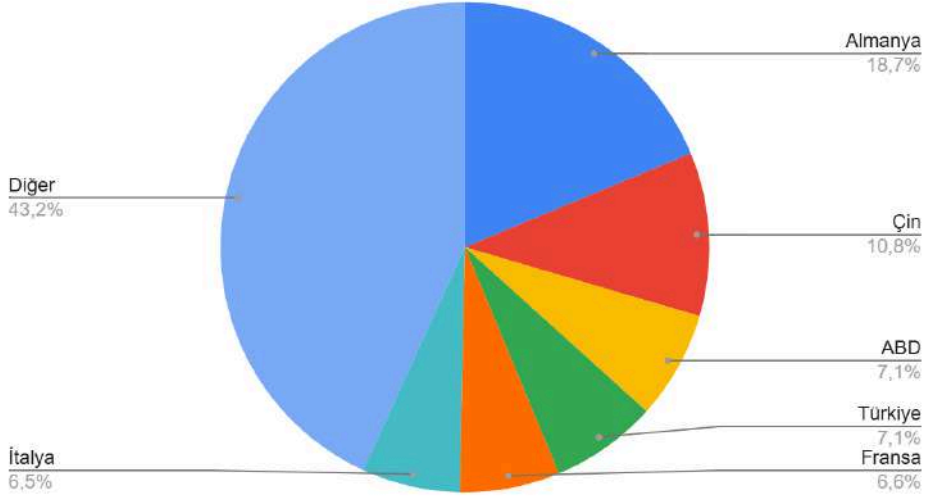
**Brexit sonrası uygulanan prosedürler ve ticari uyum süreçleri** de Türkiye açısından yönetilmesi gereken bir risk unsuru oluşturmaktadır. Gümrük kontrolleri, sertifikasyon talepleri, UKCA işaretleme yükümlülükleri ve yeni ticaret politikası uygulamaları zaman zaman teslim sürelerinde belirsizlik yaratabilmektedir. Bu nedenle özellikle düzenlemelere uyum, teknik dökümantasyon ve ihracat süreçlerinin güncel mevzuata göre yapılandırılması kritik önem taşımaktadır.

Ayrıca Birleşik Krallık’ta son yıllarda ekonomik dalgalanmalar ve perakende sektöründeki maliyet baskıları, **talep volatilitésinin artmasına** yol açmıştır. Özellikle hızlı tüketim ürünleri ve perakende ambalajında sipariş seviyeleri dönemsel olarak değişebilmekte; uzun vadeli sözleşmeler yerine daha kısa vadeli tedarik modelleri tercih edilmektedir. Bu yapı, Türk üreticilerin üretim planlaması ve stok yönetiminde esneklik gerektirmektedir.

Buna ek olarak, İngiltere pazarının **yüksek kalite beklentisi**, üretim süreçlerinde sürekli iyileştirme gerektiren bir başka unsurdur. 3919, 3920 ve 3921 kapsamındaki film ürünlerinde gıda uyumluluğu, baskı kalitesi, bariyer özellikleri ve mekanik dayanım kritik parametrelerdir. İngiliz alıcıların kalite odaklı satın alma yaklaşımı, üretim süreçlerinde teknik kapasitenin sürdürülebilir bir şekilde geliştirilmesini zorunlu kılmaktadır.



#### BİRLEŞİK KRALLIK PLASTİK AMBALAJ İTHALATI (2024)



### 2.4.3. Almanya Plastik Ambalaj Pazarı

Almanya, Avrupa'nın en büyük imalat sanayiine sahip ülkesi olarak plastik ambalaj ürünlerinde yüksek hacimli bir dış tedarikçi pazar niteliği taşımaktadır. Dört ana ürün grubunun toplam ithalatı **2024 yılında 11,2 milyar USD seviyesine** ulaşmış; bu değer Almanya'yı küresel plastik ambalaj ticaretinde ilk sıralarda konumlandırmıştır. Ürün gruplarının ithalat dağılımı incelendiğinde, **3920 – gözeneksiz plakalar, levhalar, film ve şeritler** ile **3923 – eşya taşıma ve ambalajlamaya mahsus plastik ürünler** toplam ithalat içinde en büyük paya sahip segmentlerdir. Bu iki grup, Almanya'nın güçlü paketleme, kimya, otomotiv ve gıda endüstrilerinin hammadde ve yarı mamul ihtiyacını karşılayan kritik alt kalemlerdir.

## [Almanya'ya İhracat ve Almanya'da Yatırım yazımız için tıklayın.](#)

Dört ürün grubunun ortak özelliği, Almanya'nın tedarikte ağırlıklı olarak **AB içi kaynaklara dayanması** ve yakın coğrafyadaki ülkelerin güçlü paylara sahip olmasıdır. **3920 ve 3921 gruplarında İtalya, Polonya, Belçika ve Hollanda** ilk sıralarda yer almakta; **3923 grubunda ise Polonya, Hollanda ve İsviçre** öne çıkmaktadır. Bu ülkelerin rekabet avantajı, hem düşük lojistik maliyetler hem de AB içindeki güçlü plastik işleme kapasitesiyle desteklenmektedir.

2024 yılında Türkiye **376 milyon USD** ile Almanya'nın toplam plastik ambalaj ithalatı içinde **yaklaşık %3,4** paya sahiptir ve Almanya'nın tedarikçi sıralamasında **12. sırada** yer almaktadır.

GTIP bazlı incelemede Türkiye'nin Almanya'ya ihracatı **3920 ve 3923** gruplarında yoğunlaşmakta olup toplam ihracatın büyük bölümü bu iki segmentten gelmektedir. 3920 ürün grubunda **198,6 milyon USD**, 3923'te ise **127,6 milyon USD** ile Türkiye bu segmentlerde anlamlı bir varlık göstermektedir. Buna karşın Almanya'nın aynı segmentlerdeki ithalat hacimleri çok daha yüksek olduğundan Türkiye'nin payı sınırlı kalmaktadır.

Türkiye'nin Almanya pazarındaki konumu genel olarak **orta ölçekli ve istikrarlı bir tedarikçi** seviyesindedir. Rekabet ise özellikle **Polonya, İtalya, Hollanda, İsviçre** gibi yakın coğrafi ve AB içi üreticilerden gelmekte; bu ülkelerin lojistik avantajı, marka bilinirliği ve uzun vadeli müşteri ilişkileri Türkiye'nin pay artışını kısıtlamaktadır.

## [Almanya'ya İhracat Yapmak İçin Doğru Ürünleri Seçmek yazımız için tıklayın.](#)

Almanya'nın ithalat verileri, son dört yılda toplam hacimde büyük ölçekli bir daralma yaşanmadığını; bunun yerine **ürün bazında seçici büyümeler** olduğunu göstermektedir. Özellikle **3923 grubunda Polonya ve Hollanda'nın çift haneli büyüme performansı**, ambalajın lojistiğe entegre bir ürün haline geldiğini ve doğrudan tedarik zincirlerine yakın üretimin hız kazandığını göstermektedir. Buna karşılık Türkiye'nin aynı gruptaki performansı daha sınırlı artışlarla devam etmektedir; bu durum pazarın potansiyeline kıyasla **gelişmeye açık bir alan** olduğunu işaret etmektedir.

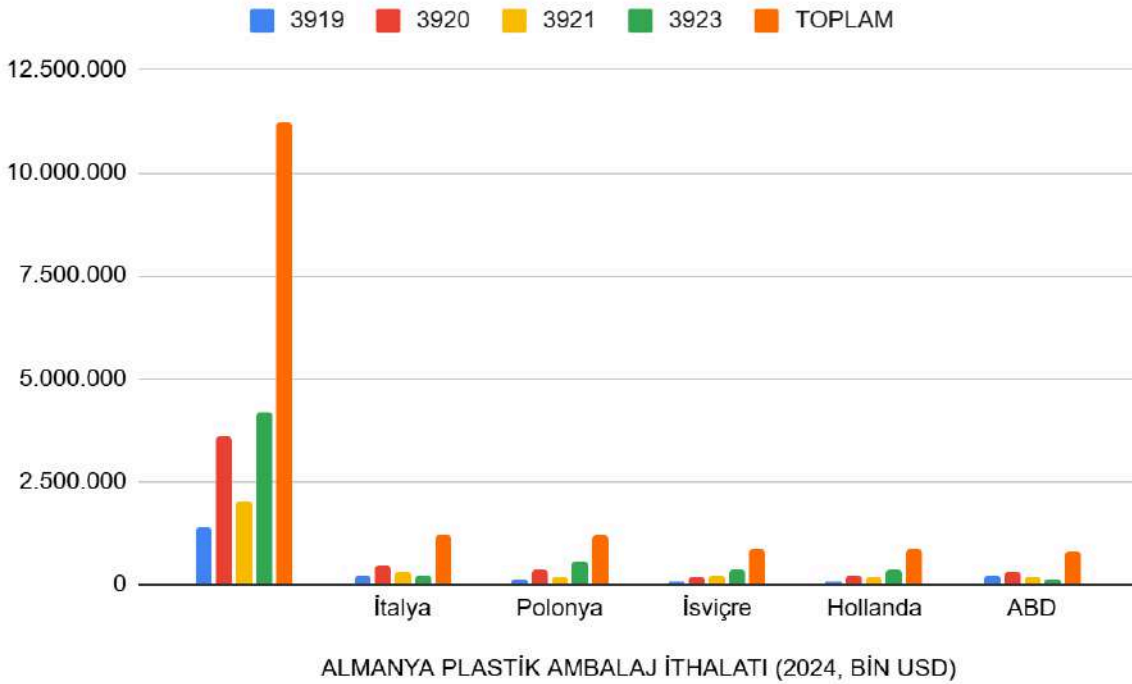
Almanya plastik ambalaj pazarına yönelik ihracat faaliyetlerinde, tedarikçi ülkeler açısından dikkat edilmesi gereken belirgin riskler ve operasyonel sınırlamalar bulunmaktadır. Öncelikle Almanya, plastik ambalajda **bölgesel yoğunlaşmanın en yüksek olduğu** Avrupa pazarlarından biridir; Polonya, İtalya, Hollanda, Belçika, Çekya ve Avusturya gibi yakın coğrafyadaki üreticiler toplam ithalattan büyük pay almakta, lojistik avantajlarını fiyat rekabetiyle birleştirerek güçlü bir konum sürdürmektedir. Bu durum, Türkiye gibi AB dışı ülkeler için **tamamen fiyat üzerinden rekabet etmeyi zorlaştırmakta** ve ürün farklılaştırması, kalite belgeleri, sürdürülebilir ambalaj çözümleri gibi alanlarda üstünlük sağlamayı zorunlu kılmaktadır.

Diğer yandan Almanya'da **yüksek standart ve sertifikasyon gereklilikleri** (REACH, gıda temasına uygunluk, geri dönüştürülebilirlik kriterleri, karbon ayak izi raporlaması vb.) tedarikçi seçimini doğrudan etkileyen faktörlerdir. Bu yükümlülükler yerine getirilmediğinde yalnızca pazar kaybı değil, olası denetimlerde ürünlerin reddi veya iade süreçlerinde maliyet artışları da söz konusu olabilmektedir. Ayrıca Almanya'nın AB ambalaj yönetmelikleri kapsamında hızla artan **geri dönüşüm oranı zorunlulukları, monomateryal çözümlere**

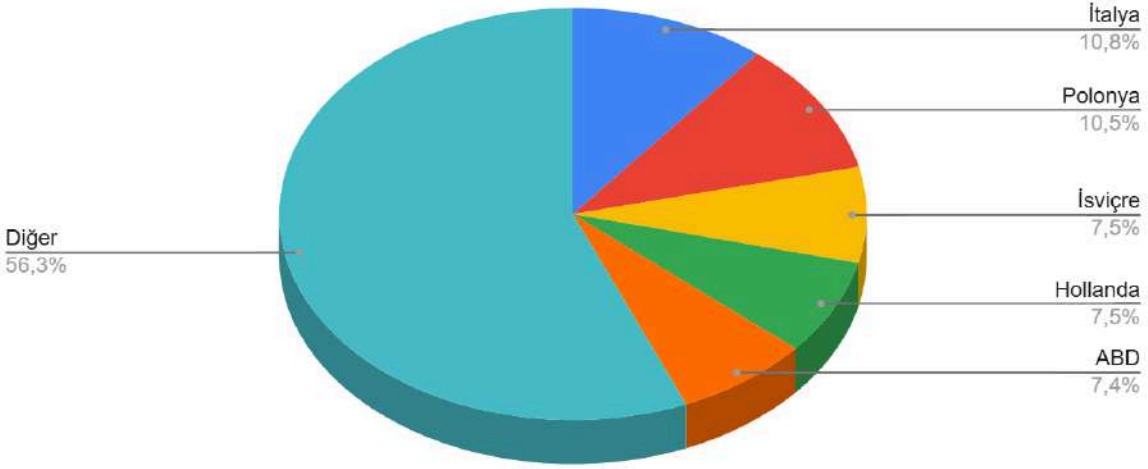
**yönelim ve plastik kullanımını azaltma politikaları**, orta vadede klasik plastik ambalaj türlerinde talep daralması riskini de beraberinde getirmektedir.

Tedarik zinciri tarafında, Almanya'daki büyük ithalatçı ve distribütörler genellikle **uzun vadeli, istikrarlı ve yüksek hacimli ilişkileri** tercih etmektedir. Bu durum, yeni giren veya düşük hacimde çalışan firmalar için pazara giriş maliyetlerini artırabilmektedir. Lojistik süreçlerde ise özellikle AB içi üreticilerle kıyaslandığında Türkiye'nin **taşıma süresi ve maliyet avantajı sınırlı kalmakta**, navlun dalgalanmaları rekabeti doğrudan etkilemektedir.

Son olarak, Almanya'da çevresel duyarlılık ve kurumsal sürdürülebilirlik kriterleri tüketici nezdinde oldukça güçlüdür; bu nedenle ambalaj tedarikçilerinden **şeffaf izlenebilirlik, geri dönüşümlü içerik oranı, çevresel performans raporları ve düşük karbonlu üretim modelleri** beklenmektedir. Bu beklentiler karşılanmadığında, fiyat rekabetine rağmen tedarikçi değişimi hızlı şekilde gerçekleşebilmektedir. Dolayısıyla Türkiye'nin bu pazarda konumunu güçlendirebilmesi için, sürdürülebilir ürün gamı geliştirmesi, tedarik zincirine entegrasyonunu artırması ve AB mevzuatına uyumu proaktif biçimde yönetmesi kritik önem taşımaktadır.



## TOPLAM-ALMANYA PLASTİK AMBALAJ İTHALATI (2024, BİN USD)



### 2.4.4. ABD Plastik Ambalaj Pazarı

ABD'nin plastik ambalaj ithalatı 2024 itibarıyla GTIP 3919, 3920, 3921 ve 3923 pozisyonlarında toplam **21,8 milyar USD** düzeyine ulaşmış olup, pazar büyüklüğü ve ürün çeşitliliği açısından dünyanın en büyük ithalatçıları arasında yer almaktadır. Tedarik yapısı, coğrafi yakınlık avantajı olan Kuzey Amerika ülkeleri ile rekabetçi üretim kapasitesine sahip Asya merkezlerinin belirgin şekilde öne çıktığı çift kutuplu bir görünüm sergilemektedir.

**Kanada**, yaklaşık **5 milyar USD** seviyesindeki tedarik hacmi ile ABD'nin en büyük plastik ambalaj tedarikçisi konumundadır. USMCA kapsamındaki düşük gümrük yükleri, entegre tedarik zinciri ve lojistik maliyet avantajı Kanada'nın tüm ürün gruplarında güçlü bir konumda kalmasını sağlamaktadır. **Meksika** ise toplam **2,6 milyar USD** düzeyindeki ihracatıyla ikinci sırada yer almakta; özellikle 3920 ve 3923 gruplarında fiyat/performans avantajı ile öne çıkmaktadır. **Çin**'in toplam **2,3 milyar USD** seviyesindeki tedariki, ABD'nin fiyat odaklı talep segmentinde önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir; buna karşın son yıllarda artan ticaret önlemleri Çin menşeli ambalaj ürünlerinde belirli riskler oluşturmaktadır. **Güney Kore, Tayvan, Vietnam, Japonya ve Hindistan** gibi Asya ülkeleri ise özellikle performans ve teknik özellik gerektiren ürünlerde istikrarlı tedarikçidir.

Türkiye'nin ABD pazarındaki konumu, dört GTIP grubunda toplam **258 milyon USD** ihracat ile nispeten sınırlı olmakla birlikte, belirli ürün segmentlerinde artış potansiyeli barındırmaktadır. Türkiye'nin tedariki GTIP bazında şu şekilde gerçekleşmiştir:

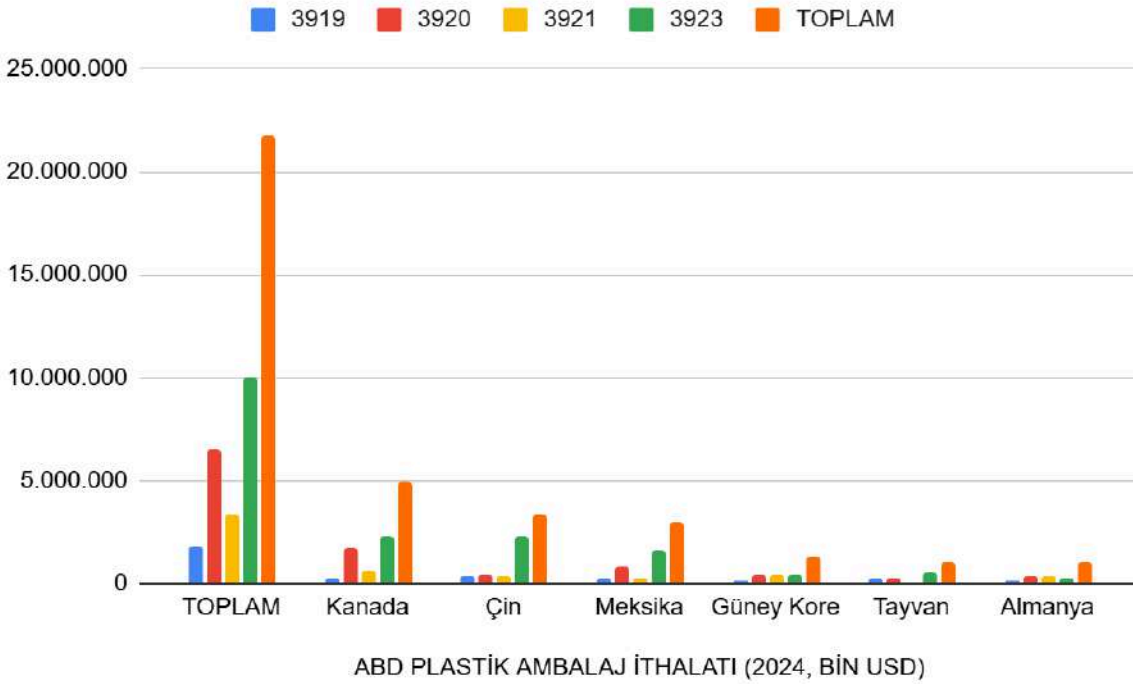
- **GTIP 3920:** 107,2 milyon USD
- **GTIP 3921:** 79,3 milyon USD
- **GTIP 3923:** 94,6 milyon USD
- **GTIP 3919:** 7,36 milyon USD

Bu görünüm Türkiye'nin özellikle **3920 ve 3921** numaralı teknik film ve levha gruplarında daha rekabetçi bir konum elde ettiğini göstermektedir. ABD ithalatı içerisinde Türkiye'nin

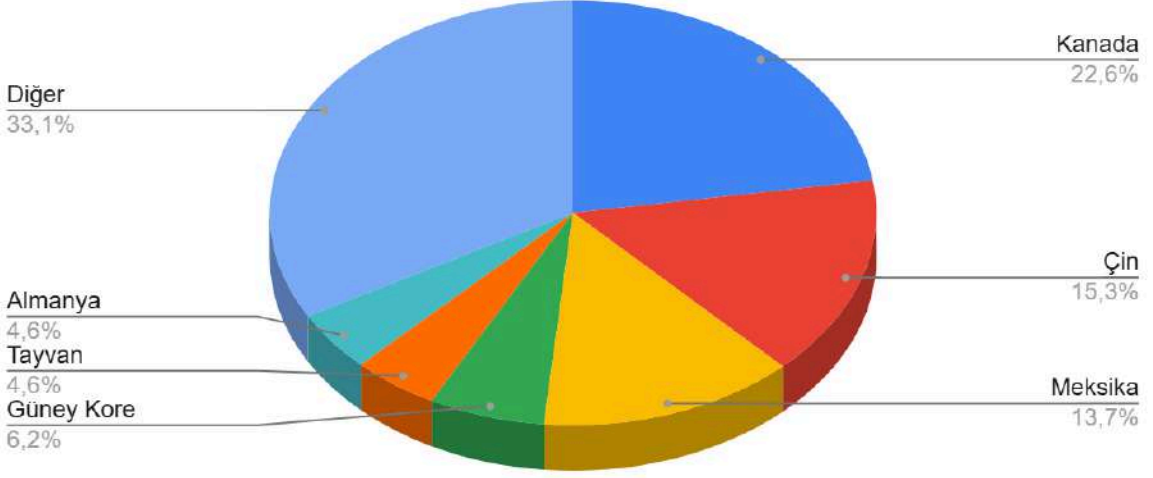
genel payı düşük (çoğu alt üründe %1'in altında) olsa da, belirli segmentlerde son yıllarda gözlenen artış eğilimi, Türk üreticilerin kalite, ürün çeşitliliği ve esnek üretim kapasitesiyle pazarda fark yaratabileceğini ortaya koymaktadır. ABD'de gıda, e-ticaret ve farmasötik ambalaj talebindeki büyüme de Türkiye için orta vadede fırsat sunmaktadır.

Bununla birlikte, ABD pazarına yönelik değerlendirmelerde bazı kısıtlar da dikkate alınmalıdır. Kanada ve Meksika'nın **coğrafi yakınlık ve USMCA avantajı**, Türkiye'nin fiyat rekabetçiliğini sınırlamaktadır. Navlun maliyetlerindeki dönemsel oynaklık, Türk üreticilerin özellikle düşük katma değerli ürünlerde rekabet gücünü zayıflatabilmektedir. Ayrıca ABD'nin plastik ürünlere artan düzenlemeleri (geri dönüştürülmüş içerik zorunluluğu, eyalet bazlı çevresel standartlar, belirli ürünlerde uygulanan ticaret önlemleri) Türkiye'nin tedarik yapısını doğrudan etkileyebilecek niteliktedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, Türkiye ABD pazarında henüz ölçek avantajı elde edememiş olmakla birlikte, **teknik filmler, esnek ambalaj ve orta-yüksek performanslı ürünler** kategorilerinde payını artırabilecek bir konuma sahiptir. Uzun vadeli alıcı ilişkileri, sertifikasyon süreçleri ve segment bazlı pazar derinleştirme stratejileri Türkiye'nin ABD plastik ambalaj pazarındaki görünürliğini artıracaktır.



## ABD PLASTİK AMBALAJ İTHALATI (2024, BİN USD)



### 3. Plastik Ambalaj İhracatında Dijital Dönüşüm ve Pazarlama

Plastik ambalaj ihracatında dijital varlıkların güçlü olması, firmaların uluslararası rekabet gücünü doğrudan etkilemektedir. Günümüzde ithalatçılar, distribütörler ve nihai kullanıcıların büyük bölümü satın alma kararlarını vermeden önce dijital araştırma yapmaktadır. Bu nedenle Plastik ambalaj sektöründe faaliyet gösteren firmaların yalnızca üretim kapasitesiyle değil, dijital ortamda da güven veren, hızlı ve erişilebilir bir altyapı sunmaları kritik öneme sahiptir.



[İhracata Uygun Websitesi Yapmak Rehberimiz İçin Tıklayın.](#)

#### 3.1. Web Sitesi ve Altyapı

- **Çok dilli yapı:** Plastik ambalaj ürünleri geniş bir coğrafyaya ihraç edilmektedir. Web sitelerinin İngilizce'nin yanı sıra Arapça, Almanca, Fransızca, Rusça ve İspanyolca dillerinde hazırlanması gerekmektedir.
- **Hız ve performans:** Plastik ambalaj sektöründe ürün veri sayfaları, güvenlik bilgi formları (MSDS), sertifikalar ve teknik kataloglar yoğun PDF ve görsel içerik barındırır. Site altyapısı tüm cihazlarda 2–3 saniyede açılacak şekilde optimize edilmelidir.
- **SEO uyumu:** “chemical exports Turkey”, “petrochemical suppliers”, “specialty chemicals distributor” gibi anahtar kelimelere odaklanarak görünürlük artırılmalıdır.

### 3.2. Güven Artırıcı Unsurlar

- **Teknik içerikler:** Kullanılan hammaddelere ait teknik spesifikasyonlar, ürünlerin kalınlık, yoğunluk, dayanım ve bariyer özelliklerini gösteren teknik veri sayfaları, üretim toleranslarını ve ölçüleri içeren ürün katalogları ile ambalajın farklı sektörlerdeki kullanım alanlarını açıklayan teknik dökümanlar mutlaka sunulmalıdır.
- **Referans projeler:** Daha önce ihracatı yapılan ülke pazarları, çalışılan sektörler (ilaç, tarım, plastik vb.) ve müşteri portföyü örnekleri paylaşılmalıdır.
- **Müşteri yorumları:** Uluslararası partnerlerden alınan referans mektupları ve kısa video yorumları güveni artırır.

### 3.3. Dijital İçerik Pazarlaması

- **Blog ve makaleler:** Küresel plastik ambalaj trendleri, sürdürülebilir kimyasallar, AB Yeşil Mutabakat uyumu gibi konularda düzenli yayınlar hem SEO'ya katkı sağlar hem de uzmanlığı gösterir.
- **Webinarlar ve teknik seminerler:** B2B pazarlarda güven oluşturma en etkili yollarından biri, plastik ambalaj uzmanlarının canlı yayınlarla ihracatçılara bilgi sunmasıdır.
- **Video içerikler:** Üretim tesislerinin tanıtımı, kalite kontrol süreçleri ve başarı hikâyeleri özellikle LinkedIn ve YouTube üzerinden paylaşılmalıdır.
- **Podcast ve kısa videolar:** “Sürdürülebilir ambalaj”, “biyobazlı hammaddeler” gibi temalarda içerik çeşitlendirmesi erişimi genişletir.



[Mini MBA: B2B İhracat Pazarlama, İş Geliştirme ve Satış Rehberimiz Yayınımız için tıklayın.](#)

### 3.4. Pazarlama Otomasyonu ve CRM

- **CRM sistemleri:** Plastik ihracatında ürün bazlı farklı müşteri segmentlerine yönelik sipariş ve teklif süreçleri CRM yazılımları ile otomatikleştirilebilir.
- **Otomatik e-posta dizileri:** Potansiyel ithalatçılara yeni ürün duyuruları, regülasyon güncellemeleri ve kampanyalar düzenli olarak iletilebilir.
- **Segmentasyon:** İlaç, tarım, plastik veya deterjan sektörlerine yönelik alıcı profillerine özel içerikler sunulabilir.

[İhracatta Spam'e Takılmayan E-Posta Nasıl Atılır?](#)

### 3.5. Çok Kanallı İletişim

- **LinkedIn:** Özellikle B2B plastik ambalaj ticaretinde karar vericilere doğrudan ulaşmak için en güçlü kanaldır.
- **Kurumsal web sitesi:** Ana dijital vitrin olmalı, trafik buraya yönlendirilmelidir.
- **E-posta pazarlaması:** Uygun maliyetli ve yüksek verimli bir iletişim aracıdır.
- **Dijital reklamlar:** Google Ads ve LinkedIn Ads ile "chemical buyers" ve "distributors" gibi hedef gruplara ulaşmak mümkündür.

[LinkedIn ile ihracat eğitimimizi inceleyin.](#)

## 4. Ticaret Bakanlığı Tarafından Plastik Ambalaj Malzemeleri İhracatına Verilen Destekler

Türkiye, plastik ambalaj malzemeleri üretiminde Avrupa'nın en önemli üretim merkezlerinden biri olması ayrıca coğrafi konumu, gelişmiş üretim altyapısı ile Avrupa, Orta Doğu ve Afrika pazarlarını besleyen stratejik bir tedarik üssü olması sebebiyle Ticaret Bakanlığı firmaların uluslararası pazarlarda güçlenmesi adına çeşitli devlet destekleri sağlamaktadır.

Bu destekler; **pazara giriş belgeleri, uluslararası fuar ve tanıtım faaliyetleri, marka tescili, pazar araştırması ve Turquality/Markalaşma programları** üzerinden yürütülmektedir.



[Mal İhracatı Destekleri Rehberimiz İçin Tıklayın.](#)

#### 4.1. Hedef Ülkeler ve Öncelikli Sektör Statüsü

- **Mal İhracatı Desteklerinde** yıllık üst limite kadar harcamaların %50 si desteklenmektedir.
- **Hedef ülkeler listesi:** 2025 yılı itibarıyla Ticaret Bakanlığı tarafından açıklanan 55 hedef ülkelere yapılan plastik ambalaj malzemeleri ihracatı için +20 puan ilave avantaj uygulanmaktadır.
- **Öncelikli sektör kapsamında,** plastik ambalaj malzemeleri ihracatı yapan firmalara verilen desteklerde +5 puan ilave avantaj uygulanmaktadır.

#### 4.2. Pazara Giriş Belgeleri

Plastik ambalaj malzemeleri ihracatında, hedef ülkelere giriş için **uluslararası uyum belgeleri ve sertifikalar** zorunludur. Bakanlık, bu belgeler için maliyetlerin %50 sini teşvik olarak karşılamaktadır.

[Pazara Giriş Belgeleri Desteği videomuz için tıklayın.](#)

**Başlıca belgeler:**

- **Gıda Temas Uygunluk Belgesi (Food Contact Declaration)**

Plastik ambalajın gıda ile temas ettiğinde insan sağlığı açısından güvenli olduğunu gösterir. AB 10/2011, FDA 21 CFR gibi düzenlemelere göre hazırlanır.

- **Migration Test Raporları (Overall & Specific Migration Tests)**

Gıda ile temas eden plastik ambalajlarda içeriğin ürüne geçip geçmediğini ölçen zorunlu analiz setidir. AB pazarında ithalatçılar tarafından standart olarak talep edilir.

- **ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi Sertifikası**

Üretim süreçlerinin kalite standartlarına uygun yürütüldüğünü gösterir; ambalaj alıcıları için temel güven unsurlarındandır.

- **ISO 22000 / FSSC 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi**

Gıda ambalajı üreten firmaların hijyen, süreç güvenliği ve izlenebilirlik kriterlerine uygunluğunu belgeledir.

- **BRCGS Packaging (BRC Ambalaj Sertifikası)**

Özellikle Avrupa'daki büyük perakendeciler tarafından talep edilen, ambalaj üreticilerinin hijyen ve kalite güvence düzeyini belgeleyen uluslararası bir standarttır.

- **CE İşareti (Yalnızca Oyuncak, Tıbbi Cihaz, Elektronik vb. özel kullanım amaçlı ambalajlarda)**

Ambalajın kullanıldığı ürün CE kapsamındaysa, ambalaj bileşeni için belirli uygunluk değerlendirmeleri gerekebilir. Standart gıda/ürün ambalajlarında zorunlu değildir.

- **UKCA Uygunluk Beyanı**

Birleşik Krallık pazarına yönelik CE muadili uygunluk beyanıdır; yalnızca belirli ürün kategorilerinde ambalaj bileşenleri için geçerli olabilir.

- **EAC Sertifikası**

Avrasya Gümrük Birliği ülkelerine (Rusya, Belarus, Kazakistan vb.) ihracatta ürünün teknik düzenlemelere uygunluğunu gösterir. Ambalajın ürün güvenliğinin bir parçası olduğu durumlarda talep edilir.

- **ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi**

Ambalaj üretiminde çevresel etkilerin kontrol edildiğini belgeleyen uluslararası standarttır; sürdürülebilirlik odaklı alıcılarda önem kazanır.

- **Geri Dönüşüm ve Çevre Beyanları (Recyclability Declaration / PCR Content Declaration)**

Ambalajın geri dönüştürülebilirlik seviyesini veya geri dönüştürülmüş hammadde içerik oranını gösterir. AB Yeşil Mutabakat uyum süreçlerinde giderek zorunlu hale gelmektedir.

- **RoHS Uygunluk Beyanı (Belirli kullanım alanlarında)**

Elektronik ürün ambalajlarında kullanılan plastik bileşenlerde zararlı maddelerin bulunmadığını gösterir.

- **COA – Certificate of Analysis (Hammadde Üreticisi Tarafından)**

Ambalaj üretiminde kullanılan granül veya masterbatch hammaddenin teknik özelliklerini ve kalite parametrelerini gösterir.

- **Ürün Teknik Veri Sayfaları (TDS)**

Ambalajın kalınlık, mekanik dayanım, MFI, sızdırmazlık dayanımı, çekme-kopma değerleri gibi tüm mühendislik özelliklerini içerir.

### 4.3. Yurt Dışı Tanıtım ve Reklam Destekleri

Plastik ambalaj malzemeleri sektöründe marka ve güvenilirlik **uluslararası tanıtım faaliyetleri** ile güçlendirilir.

- **Desteklenen harcamalar:** TV ve radyo reklamları, internet/dijital kampanyalar (Google, LinkedIn, YouTube), basılı materyaller, fuar katalogları, açık hava reklamları.
- **Destek oranı:** %50–%75
- **Üst limitler (2025):** 9,5 milyon TL (birim bazlı), 15,2 milyon TL (marka tesciline bağlı harcamalar).

[Tanıtım Destekleri videomuz için tıklayın.](#)

### 4.4. Yurt Dışı Marka Tescil Desteği

- Bu destek, markaların yurt dışında tanınırlığını artırmak ve yerel pazarlarda yasal güvence sağlamak adına önemli bir fırsat sunmaktadır.
- Uluslararası marka tescili, kritik önemdedir.
- Marka/patent bürosu hizmetleri, danışmanlık, tescil araştırma ve inceleme giderleri,
- markanın korunması, itiraz ve dava açma, vb. için yapılan avukatlık giderleri, ilgili ülkenin talep ettiği kayıt ücreti veya zorunlu başvuru harcı ve vergiler gibi giderler desteklenmektedir.
- 2025 yılı için üst limit **2,8 milyon TL** olup destek oranı **%50–%75**'tir.

[Yurtdışı Marka Tescil Desteği için tıklayın.](#)

### 4.5. Yurt Dışı Pazar Araştırması Desteği

- Bir firma yılda **5 araştırma faaliyeti** için destek alabilir.
- Aynı ülkeye yönelik yıllık destek hakkı **1 faaliyet** ile sınırlıdır.
- Seyahat başı ulaşım ve konaklama giderlerinin büyük kısmı karşılanmaktadır (2025 için iki kişi, 379.000 TL'ye kadar).
- Bu destek, özellikle **yeni pazarlara açılmak isteyen plastik ambalaj malzemeleri firmaları** için kritik önemdedir.

[Yurtdışı Pazar Araştırması Desteği için tıklayın.](#)

## 4.6. Fuar Katılım Destekleri

Plastik ambalaj malzemeleri sektörü ihracatçıları, **uluslararası fuar katılımı** için devlet desteği alabilmektedir. Mikro ve küçük işletmeler yılda 10, orta ve büyük işletmeler 5 yurtdışı fuara kadar destekli katılım sağlayabilir. İşletmeler her halükarda yıllık 3 adet yurtiçi fuara kadar destekli katılım sağlayabilir

**Plastik ambalaj malzemeleri sektörü için öne çıkan fuarlar:**

- **K Messe – Almanya**
- **Interpack – Almanya**
- **Chinaplas – Çin**
- **Plast Eurasia – Türkiye**
- **Pack Expo – ABD**
- **Plastimagen – Meksika**
- **Arabplast – BAE**
- **Propak Africa / Propak Asia**
- **FachPack – Almanya**
- **DJAZAGRO – Cezayir**

**2025 için fuar destek üst limitleri:**

- Genel fuarlar: **571.000 TL**
- Sektörel fuarlar: **953.000 TL**
- Prestijli fuarlar: **2,8 milyon TL**

[Fuar Desteği yayılımımız için tıklayın.](#)

## 4.7. Turquality ve Markalaşma Programları

Plastik ambalaj malzemeleri sektöründe global marka olmayı hedefleyen firmalar için **Turquality ve Marka Programı** büyük avantajlar sunmaktadır.

- **Finansal destek:** 5–10 yıl süreyle stratejik pazarlama, reklam, danışmanlık ve organizasyon maliyetleri desteklenir.
- **Plastik ambalaj malzemeleri özelinde önemi:** markalaşma, ihracat payını artırmada kritik rol oynar.

## 5. Sonuç

Türkiye plastik ambalaj sektörü, güçlü üretim altyapısı, geniş ürün çeşitliliği ve stratejik coğrafi konumu sayesinde bölgesel ve küresel pazarlarda önemli bir rekabet avantajına sahiptir. Avrupa Birliği, Orta Doğu, Afrika ve Asya pazarlarına yakınlık, Türk firmalarına lojistik açıdan hızlı ve maliyet etkin teslimat imkânı sunarken; esnek ambalaj, sert plastik ambalaj, gıda temasına uygun ambalajlar, endüstriyel paketleme çözümleri ve sürdürülebilir ambalaj türleri ihracatta öne çıkan alt segmentlerdir. Son dönemde artan modern üretim hatları yatırımları, geri dönüştürülebilir malzeme kullanımı ve çevre dostu ambalaj çözümlerine yönelim sektörün küresel talebe uyum kabiliyetini artırmaktadır.

Dijitalleşme ise sektörün uluslararası pazarlardaki görünürlüğünü güçlendiren önemli bir diğer unsurdur. SEO uyumlu web siteleri, çok dilli kataloglar, ürün odaklı video içerikler ve LinkedIn gibi B2B platformlarda yürütülen dijital pazarlama kampanyaları, plastik ambalaj üreticilerinin global alıcılarla daha hızlı temas kurmasını sağlamaktadır. Ayrıca CRM sistemleri, teklif ve numune süreçlerinin daha profesyonel yönetilmesine imkân verirken, otomasyon araçları müşteri takibini kolaylaştırmaktadır.

Devlet tarafından sağlanan ihracat destekleri de plastik ambalaj sektörünün büyümesine ciddi katkı sağlamaktadır. Pazara giriş belgeleri, fuar katılım destekleri, marka tescili, tasarım ve birim destekleri ile UR-GE ve Turquality gibi programlar, firmalara finansal ve operasyonel açıdan önemli avantajlar sunmaktadır. Bu destekler sayesinde firmalar hem üretim kapasitesini artırmakta hem de uluslararası marka bilinirliğini güçlendirmektedir.

Sonuç olarak, Türkiye plastik ambalaj sektörü, stratejik yatırımlar, sürdürülebilir üretim teknolojileri ve dijitalleşme ile orta vadede daha yüksek katma değerli ürünlere yönelme potansiyeline sahiptir. Sürdürülebilir ambalaj üretimi, dijital pazarlama stratejileri ve devlet desteklerinin bileşimi, Türkiye'yi yalnızca bölgesel değil, küresel plastik ambalaj tedarik zincirinde de güçlü bir oyuncu haline getirmeye devam edecektir.

## 6. Bize Ulaşın

Plastik Ambalaj İhracatı sektöründe küresel fırsatları kaçırmak istemiyor musunuz?

BAZ Girişim olarak, **pazar araştırması, ihracat planlaması, dijital pazarlama ve devlet destekleri danışmanlığı** ile yanınızdayız.



Telefon: 0312 418 46 58 | 0545 149 95 27



E-posta: [info@bazgirisim.com](mailto:info@bazgirisim.com)



Görüşme planlayın: [Calendly'den randevu alın](#)

**Bize ulaşın ve firmanızı dünya plastik ambalaj ihracatında bir adım öne taşıyın!**

# BAZ Girişim

İhracat Mentorunuz BAZ Girişim, küresel pazarları kazanmada devlet destekleri, dijital pazarlama ve ihracat danışmanlığıyla yanınızda.

[bazgirisim.com](http://bazgirisim.com)



[info@bazgirisim.com](mailto:info@bazgirisim.com)



+90 312 418 46 58