



PAGEV



Türkiye Plastik Kozmetik Ambalaj Sektör İzleme Raporu

2017



ÖNSÖZ

Plastik sektörü, Türkiye ekonomisinin en önemli aktörlerinden birisidir. Bugün 9 milyon tonu aşan toplam üretimi, 35 milyar dolarlık cirosu, 5 milyar dolara yaklaşan direkt ihracatı ve son 10 senede ortalama yüzde 12'lere yaklaşan yıllık büyüme ile plastik sektörünün ülke ekonomisine sağladığı katkı giderek artıyor. Sektörümüz, ulaştığı üretim kapasitesiyle Avrupa'da ikinciliğe, dünyada ise altıncılığa yükseldi. PAGEV olarak, Türkiye Plastik Sektörünün "Birleştirici Gücü" misyonumuz çerçevesinde başarıyla yoluna devam eden sektörümüzü hep daha ileriye taşıyacak projeleri sizlerle birlikte hayata geçiriyoruz.

Plastiğin hayatımızdaki vazgeçilmezliğini gözler önüne seren ve bilimsel verilere dayanan somut adımlarla sektör sorunlarımızı gidermeye yönelik çalışmalara imza atarken, doğru ve güvenilir veri ve bilgilere sahip olmanın çözümün en önemli parçası olduğunu da biliyoruz. Bu doğrultuda sürekli araştırıyor, yeni verileri topluyor, derliyor ve rapor haline getiriyoruz. Sektörümüzün gelişimi adına önemli olduğuna inandığımız raporlarımızı ve önemli bilgiler içeren kitapçıklarımızı plastik sektörü temsilcilerimizin, paydaşlarımızın ve kamu kurumlarımızın istifadesine sunuyoruz.

PAGEV olarak, uzun ve özverili araştırmalarımız neticesinde sektörümüze ciddi boyutta katkı sağlayacak bir rapor seti hazırladık. Raporlarımız ile Türkiye Plastik Sektörünün doğru ve güvenilir veriler ışığında hangi noktada olduğunu, ortak problemlerini ve somut çözüm arayışlarının neler olması gerektiğini uzman raportörlerimizin yorumları ile kitapçıklar haline getirdik. Başta üyelerimiz olmak üzere tüm paydaşlarımızın faydasına sunduğumuz rapor ve bilgilendirme setimizin plastik dünyasına yön vereceğine inanıyoruz. Bu çalışmalarımız ile aynı zamanda kamu kurumlarımızın da plastik sektörü ile ilgili en güncel veriler ve doğru bilgilere ulaşmasını sağlamaktan dolayı mutluyuz.

Bununla birlikte İngilizce olarak hazırladığımız sektör raporlarımızla da, meslektaşlarımızın ülkemiz plastik sektörünün potansiyelini en güncel verilerle global pazardaki iş ortakları ile paylaşabileceklerini düşünüyoruz.

Bu vesile ile sizlerle paylaştığımız dosyamızda yer alan, sektörümüz ile güncel raporlarımızı ve bilgilendirme dosyalarımızı istifadelerinize sunar, ülkemiz kalkınmasında lokomotif bir misyon üstlenen sektörümüzün bu günlere erişmesinde emeği geçen tüm meslektaşlarımıza teşekkür ederiz.

Saygılarımla,

Yavuz EROĞLU
PAGEV Başkanı



İÇİNDEKİLER

1. KOZMETİK ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ TANIMI.....	4
2. KOZMETİK ÜRÜNLERİ SEKTÖR PROFİLİ.....	5
3. KOZMETİK ÜRÜNLERİ AMBALAJ SEKTÖRÜ.....	11
3.1. TOPLAM AMBALAJ.....	11
3.2. PLASTİK AMBALAJ.....	13
4. 2018 BEKLENTİLERİ.....	15
5. PAGEV PROJELERİ	16
5.1. PLASTİK MÜKEMMELİYET MERKEZİ.....	16
5.2. ULUSLARARASI BÖLGESEL PLASTİK ÜRETİM MERKEZİ	17

1. KOZMETİK ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ TANIMI

Kozmetiğin tanımı ve kapsamı, 5324 sayılı Kozmetik Kanunu içerisinde; “İnsan vücudunun epiderma, tırnaklar, kıllar, saçlar, dudaklar ve genital organlar gibi değişik dış kısımlarına, ağız ve dişlere veya mukozaya uygulanmak üzere hazırlanmış, amacı veya yan amacı bu kısımları temizlemek, koku vermek ve korumak suretiyle iyi bir durumda muhafaza etmek, görünümünü değiştirmek ve vücut kokularını düzeltmek olan, saç boyaları ve saç açıcıları da dahil olan maddeler veya preparatlar “ şeklinde yapılmıştır.

Bu kanun, insan vücudunun epiderma, tırnaklar, kıllar, saçlar, dudaklar ve dış genital organlar gibi değişik dış kısımlarına, dişlere ve ağız mukozasına uygulanmak üzere hazırlanmış, tek veya temel amacı bu kısımları temizlemek, koku vermek, görünümünü değiştirmek ve/veya vücut kokularını düzeltmek ve/veya korumak veya iyi bir durumda tutmak olan bütün preparatları veya maddeleri kapsar.

Kozmetik denildiğinde akla ilk olarak kişisel bakım ürünleri, parfümler, vücut ve cilt bakım ürünleri gelmektedir. Buna ek olarak, kullanılan bütün yaşam alanlarında, kozmetik sektörünün birincil işlevi; kullanılan her türlü alanın temizlenerek yeniden kullanılabilir hale gelmesini sağlamaktır. Ayrıca, kozmetik sektörü vücut temizleme, kokulandırma, yenileme, yaşlanma etkilerini geciktirme gibi saçtan cilt bakımına, makyaj malzemesinden parfüme çok geniş bir yelpazeyi üretip pazarlamakta, üretim ve dağıtımda üst düzey teknolojileri kullanmaktadır.

Kozmetik ürünleri sanayii, Standart Uluslararası Ticari Sınıflandırmaya (SITC) göre 553. bölümde, Armonize Sisteme göre ise 33. fasılda tanımlanmaktadır. Buna göre; sektör kapsamında yer alan ürünler; uçucu yağlar, sanayide hammadde olarak kullanılan koku veren maddelerin karışımları, parfümler, güzellik/makyaj ve cilt bakımı için müstahzarlar, saç müstahzarları, ağız/diş sağlığını korumaya mahsus müstahzarlar, tıraş müstahzarları, vücut deodorantları ve tuvalet müstahzarlarıdır. Kozmetik sektörünün değerlendirmesinde

GTİP No: 33’de yer alan aşağıdaki mamuller, raporun ambalaj bölümünde ise bu ürünler için kullanılan ambalajlar dikkate alınmıştır.

GTİP	Açıklama
3301	Uçucu Yağlar
3302	Sanayide Hammadde Olarak Kullanılan Koku Veren Maddelerin Karışımları
3303	Parfümler ve Tuvalet Suları
3304	Güzellik/Makyaj ve Cilt Bakımı İçin Müstahzarları
3305	Saç Müstahzarları

Bu raporun fikri mülkiyet hakları PAGEV’e ait olup kaynak gösterilmeden kısmen de olsa alıntı yapılamaz.

3306	Ağız/Diş Sağlığını Korumaya Mahsus Müstahzarlar
3307	Tıraş Müstahzarları, Vücut Deodorantları, Tuvalet Müstahzarları

Tablo 1: Kozmetik ürünlerinin armonize sistemdeki GTİP numaraları

Kaynak: TÜİK ve ITC Trade Statistics

2. KOZMETİK ÜRÜNLERİ SEKTÖR PROFİLİ

Türkiye kozmetik sektörü, hızlı bir gelişim göstermektedir. Kozmetik sektöründe faaliyet gösteren çok uluslu firmaların çoğu Türkiye’de üretim ve pazarlama faaliyetleri yürütmektedir. Sektördeki birçok yabancı yatırımcı lisans anlaşmaları ve ortak girişimler aracılığı ile üretim yapmaktadır.

Kozmetik sektöründe 80’in üzerinde firma faaliyet göstermekte ve bu firmaların çoğu birden fazla kozmetik kategorisiyle meşgul olmaktadır. Sektörün en büyük ithalatçı firmaları yurtdışındaki diğer büyük şirket gruplarına bağlıdır. Bunlardan birçoğu, ana firmadan alınan izin sonucu, bazı kozmetik ürünlerini yurt içinde de üretmektedir.

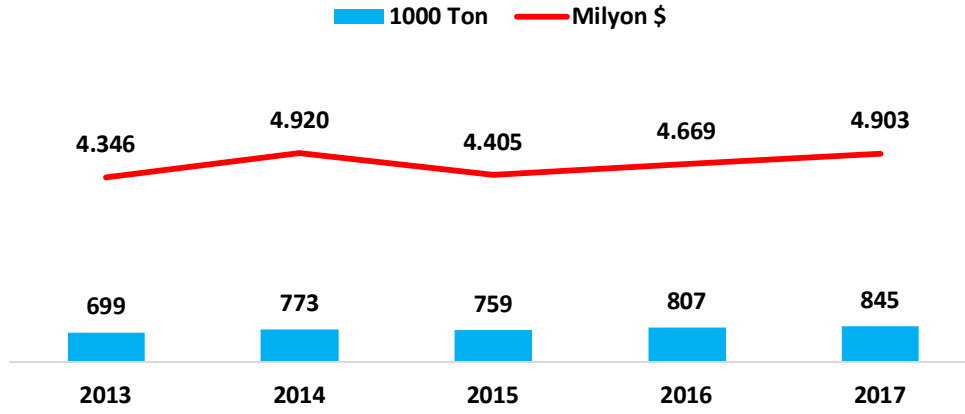
Kozmetik ürünleri üreten firmaların bazıları doğal katkılı ürünleri de üretmektedir. Kozmetik ürünleri kategorisinde 46.000’i yerli 170.000 civarında ürünün iç pazarda dağıtımı yapılmaktadır. Türk kozmetik ve kişisel bakım ürünleri endüstrisi kalite bakımından da dünya standartlarında üretim yapmaya başlamıştır. Birçok firma ISO 9000 Kalite Sistem Sertifikalarına ve ISO 14001 sertifikasına sahiptir. Türk kozmetik ve kişisel bakım ürünleri üreticileri çevre konusunda, son ulusal ve uluslararası gelişmeleri yakından takip etmektedir. 30 Mart 2005 de Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiş olan Kozmetik Kanunu, AB Kozmetik Direktifine (76/768/EEC) uyumlaştırılmış ve uygulama söz konusu Kanun yürürlüğe girdiği tarihten itibaren başlamıştır.

Ülkemizde son yıllarda sektörde doğal sabunlar, şampuanlar, diğer saç bakım ürünleri ve saç boyaları, cilt bakım ürünleri, vücut bakım ürünleri ve diğer doğal kozmetikler üretilmeye başlanmıştır. Özellikle doğal sabun ve şampuan üretimi ülke çapında birçok küçük ölçekli firma tarafından gerçekleştirilmektedir. Dünyaca ünlü defne ve zeytinyağı sabunları Türkiye’de büyük miktarlarda üretilmektedir.

Kozmetik sektörü tüketici piyasasının en fazla rekabet yaratan sektörü olup, birçoğu çok uluslu ortaklık şirketine bağlı olan geniş çaplı işletmelerden oluşmaktadır. Kozmetik sektörünün en önemli özelliklerinden biri firmalar arasındaki rekabettir.

2013 yılında 699 bin ton ve 4 milyar 346 milyon dolar olan üretim yılda ortalama miktar bazında % 4,9 değer bazında da % 3,1 artarak, 2017 yılında 845 bin ton ve 4,9 milyar dolara çıkmıştır. Üretim 2017 yılında 2016 yılına kıyasla miktar bazında % 4,7, değer bazında da % 5 artmıştır. Üretimin 2018 yılında 886 bin ton ve 5 milyar dolara çıkması beklenmektedir.

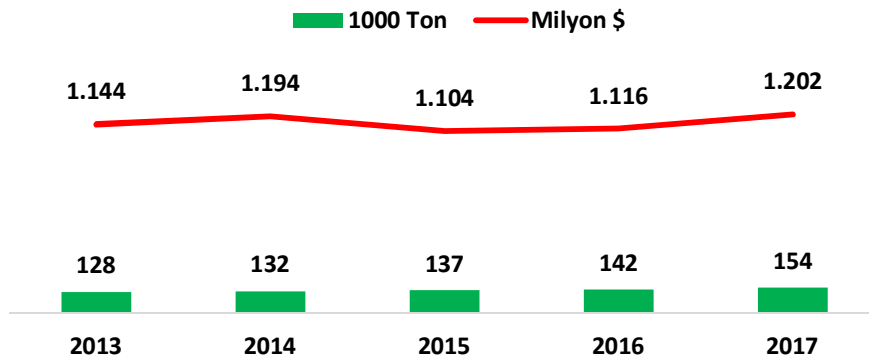
Bu raporun fikri mülkiyet hakları PAGEV’e ait olup kaynak gösterilmeden kısmen de olsa alıntı yapılamaz.



Grafik 1: Türkiye Kozmetik Mamulleri Üretimi

Kaynak: TÜİK ve ITC Trade Statistics

2013 yılında 128 bin ton ve 1 milyar 144 milyon dolar olan ithalat yılda ortalama miktar bazında % 4,7 değer bazında da % 1,3 artarak, 2017 yılında 154 bin ton ve 1,2 milyar dolara çıkmıştır. İthalat 2017 yılında 2016 yılına kıyasla miktar bazında % 8,5, değer bazında da % 7,8 artmıştır. İthalatın 2018 yılında 161 bin ton ve 1,22 milyar dolara çıkması beklenmektedir. 2017 yılında kozmetik ithalatı toplam kozmetik tüketimi içinden miktar bazında % 24 değer bazında da % 16 pay almıştır.



Grafik 2: Türkiye Kozmetik Mamulleri İthalatı

Kaynak: TÜİK ve ITC Trade Statistics

Sektörün ithalat yaptığı başlıca ülkeler; Fransa, Almanya, İrlanda, İsviçre ve Polonya olarak sıralanmaktadır. Bahse konu sektördeki ilk 10 tedarikçinin toplam sektör ithalatı içerisindeki payı miktar ve değer bazında % 80'dir.

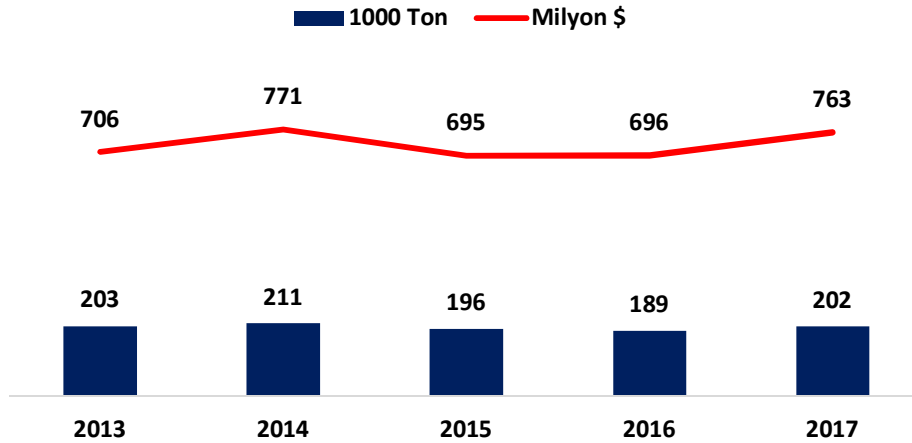


	1000 Ton	Milyon \$	% - Ton	% - \$
Fransa	18	205	11,7	17,0
Almanya	26	190	16,8	15,8
İrlanda	5	97	3,2	8,1
İsviçre	5	97	3,4	8,1
Polonya	18	72	11,5	6,0
Romanya	25	72	16,5	6,0
ABD	4	62	2,3	5,2
İtalya	9	61	6,1	5,0
İngiltere	8	58	5,2	4,9
İspanya	5	45	3,4	3,8
10 Ülke Toplam	123	959	80,2	79,9
Diğerleri	30	241	19,8	20,1
Toplam	154	1.200	100,0	100,0

Tablo 2: Türkiye'nin Ülkeler İtibariyle Kozmetik İthalatı

Kaynak: TÜİK ve ITC Trade Statistics

2013 yılında 203 bin ton ve 706 milyon dolar olan ihracat ortalama miktar bazında % 0,2 gerileyerek, değer bazında da % 2 artarak, 2017 yılında 202 bin ton ve 763 milyon dolara çıkmıştır. İhracat 2017 yılında 2016 yılına kıyasla miktar bazında % 6,9, değer bazında da % 9,5 artmıştır. İhracatın 2018 yılında 202 bin tona ve 778 milyon dolara çıkması beklenmektedir. 2017 yılında kozmetik ihracatı toplam kozmetik üretimi içinden miktar bazında % 19, değer bazında da % 23 pay almıştır.



Grafik 3: Türkiye Kozmetik Mamulleri İhracatı

Kaynak: TÜİK ve ITC Trade Statistics



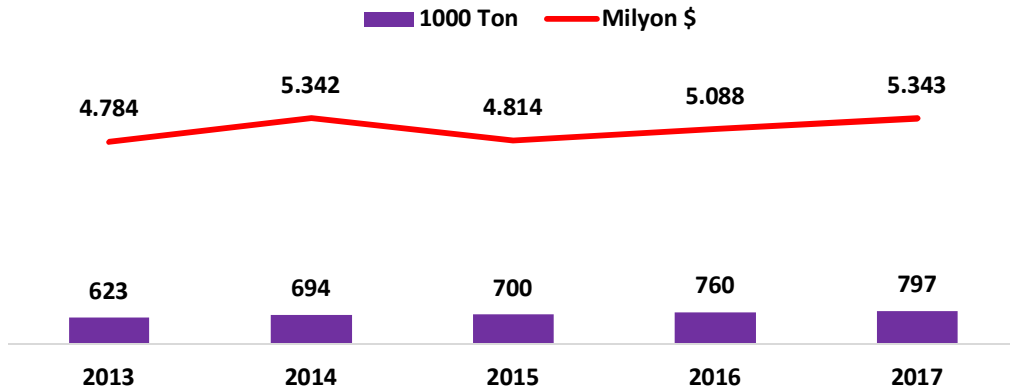
Sektörün kozmetik malzemeleri ihraç ettiği başlıca ülkeler; Irak, İran, İngiltere, Fransa ve Almanya olarak sıralanmaktadır. Bahse konu sektördeki ilk 10 ihracat pazarı toplam sektör ihracatı içerisinde miktar bazında % 53, değer bazında da % 51 pay almaktadır.

	1000 Ton	Milyon \$	% - Ton	% - \$
Irak	38	82	18,9	10,7
İran	22	71	11,1	9,3
İngiltere	8	42	4,1	5,5
Fransa	3	41	1,6	5,3
Almanya	7	38	3,4	5,0
Rusya Federasyonu	6	28	3,2	3,7
Suudi Arabistan	5	26	2,6	3,4
Hollanda	7	24	3,5	3,2
BAE	3	22	1,6	2,9
İsrail	6	18	3,1	2,3
10 Ülke Toplam	107	392	53,1	51,4
Diğerleri	95	371	46,9	48,6
Toplam	202	763	100,0	100,0

Tablo 3: Türkiye'nin Ülkeler İtibariyle Kozmetik İhracatı

Kaynak: TÜİK ve ITC Trade Statistics

2013 yılında 623 bin ton ve 4 milyar 784 milyon dolar olan ihracat ortalama miktar bazında % 6,3 değer bazında da % 2,8 artarak, 2017 yılında 797 bin ton ve 5 milyar 343 milyon dolara çıkmıştır. İç pazar tüketimi 2017 yılında 2016 yılına kıyasla miktar bazında % 4,9, değer bazında da % 5 artmıştır. İç tüketimin 2018 yılında 847 bin tona ve 5 milyar 493 milyon dolara çıkması beklenmektedir.



Grafik 4: Türkiye Kozmetik Mamulleri Yurt İçi Tüketimi

Kaynak: TÜİK ve ITC Trade Statistics

Bu raporun fikri mülkiyet hakları PAGEV'e ait olup kaynak gösterilmeden kısmen de olsa alıntı yapılamaz.



Türkiye kozmetik sektöründe ihracat hızla artmaktadır. Sektör firmaları 190'ın üzerinde ülkeye ihracat yapar duruma gelmiştir.

Sektörün başlıca ihraç pazarları; Irak, İran, Rusya Federasyonu, Almanya ve Fransa olarak sıralanmaktadır. Bahse konu sektördeki ilk 15 ihraç pazarımızın toplam sektör ihracatı içerisindeki payının % 60'ı aştığı görülmektedir.

	2013	2016	2017	CAGR (%) 2013-2017	% Artış 2017/2016	2018/T
Üretim	699	807	845	4,9	4,7	886
İthalat	128	142	154	4,7	8,5	161
İhracat	203	189	202	-0,2	6,9	202
İç Tüketim	623	760	797	6,3	4,9	847

Tablo 4: Kozmetik Sektöründe Arz ve Talep Gelişimi (1000 Ton)

Kaynak: TÜİK ve ITC Trade Statistics

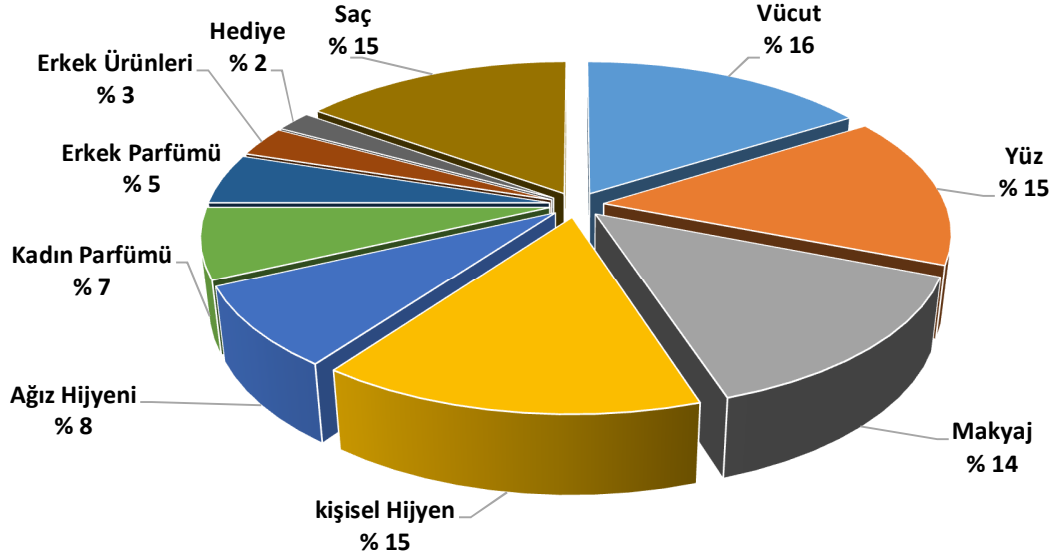
	2013	2016	2017	CAGR (%) 2013-2017	% Artış 2017/2016	2018/T
Üretim	4.346	4.669	4.903	3,1	5,0	5.054
İthalat	1.144	1.116	1.202	1,3	7,8	1.218
İhracat	706	696	763	2,0	9,5	778
İç Tüketim	4.784	5.088	5.343	2,8	5,0	5.493

Tablo 5: Kozmetik Sektöründe Arz ve Talep Gelişimi (Milyon \$)

Kaynak: TÜİK ve ITC Trade Statistics

Türkiye 2017 yılında kozmetik ürünler dış ticaretinde miktar bazında 47 bin ton fazlalık verirken, ithal fiyatlarının ihraç fiyatlarından fazla olması nedeniyle değer bazında 440 milyon dolarlık açık vermiştir.

Türkiye iç pazarında en çok satılan ürünler sıralamasında yüzde 34'lük pay ile cilt bakımı ilk sırada yer alırken, bunu yüzde 24 ile saç, yüzde 17 ile makyaj ürünleri takip ediyor.



Grafik 5: Türkiye’de Kozmetik Tüketiminde Ürün Payları

Kaynak: TÜİK ve ITC Trade Statistics

Türkiye kozmetik sektöründe L’Oreal, Procter&Gamble, Unilever, Colgate & Palmolive, Avon, Oriflame gibi büyük oyuncuların yanı sıra Evyap, Kopaş Kozmetik, Erkul Kozmetik gibi yerel firmalar fiyat politikalarıyla uluslararası rakipleriyle yarış halindedir.

Sektörün perakende ayağında ise kıyasıya bir rekabet söz konusudur. Özellikle son dönemde orta gelir grubuna hitap eden markaların yer aldığı kategoride rekabet kızışmış durumda. Flormar, Golden Rose gibi markaların AVM’lerdeki açtıkları mağazalar ya da kiokslarda sundukları uygun fiyatlı ve trendy ürünler, tüketicilerden yoğun ilgi görmektedir.

Sektör iç piyasada, özellikle ‘orta’ seğmende hitap eden markaların olduğu kategoride kıyasıya rekabet söz konusu. Sektördeki satın almalar, yeni yatırımlar, ağırlıklı olarak orta kesime hitap eden markalara dönük yapılmaktadır.

Kozmetik sektörü Türkiye ekonomisinde önemli paya sahiptir. Sektör on binlerce kişiye iş imkânı yaratmaktadır. Her gün her eve, her iş yerine, 200.000 satış noktasına ulaşan ürün çeşidi ile hizmet veren kozmetik sektörünün toplam ülke reklam harcamalarından % 20 pay aldığı görülmektedir.

Son yıllarda dağıtım ağlarındaki işletmeler arasında fiyat ve arz konularında, büyük süpermarket zincirlerinin de pazara girmesiyle artan belirgin bir rekabet ortamı söz konusudur. Rekabet, marka sayısının çok olmasından kaynaklanmaktadır.



Kozmetik ürünler talebi demografik gelişmelerden doğrudan etkilenmektedir. Güzellikleri için her yıl önemli miktarda harcama yapan bayanlar, kozmetik sektörünün en önemli müşterileridir. Buna rağmen, son yıllarda erkeklerin de kozmetik ürünlerine ilgisi artmıştır.

Tüketicilerin harcanabilir net geliri, ürünlerin fiyatları ve reklam, kozmetik talebini yoğun bir şekilde etkilemektedir. Sürekli artan rekabet nedeniyle, sektördeki birçok firma ürününü pazara sürmek amacıyla yüksek miktarda reklam harcamaları yapmaktadır.

Ülkemizin kozmetik ürünlerinde çok önemli bir potansiyeli bulunmaktadır. Artan refah seviyesi, kişi başına düşen harcanabilir gelir ve nüfusun yaşlanması, kozmetik ürünlerine olan talebin artmasına neden olmaktadır.

3. KOZMETİK ÜRÜNLERİ AMBALAJ SEKTÖRÜ

3.1. TOPLAM AMBALAJ

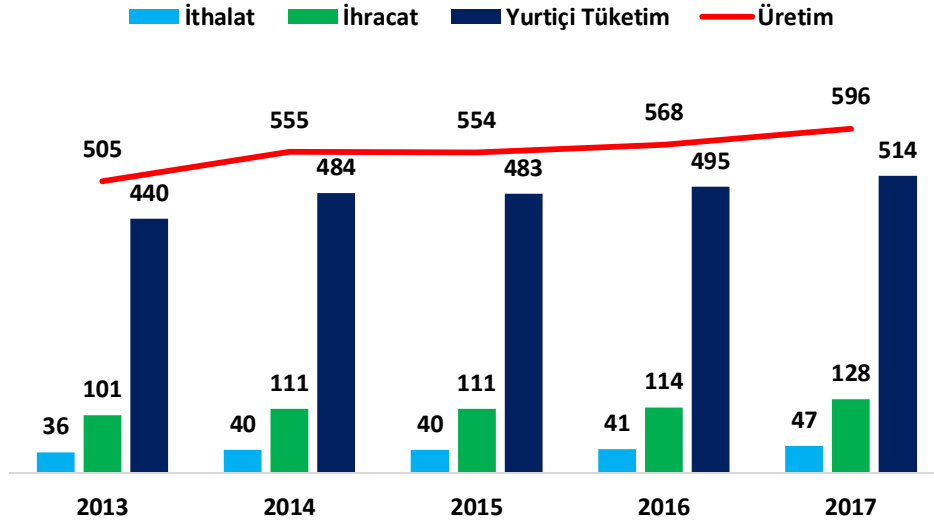
Türkiye'nin kozmetik mamulleri üretimine paralel olarak kozmetik ambalaj üretimi ve tüketimi de artarak devam etmektedir. Nitekim 2013 yılında 505 bin ton olan kozmetik ambalaj üretimi, yılda ortalama 4,9 artarak, 2017 yılında 596 bin tona yükselmiştir.

Türkiye toplam kozmetik ambalaj sektöründe tüketimin yaklaşık % 9'u ithalatta karşılanırken, üretimin yaklaşık % 22'si ihraç edilmektedir. Türkiye kozmetik ambalaj dış ticaretinde fazlalık vermektedir. Dış ticaret fazlası 2017 yılında 91 bin ton civarında gerçekleşmiştir.

	2013	2016	2017	CAGR (%) 2013-2017	% Artış 2017/2016	2018/T
Üretim	505	568	596	4,2	4,9	625
İthalat	36	41	47	6,4	13,9	53
İhracat	101	114	128	6,1	12,4	144
Yurt İçi Tüketim	440	495	514	4,0	3,9	534
İhracat/Üretim (%)	20	20	22			23
İthalat/İç Satış (%)	8	8	9			10

Tablo 6: Türkiye Toplam Kozmetik Ambalaj Malzemeleri Arz ve Talep Dengesi (1000 Ton)

Kaynak: TÜİK ve ITC Trade Statistics

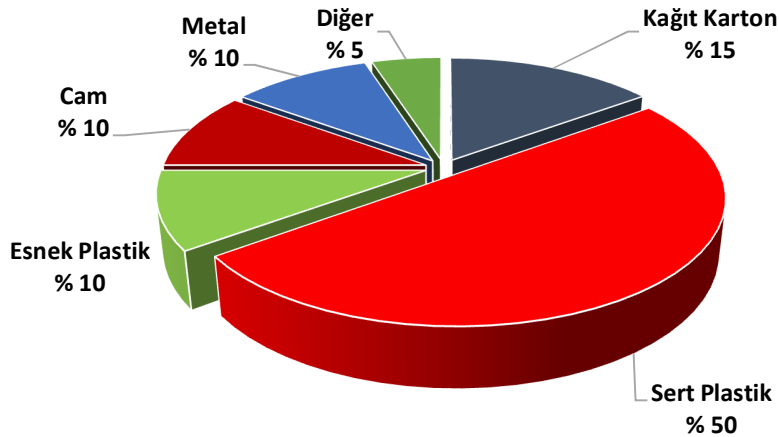


Grafik 6: Türkiye Kozmetik Ambalaj Malzemeleri Sektörü Arz ve Talep Dengesi

Kaynak: TÜİK ve ITC Trade Statistics

Başlıca kozmetik ambalaj mamulleri; kâğıt ve karton, metal, esnek ambalaj ürünleri, cam ve diğer kozmetik ambalaj mamulleri olarak tarif edilmektedir. Bunlar arasında, sert plastik kozmetik ambalaj segmenti pazarın % 50'sinden fazlasını elinde tutmaktadır.

Türkiye’de toplam kozmetik ambalaj mamulleri tüketiminden sert plastikler % 50, esnek plastikler % 10 pay almaktadır. Bu şekilde yapılan değerlemede toplam kozmetik ambalaj mamullerinde plastiğin payının % 60’lar düzeyinde olduğu görülmektedir. Plastikten sonra kâğıt karton payının % 15, metal ve cam payının % 10 olduğu görülmektedir.



Grafik 7: Türkiye’de Kozmetik Ambalajlarda Malzeme Payları

Kaynak: TÜİK ve ITC Trade Statistics

Bu raporun fikri mülkiyet hakları PAGEV’e ait olup kaynak gösterilmeden kısmen de olsa alıntı yapılamaz.

Yaratıcı ve verimli modern ambalajlar muhafaza ettiği ürünün raf ömrünü artırmanın dışında müşterilerin dikkatini çekerek ürünün satışının artmasına yardımcı olmaktadır. Kozmetik pazarı son derece tüketici odaklı olduğu için estetik ambalajlar, kozmetik ürünlerin satışında önemli bir rol oynamaktadır. Tüketicinin harcanabilir gelirinin ve güzellik bilincinin artması, kozmetik ambalaj mamullerine yönelik talebin artmasına neden olan en önemli nedendir. Tüketicinin yaşam tarzındaki değişiklikler ve yoğunluk, kozmetiklerin daha uygun ve estetik şekilde ambalajlanmasını gerektirmektedir.

3.2. PLASTİK AMBALAJ

Türkiye, plastik kozmetik ambalaj sektöründe, 68 firma faaliyet göstermekte olup, firmaların % 78'i İstanbul'dadır. İzmir ve Kocaeli'nde faaliyet gösteren firmalar toplam firma sayısından % 6 pay almaktadır.

İller	Firma Sayısı	% Dağılım
İstanbul	53	77,9
İzmir	4	5,9
Kocaeli	4	5,9
Ankara	2	2,9
Balıkesir	1	1,5
Bursa	1	1,5
Isparta	1	1,5
Konya	1	1,5
Tekirdağ	1	1,5
Toplam	68	100,0

Tablo 7: Plastik Kozmetik Ambalaj Sektöründe Faaliyet Gösteren Firma Sayısı

Kaynak: PAGEV Bilgi Bankası

Türkiye plastik kozmetik ambalaj sektöründe 2013 – 2017 yılları arasında üretim yılda ortalama % 4,2 artarak 357 bin tona, ithalat ise % 9,8 artış hızı ile 217 bin tondan 25 bin tona çıkmıştır.

Aynı periyod içinde ihracatın yılda ortalama % 9,5 artış hızı ile 58 bin tondan 82 bin tona, iç pazar tüketiminin de % 3,4 artış hızı ile 263 bin tondan 300 bin tona çıktığı görülmektedir.

Türkiye'de plastik kozmetik ambalaj malzemeleri üretiminin % 23'ü ihraç edilmekte yurtiçi tüketiminin de % 8'i ithalatla karşılanmaktadır.

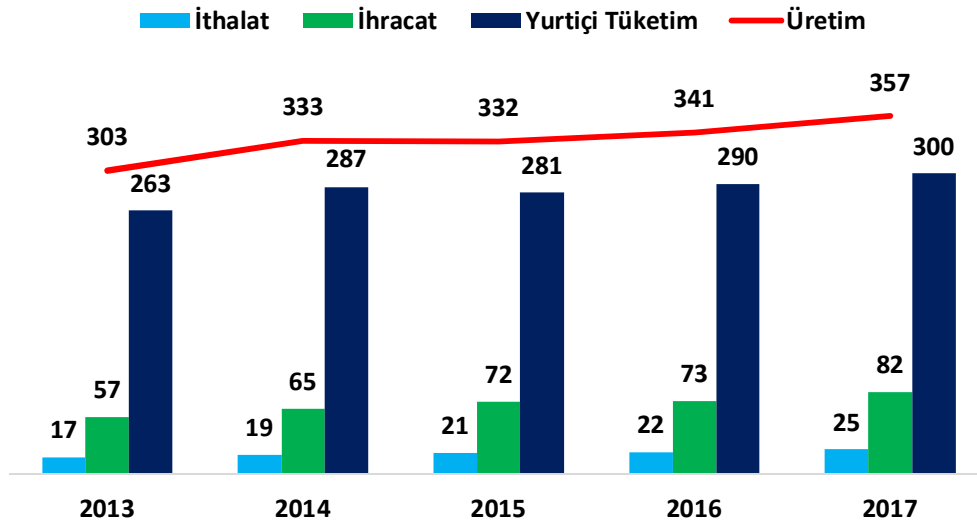
Sektör 2017 yılında 57 bin ton dış ticaret fazlası vermiştir.



	2013	2016	2017	CAGR (%) 2013-2017	% Artış 2017/2016	2018/T
Üretim	303	341	357	4,2	4,9	375
İthalat	17	22	25	9,8	13,9	28
İhracat	57	73	82	9,5	12,4	92
Yurt İçi Tüketim	263	290	300	3,4	3,7	311
İhracat/Üretim (%)	19	21	23			25
İthalat/İç Satış (%)	6	7	8			9

Tablo 8: Türkiye Kozmetik Plastik Ambalaj Sektörü Arz ve Talep Dengesi (1000 Ton)

Kaynak: TÜİK ve ITC Trade Statistics



Grafik 8: Türkiye Kozmetik Plastik Ambalaj Sektörü Arz ve Talep Dengesi (1000 Ton)

Kaynak: TÜİK ve ITC Trade Statistics

4. 2018 BEKLENTİLERİ

Ambalaj malzemesi, paketlenen kozmetik ürününün çeşidine bağlıdır. Etkili ambalajlarla rekabet avantajı kazanmak için kozmetik ambalaj sektöründe sürekli yenilik çok önemli bir gerekliliktir. Sektörü yönlendiren şirketler, kozmetik ürün satışlarını arttırmak için kozmetik ambalaj mamullerinde her geçen gün araştırma ve geliştirme faaliyetlerini arttırmakta ve piyasaya inovatif ambalajlar sunmaktadır.

Kozmetik ürünlerin ambalajlanmasında inovasyona en uygun ambalaj mamullerinin plastikler olduğu kabul edilmektedir. Bu nedenle özellikle sert plastik kozmetik ambalaj mamullerine olan talebin, renklendirme özelliği, maliyet avantajı, kolay depolama ve taşıma, güvenilir koruma gibi üstün özellikleri nedeniyle ileriki yıllarda giderek artacağı tahmin edilmektedir.

Bu raporun fikri mülkiyet hakları PAGEV'e ait olup kaynak gösterilmeden kısmen de olsa alıntı yapılamaz.



2018 yılında plastik ambalaj malzemeleri üretiminin 375 bin ton, ithalatının 28 bin ton ihracatının 92 bin ton ve yurt içi tüketiminin de 311 bin tona çıkması beklenmektedir.

2018 yılında toplam üretimin % 25'inin ihraç edileceği, toplam yurt içi tüketiminin de % 9'unun ithalatla karşılanacağı tahmin edilmektedir.

2018 sonunda sektörün 64 bin ton dış ticaret fazlası vereceği tahmin edilmektedir.

5. PAGEV PROJELERİ

Türkiye plastik sektörünün “ Birleştirici Gücü “ PAGEV, yukarıda özetlenen sorunların çözümüne yönelik değişik projeler geliştirmektedir. Bunlar özetle; “PAGEV Plastik Mükemmeliyet Merkezi“ ve “Uluslararası Bölgesel Plastik Üretim Merkezi”dir.

5.1. PAGEV PLASTİK MÜKEMMELİYET MERKEZİ

Hayatın her alanında kullanılan plastik malzemeler, üstün özellikleri nedeniyle tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de diğer alternatif ürünlerin hızla yerini almaktadır. Tüm sektörlerde kullanımı artan plastikler, 21. yüzyılın vazgeçilmez malzemesi haline dönüşmektedir. Ülkemizde genç olmasına rağmen en hızlı büyüyen sektörlerden biri olan Türkiye Plastik Endüstrisi, dünyada 6., Avrupa’da 2. sırada yer almaktadır. Avrupa’da liderlik hedefiyle büyüyen Türkiye Plastik Sektörü, ürünlerinin sertifikasyon ve katma değerini arttırmayı amaçlıyor. Türkiye Plastik Sektörünün “Birleştirici Gücü” PAGEV, bu amacın gerçekleştirilmesi için “PAGEV Plastik Mükemmeliyet Merkezi” ile sektöre öncülük etmektedir. PAGEV Plastik Mükemmeliyet Merkezi’nin hedeflenen misyonu, aşağıdaki faaliyetleri içerecektir.

- ✓ Araştırma Geliştirme
- ✓ Test ve Laboratuvar Hizmetleri
- ✓ Sertifikasyon
- ✓ Eğitim
- ✓ Yetkin Danışmanlık

Plastik sektörünün ihtiyaç duyduğu test ve laboratuvar desteğinin verileceği Mükemmeliyet Merkezi’yle; yüksek test maliyetleri, yurtdışına nakliye, gümrükleme, uzun test süreleri gibi zaman ve enerji kaybına yol açan birçok sorun ortadan kaldırılacaktır.

Sektörde bilgi ve birikim paylaşımını sağlayacak platformlar Merkez tarafından geliştirilecek ve detaylı eğitim programları hazırlanarak sektör yararına sunulacaktır. En yeni teknolojiler üzerinde çalışmalar yaparken sanayi kuruluşları, üniversiteler, araştırma kurumları, mesleki birlikler ve sivil



toplum kuruluşlarıyla iş birliği yapacak Mükemmeliyet Merkezi, Ar-Ge ve inovasyona dayalı çalışmalarıyla Türk plastik sektörünün dünya lideri olması için çalışacaktır.

Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı desteği ile kurulmakta olan PAGEV Plastik Mükemmeliyet Merkezi, Türkiye'nin milli projelerinin temelini oluşturacak endüstriyel beceri ve yeteneklerin geliştirilmesini sağlayarak özelde plastik sektörünün, genelde Türkiye ekonomisinin gücüne güç katacaktır. Stratejik iş birliğiyle kurulacak PAGEV Plastik Mükemmeliyet Merkezi'ndeki; izlenebilir hedefleri olan, bilimsel nitelikli, ticarileşme potansiyeli yüksek araştırmalar ile plastik sektörünün daha hızlı büyümesi hedeflenmektedir.

Türk plastik endüstrisinin, Ar-Ge çalışmalarıyla desteklenen ileri teknolojiyle büyümesi, yüksek katma değer üretmesi ve dünya ile daha iyi rekabet edebilmesi için Türkiye'de ilk kez PAGEV Plastik Mükemmeliyet Merkezi kuruluyor.

Tamamlandığında 30 bin m²'nin üzerinde bir alana sahip olacak Mükemmeliyet Merkezi, İstanbul Küçükçekmece'deki PAGEV Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nin hemen yanı başında yükseliyor. Türkiye'yi, dünyada plastik üretiminin üssü haline getirecek PAGEV Plastik Mükemmeliyet Merkezi, inovatif projeler yürütecektir.

Bunun yanı sıra yurtdışına ihraç edilen ürünlere ilişkin bir kontrol mekanizması oluşturacak Merkez, Türkiye'de üretilen plastik ürünlerin uluslararası pazarlardaki güvenilirliğinin ve itibarının korunmasına da katkı sağlayacaktır. Diğer taraftan yurtdışından ithal edilen plastik ürünlerin, kesin ithalatı yapılmadan laboratuvarlarda teknik uygunluğunun belirlenmesi ile ülkemize kalitesiz ve standart dışı mal girişi engellenecektir.

Üstün bilgi altyapısı ile sektörün ihtiyacı olan önemli belgelendirmeleri daha ekonomik ve hızlı şekilde sektör oyuncularına sunacak Mükemmeliyet Merkezi ayrıca; Ar-Ge çalışmalarıyla sektörün gelişimini hızlandırarak, firmalarımızın rekabet gücünü artıracak ürün ve üretim teknolojilerinin geliştirilmesine odaklanacaktır.

Dünya plastik sektöründeki gelişmeleri takip ederek inovatif fikirler geliştirecek Mükemmeliyet Merkezi, uygun girdi malzemelerinin belirlenmesinden, üretim proses optimizasyonuna kadar birçok alanda danışmanlık hizmeti vererek firmalarımızın rekabet gücünü arttıracaktır.

5.2. ULUSLARARASI BÖLGESEL PLASTİK ÜRETİM MERKEZİ

Türkiye Plastik Sektörü 9 milyon tona erişen proses kapasitesi ile dünyada 6., Avrupa'da ise ikinci büyük plastik üretim potansiyeline sahip olmakla birlikte, ihtiyaç duyduğu plastik hammaddenin % 85'inden fazlasını ithalatla karşılamaktadır. Türkiye Plastik Sektörünün en önemli avantajlarından biri, petrol ve plastik hammadde üreticisi Orta Doğu ülkeleri ile plastik mamul tüketicisi Avrupa pazarının arasında bulunmasıdır. Bu coğrafi yapısını fırsata çevirmeyi amaçlayan PAGEV,

Bu raporun fikri mülkiyet hakları PAGEV'e ait olup kaynak gösterilmeden kısmen de olsa alıntı yapılamaz.



PAGEV

Türkiye Plastik Kozmetik Ambalaj Sektör İzleme Raporu - 2017

Türkiye'nin Güney Doğu Anadolu Bölgesinde kurmayı amaçladığı Uluslararası Bölgesel Plastik Üretim Merkezinde, Ortadoğu ülkelerinin plastik hammadde üretim potansiyeli ile Türkiye Plastik Sektörünün yetkin mamul üretim yeteneğini ve tecrübesini birleştirmeyi hedeflemektedir. Kazan – Kazan prensibi ile kurulacak Merkezde, hammadde üreticisi ülkeler, büyük hacimli ve güvenilir bir pazara kavuşurken, ucuz ve güvenilir hammadde tedarikine sahip olacak Türkiye Plastik Sektörü, daha büyüyecek üretim kapasitesi ve düşük maliyetleri ile küresel pazarlarda daha büyük rekabet olanaklarına sahip olacaktır.

**BİLİNÇLİ BİR TOPLUM
AYDINLIK BİR GELECEK
GÜZEL BİR ÜLKE VE
DAHA YAŞANILABİLİR
BİR DÜNYA İÇİN
AMBALAJ ATIKLARINI
KAYNAĞINDA
DOĞRU AYRIŞTIRARAK
GERİ DÖNÜŞÜME SEN DE
DESTEK OL**



PAGÇEV, T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından
Ambalaj Atıklarının Yetkilendirilmiş Kuruluşudur
PAGÇEV bir PAGEV GERİ DÖNÜŞÜM İKTİSADİ İŞLETMESİDİR


PAGÇEV
pagcev.org



PLASTİK SEKTÖRÜNÜN BİRLEŞTİRİCİ GÜCÜ



PAGEV

PAGEV'in üye olduğu uluslararası kuruluşlar

PlasticsEurope
Association of Plastics Manufacturers



www.pagev.org

Halkalı Caddesi No: 132/1 Tez-İş İş Merkezi Kat: 4 Sefaköy- İstanbul
Tel. +90 (212) 425 13 13 Fax. +90 (212) 624 49 26 E-Mail. pagev@pagev.org.tr