

“

Film ve sinema sektöründe tercih edilen yöntemlerden biri ise platform tabanlı sistemlere içerik üretmektir.

”



MAFF 2025, MÜSİAD'ın kültür-sanat vizyonunun güçlü bir adımı olarak, yönetmenleri, yapımcıları, oyuncularını ve endüstri paydaşlarını buluşturdu.

MAFF 2025



MÜSİAD'dan
sinema
dünyasına
yeni bir festival:
MAFF ödülleri
sahiplerini buldu,
geceye Hülya
Koçyiğit ve Mesut
Uçakan damga
vurdu

Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (MÜSİAD) tarafından bu yıl ilk kez düzenlenen MÜSİAD Altın Çark Uluslararası Kısa Film Festivali'nin (MAFF) galası, Atatürk Kültür Merkezi'nde gerçekleştirildi.

Sinema sanatını, kültürel diplomasi ve fikri üretim ekonomisi ekseninde ele alarak sektöre yeni bir soluk kazandırmayı hedefleyen festivalin galasına, siyaset, sinema ve sanat dünyasından çok sayıda davetli katıldı.

"Derdi olmayanın sineması da olmaz"

Törene konuk olan Kültür ve Turizm Bakanlığı Sinema Genel Müdürü Birol Güven de "MÜSİAD gibi köklü bir kuruluşun sinema sanatına sinema endüstrisine katkı vermeye karar vermesi gerçekten çok önemli. Çok değerli, çok mutlu olduk. Sinemaseverler olarak MÜSİAD'ın peşini bırakmayız." dedi.

Festivallerin sinemacıların bayramı ol-

duğunu ifade eden Güven, "Sinemacılar dertli insanlardır, derdi olmayanın sineması da olmaz. Bu anlamda festivaller aynı zamanda sinemacılarında dertleştiği bir yerdir." açıklamasını yaptı.

Güven, MAFF'nde yapay zeka kategorisinde de ödül veriliyor olmasının önemine dikkati çekerek, "Çünkü 21. yüzyılın başrolü yapay zeka oldu. Ne yaparsak yapalım yapay zekayı öğrenmek zorundayız." diye konuştu.

Yapay zekanın sinemada diğer mesleklerde olduğu gibi kapasiteyi arttırmaya yarayacağını vurgulayan Birol Güven, ödüllerin yapay zekaya değil, onu kullanan insana verildiğini söyledi.

Güven, "Dünyada sineması güçlü olmayan güçlü ülke yok. İnşallah 21. yüzyılın Türk sineması da çok güçlü olacak. Katkı sunan herkese çok teşekkür ederim." değerlendirmesini yaptı.





"Gerçek kalkınmanın kültürle sanatla mümkün olduğunu çok iyi biliyoruz"

MÜSİAD Basım, Yayın ve Medya Sektör Kurulu ve Festival Başkanı Sadettin Budak ise MÜSİAD olarak yıllardır üretim, ihracat ve kalkınma alanlarında ülkeye katkı sunmanın haklı gururunu yaşadıklarını ifade ederek, "Ancak gerçek kalkınmanın yalnızca ekonomik rakamlarla değil, kültürle, sanatla, değerlerle mümkün olduğunu çok iyi biliyoruz. İşte tam da bu anlayışla MÜSİAD Altın Çark Uluslararası Kısa Film Festivali'ni hayata geçirdik." dedi.

Budak, sinemanın sadece bir sanat dalı değil, bir toplumun hafızası, ruhu ve aynası olduğunun altını çizerek, şunları anlattı:

"Bir kısa filmle binlerce kelime anlatılır. Bir bakışla, sessizlikle derin duygular dile gelir. Bu festival, yetenekli insanların sesini duyurmasına, hayallerini perdeye yansıtmasına vesile olacaktır. Bizler onların cesaretinden, üretkenliğinden, ilham alıyoruz. Her bir film, bu ülkenin geleceğine yazılmış bir mektup gibiydi ve biz bu mektupları okudukça umutlandık ve gururlandık. Bu festivalle sadece sanata destek vermekle kalmayacağız. Aynı zamanda kültür ihracatının gelişmesine katkıda bulunmayı, genç yeteneklerin üretimini teşvik etmeyi, yerli anlatının güçlenmesine omuz vermeyi hedefliyoruz. Kısa bir süre zarfında festivali, kültür sanat alanında kalıcı, sürdürülebilir, fon oluşturabilen ve yapım desteği verebilen bir yapıya dönüşecek. Çünkü biz inanıyoruz ki kültürümüzü ihraç etmek, sadece milli gururumuz değil, aynı zamanda ekonomik büyüme stratejimizdir."

Ödüller sahiplerini buldu

Türkiye'nin kültürel ihracat vizyonuna yeni bir açılım kazandırmayı hedefleyen MÜSİAD Altın Çark Uluslararası Kısa Film Festivali, kısa film sanatının toplumsal, estetik ve düşünsel yönünü merkeze alan bir anlayışla bu yıl ilk kez sinemaseverlerle buluştu.

MÜSİAD tarafından hayata geçirilen ve Kültür ve Turizm Bakanlığının desteğiyle İstanbul'da 4 gün boyunca devam eden festival kapsamında 12 kategoride ödüller sahiplerini bulurken, kazananlara toplam 500 bin lira ödül takdim edildi.

Yönetmen Ali Rıza Bayazit'ın "Teamül" adlı kısa filminin "En İyi Senaryo" ve "Kısa Film Seyirci Özel" ödüllerini aldığı festivalde, "En İyi Sinematografi" ödülü Hasan Ete'nin yönetmenliğini yaptığı "İyi Ölüm", "En İyi Yönetmen" ödülü Ercan Başaran Şahin'in "Kafamdaki Polis", "En İyi Öğrenci Filmi" ödülü Enes Küçük'ün "Nan" ve "En İyi Yapay Zeka Filmi" ödülü Berkay Ellek'in "Beyaz Güvercin" filmine verildi.

Mesut Uçakan ve Hülya Koçyiğit'e onur ödülü verildi

Yönetmen Abdullah Harun İlhan'ın "Özgür Sözler: Gazveli Bir Şair" adlı çalışması "En İyi Belgesel Jüri Özel Ödülü" seçilirken, Semih Sağman'ın "Gulab Gul" "En İyi Belgesel Film" ve Merve Kuş Mataracı'nın "Emma" filmi "Belgesel Seyirci Özel Ödülü"nün sahibi oldu.

Vlad Bolgarin'in "Place Under the Sun" adlı filmi "En İyi Uluslararası Film Ödülü"nü alırken, Muhammet Emin Altunkaynak'ın "Çekiliş" kısa filmi "Yapım Desteği ve Jüri Özel Ödülü", Mert Erez'in "Rehber" adlı çalışması da "En İyi Ulusal Film Ödülü"nü kazandı.

Gala gecesinde ayrıca "MÜSİAD Onur Ödülleri" Mesut Uçakan ve Hülya Koçyiğit'e takdim edildi.



Film ve Sinema



Film ve sinema sektöründe tercih edilen yöntemlerden biri ise platform tabanlı sistemlere içerik üretmektir.

Film ve sinema sektörü, değişen tüketici alışkanlıklarıyla büyümeye ve dönüşmeye devam etmektedir. Büyük yapım şirketleri ve stüdyolar kendilerini doğrudan tüketiciye ulaştıran yollar aramaktadır. Bu yapım şirketleri ve stüdyolar, platform tabanlı şirketlerle işbirliği yapmaya başlamış, bu süreçte bazı şirketler hem içerik üretimi hem de platform sağlamak üzere melez iş modelleri benimsemektedirler. Örneğin Netflix, kullanıcı davranışlarını analiz ederek önerim algoritması geliştirmektedir.

Film ve sinema sektöründe tercih edilen yöntemlerden biri ise platform tabanlı

sistemlere içerik üretmektir. Bunun yanında birbirine rakip yapım şirketleri ve stüdyoların içeriklerinin aynı tabanda toplanması bazı durumlarda olanaklı olmadığından bunlar doğrudan tüketiciye ulaşmak için kendi platformlarını da kurma yolunda strateji oluşturmaktadırlar.

Örneğin, platform tabanlı şirketlerden biri olan Netflix insanların film izleme alışkanlıklarını ve biçimlerini kökten değiştirmektedir. Genel olarak tüketicilerin ve özellikle 2000'li yılların gençliği olarak tanımlayabileceğimiz Z-kuşağının alışkanlıkları artık endüstrileri dönüştürürken film ve sinema sektöründe bu eş zamanlı ve iki taraflı olmuştur. TV ekosistemi toplamda 600 milyar dolar üzerinde büyüklüğe ulaşmıştır. Talebe bağlı video (video on-demand) pazarı ise 2023 yılında yaklaşık 97 milyar dolarlık bir endüstri iken 2032 yılına kadar 399 milyar doları aşacağı öngörülmektedir.

Giderek daha kişiselleşen ve dijital hale gelen medyada erişilebilirlik, zaman ve mekândan bağımsız hale gelmektedir. Özellikle teknoloji ve medya şirketlerinin yakınsamaları, görsel-işitsel medya ekosistemini dönüştürmektedir. Görsel-işitsel içeriğe erişim araçları; yıllardır kullanılan karasal ve uydu yayınlarını ifade eden geleneksel TV, kullanıcılarının bir ücret karşılığında uydu alıcı kiralayarak abone olduğu pay-TV (ödemeli-TV), internet üzerinden yayıncılık sağlayan IPTV ve OTT (Over-The-Top) TV olarak dört başlıkta ele alınmaktadır. IPTV ve OTT TV arasındaki temel fark OTT'nin

IPTV'ye kıyasla daha genel bir ağ kullanılarak içeriğe daha çok kanal üzerinden ulaşılabilmesidir. Netflix, Amazon, HBO, Disney+ gibi büyük oyuncuların bulunduğu küresel OTT pazarının büyüklüğü 2023 yılında 172 milyar doları aşmıştır. Yıllık ortalama %15,3 ile büyümesi öngörülen bu pazarın 2028 yılına kadar yaklaşık 350 milyar dolarlık bir endüstri yaratacağı beklenmektedir.

Türkiye'de Durum

Görsel-işitsel hizmetler ihracatımızın en büyük bileşeni olan dizi/film sektörümüzün ihracatı, küresel çapta ABD'den sonra sektörde rakip ülkelerimiz konumunda olan Güney Kore, Hindistan, Brezilya gibi ülkelerin yapımlarına karşı ciddi bir rekabetçilik kazanarak son 20 yılda dikkat çekici bir ivme kaydetmiştir. Dünyada son 10 yılda en hızlı büyüyen dizi ihracatçısı ülkelerden biri olan Türkiye, bugün yapımlarıyla 150'den fazla ülkede 800 milyonu aşkın tekil izleyiciye ulaşmaktadır. 2023 yılından bu yana dizi ihracatçılarımız özellikle MENA (Orta Doğu ve Kuzey Afrika) ve Latin Amerika ile Kuzey Amerika başta olmak üzere küresel ve bölgesel çevrimiçi/dijital platformlara da önemli düzeyde içerik sağlamakta, içerik yelpazelerini dizinin yanı sıra animasyon, belgesel, format programlar gibi içerik türleri ile zenginleştirmekte, aynı zamanda farklı ülkelerle ortak yapım/dağıtım ve uyarlama yapım anlaşmaları imzalamak suretiyle hizmet ihracatı modellerini de çeşitlendirmektedir.

2024 yılında dizi/filmin yanı sıra belgesel, animasyon ve program formatı türlerindeki içeriklerimizin ilk defa ihracatının yapıldığı başlıca ülkeler arasında "T.C. Ticaret Bakanlığı'nın Uzak Ülkeler Stratejisi'nin" de parçası olan Latin Amerika'da Brezilya, Panama, Kuzey Amerika'da Kanada, Asya'da Hindistan, Japonya, Tayland, BDT coğrafyasında Rusya-Ukrayna Savaşı nedeniyle ambargo uygulamalarına tabi olan ve yapımlarımıza ciddi düzeyde talep gösteren pazarlardan biri haline gelen Rusya Federasyonu ile Kazakistan, Azerbaycan gibi ülkeler öne çıkmaktadır. Öte yandan halihazırda bu sektördeki hizmet ihracatımızda gelenekselleşen pazarlarımızdan Latin Amerika'da Şili, Arjantin, Meksika, Karayip Ülkeleri, Uruguay, Paraguay, Kolombiya gibi ülkelerin yanı sıra ABD'nin özellikle Hispanik nüfusunun yoğunlaştığı Batı ve Güney bölgelerinde, Ortadoğu ve Kuzey Afrika (MENA) bölgelerinde Suudi Arabistan, BAE, Katar, Tunus, Fas pazarlarında, Avrupa'da ise İspanya, İtalya, Almanya, Balkan ülkelerinin hemen tamamında pazarda ciddi bir derinleşme yaşanmıştır.



Bu hizmet sektörümüz aynı zamanda küresel çapta ülkemizin kamu diplomasisi/ulus markalaması faaliyetlerinin nihai amacı doğrultusunda önemli bir yumuşak güç etkisine de sahiptir.

Türkiye'nin film ve sinema sektörü oldukça gelişmiştir. 2024 yılı itibarıyla Türkiye, ABD ve İngiltere'den sonra dünyanın en büyük dizi ihracatçısıdır. 2020-2023 seneleri içerisinde Türk dizilerine yönelik küresel talep %184 artmıştır. Geçtiğimiz sene sektörde en fazla ihracat yaptığı üç ülke sırasıyla İspanya, Suudi Arabistan ve Mısır'dır. Özellikle Türk dizileri göze hitap etmesi ve pahalı kostümler ile oyuncu tercihleri ile bunu desteklemesiyle ilgileri üzerine çekmiştir. Ayrıca uzun bölüm saatleri yerelde eleştirileri beraberinde getirmekle birlikte globalde bu durumun Türkiye'nin avantajına olduğu belirtilmiştir.

Türkiye'de OTT TV üyelikleri de giderek artmaktadır. Pazarda global şirketlerin yanı sıra Blu TV, Exxen, Mubi ve Gain gibi yerli şirketler de bulunmaktadır. JustWatch'ın raporuna göre 2024 yılının ilk çeyreğinde dijital platformlardan BluTV Türkiye pazarının %38'ini; Netflix %28'ini, Amazon Prime Video %19'unu, Disney+ %7'sini, Mubi %5'ini elinde bulundurmaktadır. Diğer platformlar ise %3'e hitap etmektedir.

“ Milli Eğitim Bakanlığı Ülkenin En Büyük Yayıncısı ”



Yayımcı
Meslek Birlikleri
Federasyonu
(YAYFED)
tarafından
açıklanan
bandrol
verilerine göre
sektörümüz
2024 yılını 413
milyon 860
bin 263 adet
kitap üretimiyle
tamamladı.

MEB'in verilerine göre, ücretsiz ders kitabı ve yardımcı kaynaklar uygulaması kapsamında 2024-2025 eğitim öğretim yılında örgün ve yaygın eğitim kurumlarındaki öğrencilere MEB tarafından toplam 182.368.602 adet ders kitabı dağıtılmıştır. MEB tarafından bu kitaplar için 8.688.222.233,07 TL ödeme yapılmıştır. MEB tarafından ilköğretim öğrencilerine ücretsiz olarak dağıtılacak ders kitapları için Bakanlığın kendi bütçesine ek olarak Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışmayı Teşvik Fonu'ndan 2025 yılı için 6.416.000.000 TL kaynak tahsisi öngörülmüştür. Ortaöğretim öğrencilerinin ücretsiz ders kitabı için 2025 yılı Bakanlık bütçesine 4.800.000.000 TL ödenek tahsis edilmiştir. 2 MEB, 2024-2025 eğitim-öğretim döneminde uygulanmasına başlanan "Türkiye Yüzyılı Maarif Modeli" kapsamındaki yeni müfredata ilişkin hazırladığı okul öncesi ile 1, 5 ve 9. sınıf kitaplarının üretimini ve dağıtımını yine kendisi yaparak sektör paydaşlarının bu alanın dışına kalma-

sına sebep olmuştur. 2024- 2025 eğitim-öğretim döneminde MEB tarafından okul öncesi için 21, ilköğretim için 140, ortaöğretim için 282, özel eğitim için 205 ve mesleki eğitim için 883 olmak üzere toplam 1531 farklı dersten oluşan 177 milyon 997 bin 479 ders kitabı ve yardımcı kaynak hazırlanıp baskısı yapılarak ücretsiz şekilde öğrencilere dağıtıldı. Bu yıl MEB tarafından üretimi ve dağıtımı yapılan ücretsiz ders kitapları ve yardımcı kaynakların özel okullarda da zorunlu olarak okutulmasına karar verildi.

2024 YILINDA ÜRETİLEN KİTAP SAYISI KİŞİ BAŞINA ORTALAMA 8,2 OLARAK GERÇEKLEŞTİ

Yayımcı Meslek Birlikleri Federasyonu (YAYFED) tarafından açıklanan bandrol verilerine göre sektörümüz 2024 yılını 413 milyon 860 bin 263 adet kitap üretimiyle tamamladı. 2023 yılına kıyasla 13 milyon 519 bin 686 adetlik (yani %3,38 oranında) bir artıştan bahsediyoruz. Açıklama Miktar Bandrol alınan kitap sayısı 413.860.263 Millî Eğitim Bakanlığı-



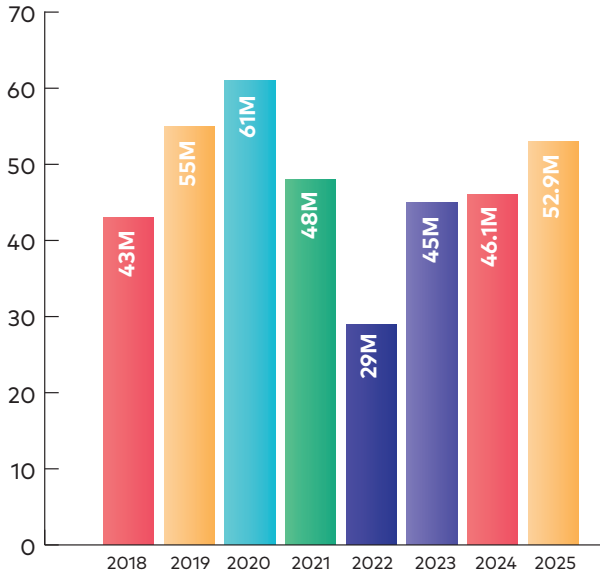
nın ücretsiz dağıttığı kitap sayısı 182.368.602 48 sayfa altında olup bandrol alınmayan kitap sayısı (yaklaşık) 100.000.000 Toplam kitap üretimi 696.228.865 Türkiye nüfusu 85.330.000 Kişi başına düşen kitap sayısı 8,156 YAYFED tarafından açıklanan veriler yalnızca bandrole tabi olan kitap üretimini kapsamaktadır. Bu veriye, bandrole tabi olmayan ve Millî Eğitim Bakanlığı (MEB) tarafından üretilen kitaplar olan 182 milyon 368 bin 602 adet ile bandrole tabi olmayan ve 48 sayfadan az çocuk kitabı ve eğitim materyali olan yaklaşık 100

milyon adet de eklendiğinde, nüfusumuza göre kişi başına üretilen kitap adeti 8,2 olarak gerçekleşmiştir. Öte yandan bu üretim adetleri, 2018 yılı üretim verilerinin, artarda yaşanan krizler nedeniyle, hâlâ aşılamadığını bize göstermektedir. Hazırladığımız raporlarda segmentler bazında verdiğimiz tablolara konu perakende ve toptan sektörel büyüklük raporları, Türkiye Yayıncılar Birliği'nin sektördeki aktörlerle yaptığı istişareler sonucunda hesaplanarak elde edilmiştir.

2025 yılı Temmuz ayında Türkiye'deki kitap üretimine ilişkin daha detaylı bilgiler şu şekilde özetlenebilir:

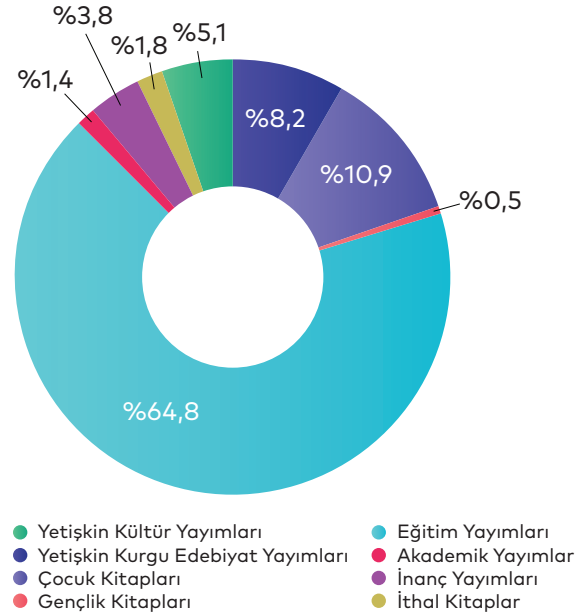
Temmuz Ayı Genel Üretim Rakamları

- Toplam 52.989.830 adet kitap üretildi.
- 2024 yılının aynı dönemine göre yaklaşık %15 oranında bir artış gözlemlendi.



2025 Temmuz Ayı Kategori Dağılımı

2025 yılı Temmuz ayında yayımcılarımızın almış olduğu bandrollerin kategori dağılımına göre; yayımlanan kitapların yaklaşık %5,1'ini Yetişkin Kültür Yayımları, %8,2'sini Yetişkin Kurgu Edebiyat Yayımları, %10,9'unu Çocuk Kitapları, %0,5'ini Gençlik Kitapları, %3,8'ini İnanç Yayımları, %1,4'ünü Akademik Yayımlar, %1,8'ini İthal kitaplar ve %64,8'ini Eğitim Yayımları oluşturdu.





Matbaacılık Sektörün Güncel Durumu ve Analizi



Pazar Büyüklüğü;

Türkiye matbaacılık pazarı, 2024 yılında yaklaşık 3,8 milyar dolarlık bir hacme ulaşmış durumda. Bu büyüklük, hem yerel üretimin hem de ihracatın etkisiyle oluşuyor. Özellikle ambalaj, etiket, katalog ve kitap basımı gibi alanlar, sektördeki toplam cironun önemli bir kısmını oluşturuyor. Matbaacılık sektörü; perakende, gıda, tekstil, kozmetik ve yayıncılık gibi pek çok farklı sektöre hizmet verdiği için ekonomide çarpan etkisi yüksek bir alandır. Bunun yanında, e-ticaretin artışı, ambalaj ve kargo etiketleri gibi yeni alt segmentlerin hızla büyümesine yol açmıştır.

Trendler;

Kısa Tiraj ve Kişiselleştirilmiş Baskılara Artan Talep

Geleneksel yüksek tirajlı baskıların yerini, daha düşük adetlerde ama daha özel ve kişiselleştirilmiş baskılar almaya başladı. Örneğin, dijital baskı makineleri sayesinde tek bir adet bile üretim yapılabilir hale geldi. Bu, özellikle promosyon, butik ambalaj ve kişisel tasarım isteyen markalar için büyük avantaj sağlıyor. Ayrıca müşteriler artık, kendi isimlerini veya özel mesajlarını ürün ambalajlarında görmek istiyor. Bu talep, sektörde hem tasarım hem de üretim tarafında daha yaratıcı çözümler geliştirilmesini teşvik ediyor.



Ambalaj Baskı Pazarındaki Büyüme;

Ambalaj sektörü, matbaacılığın en hızlı büyüyen alanlarından biri haline geldi. Gıda güvenliği, marka imajı ve tüketici deneyimi gibi unsurlar, kaliteli baskılı ambalaj talebini artırıyor. Özellikle e-ticaretin yaygınlaşmasıyla birlikte kargo kutularından özel ürün paketlerine kadar her şey baskılı hale geliyor. Global veriler, ambalaj baskısında Türkiye'nin hem iç pazarda hem de ihracatta önemli bir oyuncu haline geldiğini gösteriyor.

Çevre Dostu Baskı Malzemeleri ve Su Bazlı Boyalar;

Sürdürülebilirlik, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye matbaacılık sektöründe de güçlü bir trend. Çevre dostu kağıt, geri dönüştürülebilir ambalaj malzemeleri ve su bazlı mürekkepler giderek yaygınlaşıyor. Müşteriler artık sadece fiyat ve kaliteye değil, aynı zamanda ürünün çevreye etkisine de önem veriyor. Bu durum, sektörde "yeşil baskı" konseptinin önemini artırıyor. Özellikle AB ülkelerine ihracat yapan matbaalar için çevre sertifikaları artık zorunlu hale gelmeye başladı.

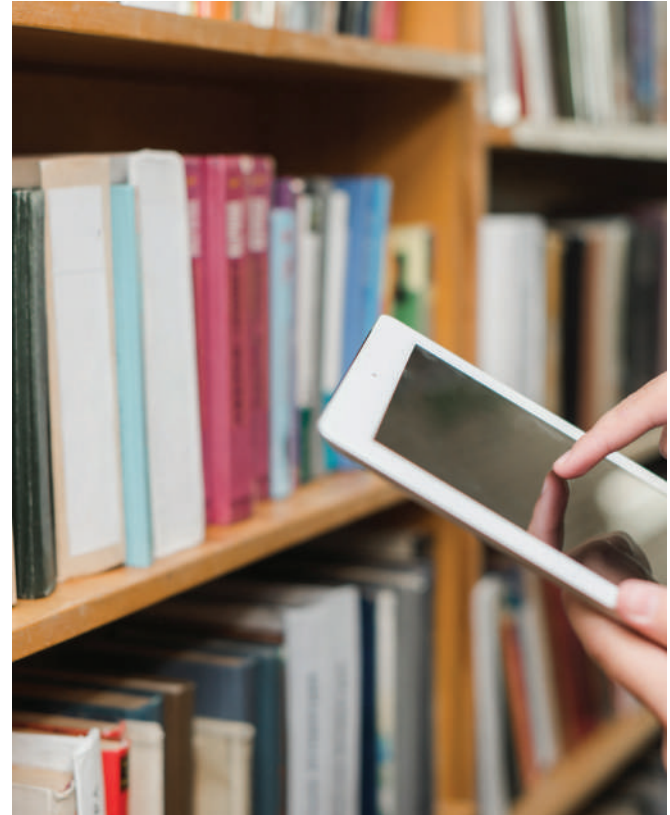
Zorluklar;

Döviz Kurundaki Dalgalanmalar ve Hammadde Maliyetleri

Matbaacılık sektöründe kullanılan kağıt, mürekkep, klişe ve bazı kimyasal malzemeler büyük oranda ithal edildiğinden, döviz kurundaki dalgalanmalar maliyetleri doğrudan etkiliyor. Kur artışları, fiyat istikrarını bozuyor ve kârlılık oranlarını düşürüyor. Ayrıca hammadde tedarik sürelerinin uzaması, teslimat planlarını zorlaştırabiliyor. Bu durum, özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler için ciddi finansal baskı yaratıyor.

Dijitalleşmenin Çifte Etkisi;

Dijitalleşme, bir yandan geleneksel baskı taleplerini (gazete, dergi, katalog gibi) azaltırken, diğer yandan yeni fırsatlar yaratıyor. E-kitaplar, dijital reklamlar ve sosyal medya görselleri geleneksel basılı içeriklerin yerini alsa da, kişiye özel baskı, 3D baskı, akıllı ambalaj gibi alanlar yükselişte. Yani sektörde dijitalleşme, hem tehdit hem de fırsat olarak görülüyor. Başarılı matbaalar, dijital dönüşüme ayak uyduran ve hibrit baskı çözümleri sunan işletmeler oluyor.



2025 Yılı Türkiye Kağıt ve Karton Sektörü

Güncel Durum ve 2024 Karşılaştırması



Türkiye, kağıt ve karton alanında bir üretim üssü olma potansiyeline sahip.

Üretim ve Tüketim Dengesi: Kağıt sektöründe üretim, tüketime göre oldukça güçlü. Tüketimde %1 seviyesinde artış yaşanırken, üretim ise %11 oranında artmış bulunuyor.

Hammadde Bağımlılığı: Selüloz (ana hammadde) açısından neredeyse tamamen dışa bağımlı. Ayrıca hurda kâğıt toplama oranı yalnızca %53; ve toplananlar da genellikle düşük kalitede. Bu durum, hammadde maliyetini yükseltiyor ve kâr marjlarını daraltıyor.

Sektörel İhracat ve Potansiyel: Türkiye, kağıt ve karton alanında bir üretim üssü olma potansiyeline sahip. Sektör temsilcileri, özellikle geri dönüşümlü ambalaj ve AB Ormansızlaşmayı Önleme Yönetmeliği gibi düzenlemelerin

yaratacağı taleple birlikte ihracatta büyüme öngörüyor.

Oluklu Mukavva Sektörü: Şu an yaklaşık 2.5 milyon tonluk bir üretim kapasitesi söz konusu. Kişi başı tüketim ise 29–30 kg düzeyinde; Avrupa'ya kıyasla hâlâ yarı seviyede—dolayısıyla büyüme potansiyeli var.

Finanslama ve Operasyonel Zorluklar: Yüksek enflasyon ve finansmana erişim sıkıntısı, sektöre ciddi yük getiriyor. Bu durum operasyonel nakit akışını ve yatırım kapasitesini olumsuz etkileyebilmekte.





2024 – 2025 Karşılaştırması

Kategori	2024 Durumu	2025 Durumu
Üretim vs Tüketim	Tüketim dengeli, üretim daha düşük	Tüketim ~%1 artış, üretim ~%11 artarak öne geçti
Hammadde Kullanımı	Hurda kâğıt toplama ve kalitesi sorunlu	Hurda toplama %53, düşük kalite ve dışa bağımlılık sürüyor
İhracat ve Yatırım	Orta düzeyde; potansiyel öne çıkmamış	Üretim üssü olma potansiyeli vurgulanıyor
Oluklu Mukavva		2.5 milyon ton üretim; kişi başı tüketim %50, büyüme alanı var
Ekonomik Zorluklar	Genel ekonomik belirsizlik	Yoğun enflasyon ve finansman sorunları daha belirgin

Özet

2025 yılında Türkiye'nin kağıt ve karton ihracat potansiyeli artıyor, üretim tüketimi geride bırakacak şekilde büyüyor. Buna karşılık hammadde bağımlılığı, finansman sorunları ve geri dönüşüm altyapısındaki eksiklikler, sektörün önünde hâlâ ciddi zorluklar olarak duruyor.

MUSIAD



BASIM, YAYIN VE
MEDYA SEKTÖR
KURULU

AĞUSTOS 2025 | SAYI 1

AYLIK BÜLTEN