



Contact Methods
Mob: (86)18668768846
Tel: (86) 577 68668118
Wechat: zigpac123
Skype: bruce.chan1999
E-mail: bruce@zigpac.com
Whatsapp: +86-18668768846
Telegram: @Zigpacstickers

Company Info
Name: Wenzhou Zigpac Industry Limited
Address: No. 148-152, Building C, Jiangbin
Commercial and Residential Building, Longgang
City, Wenzhou City, Zhejiang 325802, China



YOUR CUSTOM PRINTING & PACKAGING PARTNER FOR SMALL AND MEDIUM BUSINESSES



Kurumsal Özel Not Defterleri: İşe Başlama, Etkinlikler, Müşteri Hediye ve Eğitim için Program Bazlı Planlama Rehberi

Details

Kısa cevap: Kurumsal özel not defterlerini tek bir sipariş yerine her programa göre planlayın. İşe başlama setleri, işe alım dalgalarına uygun uzun ömürlü bir tasarım ister. Fuar tanıtım hediye etkinliğe özel tasarım ve gerçekçi bir alma oranı tahmini gerektirir. Müşteri hediye ölçülü marka uygulaması ve adı belli bir alıcı listesi ister. Eğitim defterleri her gruba uygun, yapılandırılmış iç sayfalar gerektirir. Teklif istemeden önce her program için hedef kitleyi, miktar belirleyiciyi, marka yerleşimini ve teslimat güzergâhını belirleyin.

Neden tek bir defter siparişi nadiren her programa uyar

Çoğu ekip kurumsal özel not defterlerini aynı şekilde satın alır. Biri İK, pazarlama, satış ile öğrenme ve gelişim ekiplerinden gelen talepleri toplar, tek bir tasarımda birleştirir ve tek bir miktar sipariş eder. Sorunlar birkaç ay sonra başlar. Geçen baharın fuar tasarımıyla basılmış konferans defterleri hâlâ kolilerde bekler. Eylülde işe başlayanlar, hiç katılmadıkları bir etkinliği kutlayan kapaklar alır. Kilit müşteriler, stant ziyaretçilerine dağıtılan aynı hediye alır. Eğitim çalışma kâğıtları etrafında kurgulanmışken katılımcılar boş sayfalarla kalır.

Bu programların hedef kitleleri önemli noktalarda birbirinden ayrılır. PPAI Research, 3,000 US tüketiciden fazlasına anket uyguladı ve ofis ürünlerinin en çok X Kuşağı'nda, yaklaşık 55 % ile, en az Z Kuşağı'nda, yaklaşık 27 % ile ilgi gördüğünü saptadı ([PPAI kuşak tercihi çalışması^{\[1\]}](#)). Kariyerinin başındaki bir işe başlama grubuyla kıdemli müşteri paydaşlarından oluşan bir grup aynı defteri aynı şekilde değerli bulmaz. Onları tek bir hedef kitle saymak, bütçenin depolama maliyetine dönüşmesinin yoludur.

Çözüm, her program için ayrı planlama yapmaktır. Bu rehber, beş adımlı bir yöntemi ve satın almaya verebileceğiniz bir karşılaştırma tablosunu adım adım anlatır. Her programın neye ihtiyaç duyduğunu ele alır; yapı ayrıntılarını ürün şartnamesine bırakır.

İçindekiler

1. [Kurumsal özel not defterleri nedir?](#)
2. [Her program için kurumsal özel not defterleri nasıl planlanır](#)
3. [Program karşılaştırma tablosu](#)
4. [SSS](#)
5. [Önemli çıkarımlar](#)
6. [Sonuç](#)
7. [Kaynaklar](#)

Kurumsal özel not defterleri nedir?

Kurumsal özel not defterleri, bir kuruluşun kendi kimliğiyle yaptırdığı ve çalışanlara, potansiyel müşterilere, müşterilere veya eğitim katılımcılarına çalışma aracı olarak hediye ettiği defterlerdir. Yeniden satılmazlar. Bu da onları perakende mağazalarda satılan markalı günlük defterlerinden ve tek

bir alıcı için alınan kişisel hediye defterlerinden ayırır. Satın alan genellikle bir departmandır, deftere yazan kişi değil; satın alan ile kullanan arasındaki bu mesafe aşağıdaki her planlama kararını şekillendirir.

Kategori üst segmentte büyüyor. Industry Today'in özetlediği bir Mordor Intelligence tahmini, küresel kâğıt defter pazarını USD 76,28 milyar olarak veriyor (2025 yılı); bu rakamın USD 89,72 milyara (2030 yılına kadar) çıkması ve yıllık bileşik büyüme oranının (CAGR) 3,30 % olması bekleniyor. Aynı tahmine göre sert kapaklılarda büyüme daha hızlı: CAGR 4,27 %. Tahmin, kurumsal hediyeleşmeyi ve kişiselleştirmeyi büyüme etkenleri olarak da sayıyor ([kâğıt defter pazarı raporu](#)^[2]). Ticaret ve gümrük açısından bu ürünler, “kâğıttan veya kartondan ... defterleri” kapsayan ABD tarife pozisyonu 4820 altında yer alır. Bu pozisyon, sınırlar ötesi sevkiyata başladığınızda önem kazanır.

Sert karton kapak, kurumsal programlarda yaygın bir formattır; çünkü kapağın tamamı baskılı tasarım taşıyabilir ve defter çantada düz durur. Yapı seçeneklerini [özel karton sert kapaklı defterler](#) sayfamızda görebilirsiniz. Bu yazı, söz konusu şartnameden önce gelen planlama çalışmasına odaklanıyor.



Her program için kurumsal özel not defterleri nasıl planlanır

Adım 1: Programı, son kullanıcıyı ve karar sahibini belirleyin

Her program için tek satır yazın: defteri kim alacak, satın almayı kim onaylayacak ve alıcı defterle gerçekte ne yapacak. Onaylayan kişi önemlidir, çünkü onaylar birçok ekibin beklediğinden daha üst kademede verilir. PPAI'nin 2025 tarihli perakende sektörü alıcı profili, promosyon ürünü karar vericilerinin çoğunun yönetici ya da direktör olduğunu, direktörlerin oranının ise yaklaşık 41 % olduğunu gösterdi ([PPAI son alıcı infografiği](#)^[3]). Onay adımını en baştan takvime ekleyin.

- **İşe başlama setleri:** Alıcılar ilk haftalarındaki yeni çalışanlardır; bütçe İK ya da insan kaynakları operasyonları ekibine aittir. Defter birebir görüşmelerde ve oryantasyon oturumlarında kullanılır; bu yüzden en az bir yıllık işe başlama tarihleri boyunca güncel görünmelidir.

- **Konferans ve fuar tanıtım hediyeleri:** Alıcılar stant ziyaretçileri ve katılımcılardır; bütçe pazarlama veya etkinlik ekibine aittir. Defterin kalabalık bir bez çantada yer hak etmesi ve fuardan sonra da kullanılmaya devam etmesi gerekir.
- **Müşteri hediyeleri:** Alıcılar, müşteri hesaplarındaki adı belli paydaşlardır; bütçe satış ya da müşteri yönetimine aittir. Defter ilişkinin bir işareti olduğundan hiçbir zaman promosyon malzemesi gibi görünmemelidir.
- **Şirket içi eğitim:** Alıcılar eğitim grubu katılımcılardır; bütçe öğrenme ve gelişim ekibine aittir. Defter ders materyali işlevi görür; yani iç sayfalar kapaktan daha önemli olabilir. Kâğıt gereksinimini aktarırken gramajı g/m² cinsinden belirtin; bu birimin tanımı [ISO 536^{\[4\]}](#) standardında yapılır; böylece her tedarikçi aynı ölçüye göre teklif verir.

Karar sahibi, hangi belgelere ihtiyaç duyacağınızı da belirler. Devlet kurumu müşterileri için yürütülen eğitim programlarında çoğu zaman geri dönüştürülmüş içerik kuralları devreye girer. ABD EPA'nın satın alma yönergeleri, kitap kapaklarında 75–100 % oranında tüketici sonrası lif kullanılmasını öneriyor ([EPA Kapsamlı Satın Alma Yönergeleri^{\[5\]}](#)). Kaliforniya Kamu İhale Kanunu §12209, baskı ve yazı kâğıtları için en az 30 % oranında tüketici sonrası lif şartı koyar ve listenin 1 Ocak 2026 tarihinden itibaren güncellenmesini gerektirir ([Kaliforniya PCC §12209^{\[6\]}](#)). CalRecycle, tedarikçilerin geri dönüştürülmüş içeriği yazılı olarak teyit etmesini şart koşar ([CalRecycle rehberi^{\[7\]}](#)).

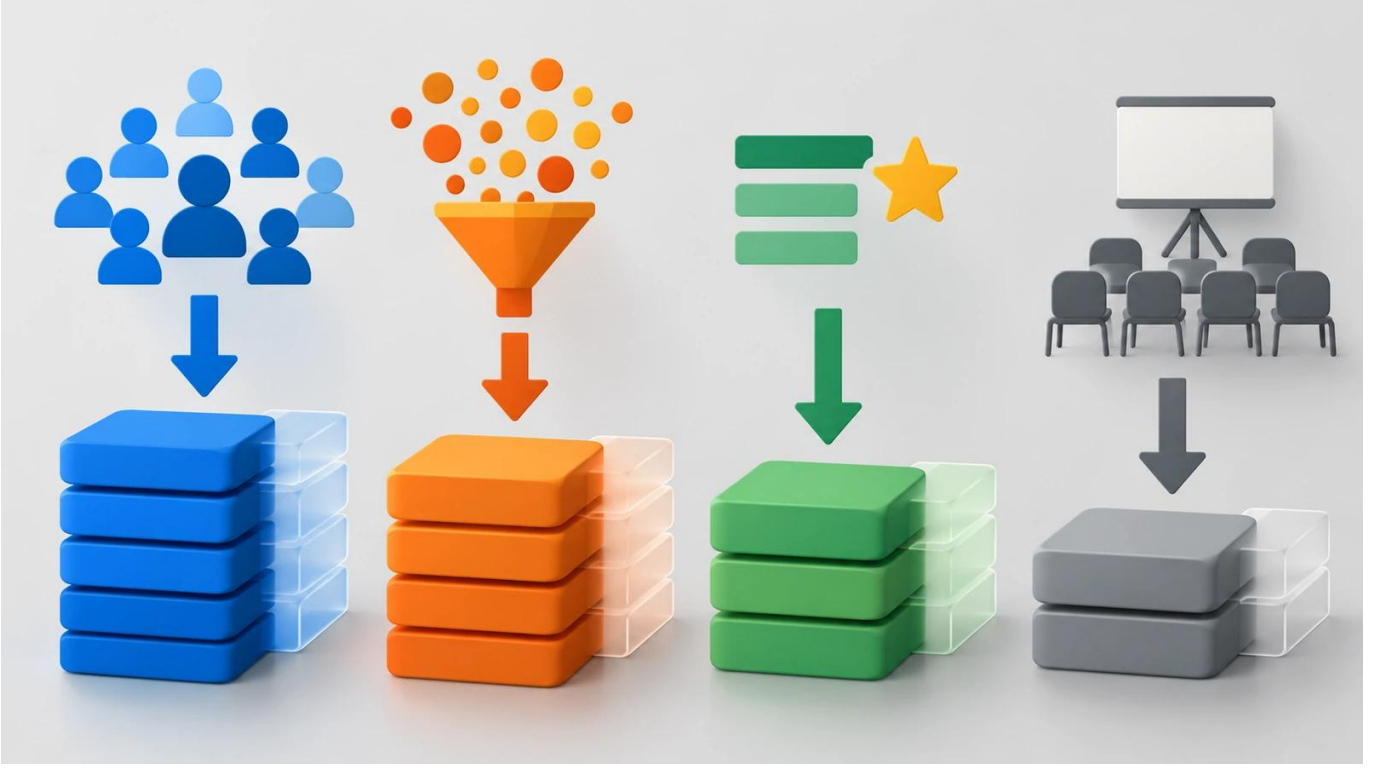
Müşteri hediyesi programları farklı bir gereklilik getirir. Kurumsal müşteriler hediyeleri kendi tedarik politikalarına göre kontrol edebilir; bir FSC etiketi ise ancak her mülkiyet değişikliğini sertifikalı kuruluşlardan oluşan kesintisiz bir zincir kapsıyorsa geçerlidir ([FSC-STD-40-004^{\[8\]}](#)). 50,000 üzerinde şirket FSC gözetim zinciri sertifikasına sahip ([FSC US^{\[9\]}](#)); bu yüzden genel bir “çevre dostu” etiketini kabul etmek yerine sertifika numarası isteyin. Ürün sayfası, bu beyanların nasıl net tutulacağını açıklar.

Adım 2: Yalnızca bir sayı değil, miktar belirleyiciyi seçin

Her programda miktarı belirleyen farklı bir değişken vardır. Önce bu değişkeni seçin, sonra hesaplayın.

- **İşe başlama:** Planlama dönemi başına işe alınacak kişi sayısını tahmin edin, bunu tek bir tasarımın kapsaması gereken dönem sayısı ile çarpın ve yedekler ile geç katılanlar için bir rezerv ekleyin. İşe alım tahminleri değişir; bu nedenle toplamı tek büyük bir sipariş yerine bir ana baskı ve bir tamamlayıcı sipariş olarak bölün.
- **Fuarlar:** Beklenen stant trafiğinden veya kayıt sayısından yola çıkın, ardından son etkinliğinize dayalı bir alma oranı uygulayın. Geçmiş verileriniz yoksa defterleri nitelikli görüşmeler için tezgâhın arkasında tutun, daha ucuz ürünleri açık masaya koyun.
- **Müşteri hediyeleri:** Hesap listenizi kullanın. Hesap başına adı belli alıcıları sayın, ardından yıl içindeki yeni kişiler ve yedekler için küçük bir rezerv ekleyin. Bu miktarlar küçüktür; bu nedenle birim başına maliyet, sunumdan daha az önemlidir.
- **Eğitim:** Grup büyüklüğünü planlanan oturum sayısı ile çarpın, ardından eğitmen ve gözlemci nüshalarını ekleyin. Müfredatın revizyon zamanı geldiyse yalnızca onaylanmış oturumlar için sipariş verin.

Bu belirleyicileri netleştirdikten sonra tedarikçiye her biri için hangi sipariş kademelerinin mantıklı olduğunu sorun. Asgari sipariş adetleri ve fiyat kademeleri şartnameye bağlıdır; bu yüzden tek bir toplam rakam yerine her program için ayrı teklif isteyin.

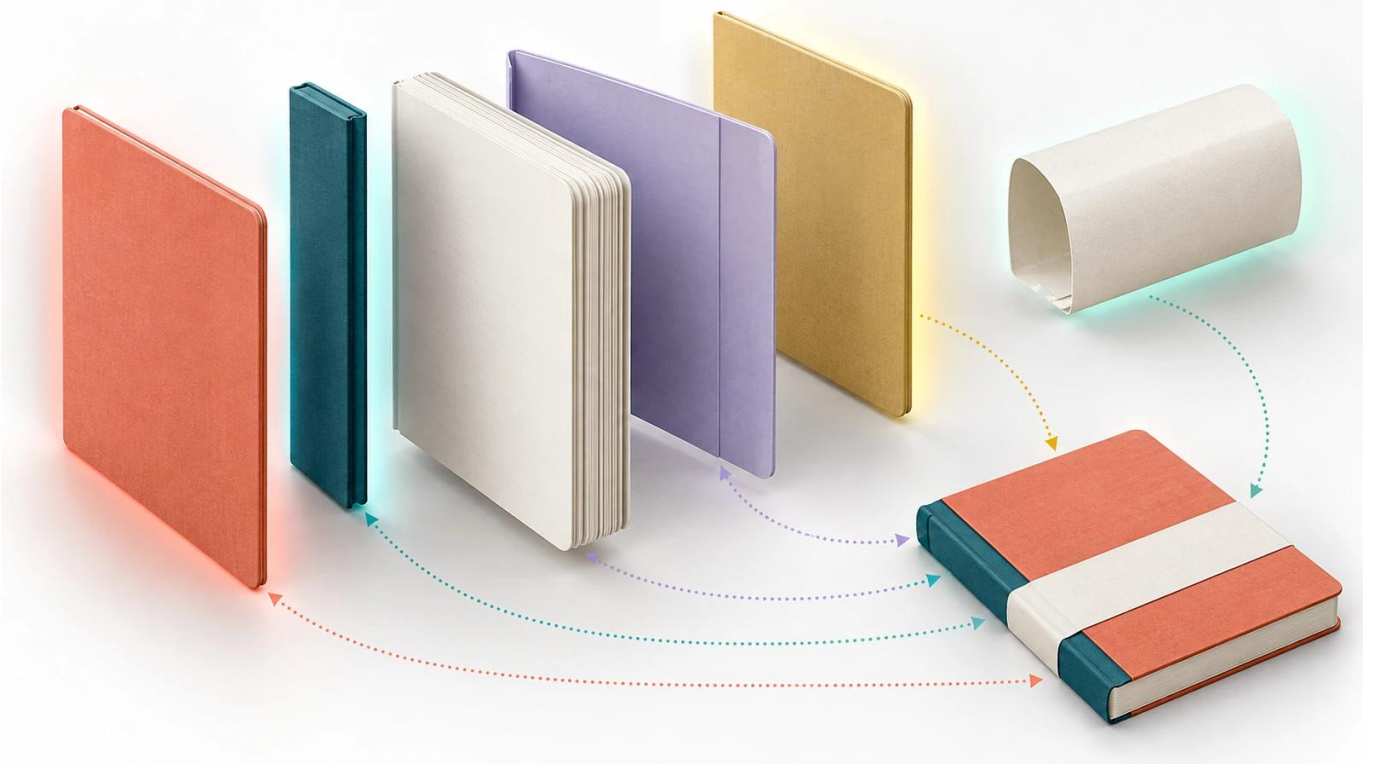


Adım 3: Marka uygulamasının nereye gideceğine karar verin

Marka yerleşimi, bir tanıtım hediyesini gerçek bir hediye ayırmada diğer tüm kararlardan daha belirleyicidir. Her yüzeyi ayrı bir karar olarak ele alın.

- **Ön kapak:** Bu, en dikkat çeken yüzeydir. Kapağın tamamını kaplayan etkinlik tasarımı konferanslara uygundur. Küçük ve sade bir işaret müşteri hediyesine yakışır. İşe başlama setlerinde, gelecek çeyrekte eskimiş görünecek bir kampanya yerine temel marka kimliğinizi kullanın.
- **Sırt ve arka kapak:** Bu yüzeyler tasarıma hâkim olmadan markayı taşır. Ön yüzün sade kalabildiği müşteri hediyesinde iyi çalışır.
- **Ön kapak içi ve ilk sayfalar:** Bunları işe başlama setlerinde karşılama mektubu veya şirket değerleri için, eğitimde oturum gündemi için, müşteriye ise kısa bir kişisel not için kullanın. İç sayfadaki marka, alıcı kapağı unuttuktan sonra da kalıcıdır.
- **Çıkarılabilir kuşak veya kılıf:** Bir kuşak, tek bir uzun ömürlü defterin birden çok programa hizmet etmesini sağlar. Aynı temel stok baharda konferans kuşağıyla, yıl boyunca da işe başlama kuşağıyla dağıtılabilir; bu da artan stoku azaltır.

Kişiselleştirilmiş müşteri hediyesi bir prova riski taşır. Tasarım baskıya gitmeden önce alıcı listesindeki her ismi CRM'inizle karşılaştırın; çünkü tek bir yanlış yazılmış isim, defteri o kişi için kullanılamaz hâle getirir. Bir hediye defterini hatıra olarak tanıtıyorsanız şuna dikkat edin: [ISO 9706:2025^{\[10\]}](#) kalıcı kâğıdı kapsar ancak kartonu açıkça kapsam dışı bırakır; dolayısıyla kalıcılık beyanı yalnızca iç sayfalar için geçerli olabilir. Sarılı kapak için tasarım dosyası hazırlığında dosya yönergeleri için şu sayfaya bakın: [karton sert kapaklı defter ürün sayfası](#).



Adım 4: Üretimden önce dağıtım güzergâhını planlayın

Defterlerin nereye gideceği çoğu zaman planın en pahalı kısmıdır ve sıklıkla son ana kadar gözden kaçır. Üretimi onaylamadan önce her program için güzergâhı çizin.

- **İşe başlama:** Setlerin merkez ofiste mi hazırlanacağına yoksa uzaktan çalışan yeni personele doğrudan mı gönderileceğine karar verin. Doğrudan gönderim için İK'dan ev adresleri ve işe başlama tarihlerine bağlı bir sevk takvimi gerekir. Merkezi set hazırlama ise depolama alanı ve rafın sorumlusu olacak birini gerektirir.
- **Fuarlar:** Fuar organizatörleri ön depo ve mekân kabul pencerelerini belirler; birini kaçırmak acil elleçleme ücreti ödemek demektir. Sert kapaklı kolilerin ağırlığı fazladır; bu nedenle fuar bitmeden artan stok için iade sevkiyatı veya yakın bir varış noktası planlayın.
- **Müşteri hediyeleri:** Kartla birlikte tek tek gönderin ve teslimatı yıl sonu yoğunluğuna bırakmak yerine bir yenileme ya da proje lansmanı gibi ilişkide anlamlı bir tarihe denk getirin. AB'deki müşteriler için Ambalaj ve Ambalaj Atıkları Tüzüğü, hediye kutuları ve posta ambalajları için 12 Ağustos 2026 tarihinden bu yana uygulanıyor ([Tüzük \(AB\) 2025/40^{\[11\]}](#)). Bu düzenleme defteri değil, ambalajı kapsar.
- **Eğitim:** Defterleri ders materyalleriyle birlikte her eğitim salonuna teslim edin ve her lokasyonda adı belli bir alıcı atayın. Bir sonraki grup birebir aynı yeniden siparişi alsın diye onaylanmış şartnameyi arşivinizde tutun. Ürün sayfası, kolilerin taşıma sırasında nasıl korunacağını ve yeniden sipariş şartnamesinin nasıl muhafaza edileceğini anlatır.

İthalat içeren her program için sınıflandırmayı 4820 tarife pozisyonu altında gümrük müşavirinizle doğrulayın. Genel gümrük vergisi oranı toplam teslim maliyeti değildir; çünkü menşeye bağlı olarak ek vergiler uygulanabilir.



Adım 5: Dağıtım tarihinden geriye doğru planlayın ve kullanımı ölçün

Her program için dağıtım tarihini sabitleyin, sonra geriye doğru ilerleyin: set hazırlama, teslimat, üretim, numune onayı, tasarım ve Adım 1 kapsamındaki dahili onay. Tedarikçinizden güncel üretim ve numune takvimini isteyin, varsaymayın; en az bir revizyon turuna yer bırakın. Program yürürken defterlerin kullanılıp kullanılmadığını kontrol edin. Yeni çalışanlara ilk çeyreklerinin ardından sorun, nitelikli görüşmelerin ardından kaç stant defterinin dağıtıldığını sayın ve hesap yöneticilerine müşterilerin hediye söz edip etmediğini sorun. Bir sonraki siparişi, bu yılki birim fiyattan çok bu veriler şekillendirmelidir.

Program karşılaştırma tablosu

Program	Asıl kullanıcı	Karar sahibi	Miktar belirleyici	Marka yerleşimi	İç sayfa odağı	Teslimat güzergâhı	Başlıca risk
Çalışan işe başlama setleri	Yeni işe başlayanlar	İK / insan kaynakları operasyonları	İşe alım tahmini x dönem + rezerv	Kapakta temel marka; içeride değerler sayfası	Günlük not sayfaları	Merkezi set hazırlama veya doğrudan eve gönderim	Eskimiş kampanya tasarımı
Konferans ve fuar tanıtım hediyeleri	Katılımcılar, potansiyel müşteriler	Pazarlama / etkinlik	Trafik x alma oranı	Kapağın tamamında etkinlik tasarımı veya değiştirilebilir kuşak	Standart çizgili veya noktalı sayfalar	Ön depo veya mekân	Fuar sonrası artan stok

Program	Asıl kullanıcı	Karar sahibi	Miktar belirleyici	Marka yerleşimi	İç sayfa odağı	Teslimat güzergâhı	Başlıca risk
Müşteri hediyeleri	Adı belli paydaşlar	Satış / müşteri yönetimi	Hesap listesi + rezerv	Ön kapakta sade işaret; sırt veya arka kapak; kişisel not	Üst düzey yazım hissi	Kartla tek tek gönderim	Promosyon malzemesi gibi görünmek; isim hataları
Şirket içi eğitim	Eğitim grubu katılımcıları	Öğrenme ve gelişim	Grup x oturum + eğitmenler	Program adı; gündem sayfaları	Çalışma kâğıtları veya yapılandırılmış sayfa düzenleri	Eğitim salonları, her lokasyonda bir irtibat kişisi	Yeniden sipariştten önce müfredat değişikliği

İki programın satırları neredeyse aynıysa, bunları farklı kuşaklar veya ek sayfalarla tek bir defterde birleştirin. Satırlar hedef kitle ve marka uygulamasında ayrışmıyorsa, birleşik sipariş daha ucuz görünse bile siparişleri ayrı tutun. Cilt ve kapak seçeneklerinin nasıl karşılaştırıldığı gibi yapısal ödünleşimler şu sayfada anlatılır: [ürün şartnamesi sayfası](#).

SSS

SSS: Tek bir defter tasarımı dört programın hepsine hizmet edebilir mi?

Bazen; kapakta temel kimliğiniz kullanılır, programa özgü marka uygulaması ise çıkarılabilir kuşaklara, ek sayfalara veya ilk sayfalara konursa. Müşteri hediyelerinde genellikle işe yaramaz, çünkü aynı defterin bir stantta dağıtıldığını gören alıcılar hediyeği promosyon stoğu olarak algılar.

SSS: Kaç adet işe başlama defteri sipariş etmeliyiz?

Miktarı mevcut çalışan sayısına değil, işe alım tahminine dayandırın. Dönem başına beklenen işe alım sayısını, tek bir tasarımın kullanılacağı dönem sayısı ile çarpın, ardından yedekler için rezerv ekleyin. Bir ana baskı ve sonradan bir tamamlayıcı sipariş vermek, işe alımlar yavaşlarsa artan stok riskini azaltır.

SSS: Müşteri hediyeği defterlerinde logo nereye konmalı?

Ön kapağı sade tutun; küçük bir işaret koyun ya da hiç koymayın, daha belirgin markayı sırta, arka kapağa veya içeride basılı bir nota yerleştirin. Kişiselleştirilmiş her ismi tasarım onayından önce CRM'inizle karşılaştırarak doğrulayın.

SSS: Fuar defterleri sert kapaklı olmak zorunda mı?

Her zaman değil. Sert kapak bez çantada hasar görmeden kalır ve saklanmaya değer görünür; defterler nitelikli görüşmelere ayrıldığında bu işe yarar. Hacmin yüksek, ilginin düşük olduğu açık masa dağıtımlarında daha hafif bir tanıtım ürünü genellikle bütçenin daha iyi kullanımıdır.

SSS: Kamu sektörü eğitim müşterileri hangi belgeleri ister?

Tüketici sonrası geri dönüştürülmüş içerik oranlarına ve yazılı sertifikasyona yönelik talepler bekleyin; özellikle Kaliforniya kuralları ve ABD federal satın alma yönergeleri kapsamında. Bir FSC beyanı söz konusuysa alıcılar geçerli bir gözetim zinciri sertifika numarası isteyecektir. Şartnameyi kesinleştirmeden önce müşterinin neyi gerektirdiğini teyit edin.

SSS: Asgari sipariş adedi ve teslim süresi nedir?

İkisi de her program için seçtiğiniz şartnameye, miktara ve son işlemlere bağlıdır. Miktar belirleyiciyi, marka yerleşimini ve dağıtım tarihini içeren program brifinginizi gönderin; güncel asgari adetleri ve takvimleri teklif edelim.

Önemli çıkarımlar

- **Defteri hedef kitlenin kuşağına ve rolüne göre seçin.** — Ofis ürünleri X Kuşağı'nın yaklaşık 55 % kadarına, Z Kuşağı'nın ise yalnızca yaklaşık 27 % kadarına hitap ediyor ([Kaynak](#))
- **Üst düzey onayı takvime baştan dahil edin.** — Perakendede promosyon ürünü karar vericilerinin yaklaşık 41 % kadarı direktör ([Kaynak](#))
- **Sert kapaklı kurumsal programlar pazarın daha hızlı büyüyen kesiminde yer alıyor.** — Sert kapaklılarda yıllık bileşik büyüme oranı (CAGR) 4,27 %, genel pazarda 3,30 %; dönem: 2025–2030 ([Kaynak](#))
- **Federal eğitim müşterileri kapaklarda yüksek oranda geri dönüştürülmüş içerik bekleyebilir.** — EPA, kitap kapakları için 75–100 % oranında tüketici sonrası lif öneriyor ([Kaynak](#))
- **Kaliforniya kamu alıcıları geri dönüştürülmüş içerik için alt sınır koyuyor.** — Baskı ve yazı kâğıtları için en az 30 % oranında tüketici sonrası lif ([Kaynak](#))
- **AB'deki müşteri hediyeleri yeni ambalaj kurallarıyla karşılaşıyor.** — PPWR, 12 Ağustos 2026 tarihinden bu yana ambalajlara uygulanıyor ([Kaynak](#))
- **FSC beyanlarını sertifika numarasıyla doğrulayın.** — 50,000 üzerinde şirket FSC gözetim zinciri sertifikasına sahip ([Kaynak](#))

Sonuç

En iyi kurumsal özel not defterleri, en büyük birleşik sipariştten değil, planlamadan çıkar. Her programa kendi satırını verin: kim kullanıyor, kim onaylıyor, miktarı ne belirliyor, marka nerede görünüyor ve defterler alıcılara nasıl ulaşıyor. Programları yalnızca bu satırlar örtüştüğünde birleştirin. Brif hazır olduğunda, [özel karton sert kapaklı defterler](#) için yapı seçeneklerini inceleyin ve teklif her defterin gerçekte nasıl kullanılacağını yansıtsın diye bize program başına bir brif gönderin.

Kaynaklar

1. PPAI Research, “Kuşaklara Göre Promosyon Tercihleri,” Eylül 2025. [ppai.org](#) ↵
2. Industry Today, “Kâğıt Defter Pazarı USD 89,72 Milyara Ulaşacak (2030 Yılına Kadar),” 22 Aralık 2025. [industrytoday.co.uk](#) ↵
3. PPAI, “Perakende Sektörü Son Alıcı İnfografiği,” 2025. [ppai.org](#) ↵
4. ISO 536:2019, Kâğıt ve karton — Gramajın tayini. [iso.org](#) ↵
5. ABD EPA, Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri için Kapsamlı Satın Alma Yönergeleri. [epa.gov](#) ↵
6. Kaliforniya Kamu İhale Kanunu §12209. [california.public.law](#) ↵
7. CalRecycle, Geri Dönüştürülmüş İçerikli Kâğıt Gereklilikleri (SB 1383). [calrecycle.ca.gov](#) ↵
8. FSC-STD-40-004, Gözetim Zinciri Sertifikasyonu. [fsc.org](#) ↵
9. Forest Stewardship Council US, “FSC nedir?” [us.fsc.org](#) ↵
10. ISO 9706:2025, Bilgi ve dokümantasyon — Dokümanlar için kâğıt — Kalıcılık gereklilikleri. [iso.org](#) ↵
11. EUR-Lex, ambalaj ve ambalaj atıkları hakkındaki Tüzük (AB) 2025/40 özeti. [eur-lex.europa.eu](#) ↵

Ekim 21, 2026