

SURİYE'DE YENİ EKONOMİK DÖNEMİN KAPISI AÇILIYOR

Şam'da art arda düzenlenen Türkiye-Suriye Ticaret Heyeti, Ticaret Bakanı Ömer Bolat'ın üst düzey temasları ve 63. Şam Uluslararası Fuarı, iki ülke ticaretini 3,7 milyar dolardan 10 milyar dolara çıkarma hedefini gündeme taşıdı.

TÜRK KUMAŞINA GENÇ TASARIM İMZASI

İHRACATÇIYA 80 ÜLKEDE 107 RAPORLUK PAZAR REHBERİ

Ticaret Bakanlığı, 2026'nın ilk 7 ayında 80 ülkeye yönelik 107 Sektörel Pazar Araştırması Raporu hazırlayarak ihracatçıların hedef pazarlardaki fırsatları daha doğru değerlendirmesine katkı sağladı.

BÜLENT SARIKAYA

Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı

"BÜYÜK HEDEF İÇİN ÜÇ EŞİĞİ AŞMALIYIZ"

Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Başkanı Bülent Sarıkaya, 5 yıl içinde 10 milyar dolarlık hedefe ulaşmanın yolunun sektörün önündeki üç kritik eşik aşılmasından geçtiğini vurguladı. Sarıkaya, Karadeniz'de güvenli bir deniz ticaret koridorunun kurulmasının, hedef pazarlarla bitki sağlığı ve karantina anlaşmalarının tamamlanmasının ve Mısır'ın elma ithalatındaki gümrük vergisinin kaldırılmasının ihracata büyük bir ivme kazandıracağını belirtti.

KIVANÇ ENERJİ

76 Yıllık
Sanayi Tecrübesi



Kivanç Enerji Panelleri İle
Yatırımlarınız **30 YIL** Boyunca
Güvence Altında



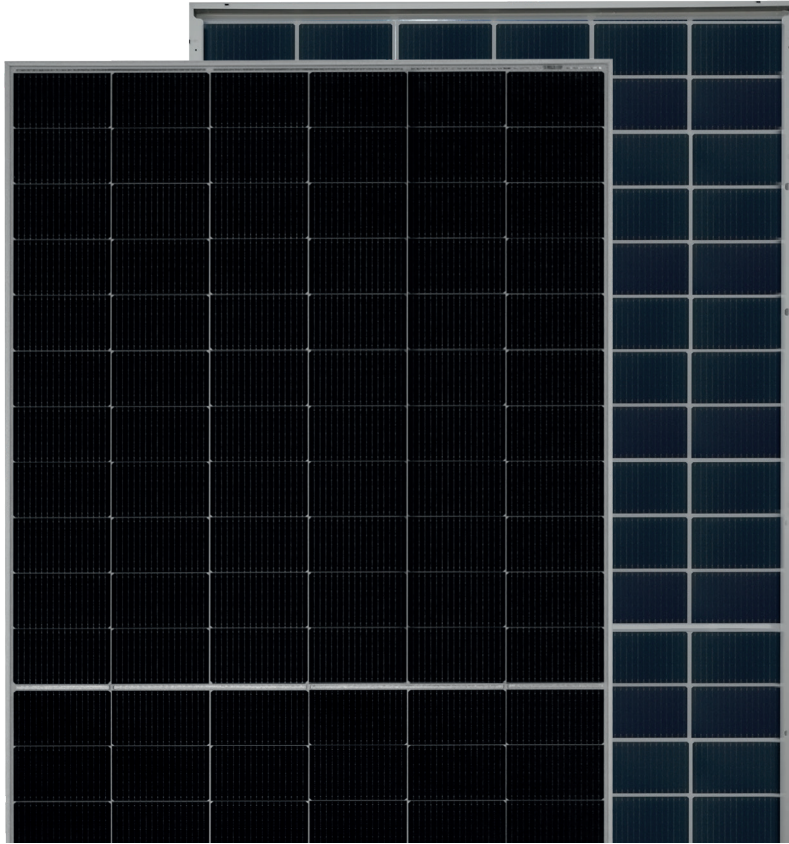
Disclaimer

Warranty partner

Munich RE



Güneş panelinde aynı alanda maksimum verim, daha fazla enerji!
Yeni Nesil Teknoloji ile Geleceğe Üretim!



Daha yüksek katma değer, daha güçlü küresel rekabet için çalışıyoruz

İMAM GAZALİ HIRADAĞI

AKİB Koordinatör Başkanı ve
Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları
Birliği Yönetim Kurulu Başkanı



Küresel ticaret; jeopolitik gelişmeler, enerji ve finansman maliyetleri, tedarik zincirlerindeki değişimler ile yeşil ve dijital dönüşümün etkisiyle yeniden şekilleniyor. Bu ortamda sürdürülebilir ihracat başarısı; daha yüksek katma değer üretmeyi, pazarları çeşitlendirmeyi, teknoloji ve inovasyona yatırım yapmayı ve değişen küresel standartlara hızla uyum sağlamayı gerektiriyor. Akdeniz İhracatçı Birlikleri olarak çalışmalarımızı bu anlayışla sürdürüyoruz.

AKDENİZ'İN İHRACAT GÜCÜNÜ GELECEĞE TAŞIYORUZ.

Nitekim rakamlar bu yaklaşımın karşılığını veriyor: 2026 Ağustos ayında ihracatımızı geçen yılın aynı ayına göre yüzde 19 artırarak 1,45 milyar dolara taşıdık. Ocak-Ağustos döneminde toplam ihracatımız ise yüzde 15 artışla 12,43 milyar dolara ulaştı. Ortaya çıkan tablo, bölgemizin değişen koşullara uyum kapasitesinin güçlü bir göstergesidir.

Bu performansı geleceğe taşıırken yol haritamızı büyük ölçüde TİM İhracat 2026 Raporu şekillendiriyor. Rapora göre Türkiye'nin ihracatını daha ileri taşıyabilmesi için rekabetçilik, finansmana erişim, maliyetler, pazar çeşitliliği, yüksek katma değerli üretim, AR-GE, tasarım ve markalaşma ile yeşil ve dijital dönüşüm alanlarında güçlü adımlar atılması gerekiyor. AKİB olarak bu dönüşümün izleyicisi değil, uygulayıcısı olmayı önemsiyoruz.

Yüksek katma değerli ihracat hedefimizin önemli unsurlarından biri de tasarım ve inovasyon kapasitemizi güçlendirmek. Çünkü geleceğin rekabetinde belirleyici olan, daha özgün ve değerli ürünler ortaya koyabilmek. Bu yıl 15'incisini düzenlediğimiz AT-HİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması da bu anlayışın güçlü bir örneği. 32 tasarım arasından seçilen

10 finalistin hayallerini, sanayimizin üretim gücüyle buluştururken Türk tekstilinin geleceğine olan umutlarımız da güçleniyor.

Katma değerın yanı sıra sürdürülebilirlik de rekabet gücümüzün ayrılmaz bir parçası. Bu nedenle yeşil dönüşümü vazgeçilmez bir gündem olarak görüyoruz. Avrupa Yeşil Mutabakatı ve yeni nesil çevresel kriterler, firmalarımız için hem bir sorumluluk hem de rekabet gücünü yeniden tanımlayan bir dönüşüm sürecine işaret ediyor. AKİB'in Yeşil Mentörlük Programı kapsamında firmalarımızı yerinde ziyaret ediyor, bu görüşmelerde edindiğimiz bulguları üyelerimize aktarıyoruz. Bu dönüşümü bir maliyet değil, stratejik bir yatırım olarak görüyoruz.

Pazar çeşitliliğini artırma çabamız coğrafi olarak da karşılığını buluyor. Suriye'deki yeni dönem, bölgemiz için özel bir önem taşıyor. Türkiye-Suriye Ticaret Heyeti'nden üst düzey temaslara, milli katılımını organize ettiğimiz 63. Şam Uluslararası Fuarı'na kadar bir dizi gelişme, iki ülke arasındaki ekonomik ilişkilerin yeniden şekillendiğini gösterdi. 3,7 milyar dolarlık ticaret hacmini 10 milyar dolara çıkarma hedefi; imar, altyapı, enerji, sanayi ve gıda alanlarında önemli fırsatlara işaret ediyor. Bu gelişmeler, yukarıda sözünü ettiğimiz alanların tek başına yeterli olmadığını, hepsinin birlikte ilerlemesi gerektiğini gösteriyor; güçlü üretim altyapısı, nitelikli insan kaynağı, yenilikçi tasarım, teknoloji, sürdürülebilirlik, lojistik kapasite ve pazar çeşitliliği bir bütün olarak geliştirilmeli. AKİB olarak önceliğimiz; Akdeniz'i tasarım üreten, teknoloji geliştiren, markalar oluşturan, yeşil dönüşümde öncü olan ve küresel tedarik zincirlerinde daha güçlü konumlanan bir ihracat merkezine dönüştürmektir. Üretim gücümüzü bilgiyle, girişimcilik ruhumuzu inovasyonla; ihracat deneyimimizi yeni nesil rekabetçilik anlayışıyla buluşturduğumuzda çok daha büyük başarılarla ulaşacağımıza inanıyoruz.

AKİBaktüel

SAHİBİ

Akdeniz İhracatçı Birlikleri adına
İmam Gazali Hıradağı

YAYIN KURULU

Adem Derinel, Aziz Aytek,
Bülent Sarıkaya, Rahmi İncetan,
Veysel Memiş, Yusuf Uçurum,
Yüksel Akgöl

SORUMLU

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ
Mehmet Ali Erkan

YÖNETİM YERİ

AKİB Limonluk Mah. 39. Cad.
No:12 33110
Yenişehir / MERSİN
Tel: (0324) 325 37 37
Faks: (0324) 325 41 42
Web: www.akib.org.tr
e-posta: info@akib.org.tr

YAPIM

NAR PR

Medya İletişim Danışmanlık

Nar PR Medya İletişim
Danışmanlık Ltd. Şti.

YAYIN DİREKTÖRÜ

Recep Şenyurt
senyurt@narprmedya.com

İLETİŞİM

Pirireis Mah. 1107 Sk. No:9
Hamitbey Apt. Kat:4 D:8
Yenişehir / MERSİN
Tel: (0324) 999 11 60-12 60
e-posta: narpr@narprmedya.com

• AKİB Aktüel Dergisi AKİB adına NAR PR MEDYA İletişim Danışmanlık Ltd. Şti. tarafından yayıma hazırlanmaktadır.

• AKİB Aktüel, Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği tarafından ayda bir yayımlanır.

• AKİB Aktüel'de yer alan imzalı yazılar, yazarların kişisel görüşleridir, Akdeniz İhracatçı Birlikleri'ni bağlamaz.

• AKİB Aktüel'de yer alan yazılar ve fotoğrafların her türlü telif hakkı Akdeniz İhracatçı Birlikleri'ne aittir. İzin alınmadan, kaynak gösterilerek dahi iktibas edilemez.

AKİB'DE GÜÇLÜ İVME: AĞUSTOS İHRACATI 1,45 MİLYAR DOLAR



7 > Değerlendirme

13 > Haber

AKİB'DEN YEŞİL DÖNÜŞÜM İÇİN SAHADA GÜÇLÜ İŞ BİRLİĞİ



15 > Haber

"GIDA İHRACATINDA HEDEF: DAHA FAZLA DEĞER VE KALICI PAZARLAR"

17 > Haber

MERSİN'İN SANAYİ VE İHRACAT DEVLERİNE ÖDÜL

22 > Aktüel Haber

DOĞANIN SABRI, ZAMANIN LEZZETİ: DİVLE TULUM PEYNİRİ

30 > Haber

HATAY'IN COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜN SAYISI 75'E YÜKSELDİ

31 > Haber

KÜRESEL GIDA TALEBİ DEĞİŞİYOR, TÜRKİYE İÇİN FIRSATLAR ARTIYOR

32 > Haber

İHRACAT MARATONUNDA YENİ DÖNEM VİZYONU



36 > Araştırma

ALMANYA'DA İTHALAT DEĞİŞİYOR, FIRSATLAR ARTIYOR



38 > Haber

İHRACATA 32 MİLYAR DOLARLIK FİNANSMAN

39 > Haber

TÜRK FİRMALAR, KÜRESEL E-TİCARET EKOSİSTEMİYLE BULUŞTU

40 > Haber

TEMSA'DAN BATARYA TEKNOLOJİSİNDE İHRACAT HAMLESİ



41 > Haber

TÜİOSB'DEN YATIRIMCILARA 200 BİN METREKARELİK YENİ ALAN

ENERJİNİN AVM'Sİ

TRANSFORMATÖRLER

- **Güç Transformatörleri**
1000 MVA / 1000 kV
- **Yağlı Tip Dağıtım Transformatörleri**
25 kVA - 31,5 MVA / 36 kV
- **Kuru Tip Dağıtım Transformatörleri**
250kV / 30 MVA / 52 kV

UÇTAN UCA ÜRETİM

YÜKSEK GERİLİM ANAHTARLAMA ÜRÜNLERİ

- **Hava Yalıtımlı Metal Enclosed Hücreler**
36 kV / 630A - 1250A
- **Monoblok Beton Köşk**
- **SF6 Gazlı Kesici ve Ayırıcılar**





Ağustos ayı dış ticaret verilerinin kamuoyuyla paylaşıldığı toplantıda, Bakan Bolat ve TİM Başkanı Gültepe'ye, TİM Yönetim Kurulu ve TİM Sektörler Konseyi üyeleri de eşlik etti.

AĞUSTOS İHRACATI REKOR KIRDI

Türkiye'nin ağustos ihracatı yüzde 8,1 artışla 23,5 milyar dolara yükselirken, yıllıklandırılmış ihracat 280,3 milyar dolarla rekor kırdı. Ticaret Bakanı Ömer Bolat, "Reeskont kredilerinde önümüzdeki aylarda bir iyileşme olmasını ümit ediyoruz." dedi.

Ticaret Bakanı Ömer Bolat, Türkiye'nin ağustos ayı ihracatının geçen yılın aynı ayına göre yüzde 8,1 artarak 23,5 milyar dolara ulaştığını ve tüm zamanların en yüksek ağustos ayı ihracatının gerçekleştirildiğini açıkladı.

Bakan Bolat, Ticaret Bakanlığı'nda Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe ile birlikte düzenlediği toplantıda ağustos ayı dış ticaret verilerini değerlendirdi. Türkiye ekonomisinin yılın ikinci çeyreğinden itibaren hızlandığına dikkati çeken Bolat, ihracattaki artışın ekonomik büyüme ve istihdamı destekleyen önemli unsurlardan biri olduğunu belirtti. Ağustos ayında ihracatın 23,5 milyar dolara ulaşarak geçen yılın aynı ayına göre yüzde 8,1 arttığını bildiren Bolat, bu artışın 1 milyar 766 milyon dolarlık ilave ihracat anlamına geldiğini söyledi. 2026 yılı Ocak-Ağustos döneminde ihracatın 185 milyar dolarla rekor seviyeye ulaştığını belirten Bolat, yıllıklandırılmış ihracatın ise 280,3 milyar dolara yükseldiğini ifade etti. Türkiye'nin 2026 yılı ihracat hedefinin 282 milyar dolar olduğunu hatırlatan Bolat, hedefe ulaşmak için 1,7 milyar dolarlık bir mesafe kaldığını kaydetti.

"Reeskont kredilerinde iyileşme bekliyoruz"

Bolat, ihracatçıların finansman koşullarına ilişkin gelişmelere de değinerek reeskont kredilerinde gelecek aylarda iyileşme beklediklerini söyledi. İhracat reeskont kredilerinin günlük limitinin 5 milyar liraya çıkarıldığını hatırlatan Bolat, döviz dönüşüm desteğinden yüzde 3'lük prim uygulamasının 31 Ocak'a kadar uzatıldığını bildirdi.

1 Ekim itibarıyla yeni bir modele geçileceğini belirten Bolat, bu düzenlemeyle daha fazla sektörün, özellikle katma değerli ve emek yoğun sektörlerin döviz dönüşüm desteğinden yararlanmasının kolaylaştırılmasının hedeflendiğini ifade etti.

"17 sektörümüzün ihracatı artarken, 9'unda düşüş oldu"

Daha sonra söz alan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, ağustos ayı ulusal ihracatını sektörler ve ülkelere göre değerlendirdi. Gültepe, "Ağustosta 17 sektörümüzün ihracatı artarken, 9'unda düşüş oldu. Sektörler sıralamasında otomotiv 2,8 milyar dolarla liderliğini sürdürdü. Otomotivi, 2,7 milyar dolarla kimyevi maddeler, 1,7 milyar dolarla elektrik-elektronik, 1,6 milyar dolarla mücevher ve 1,5 milyar dolarla çelik sektörümüz takip etti. En çok ihracat yaptığımız üç ülke Almanya, ABD ve Birleşik Krallık şeklinde sıralandı. Ağustosta parite nedeniyle yaklaşık 32,5 milyon dolarlık kayıp yaşadık. Birim ihracat değerimiz ise 1,65 dolar oldu." dedi.

Güncel gelişmelere de değinen Gültepe, Türkiye ekonomisinin ikinci çeyrekte yüzde 2,3 büyüdüğünü, net ihracatın ise 6 çeyrek sonra büyümeye 0,6 puanlık pozitif katkı verdiğini belirtti. Gültepe, ihracatın büyümenin temel dinamosu olmasını istediklerini ancak imalat sanayisinin milli gelirdeki payının 2022'nin ikinci çeyreğindeki yüzde 23 seviyesinden bu yılın aynı döneminde yüzde 15,1'e gerilediğine dikkat çekti.

İhracatının rekabet gücünün artırılmasını isteyen Gültepe, istihdam destek programındaki revizyon ile imalat sanayisine yönelik 250 milyar liralık finansman paketinin önemli olduğunu, ancak rekabetçiliğin yeniden kazanılması için daha kapsamlı adımlara ihtiyaç bulunduğunu söyledi.



AKİB'DE GÜÇLÜ İVME: AĞUSTOS İHRACATI 1,45 MİLYAR DOLAR

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB), ağustosta yüzde 19 artışla 1,45 milyar dolar ihracat gerçekleştirdi. Başta demir-demir dışı metaller, yaş meyve-sebze ve hazır giyim olmak üzere sektörlerdeki güçlü artışlar ile Malta, Birleşik Krallık, KKTC, Libya ve ABD pazarlarındaki çift haneli büyümeler dikkat çekti.



Başkan Hıradağı, AKİB'in yıllıklandırılmış ihracatının yüzde 10 artışla 18,39 milyar dolara yükseldiğini belirtti.

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB), 2026 yılının ağustos ayında ihracatını geçen yılın aynı ayına göre yüzde 19 artırarak 1,45 milyar dolara taşıdı. AKİB'in yılın sekizinci ayındaki ihracat performansında demir ve demir dışı metaller, yaş meyve sebze, hazır giyim ve konfeksiyon sektörlerinde yüksek oranlı artışlar öne çıkarken Malta, Birleşik Krallık, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC), Libya ve ABD pazarlarındaki güçlü hareketlilik dikkat çekti. AKİB Koordinatör Başkanı İmam Gazali Hıradağı, ağustos ayında bölge ihracatında rakamsal artış kadar ihracatın sektörler ve pazarlar arasındaki dağılımının da önemli olduğunu belirtti. Hıradağı, "Bu performans, Akdenizli ihracatçıların küresel ticaretteki dalgalanmalara rağmen üretim gücünü, girişimcilik kapasitesini ve pazar çeşitlendirme kabiliyetini koruduğunu ve geliştirdiğini gösteriyor. Sanayi ürünlerimizdeki yüksek ihracat hacmini tarım ve hazır giyim sektörlerimizdeki güçlü artışlarla birlikte değerlendirdiğimizde, AKİB'in değişen rekabet koşullarına hızla uyum sağlayan, yeni pazarlara erişim kapasitesini artıran dinamik bir ihracat yapısına sahip olduğunu görüyoruz." dedi.

"Bünyemizdeki 8 Birliğin 5'inde çift haneli artış yakaladık"

AKİB'in ağustos ayı ihracat performansını bağlı Birlikler bazında değerlendiren Başkan Hıradağı, şunları söyledi: "Yılın sekizinci ayında en yüksek ihracat değerlerine demir ve demir dışı metaller, kimyevi maddeler ve mamulleri ile hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörlerinde ulaştık.

Bünyemizdeki 8 Birliğin 5'inde çift haneli artış yakaladık. Yaş meyve ve sebze yüzde 83, hazır giyim ve konfeksiyonda yüzde 80, demir ve demir dışı metallerde yüzde 32 oranında ihracatımızı artırdık. Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliğimiz 456,4 milyon dolar değer ile ilk sırada yer aldı. Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliğimiz 351,4 milyon dolar değer ile ikinci, Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliğimiz 148,4 milyon dolar değer ile üçüncü sırada yer aldı. Yine ağustos ayında Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliğimiz 109,3 milyon dolar, Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliğimiz 103,3 milyon dolar, Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliğimiz 98,2 milyon dolar, Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliğimiz 91 milyon dolar, Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliğimiz ise 44,2 milyon dolarlık ihracata imza attı."

"İhracat haritamızdaki çift haneli büyümeler dikkat çekici"

Ağustosta en fazla ihracatın 141,6 milyon dolarla Irak'a gerçekleştirildiğini kaydeden Hıradağı, ABD'ye 68,9 milyon dolar, İtalya'ya 59,1 milyon dolar, KKTC'ye 50,9 milyon dolar ve Malta'ya 49,6 milyon dolar ihracat yapıldığını ifade etti. İhracat hacminde en güçlü ivmelenmenin yaşandığı ülkeleri değerlendiren Hıradağı; Malta, Birleşik Krallık, KKTC, Libya ve ABD pazarlarının öne çıktığını vurguladı. Düşük baz etkisiyle Malta pazarında 5 haneli dikkat çekici sıçrama yaşandığını belirten Hıradağı, ağustos ihracatının bu ülkede 49,6 milyon dolara ulaştığını kaydetti. Birleşik Krallık'a yapılan ihracatın yüzde 80 artışla 38,1 milyon dolara, KKTC'ye yönelik satışların yüzde 53 artışla 50,9 milyon dolara yükseldiğini belirten Hıradağı, Libya pazarının yüzde 51 artışla 30,1 milyon dolara, ABD pazarının ise yüzde 47 artışla 68,9 milyon dolara ulaştığını ifade etti.

12,4
MİLYAR
DOLAR

AKİB'İN
2026 YILI
8 AYLIK
İHRACATI

SURİYE'DE YENİ EKONOMİK DÖNEMİN KAPISI AÇILIYOR

Şam'da art arda düzenlenen Türkiye-Suriye Ticaret Heyeti, Ticaret Bakanı Ömer Bolat'ın üst düzey temaları ve 63. Şam Uluslararası Fuarı, iki ülke ticaretini 3,7 milyar dolardan 10 milyar dolara taşıma hedefini gündeme taşıdı. Millî katılım organizasyonu Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) tarafından gerçekleştirilen fuarda inşaat, kimya, gıda, teknoloji, enerji ve sanayi başta olmak üzere farklı alanlarda faaliyet gösteren Türk firmaları, Suriyeli iş insanları ve alıcılarla doğrudan temas kurdu.



Türkiye ile Suriye arasındaki ekonomik ilişkiler, Şam'da art arda gerçekleştirilen ticaret heyetleri, üst düzey temaslar ve 63. Şam Uluslararası Fuarı ile yeni bir ivme kazandı. 3,7 milyar dolarlık ticaret hacminin 10 milyar dolara çıkarılması hedeflenirken, gümrüklerden lojistiğe, yatırımlardan yeniden imar sürecine kadar birçok başlıkta iş dünyasının önündeki engellerin kaldırılması için somut adımlar gündeme geldi. Ticaret Bakanlığı ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) iş birliğiyle düzenlenen Türkiye-Suriye Ticaret Heyeti ve İkili İş Görüşmeleri, Ticaret Bakanı Ömer Bolat'ın Şam'daki temasları ve 63. Şam Uluslararası Fuarı, iki ülke arasındaki ticari ilişkilerin yeniden şekillendiği sürecin önemli kilometre taşları oldu.

200 Türk iş insanı Şam'da yeni iş birlikleri için Suriyeli muhataplarıyla buluştu

Türkiye-Suriye Ticaret Heyeti ve İkili İş Görüşmeleri programının açılışına Ticaret Bakanı Ömer Bolat, TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Suriye Ticaret Odaları Federasyonu Başkanı Alaa el-Ali, TİM başkan vekilleri ve yönetim kurulu üyeleri, ihracatçı birliklerinin başkanları, Şam Ticaret Müşavirliği



Hayvansal gıda ihracatçılarının standını ziyaret eden Ticaret Bakanı Ömer Bolat, ASHİB yöneticileriyle de değerlendirmelerde bulundu.

yetkilileri ile iki ülkenin iş dünyasını temsilen 200 kişilik bir Türk iş insanı heyeti katıldı. Program kapsamında Türk ihracatçıları ile Suriyeli iş insanları ikili görüşmelerde bir araya gelirken, düzenlenen yuvarlak masa toplantılarında iki ülkenin özel sektör temsilcileri kendi beklenti ve yatırım planlarını doğrudan paylaşma fırsatı buldu.

Etkinliğin açılışında konuşan Gültepe, Türkiye ile Suriye arasındaki bağın yüzyıllar öncesine dayandığını kaydederek, asırlardır Şam ile İstanbul'un, Halep ile Gaziantep'in aynı kervanların, aynı çarşıların ve aynı bereketli İpek Yolu'nun durakları olduğunu söyledi. Gültepe, "Biz sıfırdan bir hikâye yazmıyoruz. Tarihin bize emanet ettiği o büyük ticari kardeşliği, modern dönemin dinamizmiyle yeniden ayağa kaldırıyoruz. Bu salonda, Suriye'deki yeni dönemin net bir fotoğrafını görüyoruz." dedi.

Ticaret bakanları ve iki ülkenin iş insanlarının aynı hedef için bir arada bulunduğu dikkati çeken Gültepe, herkesin kazan-kazan ilkesi çerçevesinde iş birliklerini güçlendirmek istediğini ve verilerin kendilerine umut verdiğini söyledi.

"5 bin 800'e yakın firmamız Suriye'ye 3,7 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi"

Ticaret rakamlarına değinen Gültepe, "Geçen yıl ikili ticaret hacmimiz 3,7 milyar dolara ulaştı. 5 bin 800'e yakın firmamız Suriye'ye 3,7 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Bu yıl 7 ayda ihracatımız yüzde 16,5 artışla 2,1 milyar dolara ulaştı. Biz bu tabloyu başlangıç olarak görüyoruz." diye konuştu.

Gültepe, yeniden imar sürecinin çimentodan cama, mobilyadan makineye, kimyadan elektrığe kadar geniş bir talep yarattığını aktararak, "Öte yandan, Suriye'den tekstil hammaddesi, zeytinyağı ve tarım ürünleri ithalatımız artıyor. Biz tek taraflı satış değil, karşılıklı kazanç istiyoruz. Suriye üretsin, Suriye kazansın, birlikte büyüyelim. Yatırım tarafında da somut adımlar atılıyor. Örneğin sınır bölgesinde ortak sanayi bölgeleri gündemde." dedi.



**10
MİLYAR
DOLAR**

**TÜRKİYE-
SURİYE
ARASINDAKİ
TİCARET
HACMINDE
YENİ HEDEF**



AKİB bünyesindeki Birliklerin başkanları, 63. Şam Uluslararası Fuarı'nda ürünlerini tanıtan firmaların temsilcileriyle bir araya geldi.

Türk bankalarının Suriye'de şube açması için muhtabakat sağlandığını ancak bu olumlu gelişmelerin yanında çözüm bekleyen konuların da bulunduğunu bildiren Gültepe, gümrük işlemlerinin hızlandırılması, transit geçişlerin kolaylaştırılması ve sınır kapılarının kapasitelerinin artırılmasıyla ticaretin önünün daha da açılacağına inandıklarını söyledi.

"Parsiyel yüklemelerde gümrük süreçlerini daha öngörülebilir kılmalıyız"

TİM Başkanı Gültepe, sınır kapıları arasındaki mevzuat ve belge uygulamalarında yeknesaklığın sağlanması gerektiğinin altını çizerek, "Birden fazla araçla parça parça sevkiyat edilen yüklerde fatura ve beyanname süreçlerini kolaylaştırmalıyız. Özellikle KOBİ'lerimiz için hayati olan parsiyel yüklemelerde gümrük süreçlerini daha öngörülebilir kılmalıyız. Bu sorunları çözdüğümüzde 10 milyar dolarlık hedefimizin de önü açılacak." diye konuştu.

Gültepe, 2011'de askıya alınan serbest ticaret anlaşmasının yeni dönemin ihtiyaçları göz önüne alınarak güncellenmesinin karşılıklı ticaretin geliştirilmesinde büyük önem arz ettiğini belirterek, ticaretin önündeki finansal engelleri kaldırmak için de yeni nesil mekanizmaları hayata geçirmeleri gerektiğini söyledi.

Türk iş dünyası olarak Suriye'nin yeniden inşasına da yatırımcı ve çözüm ortağı olmaya hazır olduklarını vurgulayan Gültepe, "İkili iş görüşmelerinde çok sayıda firmamız Suriyeli dostlarımızla masaya oturacak. Bu görüşmelerden doğacak her anlaşma iki tarafta da fabrika, istihdam ve umut demek. Ayrıca, tüm konuklarımızı 10-11 Aralık 2026 tarihlerinde İstanbul'da düzenleyeceğimiz Türkiye-Arap Ülkeleri İş Zirvesi ve Alım Heyeti Programı'na davet ediyorum." dedi.

"Türkiye-Suriye ve Körfez ülkeleri arasındaki ekonomik entegrasyon hızlanacak"

Ticaret Bakanı Ömer Bolat ise yaptığı değerlendirmede Türkiye ile Suriye arasındaki ekonomik

ilişkilerin yeni bir döneme girdiğini belirterek, ticaretin yanı sıra yatırım, enerji, ulaştırma, müteahhitlik ve yeniden imar alanlarında kapsamlı iş birliklerinin önünün açıldığını söyledi. Bolat, bölgesel ticaret koridorlarının güçlendirilmesiyle Türkiye, Suriye, Ürdün ve Körfez ülkeleri arasında ekonomik entegrasyonun daha da hızlanacağını vurguladı.

Türkiye ve Suriye ekonomilerinin birbirine yakın ve tamamlayıcı bir yapıya sahip olduğunu belirten Bolat, yeni Suriye yönetiminin kurulmasının ardından iki ülke arasında siyasi, diplomatik, ekonomik ve ticari alanlarda yoğun bir koordinasyon yürüttüğünü kaydetti. Bolat, Türkiye-Suriye ekonomik ilişkilerinin daha sağlam bir zeminde ilerlemesi için önemli kurumsal mekanizmaların hayata geçirildiğine dikkat çekti. Gümrük İşbirliği Anlaşması'nın imzalanması, iş birliği komitesinin kurulması ve Ekonomi ve Ticaret Ortak Komitesi'nin (JETCO) oluşturulmasını önemli adımlar olarak değerlendiren Bolat, iki ülke merkez bankaları arasındaki iş birliğinin de sürdüğünü belirtti.

Bankacılık alanındaki gelişmelerin ticaret ve yatırım ilişkilerine katkı sağlayacağını ifade eden Bolat, sınır illeri ile ticaret ve sanayi odaları arasındaki iş birliklerinin de hız kazandığını söyledi. Bolat, Suriye'de siyasi ve iç güvenlik alanında sağlanan ilerlemenin ekonomiye de olumlu yansıtacağını belirterek, yaptırımların ve ekonomik kısıtlamaların kaldırılmasının Suriye ekonomisinin toparlanmasını hızlandıracağını ifade etti. Suriye'nin 14 yıllık yıkımın ardından yeniden yapılanma sürecine girdiğine dikkat çeken Bolat, bu süreçte altyapı, enerji, konut, ulaştırma, yapı malzemeleri, sanayi ve hizmetler başta olmak üzere çok sayıda sektörde yatırım ve iş birliği fırsatlarının ortaya çıkacağını söyledi. Bolat, Türkiye'nin bu süreçte Suriye'nin yeniden inşasına katkı sunmaya hazır olduğunu belirterek, iki ülke iş dünyasının yatırım ortaklıklarını ve ortak girişimleri artırmasının önemine işaret etti.

TİM Başkanı Mustafa Gültepe, 63. Şam Uluslararası Fuarı'na katılan ihracatçıların beklenti ve taleplerini dinledi.



Şam Uluslararası Fuarı ticaretin sahadaki karşılığını gösterdi

Suriye’de gerçekleştirilen üst düzey temaslardan biri ise 63. Şam Uluslararası Fuarı oldu. Bu yıl yaklaşık 60 ülkeden 1.000 kurum ve kuruluşun katılımıyla gerçekleştirilen fuar; inşaat, sanayi, gıda, kimya, teknoloji, enerji, tarım ve hizmetler başta olmak üzere çok sayıda sektörü bir araya getirdi. Fuarın özellikle ilk günlerinin iş insanları, yatırımcılar ve resmi heyetlere ayrılması, organizasyonun yalnızca ürün ve hizmet tanıtımının yapıldığı bir etkinlik olmaktan çıkarak ticari bağlantıların ve yatırım görüşmelerinin geliştirildiği uluslararası bir platforma dönüşmesini sağladı.

26 Ağustos-4 Eylül 2026 tarihlerinde düzenlenen fuarda Türkiye, farklı sektörlerden firmaların yer aldığı 33 stantla güçlü bir milli katılım gerçekleştirdi. İnşaat, kimya, gıda, teknoloji, enerji ve sanayi başta olmak üzere farklı alanlarda faaliyet gösteren Türk firmaları, Suriyeli iş insanları ve alıcılarla doğrudan temas kurdu. Türkiye’nin fuardaki milli katılım organizasyonu, Ticaret Bakanlığı’nın görevlendirmesiyle Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği (AKİB) tarafından gerçekleştirildi.

AKİB’in organizatörlüğünü üstlendiği fuar katılımı, Türkiye’nin Suriye pazarındaki varlığını kalıcılaştırma stratejisinin önemli bir ayağı oldu. Geçen yılki fuarda elde edilen deneyimin ardından 2026 organizasyonunun daha geniş katılımı ile gerçekleştirilmesi, Türk ihracatçısının pazara yönelik ilgisinin de güçlendiğini gösterdi. Türkiye’nin milli standında yöresel ürün tanıtımları, tadım etkinlikleri ve kültürel programlar düzenlenirken, Türk firmaları fuar boyunca yeni ticari bağlantılar kurmak için yoğun temaslarda bulundu. Fuarın açılış programına katılan Ticaret Bakanı Ömer Bolat da AKİB koordinasyonundaki Türk stantlarını ziyaret ederek firma temsilcilerinden Suriye pazarındaki gelişmeler, karşılaşılan sorunlar ve beklentiler hakkında bilgi aldı.

AKİB’den Suriye pazarına güçlü odak

Şam’daki temaslarda Akdeniz İhracatçı Birlikleri de üst düzey temsil edildi. AKİB Koordinatör Başkanı ve Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı İmam Gazali Hıradağ’ının yanı sıra AKİB bünyesindeki birliklerin başkan ve yöneticileri de fuar ve temas programlarında yer aldı.

Heyette Akdeniz Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği Başkanı Rahmi İncetan, Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Başkanı Yusuf Uçurum, Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği Başkanı Yüksek Akgöl ve Başkan Yardımcısı Ali Can Yamanyılmaz, Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkan Yardımcısı Ekrem Sağlam, Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Başkan Yardımcısı Oğuzhan Altun ile AKİB Genel



Milli katılım organizasyonu AKİB tarafından gerçekleştirilen 63. Şam Uluslararası Fuarı, yoğun ziyaretçi ilgisi ve hareketli etkinlikleriyle renkli görüntülere sahne oldu.

Sekreteri Mehmet Ali Erkan yer aldı. AKİB heyeti, fuar ziyaretleri kapsamında Türk firmalarının Suriye pazarındaki faaliyetlerini, karşılaştıkları sorunları ve yeni ticari fırsatlara ilişkin beklentilerini değerlendirdi. Bu temaslarda, AKİB’in Suriye pazarındaki rolünün yalnızca fuar organizasyonu ile sınırlı olmadığını, bölgedeki ihracatçıların pazara giriş, tanıtım, ticari bağlantı ve kalıcı iş ortaklıkları oluşturma süreçlerine katkı sağlayan daha geniş bir stratejinin parçası olduğunu ortaya koydu.

Yeni adres İstanbul, yeni gündem "yeniden imar"

Şam’daki temaslardan ardından gözler yeni organizasyonlara çevrildi. Suriyeli iş dünyası temsilcilerinin 10-11 Aralık tarihlerinde İstanbul’da düzenlenecek Türkiye-Arap Ülkeleri İş Zirvesi ve Alım Heyeti Programı’na davet edilmesi, iki ülke özel sektörünün temaslara Şam ile sınırlı kalmayacağını gösterdi. 2-5 Kasım’da düzenlenmesi planlanan Suriye’nin Yeniden İnşası ve İmarı Fuarı ise özellikle Türk inşaat, yapı malzemeleri ve altyapı firmaları açısından yeni fırsatların adresi olacak.



Hatay Valiliği, İl Özel İdaresi, TOBB GTİ, Hatay Büyükşehir Belediyesi ve Ticaret Bakanlığı'nın iş birliğiyle inşa edilen Cilvegözü Gümrük Kapısı TIR Parkı'nın açılış kurdelesini dualarla kesildi.

CİLVEGÖZÜ'NDE TİCARET HIZLANIYOR

Türkiye'nin Suriye ve Orta Doğu'ya açılan en önemli ticaret kapılarından Cilvegözü'nde 1.200 TIR kapasiteli park hizmete alındı. 184 bin metrekarelik alanda kurulan tesis, sınır kapısındaki uzun araç kuyruklarını azaltarak ihracatçıların ve lojistik sektörünün zaman ve maliyet kayıplarını sınırlayacak.

Hatay'ın Reyhanlı ilçesinde bulunan Cilvegözü Sınır Kapısı, Türkiye'nin Suriye üzerinden Orta Doğu pazarlarına açılan ticaret koridorundaki stratejik rolünü güçlendirecek yeni bir yatırıma kavuştu. 184 bin metrekarelik alanda inşa edilen ve aynı anda 1.200 TIR'ın park edebileceği Cilvegözü Gümrük Kapısı TIR Parkı hizmete alındı.

Türkiye ile Suriye arasındaki ticaret ve transit taşımacılığın yeniden ivme kazandığı bir dönemde devreye giren tesis, özellikle sınır kapılarında yaşanan araç yoğunluğunun azaltılması, ihracat yüklerinin daha hızlı hareket etmesi ve lojistik operasyonların daha öngörülebilir hale getirilmesi açısından kritik bir adım olarak öne çıktı.

Hatay Valiliği, İl Özel İdaresi, TOBB GTİ, Hatay Büyükşehir Belediyesi ve Ticaret Bakanlığı iş birliğiyle inşa edilen Cilvegözü Gümrük Kapısı TIR Parkı'nın açılışını gerçekleştiren Ticaret Bakanı Ömer Bolat, 9 ticari alanın yanı sıra ibadethane, yemekhane, berber, çalışma ofisleri ve dinlenme alanları bulunan tesisin ticaretin kolaylaştırılması ve dış ticaret hacminin artırılması açısından önemli olduğunu vurguladı.

Türkiye'yi Körfez ülkelerine bağlayan transit ticaret rotası

Ticaret Bakanı Ömer Bolat, Türkiye ile Suriye arasındaki ticaret hacminin 2025 yılında 3 milyar 750 milyon dolara ulaştığını, 2026'nın ilk 7 ayında ise geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 16 arttığını belirtti. Bolat, Cilvegözü Gümrük Kapısı'ndaki yatırımın iki ülke arasındaki ticaretin geliştirilmesinin yanı sıra Türkiye'yi Körfez ülkelerine bağlayan transit ticaret rotasının güçlendirilmesi açısından da stratejik önem taşıdığını ifade etti.

Türkiye ve Suriye'nin uzun bir sınırı paylaştığını ifade eden Bakan Bolat, konuşmasını şöyle sürdürdü: "Burada toplam 11 sınır kapımız var. Kimisi iç savaş döneminde açılmıştı. Bunlardan 6'sı şu anda faal bir şekilde çalışıyor. En önemlileri Cilvegözü, Kilis-Öncüpınar, Gaziantep-Karkamış, Şanlıurfa-Akçakale ve Yayladağı-Hatay aynı şekilde. Bu gümrük kapılarımız çok önemli ve değerli, Suriyeli bakan mevkidaşım 3 hafta önce Ankara'dan müjdeyi verdi. Mardin Nusaybin'le karşısındaki Kamışlı arasında da bu yıl sonuna kadar çok önemli bir gümrük kapısı da açılmış olacak. Bizim taraf hazır. İç savaş nedeniyle çalışmıyordu ama Suriye'de çok hızlı bir şekilde yapacak. Gerçekten çok çalışıyorlar."

Hatay'da ilave yatırımlar devam ediyor

Bakan Bolat, Yayladağı ilçesinde de gümrüğü büyüttüklerini ve genişlettiklerini, çalışmaların bitimine kısa bir süre kaldığını belirtti. Antakya Gümrük Müdürlüğü'nün yatırım temelini yakında atacaklarını dile getiren Bolat; Hatay merkezli Doğu Akdeniz Gümrük ve Dış Ticaret Bölge Müdürlüğü tesislerindeki çalışmaların yüzde 90 oranında tamamlandığını, hizmet binasını yakın zamanda açacaklarını belirtti. TIR parkının hayırlı olmasını dileyen Bakan Bolat, ticaretin artmasının ekonomik büyüme, refah ve bölgesel huzura katkı sağlayacağını ifade etti.

Cilvegözü Gümrük Kapısı TIR Parkı'nda 9 ticari alanın yanı sıra ibadethane, yemekhane, berber, çalışma ofisleri ve dinlenme alanları yer alıyor.



AKİB'DEN YEŞİL DÖNÜŞÜM İÇİN SAHADA GÜÇLÜ İŞ BİRLİĞİ

AKİB, Yeşil Mentörlük Programı kapsamında Beyaz Kağıt'ı ziyaret ederek firmanın sürdürülebilirlik ve yeşil dönüşüm çalışmalarını yerinde değerlendirdi. Yürütülen mentörlük çalışmalarıyla, ihracatçı firmaların yeşil dönüşüm süreçlerine uyum sağlamaları ve küresel pazarlardaki rekabet güçlerini artırmaları destekleniyor.



AKİB'in Yeşil Mentörlük Programı kapsamında gerçekleştirilen ziyarette, Beyaz Kağıt'ın sürdürülebilirlik yolculuğu ve yeşil dönüşüm uygulamaları mercek altına alındı.

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB), ihracatçı firmaların küresel ticaretin değişen sürdürülebilirlik kriterlerine uyumunu güçlendirmek amacıyla yürüttüğü Yeşil Mentörlük Programı kapsamında saha çalışmalarını sürdürüyor. Program çerçevesinde üretim ve ihracat kapasitesiyle öne çıkan Beyaz Kağıt firması ziyaret edilerek, şirketin sürdürülebilirlik vizyonu ve yeşil dönüşüm alanında yürüttüğü çalışmalar yerinde değerlendirildi.

AKİB heyetinin Beyaz Kağıt'a gerçekleştirdiği ziyarette; firmanın sürdürülebilirlik yaklaşımı, çevresel performansını geliştirmeye yönelik uygulamaları ve ihracatın geleceğini şekillendiren çevresel dönüşüm süreçleri kapsamlı biçimde ele alındı. Görüşmelerde, sürdürülebilir üretimin gerektirdiği dönüşüm alanları değerlendirilirken, firmanın bu alandaki bilgi birikimi, deneyimi ve mevcut uygulamaları üzerinden karşılıklı görüş alışverişinde bulunuldu. Ziyaret, AKİB'in sürdürülebilirlik alanında yürüttüğü çalışmaların üretim sahasına taşıdığı önemli bir uygulama örneği niteliği taşıdı.

AKİB personeli yeşil dönüşümde yetkinliğini sahaya aktarıyor

Avrupa Yeşil Mutabakatı'nın ihracatçıları açısından ortaya çıkardığı yeni gereklilikler doğrultusunda firmaların mevcut durumlarının değerlendirilmesi, gelişim alanlarının belirlenmesi ve sürdürülebilirlik hedeflerinin kurumsal süreçlere entegre edilmesi, Yeşil Mentörlük Programı'nın temel çalışma başlıkları arasında yer alıyor.

AKİB, yeşil dönüşüm alanındaki saha çalışmalarının altyapısını ise uzun süredir devam eden eğitim ve kapasite geliştirme faaliyetleriyle güçlendiriyor. Avrupa Yeşil Mutabakatı

ve Mutabakata Uyum Sürecine Hazırlık Konusunda Kurumsal Kapasitenin Geliştirilmesi Eğitimleri Projesi dâhilinde; Avrupa Yeşil Mutabakatı, sera gazı envanteri ve hesaplaması, ürün karbon ayak izi, su ayak izi, sürdürülebilirlik, ISO 50001 Enerji Yönetim Sistemi, sosyal sorumluluk ve etik yönetim gibi kritik başlıklarda eğitimler gerçekleştirildi.

Projenin Sürdürülebilirlik Etapı Modül 1 Eğitimi'nde, AKİB personeline sürdürülebilirlik ve kurumsal kapasite geliştirme konularında eğitim verildi. Bu süreçle birlikte sürdürülebilirlik alanında yetkinlik kazanan AKİB personelinin, sahip olduğu bilgi ve deneyimi üye firmalara yerinde eğitim ve mentörlük desteği olarak aktarmasının önü açıldı.

İhracatçının yeşil dönüşüm yol haritası sahada çiziliyor

Beyaz Kağıt ziyareti de bu yaklaşımın sahadaki karşılığını ortaya koydu. Sürdürülebilirlik konusunda yapılan değerlendirmeler, firmaların dönüşüm süreçlerinde ihtiyaçlarının doğrudan sahada ele alınmasının ve sektörel deneyimlerin karşılıklı paylaşılmasının önemini gösterdi. Yeşil dönüşüm, küresel ticarette ihracatçıların pazara erişimi ve rekabet gücü açısından stratejik önem kazanıyor. AKİB, eğitim ve mentörlük çalışmalarını saha uygulamalarıyla buluşturarak ihracatçı firmaların yeşil dönüşüm sürecine daha güçlü ve hazırlıklı adım atmasını desteklemeyi sürdürecektir.

AKİB heyeti, firmanın sürdürülebilirlik alanındaki uygulamalarını yerinde değerlendirdi.

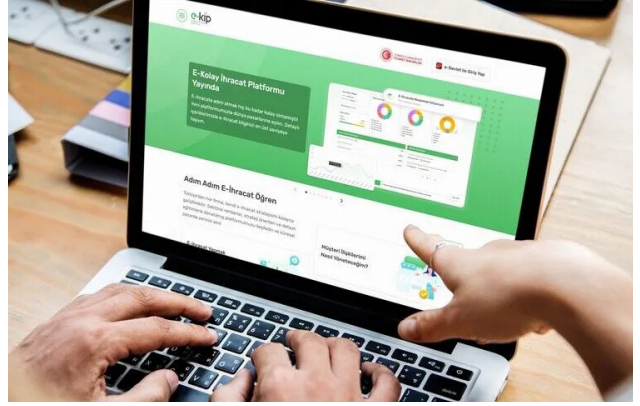


E-KOLAY İHRACAT PLATFORMU'NA BİRİNCİLİK ÖDÜLÜ

Ticaret Bakanlığı'na devreye alınan E-Kolay İhracat Platformu (E-KİP), Verimlilik Proje Ödülleri'nde "Kamu-Dijital Dönüşüm" kategorisinde birincilik ödülüne layık görüldü.

Türkiye Yüzyılı vizyonunun "Ticarette Dijital Dönüşüm" hedefleri doğrultusunda kullanıma sunulan E-KİP, yapay zekâ destekli araçları, hedef ülke ve sektör analizleri, eğitim içerikleri ve uygulamaya yönelik rehberleriyle firmaların e-ihracat süreçlerine rehberlik ediyor. Platform, doğru pazarın belirlenmesinden satış kanallarının oluşturulmasına, operasyonel süreçlerin planlanmasından küresel rekabete hazırlığa kadar ihracat yolculuğunun farklı aşamalarında firmalara destek sağlıyor.

Birbiriyle entegre 12 farklı modülden oluşan E-KİP, kullanıcı dostu arayüzü ve kolay anlaşılır içerikleriyle e-ihracata yeni başlayacak firmaların yanı sıra mevcut faaliyetlerini geliştirmek isteyen işletmelere de önemli imkânlar sunuyor. Kamu ve özel sektörde verimliliği artıran, yenilikçi uygulamaları teşvik eden Verimlilik Proje Ödülleri kapsamında geçen yıl 49 ilden 451 proje değerlendirilirken, 72 proje finale kaldı. E-KİP ise "Kamu-Dijital



Dönüşüm" kategorisinde birinci oldu. E-KİP'in aldığı ödül, yapay zekâ ve veri temelli araçların kamu hizmetlerinde erişilebilirliği, bütünlüğü ve kullanıcı odaklı yaklaşımı güçlendirmedeki rolünü ortaya koydu. Ticaret Bakanlığı, ihracatçıların değişen ihtiyaçlarına cevap verebilmek amacıyla platformun geliştirilmesine yönelik çalışmalarını sürdürüyor. Bu kapsamda daha güçlü altyapı ve anlık veri akışıyla yenilenen "Akıllı E-İhracat Robotu" ile e-ihracatçılara lojistik süreçlerde adım adım rehberlik edecek chatbot özellikli "Adım Adım Lojistik" modülünün geliştirilmesi ve güncellenen içeriklerin kullanıma sunulması planlanıyor.

Mersin'in ticaret gücüne yeni iş birliği merkezi

Mersin Ticaret ve Sanayi Odası (MTSO), kentin uluslararası ticaretteki stratejik konumunu güçlendirecek yeni bir yapıyı devreye aldı. Uluslararası Göç Örgütü (IOM) Türkiye temsilciliği ile yürütülen iş birliği kapsamında kurulan İş Geliştirme ve İş Birliği Ofisi, işletmelerin ticari bağlantılarını geliştirmelerine ve sınır ötesi iş birliklerini artırmalarına katkı sunmak üzere faaliyetlerine başladı.

Türkiye'de IOM iş birliğiyle kurulan ilk İş Geliştirme ve İş Birliği Ofisi olma özelliği taşıyan merkez, Mersin'in güçlü lojistik

altyapısı ve dış ticaret kapasitesi temelinde işletmelerin uluslararası pazarlara erişimini desteklemeyi hedefliyor.



Ofisin açılış programına MTSO Yönetim Kurulu Başkanı Hakan Sefa Çakır, Meclis Başkanı Hamit İzol ve Birleşik Krallık Ankara Büyükelçisi Jill Morris ile IOM Misyon Şefi Gerard Karl Waite katıldı. Ofis aracılığıyla işletmelere finansmana ve pazarlara erişim, ikili görüşmeleri, dış ticaret süreçleri, mevzuat, eğitim ve bilgilendirme alanlarında rehberlik sağlanacak. Özellikle Türk ve Suriyeli işletmeler arasındaki ticari ilişkilerin geliştirilmesi ve sınır ötesi ekonomik iş birliklerinin artırılması için ortak çalışma zemini oluşturulacak.

Yeni merkezin, işletmelerin uluslararası ticaret süreçlerinde ihtiyaç duyduğu bilgi ve bağlantılara daha kolay ulaşmasına katkı sağlaması, güvenli ve sürdürülebilir ticaretin geliştirilmesine destek olması amaçlanıyor. Mersin Ticaret ve Sanayi Odası ve IOM iş birliğiyle hayata geçirilen ofis, Mersin'in, Akdeniz havzası, Orta Doğu bölgesi ve diğer uluslararası pazarlara açılan bir ticaret kapısı olma konumunu güçlendirmeyi hedefliyor.



“GIDA İHRACATINDA HEDEF: DAHA FAZLA DEĞER VE KALICI PAZARLAR”

Foodist İstanbul Uluslararası Gıda ve İçecek Ürünleri Fuarı kapsamında düzenlenen panelde konuşan AHBİB Başkanı Veysel Memiş, Türkiye’nin küresel gıda ihracatındaki gücünü artırmak için katma değerli üretim, sürdürülebilirlik, inovasyon, dijitalleşme ve markalaşmaya odaklanılması gerektiğini söyledi.



Panelde, Türkiye gıda sektörünün küresel pazarlardaki konumu, ihracatın gelişim alanları ve rekabet gücünü artırma stratejileri farklı perspektiflerden değerlendirildi.

Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (AHBİB) Yönetim Kurulu Başkanı Veysel Memiş, Foodist İstanbul Uluslararası Gıda ve İçecek Ürünleri Fuarı kapsamında düzenlenen “Gıda İhracat Vizyonu ve Foodist Etkisi” başlıklı Başkanlar Oturumu’nda, Türkiye’nin küresel gıda ticaretindeki konumunu güçlendirmek için katma değerli üretim, sürdürülebilirlik, inovasyon, dijitalleşme, markalaşma ve pazar çeşitliliğine odaklanılması gerektiğini vurguladı.

Veysel Memiş, “Türkiye, sahip olduğu tarımsal üretim kapasitesi, güçlü gıda sanayisi, lojistik altyapısı ve ihracat deneyimiyle küresel gıda ticaretinde önemli bir konuma sahip. Akdeniz Bölgesi de bu yapının en güçlü merkezlerinden biri. Üretimden işleme, paketleme, lojistik ve ihracata kadar uzanan güçlü bir değer zincirimiz var. Ancak üretim gücümüzü daha yüksek katma değere dönüştürmemiz, markalarımızı güçlendirmemiz ve küresel pazarlarda daha kalıcı bir konum elde etmemiz gerekiyor.” dedi.

Sürdürülebilirlik ve inovasyon rekabetin ana unsurları

Küresel gıda ticaretinde yaşanan dönüşümün üretim anlayışını da değiştirdiğine dikkat çeken Veysel Memiş, iklim değişikliği, jeopolitik gelişmeler ve tedarik zincirlerindeki kırılmaların güvenilir ve sürdürülebilir tedarikçilerin önemini artırdığını söyledi.

Veysel Memiş, “Dünyada gıda ticaretinin dinamikleri hızla değişiyor. İklim değişikliği, su kaynaklarının azalması, enerji maliyetleri, jeopolitik gelişmeler ve tedarik zincirlerinde yaşanan kırılmalar, sürdürülebilir üretimi artık bir tercih olmaktan çıkarak zorunluluk haline getiriyor.” değerlendirmesinde bulundu.

Sürdürülebilirliğin ihracat pazarlarında rekabet gücünün temel unsurlarından biri olduğunu vurgulayan Veysel Memiş, sözlerini şöyle sürdürdü: “Su ve enerji verimliliği, izlenebilirlik, karbon ayak izinin azaltılması ve gıda kayıplarının önlenmesi gibi

konuları üretim süreçlerimizin merkezine almamız gerekiyor. Sürdürülebilir üretim konusunda bugün attığımız her adım, gelecekte uluslararası pazarlardaki rekabet gücümüzü doğrudan etkileyecek.”

İnovasyonun da gıda sektörünün geleceğini şekillendirecek başlıca alanlardan biri olduğunu belirten Veysel Memiş, yeni işleme teknolojileri, fonksiyonel gıdalar, akıllı ambalajlar, dijital izlenebilirlik ve yapay zekâ destekli üretimin sektör için önemli fırsatlar sunduğunu kaydetti.

“Birbirini tamamlayan beş temel alanda dönüşümü hızlandırmalıyız”

AHBİB’in gelecek vizyonunun katma değerli ürün çeşitliliği, sürdürülebilir üretim, dijitalleşme ve inovasyon, pazar çeşitliliği ve stratejik buluşmalar olmak üzere beş temel başlık üzerine şekillendiğini belirten Veysel Memiş, Türkiye’nin gıda ihracatında yeni bir değer üretme dönemine girmesi gerektiğini ifade etti.

Veysel Memiş, “Gelecek dönemde katma değerli ürün çeşitliliğini artırmalı, sürdürülebilir üretim modellerini yaygınlaştırmalı, dijitalleşme ve inovasyonu daha etkin kullanmalı, ihracat pazarlarımızı çeşitlendirmeli ve sektörümüzü uluslararası alıcılara daha güçlü şekilde buluşturmalıyız. Bu beş alanı birbirini tamamlayan bir bütün olarak ele almalıyız.” diye konuştu.

Pazar çeşitliliğinin ihracatın sürdürülebilirliği açısından stratejik önem taşıdığını belirten Memiş, Türkiye’nin yeni coğrafyalarda da kalıcı bir varlık oluşturması gerektiğini sözlerine ekledi.



AHBİB Yönetim Kurulu Başkanı
Veysel Memiş

İHRACATÇILAR BREZİLYALI ALICILARLA BULUŞTU



Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) organizasyonu ile 18-22 Ağustos 2026 tarihlerinde Brezilya'nın São Paulo kentinde ticaret heyeti programı gerçekleştirildi. TİM Başkan Vekili Ahmet Güleç başkanlığındaki heyette çelik, hizmetler ile kimyevi maddeler ve mamulleri sektörlerinden 19 Türk ihracatçı firmanın 25 temsilcisi yer aldı.

Programda Türkiye-Brezilya ticari ilişkilerinin mevcut potansiyelin altında kaldığına dikkat çeken Güleç, Brezilya'nın 280 milyar dolarlık yıllık ithalatından Türkiye'nin aldığı payın binde 3,5 seviyesinde olduğunu belirtti. Türkiye'nin 2025'te Brezilya'ya 985 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdiğini, 2026'nın ocak-temmuz döneminde ise ihracatın yüzde 10,1 artışla 626 milyon dolara ulaştığını kaydeden Güleç, MERCOSUR ile serbest ticaret anlaşmasının ticaretin geliştirilmesi açısından önemli bir eşik olacağını vurguladı.

Heyet kapsamında 71 Brezilyalı ithalatçı firmanın katılımıyla B2B görüşmeleri düzenlendi. Türk ihracatçılar ile Brezilyalı iş insanları arasında 200'e yakın ikili iş görüşmesi gerçekleştirilerek yeni iş birliği ve ihracat fırsatları ele alındı.

TİCARETTE TEKNİK ENGELLER PLATFORMU YENİLENDİ

Ticaret Bakanlığı, ihracatçıların yurt dışı pazarlarda karşılaştığı teknik düzenlemeler ve ürün güvenliği uygulamalarını daha etkin takip edebilmesi amacıyla kullanılan Ticarete Teknik Engeller (TTE) Web Platformunu yeniledi. 2006 yılından bu yana hizmet veren teknik-engel.ticaret.gov.tr adresindeki platformun sistemsel ve teknik altyapısı yeniden yapılandırıldı. Yapılan yenilemeyle ihracatçıların hedef pazarlardaki teknik

gereklilikler, ürün güvenliği mevzuatı ve uygulamalarına ilişkin bilgilere daha kolay ulaşması hedeflendi. Platform üzerinden ihracatçılar, ihtiyaç duydukları ülke mevzuatı hakkında Bakanlıktan bilgi talep edebilecek ve dış pazarlarda karşılaştıkları teknik engelleri interaktif olarak Bakanlığa bildirebilecek.

Platform ayrıca diğer ülkelerde ihracatı etkileyebilecek taslak düzenlemelerin takip edilmesine ve bu düzenlemelere ilişkin görüşlerin iletilmesine imkân sağlayacak. Böylece ihracatçıların dış ticaret politikalarının oluşturulmasına daha etkin katkı sunması amaçlandı.

Ücretsiz olarak kullanılabilen platforma üye olan firmalara, ilgi alanlarına giren ülke ve ürün bazındaki bildirimler günlük olarak e-posta yoluyla iletilecek. Üretici ve ihracatçılar; etiketleme, işaretleme, ambalajlama, karantina ile test ve belgelendirme süreçlerinden kaynaklanan sorunları da platform üzerinden Bakanlığa aktarabilecek.



Ticaret Bakanlığı'ndan Endonezya'ya e-ihracat rehberi

Ticaret Bakanlığı, e-ihracat potansiyeli yüksek pazarlara yönelik hazırladığı ülke rehberleri kapsamında Endonezya E-Ticaret Rehberi'ni yayımladı. 280 milyonu aşan nüfusuyla Güneydoğu Asya'nın en büyük ekonomisi konumundaki Endonezya, Türk ürünleri açısından önemli fırsatlar barındıran pazarlar arasında gösterildi.

Rehberde, Endonezya'daki vergi ve gümrük uygulamaları, yolcu muafiyetleri, pazara giriş süreçleri ve Türkiye'nin Endonezya'ya yönelik mikro ihracat verileri gibi ihracatçıların ihtiyaç duyabileceği bilgilere yer verildi.

Özellikle güçlü Müslüman nüfusu, helal üretim standartları ve değişen tüketim alışkanlıklarıyla dikkat çeken Endonezya'nın, Türk firmaları için stratejik bir e-ihracat destinasyonu olabileceği belirtildi. Rehberin, pazara açılmayı hedefleyen girişimciler ile mevcut ihracatçıların gümrük ve mevzuat süreçlerine uyumunu kolaylaştırması ve pazara girişte yol gösterici bir kaynak olması amaçlandı.



Bakanlık açıklamasında şunlar kaydedildi: "Endonezya pazarına açılmayı hedefleyen girişimcilerimiz ile mevcut ihracatçılarımıza rehberlik etmeyi amaçlayan çalışma, firmalarımızın gümrük ve mevzuat süreçlerine uyumunu kolaylaştırarak pazara giriş süreçlerinde önemli bir kaynak niteliği taşımaktadır."



Mersin'in sanayi ve ihracatına yön veren başarılı firmalar, aynı karede buluşarak kentin gurur tablosunu oluşturdu.

MERSİN'İN SANAYİ VE İHRACAT DEVLERİNE ÖDÜL

Mersin Ticaret ve Sanayi Odası'nın (MTSO) düzenlediği Sanayiye ve İhracata Değer Katanlar Plaket Töreni'nde, Türkiye'nin en büyük sanayi ve ihracatçı listelerinde yer alan Mersinli firmalar ödüllendirildi.

Mersin'in üretim ve ihracat gücünü taşıyan firmalar ödüllendirildi. Türkiye'nin en büyük sanayi kuruluşları arasında yer alan ve ihracat performanslarıyla öne çıkan Mersinli şirketler, Mersin Ticaret ve Sanayi Odası'nın (MTSO) düzenlediği "Sanayiye ve İhracata Değer Katanlar Plaket Töreni"nde ödülleri aldı.

Mersin, İstanbul Sanayi Odası'nın (İSO) 2025 yılı Türkiye'nin En Büyük Sanayi Kuruluşları araştırmasında İlk 500'de 21, İkinci 500'de 10 olmak üzere toplam 31 firmayla yer aldı. Kent, Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) Türkiye'nin İlk 1000 İhracatçısı Araştırmasında ise 22 firmayla temsil edildi. Böylece Mersin, Türkiye'nin sanayi ve ihracat liglerindeki güçlü konumunu ortaya koydu.

MTSO Yönetim Ku-

rulu Başkanı Hakan Sefa Çakır'ın ev sahipliğindeki törene, Mersin Valisi Atilla Toros, Mersin Büyükşehir Belediyesi Başkan Vekili Avukat Hamit Mert Avcı, sanayiciler ve ihracatçılar katıldı. Törenle firmalara plaketleri takdim edilirken, Mersin ekonomisinin geleceği ve kentin rekabet gücünü artırmaya yönelik iş birliği imkânları değerlendirildi.

Başkan Çakır: Mersin, jeo-ekonomik dönüşümde kilit rolde

Törende konuşan MTSO Başkanı Hakan Sefa Çakır, İSO ve TİM listelerinde yer alan firmaların Mersin'in üretim, istihdam ve ihracat gücünü temsil ettiğini söyledi. Başarılı şirketlerin kentin ekonomik ve sosyal kalkınmasına katkı sunduğunu belirten Çakır, bu firmaların büyüme yolundaki Mersin KOBİ'leri için de rol model olduğunu ifade etti.

Dünyada değişen ekonomik dengelemin yeni üretim ve lojistik koridorlarını öne çıkardığına dikkat çeken Çakır, Mersin'in üretim, ticaret ve lojistik altyapısıyla bu dönüşümde stratejik bir konuma sahip olduğunu vurguladı.

Çakır, "Dünyanın dönüşen bu jeo-ekonomik haritasında Mersin, üretim, ticaret ve lojistik gücüyle kilit bir rolde. Herkesin gözü Türkiye'de; Türkiye'deki en



kritik noktalardan biri ise Mersin. Mersin, limanı ve lojistik avantajlarıyla bölgenin ekonomi üssü haline geliyor. Bunu hepimiz görmeli ve geleceğimizi buna göre planlamalıyız." dedi.

Kentte kamu, yerel yönetim ve iş dünyası arasındaki iş birliğinin önemine işaret eden Çakır, ödül alan sanayici ve ihracatçılara kent ve ülke ekonomisine sağladıkları istihdam ve ihracat katkısı dolayısıyla teşekkür etti.

Mersin Valisi Toros: Mersin devler ligindeki yerini güçlendirdi

Mersin Valisi Atilla Toros da kentin üretim gücü, ihracat performansı ve girişimcilik ruhuyla Türkiye'nin önde gelen sanayi ve ihracat listelerinde güçlü şekilde yer aldığını belirtti. Toros, "Mersin'i; üretim gücü, ihracat performansı ve girişimcilik ruhuyla ülkemizin devler ligi olarak kabul edilen listelerinde bir kez daha güçlü şekilde yerini aldı." dedi.

Türkiye'nin üretim, yatırım, istihdam ve ihracat odaklı kalkınma vizyonuna dikkat çeken Toros, "Sayın Cumhurbaşkanımızın liderliğinde uygulanan üretim, yatırım, istihdam ve ihracat odaklı kalkınma vizyonu sayesinde ülkemiz, küresel ekonomide her geçen gün daha güçlü bir konuma yükselmektedir. Bu tablo, hepimiz için bir gurur kaynağıdır." ifadelerini kullandı.

Tören, Türkiye'nin sanayi ve ihracat liglerinde Mersin'i temsil eden firmalara plaketlerinin verilmesiyle sona erdi.



TÜRK KUMAŞINA GENÇ TASARIM İMZASI

Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği'nin (ATHİB) bu yıl 15'incisini düzenlediği Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması'nda, ön jüri değerlendirmesiyle 32 tasarım arasından 10 finalist belirlendi. Yarışmada dereceye girecek tasarımcılara toplam 1 milyon 125 bin TL para ödülünün yanı sıra yurt dışı eğitim, yabancı dil eğitimi ve uluslararası fuar deneyimi fırsatları sunulacak.

Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği'nin (ATHİB), Türk tekstil sektörünün tasarım ve inovasyon kapasitesini güçlendirmek, genç yetenekleri sanayile buluşturmak ve katma değerli üretimin önünü açmak amacıyla bu yıl 15'incisini düzenlediği Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması'nda 10 finalist belirlendi. Toplam 1 milyon 125 bin TL para ödülünün yanı sıra yabancı dil eğitim bursu ve yurt dışında mesleki eğitim imkanı sağlanan 15. ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması'nın jüri değerlendirme toplantısı Adana Model Fabrika'da gerçekleştirildi.

Türk tekstilinin duayenleri 32 tasarım arasından 10 finalist seçti

Ön jüride görev alan ATHİB Yönetim Kurulu Başkanı Yusuf Uçurum, ATHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Zeki Kıvanç, ATHİB Yönetim Kurulu Üyeleri Ayça Çelik ve Nazlı Ceylan Balduklurtul, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü Öğretim Üyesi Doç. Nuray Bıyıklı, Mersin Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil Tasarımı Anasanat Dalı Öğretim Üyesi Doç. Özge Usluca Erim, Çukurova Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda



Tasarımı Bölümü Öğretim Üyeleri Prof. Havva Halaçeli Metlioğlu ve Doç. Tuğba Arabalı Koşar, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Tekstil Tasarımı Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. Fatmanur Başaran, Tarsus Üniversitesi M.Y.O. Tekstil Teknolojileri Programı Öğretim Üyesi Doç. Yelda Gezicioğlu ile Bakırlar Tekstil San. ve Tic. A.Ş.'den Cemal Saraç, Furteks Dokuma San. Tic. Ltd. Şti.'den Aslıhan Üredi, Kimteks Tekstil İnş. Tic. ve San. A.Ş.'den Zekiye Işık, Sivteks Tekstil Tic. ve San. A.Ş.'den Mehmet Baki Siverekli, Bos-sa Tic. ve San. İşl. T.A.Ş.'den Serdal Sırlıbaş, Oğuz Tekstil San. ve Tic. A.Ş.'den Selçin Arıoğlu İncetas, Kıvanç Tekstil San. ve Tic. A.Ş.'den Gülsen Özden Bağcı, Arifoğlu Dokuma Tekstil İplik Paz. San. Tic. A.Ş.'den Mehmet Uygun, Ulusoy Tekstil San. ve Tic. A.Ş.'den Aysel İmir, Arseteks Tekstil Tar. Kim. San. Paz. Ltd. Şti.'den Aslı Cebeci, Meteks Moda Dokuma Kumaş San. Tic. Ltd. Şti.'den Mete Bağcılar ve Palmiye Dokuma İplik Tekstil San. ve Tic. A.Ş.'den Esen Yassıbağ Boz, toplam 32 tasarımı değerlendirdi.





ATHİB Yönetim Kurulu Başkanı
Yusuf Uçurum

Özgün temalarla şekillenen 10 güçlü tasarım finalde

Bu yıl da “Kendi Temanı Kendin Belirle” sloganıyla düzenlenen yarışmada ön jüri üyeleri; tekstil tasarımı, moda ve tekstil tasarımı ile tekstil mühendisliği bölümlerinde eğitim gören, yeni mezun olan veya yüksek lisans, sanatta yeterlik ve doktora çalışmalarını sürdüren tasarımcıların eserlerini çok yönlü değerlendirmeye tabi tuttu. Ön jürinin titiz değerlendirmesi sonucunda finale kalan 10 tasarım da belli oldu. Cennet Buse Işıl “Kentsel Kamufraj”, Ece Akkaya “Kozmik İzler”, Esra Demir “Rem”, Feyzanur Gürel “Taştan Dokumaya”, Gülsüm Sena Sarıkaya “Glitch Nature”, Harun Polat “Violent Genesis”, İremnur Bozkurt “Kozmik Rotalar”, Melda Ümmetoğlu “Mineral Atlas”, Meltem Kurtkulak “Tohumdan Kumaşa; Beyaz Altının Yolculuğu” ve Senanur Güder “Parhelion” isimli tasarımlarıyla ATHİB 15. Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması’nda finale yükseldi.

Genç tasarımcılara para ödülü, eğitim ve uluslararası deneyim fırsatı

Yarışmada dereceye giren tasarımcıları önemli ödüller ve kariyer fırsatları bekliyor. Birinciye 500 bin TL, ikinciye 375 bin TL, üçüncüye ise 250 bin TL olmak üzere toplam 1 milyon 125 bin TL para ödülünün verileceği yarışmada, dereceye giren tasarımcılar ayrıca 5973 Sayılı İhracat Destekleri Hakkında Karar kapsamında Ticaret Bakanlığı tarafından yapılacak değerlendirme sonucunda uygun bulunmaları halinde bir yıl süreyle yurt dışında



eğitim alma fırsatından yararlanabilecek. İlk üçe giren finalistlere ayrıca ATHİB tarafından belirlenecek süre ve şartlar doğrultusunda yabancı dil eğitimi ödülü sunulacak. Finale kalan 10 tasarımcının tamamına ise 16 çerçeve masaaüstü numune dokuma tezgâhi hediye edilecek. Bunun yanı sıra finalistler, ödül törenini takip eden bir yıl içinde sponsor firmaların yurt dışında katılacağı bir tekstil fuarında, firmanın tasarım ekibiyle birlikte yer alma fırsatı elde edecek.

Tekstil devleri, geleceğin tasarımlarına hayat veriyor

Finalistlerin tasarımları, yarışmanın üretim sürecinde sektörün önde gelen firmalarının desteğiyle dokuma kumaşa dönüştürüldü. Oğuz Tekstil San. ve Tic. A.Ş., Kimteks Tekstil İnş. Tic. ve San. A.Ş., Kıvanç Tekstil San. ve Tic. A.Ş., Bossa Tic. ve San. İŞl. T.A.Ş., Meteks Moda Dokuma Kumaş San. Tic. Ltd. Şti., Arseteks Tekstil Tar. Kim. San. Paz. Ltd. Şti., Furteks Dokuma San. Tic. Ltd. Şti., Palmiye Dokuma İplik Tekstil San. ve Tic. A.Ş., Sivteks Tekstil Tic. ve San. A.Ş. ve Bakırlar Tekstil San. ve Tic. A.Ş.’nin katkılarıyla hayata geçirilen üretim sürecinde, özgün tasarımlar dokuma kumaş olarak somutlaştırıldı. Genç tasarımcılar da sektör profesyonelleriyle birlikte çalışarak tasarımlarını endüstriyel üretim koşullarında geliştirme ve dokuma kumaşın üretim aşamalarını deneyimleme fırsatı buldu.



“Geleceğin tekstili tasarım ve inovasyonla şekillenecek”

ATHİB Yönetim Kurulu Başkanı Yusuf Uçurum, yarışmanın Türk tekstil sektörünün tasarım ve inovasyon gücüne katkı sunduğunu söyledi. Uçurum, “Yarışmamızı yalnızca dereceye giren tasarımların belirlendiği bir organizasyon olarak görmüyoruz. Genç yeteneklerin sektör profesyonelleriyle bir araya gelerek fikirlerini gerçek üretim koşullarında geliştirmelerini, üretim süreçlerini deneyimlemelerini ve sektörümüzün ihtiyaçlarını yakından tanımalarını çok değerli buluyoruz. Finalistlerimizin tasarımlarının sanayicilerimizin katkılarıyla dokuma kumaşa dönüşmesi, tasarım ile üretim arasındaki güçlü iş birliğinin en somut göstergelerinden biridir.” dedi.

Türk tekstil sektörünün küresel rekabet gücünü artırmasında tasarım, inovasyon ve nitelikli insan kaynağının belirleyici rol oynadığını vurgulayan Uçurum, “Gelecek dönemde daha özgün, daha yenilikçi ve daha yüksek katma değerli ürünler geliştirmek zorundayız. Bunun yolu da genç tasarımcılarımızın önünü açmaktan ve onları sektörümüzle daha güçlü biçimde buluşturmaktan geçiyor. ATHİB olarak genç yeteneklerin uluslararası vizyon kazanması, tasarım ve üretim ekosistemimizin bir parçası olması için desteklemeye devam edeceğiz.” ifadelerini kullandı.

İHRACATÇIYA 80 ÜLKEDE 107 RAPORLUK PAZAR REHBERİ

Ticaret Bakanlığı, 2026 yılının ilk 7 ayında 80 ülkeye yönelik 107 Sektörel Pazar Araştırması Raporu hazırlayarak ihracatçıların hizmetine sundu. Ticaret müşavirleri ve ataşeleri tarafından gerçekleştirilen yerinde araştırmalarla hedef pazarlardaki tüketici eğilimlerinden dağıtım kanallarına, mevzuat koşullarından lojistik imkânlar kadar ihracat kararlarını etkileyen çok sayıda unsur incelendi.

Küresel ticaretin hızla değiştiği, firmaların yeni pazarlara erişim ve pazar çeşitliliğini artırma arayışının önem kazandığı süreçte, Ticaret Bakanlığı'nın hazırladığı sektörel pazar araştırmaları ihracatçıları için önemli bir bilgi kaynağı oluşturdu. Bakanlık tarafından açıklanan verilere göre, 2026'nın ilk 7 ayında 80 ülkeye yönelik 107 Sektörel Pazar Araştırması Raporu hazırlandı.

Ticaret müşavirleri ve ataşeleri tarafından gerçekleştirilen çalışmalar, hedef pazarlara ilişkin yalnızca dış ticaret istatistiklerini değil, sahadaki ticari koşulları da ele aldı. Tüketici tercihleri, dağıtım kanalları, e-ticaret imkânları, lojistik altyapı, gümrük vergileri, tarife dışı engeller, teknik standartlar ve pazara giriş koşulları araştırmaların başlıca unsurları arasında yer aldı.

Sektör bazlı araştırmalar derinleştirildi

Ticaret Bakanlığı'nın 2025 yılında ana sektörlerle yönelik hazırladığı raporların ardından, 2026'da ihracatçı firmalardan gelen talepler doğrultusunda ürün ve alt sektör bazlı araştırmalara ağırlık verildi. Böylece genel sektör analizlerinin yanı sıra belirli ürün gruplarının hedef pazarlardaki potansiyeline yönelik daha spesifik çalışmalar gerçekleştirildi.

Bu kapsamda Almanya'da doğal bal, ABD'de doğal taş, Arnavutluk'ta inşaat iskelesi ve kalıp, Hollanda'da plastik ambalaj, İtalya'da ayakkabı, Güney Kore'de su ürünleri ve Tanzanya'da ilaç sektörlerine yönelik araştırmalar yapıldı.

Bakanlığın bu yaklaşımı, ihracatçıların kendi ürün grupları açısından hangi pazarlarda potansiyel bulunduğunu, pazara girişte hangi koşulların dikkate alınması

gerektiğini ve rekabet ortamının nasıl şekillendiğini daha ayrıntılı biçimde değerlendirmelerine imkân sağladı.

Pazara giriş koşulları mercek altında

Hazırlanan raporlarda hedef pazarlardaki bölgeler, şehirler ve öne çıkan tüketici merkezlerinin yanı sıra ithalatla gerekli belgeler, yerel standartlar, etiketleme ve ambalajlama koşulları da incelendi. Lojistik imkânlar, dağıtım kanalları ve e-ticaret platformlarının yanı sıra gümrük vergileri ve tarife dışı engeller de araştırmalarda değerlendirildi. Sektörlerin öne çıkan fuarları, tanıtım ve pazarlama imkânları ile tüketici tercihleri de raporlara dâhil edildi.

Bu kapsam, ihracatçıların hedef pazarlara ilişkin yalnızca talep ve pazar büyüklüğünü değil, pazara giriş koşullarını ve ticari işleyişi bir bütün olarak değerlendirmesine olanak sağladı.

Kuzey Amerika'dan Avrupa'ya geniş pazar ağı sektörel bazda yansıtıldı

80 ülkeye yönelik hazırlanan araştırmalar, Türkiye'nin ihracat pazarlarının çeşitlendirilmesine yönelik çalışmaların geniş bir coğrafyaya yayıldığını ortaya koydu. Kuzey Amerika'da ABD ve Kanada pazarlarına yönelik farklı sektörlerde araştırmalar gerçekleştirildi. ABD'de armatür, teknik hırdavat ve doğal taş gibi sektörler incelenirken, Kanada'da çelik ve çelik maddeleri, makine ve aksamı ile mobilya





aksesuarı ve iç mimari donanım alanları araştırıldı. Avrupa'da ise Almanya, İtalya, Hollanda, Avusturya, Fransa, İsviçre ve Finlandiya gibi pazarlarda farklı sektörlerle yönelik çalışmalar yürütüldü. Almanya'da yaş meyve ve sebze ile doğal bal, Hollanda'da plastik ambalaj, İtalya'da güneş enerjisi sistemleri ve ayakkabı, Avusturya'da armatür ve yaş sebze-meyve, Fransa'da işlenmiş gıda ve su ürünleri, İsviçre'de yaş meyve ve sebze gibi alanlar öne çıktı. Bu araştırmalarla Avrupa pazarlarındaki sektörel talep, tüketici tercihleri, pazara giriş koşulları ve ticari kanallar hakkında ihracatçılara güncel bilgiler sunuldu.

Asya-Pasifik'teki ülkelerde ürün bazlı araştırmalar öne çıktı

Asya-Pasifik bölgesinde de ürün bazlı pazar araştırmaları dikkat çekti. Hindistan'da mücevher, çikolata ve şekerleme, alüminyum ve blok mermer, Japonya'da su ürünleri ve hayvansal mamuller, Malezya'da mobilya, Pakistan'da çay, Vietnam'da tıbbi cihaz, Kazakistan'da ise hazır giyim ve konfeksiyon ile yaş ve kuru meyve sektörlerine yönelik araştırmalar gerçekleştirildi. Hong Kong Özel İdari Bölgesi'nde ise kuru meyve sektörüne ilişkin çalışma yapılması, Asya pazarlarında ürün bazlı fırsatların daha ayrıntılı biçimde ele alındığını gösterdi. Bu çalışmalar, Asya-Pasifik bölgesindeki farklı tüketici yapıları, ticari uygulamalar ve pazara giriş koşullarının sektörler özelinde değerlendirilmesine katkı sundu.

Afrika ve Latin Amerika'da yeni pazar imkânları ihracatçıların dikkatine sunuldu

Araştırmalar Afrika ve Latin Amerika ülkelerini de kapsadı. Tanzanya'da ilaç ile tarım makineleri ve ekipmanları, Peru'da madencilik makine ve ekipmanları, Brezilya'da demir veya çelikten boru bağlan-



tı parçaları, Nijerya ve Senegal'de mobilya, Zambiya'da değirmencilik makineleri gibi sektörlerle yönelik çalışmalar gerçekleştirildi. Bu araştırmalarla gelişmekte olan pazarlarda sektörlerin talep yapısı, rekabet koşulları, dağıtım kanalları ve pazara giriş gerekliliklerinin ihracatçıları açısından değerlendirilmesine yönelik bilgi altyapısı oluşturuldu.

Saha bilgisi firmaların ihracat kararlarına stratejik katkılar sağlıyor

Sektörel pazar araştırmalarının önemli unsurlarından birini, Ticaret müşavirleri ve ataşeleri tarafından sahadan elde edilen bilgiler oluşturdu. Tüketici alışkanlıkları, yerel rekabet koşulları, dağıtım yapısı, e-ticaret kanalları ve pazardaki ticari uygulamaların yanı sıra tarife dışı engeller, vergiler ve teknik standartlar da araştırmalarda ele alındı.

Bu kapsamda raporlar, ihracatçıların hedef pazarlardaki fırsatların yanı sıra pazara giriş sırasında karşılaşılabilecekleri teknik ve ticari koşulları da önceden değerlendirmelerine imkân sundu.

İhracatçı talepleri araştırmaların kapsamını belirliyor

Ticaret Bakanlığı, ihracatçı firmalardan gelen talepler doğrultusunda farklı sektör ve ürün gruplarına yönelik yerinde pazar araştırmalarını sürdürmeyi planlıyor. Bu yaklaşım, ihracatçıların ih-

tiyaç duyduğu sektörel ve ülke bazlı bilgilerin doğrudan sahadan derlenerek iş dünyasına aktarılmasını hedefliyor. Ticaret müşavirleri ve ataşeleri tarafından hazırlanan raporların, firmaların hedef pazar seçiminden pazara giriş koşullarının değerlendirilmesine kadar ihracat kararlarına yönelik bilgi ihtiyacını karşılaması amaçlanıyor.

Sektörel Pazar Araştırması Raporu'nda yer alan ülkeler şöyle sıralandı: Almanya, Amerika Birleşik Devletleri, Arjantin, Arnavutluk, Avustralya, Avusturya, Azerbaycan, Belarus, Benin, Bosna Hersek, Brezilya, Bulgaristan, Burkina Faso, Cezayir, Çin Halk Cumhuriyeti, Danimarka, Ekvador, Etiyopya, Fas, Fildişi Sahili, Filipinler, Filistin, Finlandiya, Fransa, Gabon, Güney Kore, Hırvatistan, Hindistan, Hollanda, Irak, İrlanda, İsveç, İsviçre, İtalya, Japonya, Kamboçya, Kamerun, Kanada, Karadağ, Kazakistan, Kırgızistan, Kolombiya, Kongo Demokratik Cumhuriyeti, Kuveyt, Küba, Kuzey Makedonya, Libya, Litvanya, Macaristan, Malezya, Meksika, Mısır, Moğolistan, Mozambik, Nijer, Nijerya, Norveç, Pakistan, Panama, Peru, Portekiz, Romanya, Ruanda, Rusya Federasyonu, Senegal, Sırbistan, Slovenya, Somali, Suudi Arabistan, Tacikistan, Tanzanya, Tunus, Türkmenistan, Uganda, Ukrayna, Umman, Venezuela, Vietnam, Yunanistan ve Zambiya.

**SEKTÖREL PAZAR ARAŞTIRMALARI,
İHRACATÇILARA TALEP, REKABET
VE PAZARA GİRİŞ KOŞULLARINI
DEĞERLENDİREREK DOĞRU PAZAR
VE İHRACAT STRATEJİSİ GELİŞTİRME
İMKÂNI SUNUYOR.**

Doğanın sabrı, zamanın lezzeti: DİVLE TULUM PEYNİRİ

Doğal koşullarda aylarca olgunlaştırılan Divle tulum peyniri, mağaranın kendine özgü ikliminin etkisiyle oluşan kırmızı renkli dış yüzeyi, yumuşak dokusu ve yoğun aromasıyla öne çıkıyor. Geleneksel yöntemlerle üretilen peynir, doğal olgunlaşma süreciyle kendine özgü karakter kazanarak Divle'nin gastronomik değerini güçlendiriyor.

Karaman'ın Ayrancı ilçesine bağlı Divle köyünde üretilen Divle tulum peyniri, doğal olgunlaşma süreci, geleneksel üretim yöntemi ve kendine özgü aromasıyla bölgenin öne çıkan yöresel ürünleri arasında yer alıyor. Yüzlerce metre derinliğindeki Divle Obruk Mağarası'nda aylar boyunca olgunlaştırılan peynir, üretim kültürünün yanı sıra bölgenin gastronomi turizmi potansiyeline de katkı sağlıyor.

Kızıl deride olgunlaşan eşsiz lezzet

İlkbahar aylarında mağaraya indirilen tulum peynirleri, yaklaşık 4-5 derece sıcaklık ve yüksek nem oranına sahip doğal ortamda aylarca bekletiliyor. Bu süreçte peynirlerin dış yüzeyindeki deride mağaranın doğal koşullarının etkisiyle kırmızı renkli küf tabakası oluşurken, iç kısmında ise kendine özgü aroma ve yumuşak bir doku gelişiyor. Doğal ortamda gerçekleşen bu olgunlaşma süreci, Divle tulum peynirinin en ayırt edici özelliklerinden birini oluşturuyor.





Peynirin izinde doğayla iç içe bir Divle rotası eşsiz deneyimler yaşıyor

Divle Obruk Mağarası, peynir üretiminin yanı sıra doğal ve kültürel özellikleriyle de bölge turizmi açısından dikkat çekiyor. Toroslar'ın kireç taşı oluşumları içinde binlerce yılda şekillenen mağara ve çevresindeki yaylalar, geleneksel hayvancılık ve üretim kültürüyle birlikte ziyaretçilere özgün bir rota sunuyor. Bölgeye gelen ziyaretçiler, peynirin üretim ve olgunlaşma sürecini yerinde görme fırsatı bulurken, yerel üreticilerin deneyimlerine de tanıklık ediyor. Bu yönüyle Divle, yöresel ürün üretiminin turizmle bütünleştiği örneklerden biri olarak öne çıkıyor.

Geleneksel peynir üretimi Karaman'ın turizm markasını güçlendiriyor

Divle tulum peynirinin hikâyesi, yerel üretimin ekonomik değere dönüştürülmesinde yöresel ürünlerin taşıdığı potansiyele de işaret ediyor. Doğal kaynaklar, geleneksel üretim bilgisi ve bölgesel gastronominin aynı ürün etrafında buluşması, Divle'nin marka değerini güçlendiren unsurlar arasında bulunuyor.

Karaman'ın gastronomi turizmi açısından öne çıkan destinasyonlarından biri olma potansiyeli taşıyan Divle Obruk Mağarası, doğal yapısı ve geleneksel peynir üretimiyle ziyaretçilerine farklı bir deneyim sunuyor. Divle tulum peyniri ise bölgenin üretim kültürünü ekonomik ve turistik değere dönüştüren özgün yöresel ürünlerden biri olarak dikkat çekiyor.



BÜLENT SARIKAYA
Akdeniz Yaş Meyve
Sebze İhracatçıları
Birliği Yönetim
Kurulu Başkanı



“BÜYÜK HEDEF İÇİN ÜÇ EŞİĞİ AŞMALIYIZ”

Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Başkanı Bülent Sarıkaya, Türkiye'nin yaş meyve sebze ihracatından elde ettiği 3,7 milyar dolarlık döviz gelirini 5 yıl içinde 10 milyar dolara taşıyabileceğini belirterek, sektörün önündeki üç kritik başlığa dikkat çekti. Sarıkaya, Karadeniz'de güvenli bir deniz ticaret koridoru oluşturulmasının, hedef pazarlardaki bitki sağlığı ve karantina anlaşmalarının tamamlanmasının yanı sıra Mısır'ın elma ithalatında uyguladığı gümrük vergisinin kaldırılmasının ihracata güçlü ivme kazandıracağını söyledi.

Türkiye'nin yaş meyve sebze sektöründe güçlü üretim altyapısına ve geniş ürün çeşitliliğine sahip olduğunu belirten Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Bülent Sarıkaya, bu potansiyelin daha yüksek katma değer, güçlü rekabet gücü ve kalıcı pazar kazanımlarına dönüştürülmesi gerektiğini söyledi. Üretim kapasitesindeki artışın tek başına ihracat başarısı için yeterli olmadığını vurgulayan Başkan Sarıkaya, sürdürülebilir büyümenin üretim planlamasından ürün kalitesine, doğru çeşit seçiminden hasat sonrası işlemlere, lojistikten gıda güvenliğine ve yeşil dönüşüme kadar değer zincirinin tüm halkalarının eş zamanlı olarak güçlendirilmesine bağlı olduğunu ifade etti.

Türkiye'nin yaş meyve sebze ihracatından elde ettiği 3,7 milyar dolarlık döviz gelirini 5 yıl içinde 10 milyar dolara taşımasının mümkün olduğunu dile getiren Sarıkaya, bu hedefin gerçekleşmesi için sektördeki mevcut üretim gücünün stratejik adımlarla desteklenmesi gerektiğini belirtti. Lojistik güvenliğinin sağlanması, yeni pazarlara girişteki teknik ve idari engellerin kaldırılması, ürünlerin katma değerinin yükseltilmesi ve mevcut ticari avantajların daha etkin kullanılması gerektiğini kaydeden Sarıkaya, ihracatta sürdürülebilir başarı için miktar artışının yanı sıra kalite, verimlilik, pazar çeşitliliği ve kilogram başına ihracat değerinin de odağa alınmasının önemini vurguladı.

2,89
MİLYAR
DOLAR

TÜRKİYE'NİN
2026 YILI
8 AYLIK
İHRACATI

Yaş meyve sebze ihracatı 8 ayda yüzde 46 arttı

Türkiye'nin 2026 yılı Ocak-Ağustos dönemindeki yaş meyve sebze ihracatının geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 46 artışla 2 milyar 895 milyon dolara ulaştığını belirten Sarıkaya, Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği'nin ihracatının da aynı dönemde yüzde 53 artışla 1 milyar 284 milyon dolara yükseldiğini açıkladı. Sarıkaya, ulusal sektör ihracatına yüzde 44 oranında katkı sağlayarak sektörün lider Birliği olmayı sürdürdüklerini ifade etti. Bu performansta ürün çeşitliliğinin yanı sıra mandalina, şeftali, limon, kayısı ve portakal gibi yüksek talep gören ürün gruplarının etkili olduğunu kaydeden Sarıkaya, Rusya Federasyonu başta olmak üzere Avrupa ülkeleri ve Orta Doğu pazarlarının öne çıktığını belirtti. İhracatta sürdürülebilir büyümenin yalnızca miktar artışıyla sağlanamayacağını vurgulayan Sarıkaya, ürün kalitesi ve doğru çeşit seçiminin önemine dikkat çekti. Sarıkaya, değerlendirmesinde şu ifadeleri yer verdi: “Yaş meyve sebze ihracatında daha yüksek katma değer yaratabilmemiz için ürün kalitesini ve doğru çeşit seçimini merkeze almamız gerekiyor. Standardizasyon, modern ambalajlama, kesintisiz soğuk zincir, markalaşma ve hedef pazara uygun ürün sunumu, ihracat değerimizi yükseltecek temel unsurlardır.

Bundan sonraki dönemde hedefimiz yalnızca ihracat miktarını artırmak değil, kilogram başına değeri de yükseltmek olmalıdır.”





Meyve boylama teknolojilerinin yaygınlaştırılması, ürün standardını ve kaliteyi yükselterek Türk yaş meyve sebze ihracatçılarının küresel pazarlarda rekabet gücünü artırıyor.

“Karadeniz’de güvenli ticaret koridoru ihracatımızın önünü açacak”

Sektörün önündeki ilk kritik başlığın, özellikle Rusya pazarına yönelik sevkiyatlarda yaşanan lojistik ve güvenlik sorunlarının aşılması olduğunu belirten Sarıkaya, ürünün kalitesi kadar pazara zamanında ve güvenli biçimde ulaştırılmasının da ihracat rekabetinde belirleyici olduğunu söyledi. Karadeniz’de yaşanan güvenlik sorunlarının Rusya’ya yönelik sevkiyatlarda önemli bir handikap oluşturduğunu ifade eden Sarıkaya, güvenli bir ticaret koridorunun oluşturulmasının sektörün ihracat sürekliliği açısından kritik önem taşıdığını vurguladı.

Narenciye ihracatının yaklaşık yüzde 80’inin deniz yoluyla, yüzde 20’sinin ise kara yoluyla gerçekleştirildiğini belirten Sarıkaya, kara yolunun daha çok, hızlı tüketilmesi ve kısa sürede teslim edilmesi gereken sebze gruplarında kullanıldığını kaydetti. Narenciye’nin daha dayanıklı yapısı nedeniyle deniz taşımacılığına daha uygun olduğunu ifade eden Sarıkaya, mevcut koşullarda alternatif taşıma güzergâhlarının önem kazandığını söyledi.

Mevcut TIR kapasitesinin ihracat hacmini taşımaya yeterli olmadığını belirten Sarıkaya, bu nedenle alternatif güzergâhlar üzerinde çalışmalar yürütüldüğünü aktardı. Mersin’den Moskova veya St. Petersburg’a doğrudan gemi seferlerinin planlandığını ancak bu rotalarda taşıma süresinin 20-25 güne kadar çıkabildiğini belirten Sarıkaya, normal şartlarda Samsun üzerinden doğrudan sevkiyat yapılabildiğini, ancak gemilere yönelik saldırılar nedeniyle bu seferlerin durduğunu dile getirdi.

Türkiye’nin daha önce tahıl koridorunun oluşturulmasında üstlendiği role işaret eden Sarıkaya, benzer bir yaklaşımın yaş meyve sebze taşımacılığı için de hayata geçirilebileceğini ifade etti. Sarıkaya, lojistik güvenliğinin ihracat açısından taşıdığı önemi şu sözlerle ortaya koydu: “Lojistik güvenlik bizim için yalnızca bir taşıma meselesi değil; doğrudan pazara erişim ve ihracatın sürekliliği meselesidir. Karadeniz’de güvenli bir deniz koridorunun oluşturulması, sektörümüzün büyüme hedefleri açısından stratejik önem taşıyor.”

“Yeni pazarlara girişin kapıları açılmalı”

Sektörün ikinci kritik başlığının pazar çeşitlendirmesinin önündeki teknik ve idari engellerin kaldırılması olduğunu belirten Sarıkaya, Türkiye’nin artan üretim kapasitesinin yeni pazarlarla desteklenmesinin hayati önem taşıdığını söyledi. Hem ekim alanlarının hem de ürün çeşitliliğinin önemli ölçüde arttığına işaret eden Sarıkaya, bir dönem 2 milyon ton seviyelerinde konuşulan narenciye rekoltesinin günümüzde 7,5-8 milyon ton seviyelerine ulaştığını ifade etti. Mandalına üretimindeki artışın pazar çeşitlendirmesini daha önemli hale getirdiğini kaydeden Sarıkaya, 2026 sezonunda turuncu üretiminde öngörülen yüzde 54,7’lik artışın önemli bir fırsat sunduğunu belirtti. Yüksek arzın fiyat baskısına dönüşmemesi için ihracat pazarlarının önceden çeşitlendirilmesi gerektiğini vurgulayan Sarıkaya, “Bu üretimi aynı pazarlara yönlendirerek sürdürülebilir bir ihracat yapamayız. Yeni pazarların kapısını şimdiden açmamız gerekiyor.” dedi.

Rusya ve Orta Doğu’daki güçlü pazarların korunmasının yanı sıra AB ülkeleri, Japonya, ABD, Mısır ve Hindistan gibi yüksek potansiyelli pazarlarda daha güçlü varlık oluşturulması gerektiğini belirten Sarıkaya, yeni pazarlara girişin yalnızca tanıtım faaliyetleriyle mümkün olmadığını söyledi.

Bitki sağlığı ve karantina anlaşmalarının tamamlanmasının belirleyici olduğunu kaydeden Sarıkaya, teknik engellerin aşılmasının yeni pazar stratejisinin ilk adımı olması gerektiğini vurguladı. Sarıkaya,

Başkan Sarıkaya, milli katılım organizasyonunu üstlendikleri Asia Fruit Logistica 2026’nın Türk yaş meyve sebze sektörünün Asya-Pasifik’teki varlığını güçlendirmesine ve yeni ticaret bağlantıları kurmasına katkı sağladığını belirtti.



ya, “Bir ülkeye ürün satabilmek için önce o ülkenin teknik şartlarını karşılamamız gerekiyor. Bitki sağlığı ve karantina anlaşmaları tamamlanmadan yaptığımız tanıtım çalışmalarının ticarete dönüşmesi mümkün değil.” diye konuştu.

“Narenciyede ABD ve Asya hedef pazarlar”

ABD, Güney Kore, Vietnam ve Çin’in hedef pazarlar arasında öne çıktığını belirten Sarıkaya, özellikle ABD’nin mandalina ihracatı açısından önemli bir potansiyel taşıdığını söyledi. ABD’nin yılda yaklaşık 700 bin ton mandalina ithal ettiğine dikkat çeken Sarıkaya, Türkiye’nin bu ülkeye limon ihraç edebildiğini, ancak mandalina ihracatı için gerekli karantina ve bitki sağlığı anlaşmalarının henüz tamamlanmadığını kaydetti. Güney Kore, Vietnam ve Çin ile gerekli teknik süreçlerin sonuçlandırılması gerektiğini ifade eden Sarıkaya, anlaşmaların tamamlanması halinde Türkiye’nin bu pazarlarda güçlü bir konuma ulaşabileceğini belirtti.

“Mısır’da elma ihracatının önü açılmalı”

Sektörün üçüncü kritik başlığının Mısır pazarı olduğunu belirten Sarıkaya, Türkiye’nin elma ihracatında önemli bir potansiyele sahip olduğunu söyledi. Hindistan’dan gelen talebin güçlü seyrettiğini ve Türkiye’nin bu pazara ihracat yapabildiğini belirten Sarıkaya, Mısır’ın ise yakınlığı nedeniyle farklı bir avantaj sunduğunu ifade etti. Türkiye ile Mısır arasındaki ilişkilerde yaşanan olumlu gelişmelerin ticarete de yansımaları beklediklerini kaydeden Sarıkaya, Türkiye’den Mısır’a gönderilen elmaya uygulanan gümrük vergisinin kaldırılmasının ihracat açısından önemli bir fırsat oluşturacağını söyledi. Sarıkaya, “Mısır bizim için hem yakın hem de önemli bir pazar. Türkiye’den ithal edilen elmaya uygulanan yüzde 40’lık gümrük vergisinin kaldırılmasını bekliyoruz. İkili ilişkilerde yaşanan olumlu gelişmelerin ticarete de yansması, ihracatımız açısından önemli bir kazanım olacaktır.” dedi.

Mersin’in Taşucu Limanı ile İskenderiye Limanı arasındaki seferlerin sunduğu lojistik avantajın ticari kazanıma dönüştürülmesi gerektiğini belirten Sarıkaya, şu değerlendirmeyi yaptı: “Taşucu-İskenderiye hattı sayesinde ürünümüzü birkaç gün gibi çok kısa sürede pazara ulaştırabiliyoruz. Ancak uygulanan vergi, bu lojistik avantajı fiyat rekabetinde yeterince kullanmamızın önüne geçiyor. Lojistik üstünlüğümüzün ticari avantaja dönüşmesi için gümrük politikalarının da destekleyici olması gerekiyor.”



Türk yaş meyve sebze sektörü, 2026 yılının Ocak-Ağustos döneminde narenciye ihracatından 933,1 milyon dolarlık gelir elde etti.

Üretim planlamasında yeni denklem:

Çok üretmek değil, doğru ürünü üretmek

Türk yaş meyve sebze sektöründe üretim kapasitesindeki yüksek artışın ihracat gelirine dönüşmesi için üretim planlamasının doğrudan pazar talepleriyle ilişkilendirilmesi gerektiğini belirten Sarıkaya, üretim kararlarının yalnızca miktar üzerinden alınmaması gerektiğini söyledi. Sarıkaya, “Üretim planlamasında ne kadar üretilim sorusunun yanında, ‘Hangi çeşidi, hangi bölgede, hangi pazara ve hangi dönemde üretilim?’ sorularını da sormalıyız. Doğru tercihler üzerinden ilerlemeliyiz.” dedi.

Ürünün miktarı kadar pazara hangi kalite standardında, hangi ambalajla ve hangi marka değeriyle sunulduğunun da ihracat performansını belirlediğini ifade eden Sarıkaya, doğru çeşit seçiminin bu dönüşümün ilk adımı olduğunu kaydetti. Yeni bahçe yatırımlarında çiftçilerin yalnızca yüksek verim beklentisiyle hareket etmemesi gerektiğini belirten Sarıkaya, küresel pazar talebi, iklim krizine dayanıklılık, düşük su tüketimi, uzun hasat dönemi, raf ömrü ve ihracat potansiyelinin birlikte değerlendirilmesi gerektiğini vurguladı.

Dünya pazarlarında talebi yüksek yeni çeşitlere geçişin rekabet gücü açısından büyük önem taşıdığını belirten Sarıkaya, bu dönüşümün mutlaka pazar araştırmalarına ve uzun vadeli üretim planlamasına dayanması gerektiğini ifade etti. Sarıkaya, hangi çeşitlerin uluslararası pazarlarda yüksek talep gördüğünün belirlenmesi, ardından bu çeşitlerin bölgenin iklim ve toprak koşullarındaki performansının bilimsel olarak test edilmesi gerektiğini kaydetti.



“İklim değişikliği üretim desenini değiştiriyor”

İklim değişikliğinin üretim planlamasında yeni bir gerçeklik oluşturduğunu, daha geççi ve dayanıklı çeşitlere yönelediklerini aktaran Sarıkaya, ürün çeşitliliğinin yanı sıra kalite seviyesinin de yükseltilmesi gerektiğini ifade etti. Türkiye'nin farklı bölgelerinde yetişen çeşitlerin hasat dönemlerinin birbirini takip edecek şekilde planlanmasının ihracat sezonunu uzatabileceğini belirten Sarıkaya, erkenci ve geççi çeşitlerin doğru bölgelerde yaygınlaştırılmasının belirli dönemlerde oluşan arz baskısını da azaltacağını söyledi. Üretim planlamasının Türkiye genelinde ve ihracat pazarlarının talep takvimleri dikkate alınarak yapılması gerektiğini vurgulayan Sarıkaya, bu yaklaşımın hem üretici gelirlerini koruyacağını hem de ihracatın sürdürülebilirliğini güçlendireceğini belirtti.

“Yüksek rekolte, yüksek katma değerle yönetilmeli; arz fazlası, işlenmiş ürüne dönüştürülmeli”

Yüksek rekoltenin pazarlama kapasitesiyle desteklenmemesi halinde fiyat baskısı yaratabileceğini belirten Sarıkaya, arz fazlasının yönetilmesinde işlenmiş ürün sanayisinin de önemli bir rol üstlenebileceğini söyledi. Meyve suyu, konsantre, uçucu yağ, aroma, kurutulmuş ve dondurulmuş ürünlerin yüksek üretim dönemlerinde alternatif değerlendirme kanalları oluşturabileceğini belirten Sarıkaya, buna karşın sanayileşme düzeyinin hâlâ geliştirilmesi gerektiğini ifade etti. Narenciye'nin yalnızca taze meyve olarak değil, kabuğundan çekirdeğine kadar farklı sektörlerde kullanılabilen bir hammadde olarak değerlendirilmesinin katma değeri yükselteceğini belirten Sarıkaya, üretici, ihracatçı ve gıda sanayisinin daha güçlü iş birliği kurmasının önemine dikkat çekti. Akdeniz Bölgesi'nde narenciye'nin yanı sıra nektarin, şeftali, kayısı, erik, kiraz ve incir gibi çok sayıda ürün yetiştirildiğini belirten Sarıkaya, meyve suyu ve işlenmiş ürün yatırımlarının artırılması gerektiğini kaydetti.

“Mersin'in lojistik gücü daha etkin kullanılmalı”

Akdeniz Bölgesi'nin yüksek üretim kapasitesi, üretici ile ihracatçının yakınlığı ve Mersin Limanı'nın sunduğu lojistik imkânların birbirini tamamlayan güçlü bir ekosistem oluşturduğunu belirten Sarıkaya; Mersin, Adana ve Hatay'ın yalnızca üretim ve ihracat odağı değil, uluslararası yaş meyve sebze ticaretinin karar ve dağıtım merkezleri haline gelmesi gerektiğini söyledi.

Mersin'in uluslararası narenciye ticaret merkezi haline gelmesi için üretim ve paketleme kapasitesinin yanında lojistik, depolama, soğuk zincir, laboratuvar, dijital ticaret ve finansman altyapısının birlikte geliştirilmesi gerektiğini belirten Sarıkaya, modern paketleme ve sınıflandırma tesisleri, soğuk hava depoları, kontrollü atmosfer teknolojileri, hızlı analiz ve gümrükleme sistemlerinin önem taşıdığını



Sarıkaya, Brezilya'dan Kanada'ya, Rusya'dan Hong Kong ve Polonya'ya uzanan uluslararası fuar ve tanıtım organizasyonlarıyla Türk yaş meyve sebze sektörünün yeni pazarlardaki görünürlüğünü artırdıklarını ve ihracat bağlantılarını güçlendirdiklerini belirtti.

nı ifade etti. Uluslararası alıcıların doğrudan bölgeye gelmesini sağlayacak ticari organizasyonların artırılması gerektiğini kaydeden Sarıkaya, hedefin yalnızca Mersin'den ürün çıkması olmadığını, yaş meyve sebze ticaretine ilişkin önemli kararların da Mersin'de alınabileceği bir yapı oluşturulması gerektiğini vurguladı. Lojistik maliyetlerinin üreticinin tarladaki maliyetinden limandaki konteyner maliyetine kadar bütün zincirin rekabet gücünü etkilediğini belirten Sarıkaya, bu nedenle bölgenin lojistik altyapısının bütüncül bir yaklaşımla ele alınması gerektiğini söyledi.

“Rekabetin yeni ölçütü güvenilirlik”

Uluslararası pazarlarda Mısır, İspanya, Güney Afrika, Arjantin, Fas ve İsrail'in önemli rakipler olduğunu, sebze tarafında ise İran'ın güçlü bir oyuncu haline geldiğini belirten Sarıkaya, Türkiye'nin yalnızca fiyat üzerinden rekabet etmesinin doğru olmadığını söyledi. Mısır'ın maliyet avantajına, İspanya'nın standardizasyon ve marka gücüne, Güney Afrika'nın ise uzak pazarlardaki lojistik organizasyonuna dikkat çeken Sarıkaya, Türkiye'nin kalite, güvenilirlik, tedarik sürekliliği, ürün çeşitliliği ve hızlı teslimat avantajlarını birlikte kullanması ge-

rektiğini ifade etti. Türkiye'nin uluslararası pazarlarda "daha ucuz ürün" yerine "daha güvenilir ürün" anlayışıyla konumlanması gerektiğini belirten Sarıkaya, ihracatçının müşterisine her sezon aynı kaliteyi, aynı güvenilirliği ve mümkün olduğunca aynı teslimat standardını sunabilmesinin daha kalıcı bir rekabet üstünlüğü sağlayacağını kaydetti.

"Kalıntı yönetiminde süreç tarlada başlamalı"

Yaş meyve sebze sektörünün uluslararası pazarlardaki konumunu korumasında pestisit, kalıntı ve gıda güvenliği konularının büyük önem taşıdığını belirten Sarıkaya, B-Reçete uygulaması ve denetimlerin üreticinin bilinçli ve kontrollü ilaç kullanımını güçlendirmesini beklediklerini söyledi. Kalıntı konusunda denetim kadar eğitim ve rehberliğin de önemli olduğunu vurgulayan Sarıkaya, üreticinin hangi üründe hangi ilacın, hangi dozda ve hangi zamanda kullanılacağını net biçimde bilmesi gerektiğini ifade etti. Üreticiden ihracatçıya kadar zincirin bütün halkalarının aynı hedef doğrultusunda hareket etmesi gerektiğini belirten Sarıkaya, kayıt sistemlerinin güçlendirilmesi ve taraflar arasında bilgi paylaşımının artırılmasının önemine dikkat çekti. Sarıkaya, zincirin her aşamasında sorumluluk bilincinin güçlendirilmesi gerektiğini belirterek şunları söyledi: "Üretici doğru uygulamadan, ziraat mühendisi teknik yönlendirmeden, ilaç bayisi mevzuata uygun satıştan, paketleme tesisi izlenebilirlik ve hijyen standartlarından, ihracatçı ise tedarik zincirinin bütünlüğünden sorumlu olmalıdır. Hedefimiz, sorunları paketleme tesisinde tespit eden bir yapıdan, riskleri daha tarlada önleyen proaktif bir sisteme geçmektir."

"İklim değişikliği üretim planlarını şekillendiriyor; bu alandaki yatırımlar desteklenmeli"

İklim değişikliğinin artık gelecekte karşılaşılabilecek bir risk değil, üretim planlarını doğrudan etkileyen bir gerçeklik olduğunu belirten Sarıkaya, su tasarrufu sağlayan akıllı sulama sistemleri, iklime dayanıklı çeşitler, erken uyarı altyapısı, don ve sıcaklık stresine



Sarıkaya, pestisit kullanımında üreticilerin bilinçlendirilmesi, denetim ve izlenebilirliğin güçlendirilmesiyle kalıntı riskinin tarlada önlenmesi gerektiğini vurguladı.

Sarıkaya, Rusya ile analiz sıklığına ilişkin uygulamaların güncellenmesini ayrıca ihracatçıların analiz ve laboratuvar maliyetlerini azaltacak düzenlemeler yapılmasını beklediklerini belirtti.

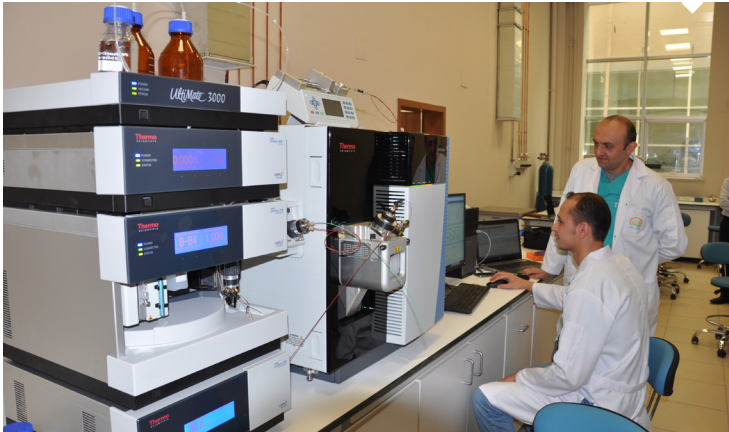
karşı koruyucu teknolojiler ile biyolojik mücadeleye yönelik yatırımların desteklenmesi gerektiğini söyledi. Özellikle küçük ve orta ölçekli üreticilerin bu teknolojilere erişiminin kolaylaştırılması gerektiğini belirten Sarıkaya, hibe, kredi ve teknik danışmanlık mekanizmalarının önemine dikkat çekti.

Sürdürülebilirliğin ihracat aşamasında tamamlanan bir belge işleminden çıkarılarak üretimin başlangıç noktasına yerleştirilmesi gerektiğini vurgulayan Sarıkaya; su ve enerji verimliliği, pestisit kullanımının azaltılması, izlenebilirlik, toprak ve biyoçeşitliliğin korunması, ambalaj atıklarının azaltılması ve karbon ayak izinin ölçülmesinin yeni rekabet çerçevesinin parçaları haline geldiğini kaydetti.

Yeşil dönüşüm sürecinin hızlandırılması gerektiğini belirten Sarıkaya, güneş enerjisi sistemlerinin kurulması, fabrikaların dönüştürülmesi ve araçların mümkün olduğunca elektrikli sistemlere çevrilmesi yönünde yatırımlar yapıldığını kaydetti. Sarıkaya, bu dönüşümün hem maliyetleri azaltmak hem de yeni düzenlemelere uyum sağlamak açısından önem taşıdığını ifade etti. Avrupa'ya ihracatta plastik kasalar yerine karton ve özellikle oluklu mukavva ambalajların kullanımının arttığını kaydeden Sarıkaya, AB pazarında rekabet gücünü korumak için sürdürülebilirliğin üretimin başlangıç noktasına yerleştirilmesi gerektiğini vurguladı.

"Analiz maliyetleri yeniden ele alınmalı"

Sektörün önündeki önemli sorunlardan birinin analiz sıklığı ve laboratuvar maliyetleri olduğunu belirten Sarıkaya, Rusya ile analiz sıklığı konusunda yıllar önce yapılan anlaşmaların güncellenmesi gerektiğini söyledi. Sarıkaya, yasaklı ürünlerin azalmasına ve üretim standartlarının yükselmesine rağmen analiz sıklığı ve laboratuvar ücretlerinin ihracatçıya önemli maliyet yüklediğini belirtti. Aynı TIR'da 8-10 çeşit ürün taşıyan ihracatçının farklı ürün ve ambalajlar için ayrı analiz yaptırmak zorunda kalabildiğine dikkat çeken Sarıkaya, analiz sıklığının yeniden değerlendirilmesini istedi.





Hatay'ın coğrafi işaretli ürün sayısı 75'e yükseldi

Türkiye'nin gastronomi alanındaki öne çıkan merkezlerinden Hatay, yöresel ürünlerini coğrafi işaretle koruma altına alma çalışmalarında önemli bir ivme yakaladı. Son olarak mercimekli aşı, Şam tatlısı, Antakya sasiçosu, helva hatuş ve mortadella yemeğinin Türk Patent ve Marka Kurumu (TÜRKPATENT) tarafından tescillenmesiyle kentin coğrafi işaretli ürün sayısı 75'e yükseldi. Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Teşkilatı'nın (UNESCO) gastronomi alanındaki Yaratıcı Şehirler Ağ'ında yer alan Hatay, böylece coğrafi işaretli ürün sayısında ülke genelinde üçüncü sıradaki konumunu korudu.

Hatay Valiliği'nin girişimiyle coğrafi işaret belgesi verilen yöresel ürünler için Antakya Gastronomi Çarşısı'nda tanıtım programı düzenlendi. Vali Mustafa Masatlı, burada yaptığı konuşmada, Hatay'ın binlerce yıllık medeniyet birikimi, farklı kültürleri ve inançlarıyla kadim bir şehir olduğunu söyledi. Kentin tarih boyunca farklı kültürlerle ev sahipliği yaptığını belirten Masatlı, bu zenginliğin tarihi eserlerin yanı sıra yaşam alışkanlıkları ve özellikle gastronomi alanında da önemli değerlere sahip olduğunu ifade etti.

Coğrafi işaretleri millî mesele olarak gördüklerini vurgulayan Vali Masatlı, şöyle konuştu: "5 Şubat 2023'te 25 coğrafi işarete sahip bir il iken bugün itibarıyla 5 coğrafi işareti daha tescilleyerek 75 coğrafi işarete ulaşmış olduk. 5 Şubat'ta

Türkiye 25'incisiydik, bugün ise Türkiye üçüncüsüyüz. Devam eden müracaatlarımız, tescil bekleyen ürünlerimiz var. İnşallah onları da takip edip tescillerini sağlayarak bu kadim şehri Türkiye birincisi haline getirmeyi hedefliyoruz."

Vali Masatlı, tescillenen yöresel ürünlerin Türkiye ve dünya gastronomisine ve turizm sektörüne hayırlı olmasını diledi. Program sonunda İl Planlama ve Koordinasyon Müdürü Mustafa Örgüt, coğrafi işaret belgelerini Vali Masatlı ve diğer protokol üyelerine takdim etti.



Hatay Valisi
Mustafa Masatlı

SU ÜRÜNLERİ OTB'DE YATIRIM SÜRECİ HIZLANDI



Adana Karataş Tarıma Dayalı İhtisas Su Ürünleri Organize Tarım Bölgesi'nde (OTB) altyapı ve elektrik dağıtım şebekesi ihalesinin sözleşmesi imzalandı. Adana Valiliği'nde, Vali Mustafa Yavuz başkanlığında gerçekleştirilen Müttesebbis Heyet Toplantısı'nda projenin mevcut durumu ve gelecek dönemde atılacak adımlar değerlendirildi.

Yaklaşık 1,3 milyar lira yatırım tutarına sahip projenin içme-kullanma suyu, atık su ve elektrik şebekesi başta olmak üzere kapsamlı altyapı çalışmalarını içerdiğini belirten Vali Yavuz, sözleşmenin imzalanmasıyla sahadaki yapım sürecinde önemli bir aşamaya geçildiğini söyledi.

Yavuz, Türkiye ve Avrupa'nın ilk Su Ürünleri OTB'si olma özelliğini taşıyan yatırımın, Karataş ve Çukurova'nın su ürünleri potansiyelini katma değerli üretim, nitelikli yatırım ve istihdama dönüştürmeyi amaçladığını ifade etti. Projenin Adana'nın üretim gücünü artıracığını ve Karataş'ın ekonomik ve sosyal yapısına önemli katkı sağlayacağını belirten Yavuz, çalışmaların her aşamasının yakından takip edileceğini kaydetti.

Toplantıya Vali Yardımcısı İbrahim Küçük, Karataş Kaymakamı Ozan Onur, Karataş Belediye Başkanı Ali Bedrettin Karataş, Adana Ticaret Borsası Başkanı Şahin Bilgiç, müttesebbis heyet üyeleri ve yüklenici firma yetkilileri katıldı.

KÜRESEL GIDA TALEBİ DEĞİŞİYOR, TÜRKİYE İÇİN FIRSATLAR ARTIYOR

Küresel tarımda 10 yıllık süreçte büyümenin temel belirleyicilerinin verimlilik, teknoloji ve sürdürülebilirlik olması bekleniyor. Değişen gıda talebi ve yeni ticaret dengeleri, Türkiye için tarım ve gıda ihracatında önemli fırsatlar sunuyor.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Tarım Kurulu, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) ile Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) tarafından yayımlanan "Tarımsal Görünüm 2026-2035" raporunu özetledi. Rapora göre, gelecek 10 yılda küresel tarımdaki büyümenin daha fazla üretim alanı veya hayvan varlığından ziyade verimlilik artışı, teknoloji kullanımı, iş gücünün etkinliği ve kaynakların daha verimli değerlendirilmesi sayesinde gerçekleşmesi bekleniyor.

Tarımsal Görünüm 2026-2035 Raporu'nda, tarımsal ürünlerin küresel üretim değerinin 2035 yılına kadar yüzde 13,3 artarak 4,01 trilyon dolara ulaşması beklenirken, doğrudan tarımsal sera gazı emisyonlarının yüzde 6,5 yükselmesi öngörüldü. Üretim artışının emisyon artışından daha hızlı gerçekleşmesi, üretim birimi başına karbon yoğunluğunun gerileyeceğine işaret etti. Küresel bitkisel üretim artışının yaklaşık yüzde 73'ünün verimlilik artışından sağlanacak olması, tarımsal rekabetin temel belirleyicisinin verimlilik olacağını ortaya koydu.

Talebin merkezi Asya'ya kayıyor

Küresel gıda talebinin coğrafi yapısında da değişim bekleniyor. Çin Halk Cumhuriyeti'nin küresel üretim artışıdaki payının gerilemesi, Hindistan ve Güneydoğu Asya başta olmak üzere düşük ve orta gelirli ülkelerin büyümenin temel merkezleri haline gelmesi öngörülüyor. Gelir artışıyla birlikte bu pazarlarda hayvansal ürünler, süt ürünleri ve balık gibi daha yüksek değerli gıdalara yönelik talebin güçlenmesi bekleniyor. Küresel et tüketiminin 2035 yılına kadar yaklaşık yüzde 12 artarak 412 milyon tona ulaşacağı, kanatlı etinin ise en hızlı büyüyen ana segment olacağı tahmin ediliyor. Türkiye'nin de et ürünlerinde ihracatını en hızlı artırması beklenen ülkeler arasında yer alacağı öngörüldü.



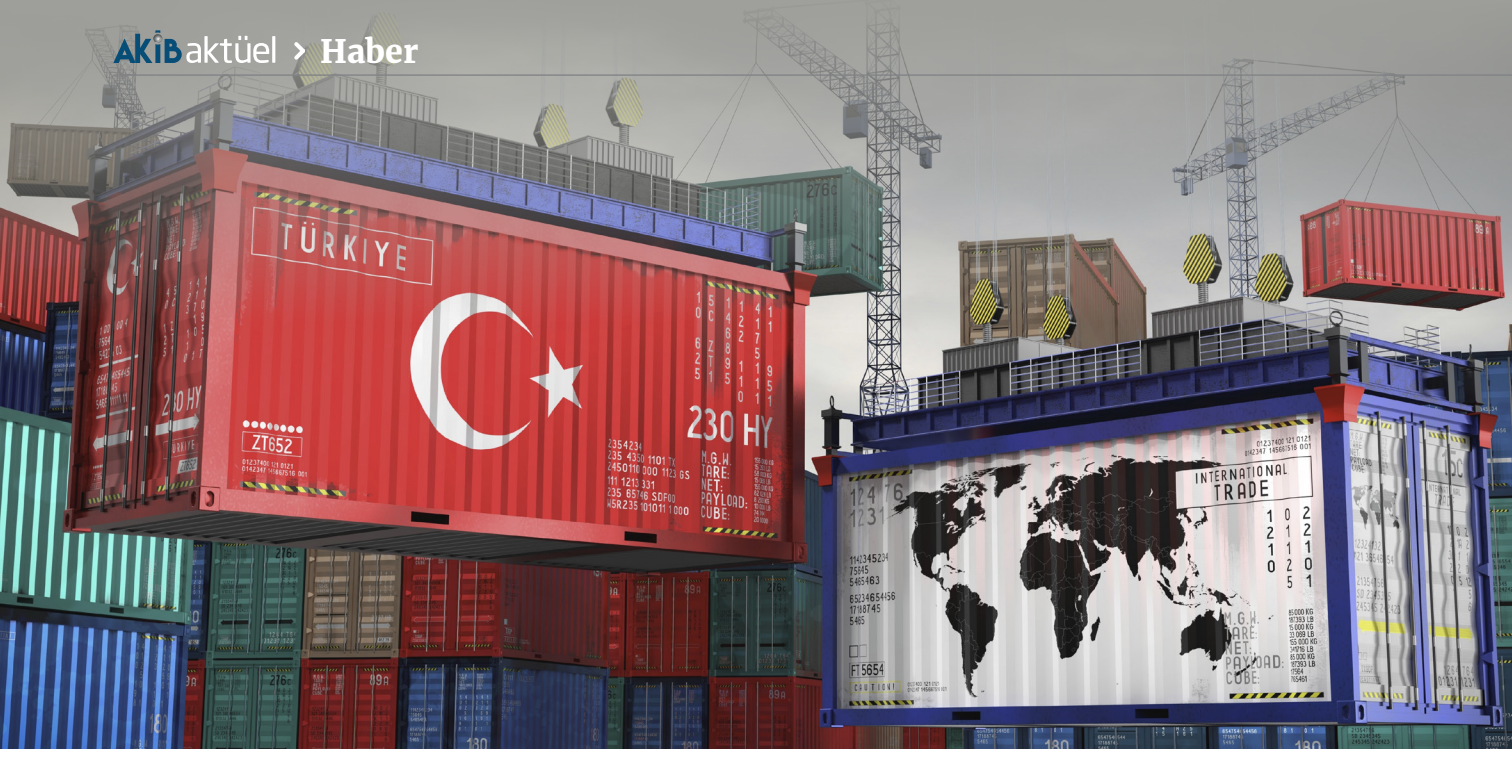
İhracatta lojistik avantaj belirleyici olacak, pazara hızlı ulaşan kazanacak

Gelecek dönemde üretim fazlası ve açığı bulunan bölgeler arasındaki ticari bağımlılığın güçlenmesi beklenirken, Sahra Altı Afrika'nın temel gıda ürünlerinde net ithalatının yüzde 55, Yakın Doğu ve Kuzey Afrika'nın ise yüzde 34 artacağı öngörüldü. Bu tablo, Türkiye gibi rekabetçi üretim kapasitesine sahip ülkeler için yeni ihracat fırsatları sunuyor. Ancak fırsatların değerlendirilmesinde üretim kadar lojistik altyapı, depolama kapasitesi, gümrük süreçleri ve tedarik zinciri güvenirliliği de önem kazanacak. Ürünün hedef pazara zamanında, uygun maliyetle ve gerekli standartlarda ulaştırılması, tarımsal rekabetin temel unsurlarından biri olacak.



Türkiye için fırsatlar ve riskler

Rapora göre Türkiye, küresel tarım sisteminde önemli bir üretici ve ihracatçı konumunu korurken bazı stratejik girdilerde ithalata duyarlı yapısını sürdürecektir. Türkiye'nin 2035 yılında dünya pamuk ithalatının yaklaşık yüzde 11'ini gerçekleştirmesi, buğday ve diğer kaba tahıl ithalatında ise yüzde 4'er paya sahip olması bekleniyor. Buna karşılık Türkiye'nin şeker pancarında dünyanın dördüncü büyük üreticisi konumunu koruyacağı ve et ürünlerinde ihracatını en hızlı artırması beklenen ülkeler arasında yer alacağı öngörüldü. Asya, Afrika ve Yakın Doğu'daki artan gıda talebi Türkiye için önemli ihracat potansiyeli oluştururken, pamuk, tahıl, yem, gübre ve enerji bağımlılığında küresel fiyat ve arz hareketlerine duyarlılık devam edecek.



İHRACAT MARATONUNDA YENİ DÖNEM VİZYONU

TİM İhracat 2026 Raporu, Türkiye'nin ihracatta sürdürülebilir rekabet gücünü geliştirmesi için katma değerli üretim, finansmana erişim, pazar çeşitliliği ve maliyet yapısının güçlendirilmesine yönelik öncelikleri yansıttı. Raporda, AR-GE, tasarım ve markalaşmanın yanı sıra yeşil ve dijital dönüşümün desteklenmesinin, Türkiye'nin küresel ticaretteki konumunun daha da güçlendirilmesine katkı sağlayacağı vurgulandı.

Türkiye'nin dış ticaretinde 27 sektör ve 61 ihracatçı birliğini temsil eden Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM), küresel ticarete yaşanan hızlı dönüşümün Türkiye ihracatı üzerindeki etkilerini ve gelecek döneme ilişkin öncelikleri kapsamlı bir raporla ortaya koydu. TİM Ekonomik Araştırmalar Şubesi tarafından hazırlanan 115 sayfalık TİM İhracat 2026 Raporu, 2025 yılında 273,3 milyar dolara ulaşan mal ihracatının daha ileri taşınabilmesi için Türkiye'nin rekabet gücünü artıracak politika alanlarını mercek altına aldı.

Raporda; maliyet baskılarından finansmana erişime, yüksek katma değerli üretimden pazar çeşitlendirmesine, yeşil dönüşümden dijitalleşmeye, enerji maliyetlerinden lojistik kapasiteye kadar ihracatın geleceğini doğrudan etkileyen çok

sayıda başlık bir bütün olarak ele alındı. Raporun ortaya koyduğu temel yaklaşım ise Türkiye'nin ihracatta yeni bir büyüme modeline geçmesi gerektiğine işaret etti.

"Üreterek, çeşitlendirerek, değer katarak büyüyeceğiz"

TİM Başkanı Mustafa Gültepe, TİM Ekonomik Araştırmalar Şubesi'nin hazırladığı 115 sayfalık raporda ihracat camiasına seslenerek, 2026 hedeflerini ve yeni dönem vizyonunu açıkladı. Gültepe, "Üreterek, çeşitlendirerek, değer katarak büyüyeceğiz" mesajıyla, Türkiye ihracatında niteliksel dönüşümün altını çizdi.

2026 yılında jeopolitik gerilimler, enerji fiyatlarındaki gelişmeler, Avrupa ekonomisindeki zayıf büyüme, Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması, Çin'in kapasite fazlası ve yüksek finansman maliyetleri

gibi başlıkların ihracatçıların gündeminde olmaya devam edeceğini belirten Başkan Gültepe, bu risklere karşın Türkiye'nin üretim, katma değer ve pazar çeşitliliği ekleninde ilerlemesi gerektiğini ifade etti.

Türkiye'nin 2026 yılı hedefinin 282 milyar dolar mal ve 128 milyar dolar hizmet ihracatı olduğunu anımsatan Başkan Gültepe, uzun vadede Türkiye'yi dünyanın en fazla ihracat yapan ilk 10 ülkesi arasına taşıyacak altyapının oluşturulmasına odaklandıklarını söyledi.

Başkan Gültepe, ihracat camiasına yönelik mesajını "İşimiz üretim, gücümüz ihracat" anlayışıyla özetlerken, Türkiye'nin küresel ticaretteki konumunu güçlendirmesinin üretim kapasitesini korumaktan, katma değeri artırmaktan ve ihracat pazarlarını çeşitlendirmekten geçtiğini vurguladı.

Raporda kapsamlı politika önerilerine yer verildi, rekabetçilik adımları sıralandı

TİM İhracat 2026 Raporu'nda Türkiye'nin küresel ticarete rekabet gücünü artırması ve ihracatın daha yüksek katma değerli bir yapıya kavuşturulması için kapsamlı politika önerilerine yer verildi. Raporda; maliyetlerin yakından izlenmesinden ihracat birim değerinin yükseltilmesine, finansmana erişimden pazar çeşitlendirmesine, yeşil ve dijital dönüşümden yüksek teknolojlili üretime kadar birçok alanda atılması gereken adımlar ortaya konuldu.

Raporda; ihracatta rekabetçiliği etkileyen finansman, enerji, iş gücü, lojistik, vergi ve diğer üretim maliyetlerinin bütüncül biçimde takip edilmesi gerektiği belirtildi. İhracatçı sektörlerin rakip ülkeler karşısındaki maliyet yapısını düzenli olarak izleyen bir rekabetçilik endeksi oluşturulması ve politika tedbirlerinin sektörlerin bu endeksteki durumuna göre şekillendirilmesi önerildi.

İhracatta kilogram başına değer artırılmalı, katma değere odaklanılmalı

Türkiye'nin ihracat stratejisinde yalnızca ihracat hacminin artırılmasının değil, kilogram başına ihracat değerinin yükseltilmesinin de temel hedeflerden biri olması gerektiğine dikkat çekildi. Raporda, Türkiye'nin kilogram başına ihracat birim değerinin 2023 yılında 1,57 dolara yükseldikten sonra 2024'te 1,54 dolara gerilediği hatırlatıldı. Bu doğrultuda ihracat desteklerinin yalnızca satış ve pazar genişlemesine göre değil; teknoloji yoğunluğu, yerlilik oranı, marka değeri, tasarım kapasitesi ve ürün başına yaratılan katma değer gibi kriterler dikkate alınarak farklılaştırılması gerektiği vurgulandı.

AR-GE, tasarım ve markalaşma, ihracatın büyüme eksenini olmalı

Raporda; yüksek teknoloji ve yüksek katma değerli üretime geçiş için AR-GE, tasarım, markalaşma ve ticarileşme desteklerinin bütüncül bir yaklaşımla ele alınması gerektiği ifade edildi. AR-GE harcamalarının nihai ürüne, patente, markaya ve ihracata dönüşmesini sağlayacak mekanizmaların güçlendirilmesi gerektiğine işaret edildi. Üniversite-sanayi iş birlikleri, teknoloji geliştirme bölgeleri, sektörel kümelenmeler ve ortak tasarım merkezlerinin ihracat performansı ile daha güçlü biçimde ilişkilendirilmesi önerilirken, verilen desteklerin çıktılarının ve ihracata etkilerinin düzenli olarak ölçülmesi istendi. Yüksek finansman maliyetleri ve kredi kısıtlarının özellikle sanayi, teknoloji ve yeşil dönüşüm yatırımlarını sınırladığı belirtilerek, ihracatçılara uygun maliyetli ve uzun vadeli kredi sağlayan mekanizmaların geliştirilmesi önerildi.



Türkiye'nin Avrupa pazarlarındaki güçlü konumunun korunması gerektiği belirtilen raporda, ABD, Irak, Rusya, Latin Amerika, Orta Asya ve bazı Orta Doğu pazarlarında yaşanan zayıflamanın coğrafi çeşitlendirmeyi daha önemli hale getirdiği ifade edildi. Pazar çeşitlendirmesinin ülke bazlı genel stratejilerin ötesine taşınarak sektör-ürün-pazar eşleştirilmesi temeline yürütülmesi önerildi. İhracat potansiyeli yüksek ülkelerin sektör ve GTİP bazında belirlenmesi; ticaret heyetleri, fuar katılımları, dağıtım ağları, lojistik merkezler ve tanıtım desteklerinin bu hedeflere göre yönlendirilmesi gerektiği belirtildi. Raporda ayrıca Asya ve Afrika pazarlarının Türkiye açısından uzun vadeli fırsatlar sunduğuna dikkat çekildi. Bu pazarlara yönelik stratejilerin lojistik, finansman, sigorta, yerel para birimleriyle ticaret, e-ihracat, distribütörlük ağları ve satış sonrası hizmetleri kapsayacak şekilde bütüncül olarak tasarlanması önerildi.

Türkiye'nin Avrupa pazarlarındaki güçlü konumunun korunması gerektiği belirtilen raporda, ABD, Irak, Rusya, Latin Amerika, Orta Asya ve bazı Orta Doğu pazarlarında yaşanan zayıflamanın coğrafi çeşitlendirmeyi daha önemli hale getirdiği ifade edildi. Pazar çeşitlendirmesinin ülke bazlı genel stratejilerin ötesine taşınarak sektör-ürün-pazar eşleştirilmesi temeline yürütülmesi önerildi. İhracat potansiyeli yüksek ülkelerin sektör ve GTİP bazında belirlenmesi; ticaret heyetleri, fuar katılımları, dağıtım ağları, lojistik merkezler ve tanıtım desteklerinin bu hedeflere göre yönlendirilmesi gerektiği belirtildi. Raporda ayrıca Asya ve Afrika pazarlarının Türkiye açısından uzun vadeli fırsatlar sunduğuna dikkat çekildi. Bu pazarlara yönelik stratejilerin lojistik, finansman, sigorta, yerel para birimleriyle ticaret, e-ihracat, distribütörlük ağları ve satış sonrası hizmetleri kapsayacak şekilde bütüncül olarak tasarlanması önerildi.



TİM Başkanı
Mustafa Gültepe

Yeşil dönüşüm, ihracat politikasının merkezine alınmalı

Raporda; yeşil dönüşümün yalnızca bir çevre politikası olarak değil, doğrudan ihracat rekabetçiliğini ilgilendiren stratejik bir alan olarak ele alınması gerektiği belirtildi. Avrupa Yeşil Mutabakatı, Sınırda Karbon Düzenleme Mekanizması ve yeni raporlama yükümlülüklerinin özellikle Avrupa pazarına ihracat yapan firmaların maliyet ve rekabet koşullarını değiştirdiğine dikkat çekildi. Bu kapsamda ihracatçıların karbon ayak izini ölçme ve doğrulama, emisyon azaltımı, temiz enerji kullanımı ve sürdürülebilirlik raporlaması kapasitelerinin artırılması önerildi. Yeşil dönüşüm yatırımlarının uzun vadeli ve yüksek maliyetli olduğuna dikkat çekilerek mevcut finansman kaynaklarının erişilebilirliğinin ve ölçeğinin artırılması istendi.



SÜS BİTKİLERİ VE PEYZAJDA İHRACAT ODAKLI KÜMELENME

Tarsus Ticaret ve Sanayi Odası (Tarsus TSO), Mersin ve Tarsus bölgesinde süs bitkileri ve peyzaj sektörlerinin uluslararası rekabet gücünü artırmak amacıyla yürüttüğü Çukurova Flora UR-GE Projesi ile firmaların ihracat kapasitesini geliştirmeye odaklandı.

Tarsus TSO Yönetim Kurulu Başkanı H. Ruhi Koçak, proje kapsamında sektörde faaliyet gösteren firmaların ortak ihtiyaçlar doğrultusunda bir araya getirildiğini belirterek, iş birliği ve kümeleme modeliyle bölgenin süs bitkileri ve peyzaj sektörlerinde uluslararası ölçekte güçlü bir üretim merkezi hâline gelmesini hedeflediklerini söyledi. Projenin firmalara yeni pazarlara erişim, uluslararası iş bağlantıları geliştirme, bilgi ve deneyim paylaşımı gibi alanlarda önemli fırsatlar sunduğunu kaydeden Koçak, "Firmaların üretim kapasitesini daha geniş pazarlara taşıması, yeni iş bağlantıları kurması ve değişen küresel pazar koşullarına uyum sağlaması sürdürülebilir büyüme açısından büyük önem taşıyor." dedi.

Tarsus TSO'nun eğitim ve danışmanlık faaliyetlerinden uluslararası iş birliklerinin geliştirilmesine kadar geniş bir yelpazede firmaları desteklediğini vurgulayan Koçak, Çukurova Flora UR-GE Projesi ile bölgenin sektörel birikiminin ihracat odaklı daha güçlü bir yapıya dönüştürülmesine katkı sağlamayı sürdüreceklerini ifade etti.

Tarımda depolama ve ticaret sistemi yenileniyor



Ticaret Bakanlığı, lisanslı depoculuk sisteminin daha etkin ve sürdürülebilir hale getirilmesi amacıyla iki ayrı tebliğde değişikliğe gitti. Düzenlemeyle yeni yatırımlarda yatay depolara kuruluş izni verilmemesi kararlaştırılırken, tesislerde bulunması gereken asgari çelik silo sayısı da yeniden düzenlendi.

Bakanlık açıklamasında, "266 lisanslı depoculuk şirketinin 14,4 milyon tonluk depolama kapasitesiyle, üretim arzı ve tarımsal üretimin değerini bulması açısından önemli bir faaliyet yürütülmektedir. Lisanslı Depo İşletmelerine Kuruluş İzni Verilmesi Hakkında Tebliğde yapılan değişikliklerle, bundan sonra gerçekleştirilecek yatırımlarda yatay depolara kuruluş izni verilmemesi düzenleniyor. Yeni tesislerde bulunması gereken asgari çelik silo sayısı belirlenirken, lisanslı depolar için asgari depolama kapasitesi 35 bin ton olarak düzenleniyor. Ayrıca mevcut lisanslı depo işletmelerine, gerekli şartları karşılamaları kaydıyla kapasite artış izni alma imkânı getiriliyor." denildi.

Hububat, Baklagiller ve Yağlı Tohumlar Lisanslı Depo Tebliği'nde yapılan değişikliklerle lisanslı depo



işletmelerinin mali yapılarının güçlendirilmesi ve işletme verimliliğinin artırılmasının hedeflendiği belirtilerek, "Bu doğrultuda lisanslı depo işletmelerinin asgari sermaye tutarları artırılırken, depolama kapasiteleri de yükseltiliyor. Yapılan düzenlemelerle lisanslı depoculuk sisteminin daha güçlü, sürdürülebilir ve etkin bir yapıya kavuşturulması, tarımsal ürünlerin depolanmasına yönelik altyapının geliştirilmesi ve sektörün finansal dayanıklılığının artırılması amaçlanıyor. Ticaret Bakanlığı olarak, tarımsal ticaretin sağlıklı ve sürdürülebilir şekilde gelişmesine katkı sağlayacak düzenlemeleri hayata geçirmeye ve sektörün ihtiyaçları doğrultusunda çalışmalarımızı sürdürmeye devam edeceğiz." ifadelerine yer verildi.



YERLİ PATENT BAŞVURULARI 6 AYDA YÜZDE 31 ARTTI

Türk Patent ve Marka Kurumuna (TÜRKPATENT), 2026'nın ilk 6 ayında yapılan yerli patent başvuruları, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 31 artarak 4 bin 641'e ulaştı. Yerli faydalı model başvuruları da yüzde 23 artışla 2 bin 21'e yükseldi. TÜRKPATENT verilerine göre, 2026 yılı Ocak-Haziran döneminde Türkiye'de sınai mülkiyet alanındaki başvurularda önemli artış kaydedildi. Bu dönemde 76 bin 215 marka, 16 bin 567 yerli tasarım ve 173 coğrafi işaret başvurusu gerçekleştirildi. Böylece yılın ilk yarısında toplam yerli sınai mülkiyet hakkı başvuruları 99 bin 617'ye ulaştı. Tescil rakamlarında da artış görüldü. Yerli patent tescilleri geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 13 artarak 1.726'ya, faydalı model tescilleri ise yüzde 53 artışla 1.395'e yükseldi. Aynı dönemde



49 bin 694 yerli marka, 11 bin 608 yerli tasarım ve 66 ulusal coğrafi işaret tescil edildi. Toplam yerli sınai mülkiyet hakkı tescili 64 bin 489 olarak gerçekleşti.

Coğrafi işaretlerde de yılın ilk yarısında dikkat çekici bir hareketlilik yaşandı. Haziran sonu itibarıyla Türkiye'de tescilli coğrafi işaretli ürün sayısı 1.881'e yükseldi. Karadeniz Bölgesi 369 tescille ilk sırada yer alırken, İç Anadolu 304 tescille ikinci, Güneydoğu Anadolu 299 tescille

üçüncü sırada yer aldı. Bu bölgeleri sırasıyla Ege 262, Doğu Anadolu 238, Akdeniz 211 ve Marmara 198 tescille takip etti. Türkiye'nin Avrupa Birliği'nde tescilli coğrafi işaretli ürün sayısı ise Adana şalgamı ve Kayseri pastırmasının da eklenmesiyle 46'ya ulaştı. Isparta gülyağı, Delice doğal kaynak tuzu, Afyon kaymağı, Manisa sultanı çekirdeksiz üzümü ve Muğla çam balı başta olmak üzere bazı ürünlerin AB'de tescil süreçleri de devam ediyor.

CNC öğrencileri fabrikalarda yetişecek



Adana Sanayi Odası (ADASO) ile Çukurova Üniversitesi (ÇÜ) arasında imzalanan iş birliği protokolüyle, Karaisali Meslek Yüksekokulu CNC Programlama ve Operatörlüğü Programı öğrencilerinin eğitiminde uygulamalı döneme geçildi. 3+1 Eğitim Modeli kapsamında öğrenciler, eğitimlerinin bir dönemini Adana sanayisindeki işletmelerde, İşletmede Mesleki Eğitim (İME) uygulamasıyla tamamlamaya mezuniyet öncesinde gerçek üretim deneyimi kazanacak.

Protokol, ÇÜ Rektörü Prof. Dr. Hamit Emrah Beriş ile ADASO Başkanı Zeki Kıvanç tarafından imzalandı. İş birliğiyle üniversite-sanayi entegrasyonunun güçlendirilmesi, sanayinin ihtiyaç duyduğu nitelikli teknik personelin yetiştirilmesi ve öğrencilerin sektörün beklentilerine uygun şekilde donatılması hedeflendi. İşletmede Mesleki Eğitim Programı'nın

uygulama sürecinde öğrenciler; CNC tezgahları, üretim planlaması, kalite kontrol, iş güvenliği ve modern üretim teknikleri gibi alanlarda doğrudan üretim süreçlerine katılacak. Böylece teorik bilgilerini uygulama fırsatı bulan öğrenciler, teknik becerilerinin yanı sıra ekip çalışması, problem çözme, zaman yönetimi ve üretim disiplinine uyum gibi yetkinlikler de kazanacak. Modelin, öğrencilerin mezuniyet sonrasında iş hayatına daha hazır başlamalarına katkı sağlaması beklenirken, sanayi kuruluşlarına da nitelikli insan kaynağına erken erişim imkânı sunması öngörülmüyor. Firmalar, eğitim sürecinde öğrencileri yakından tanıyarak gelecekteki istihdam ihtiyaçları için potansiyel çalışanları değerlendirebilecek.

Böylece eğitim ile sanayi arasındaki bağın güçlendirilmesi ve gençlerin istihdama geçişinin hızlandırılması amaçlanıyor.

ALMANYA'DA İTHALAT DEĞİŞİYOR, FIRSATLAR ARTIYOR

Almanya'nın tarım ve gıdada 31,8 milyar dolar, sanayide 184,8 milyar dolarlık ithalat potansiyeli, Türkiye'nin ihracatını büyütmesi için geniş fırsatlar sunuyor. Otomotivden elektroniğe, makineden tekstile, işlenmiş gıdadan yaş meyve sebzeye uzanan talep, Türk ihracatçısının Almanya'da pazar payını artırması için güçlü bir zemin oluşturuyor.

Avrupa'nın lider ekonomisi Almanya, 2025 yılında 1,5 trilyon doları aşan ithalat hacmiyle küresel tedarik zincirlerinin merkezinde yer almayı sürdürüyor. Ancak pazarın büyüklüğü kadar, son dönemde ithalat kompozisyonunda yaşanan belirgin değişim de dikkat çekiyor. Alman sanayisinin üretim yapısındaki dönüşüm; otomotivden sağlığa, dijitalleşmeden yeşil enerjiye kadar pek çok alanda Türkiye için yeni ve stratejik kapılar açıyor.

Ticaret Bakanlığının yayımladığı potansiyel ürün matrisleri, Almanya'nın ithalat yapısında sanayi üretimini doğrudan besleyen ara mallar, makineler ve elektrikli ekipmanların ağırlığını ortaya koyuyor. Bu durum, Almanya'yı sadece büyük bir tüketim pazarı değil, aynı zamanda küresel sanayi zincirlerinin en kritik tedarik merkezlerinden biri haline getiriyor.

Otomotiv ve sağlıkta yüksek katma değer ihtiyacı

Alman sanayisinin dış tedarike en çok ihtiyaç duyduğu alanların başında otomotiv geliyor. Ülkenin otomobil ve yan sanayi parçalarındaki yüksek ithalat talebi, otomotiv sektörünü ihracatta sürükleyici güç haline getiren Türkiye için fırsatları büyütüyor. Özellikle elektrikli araç dönüşümüyle birlikte kablo sistemleri, batarya bağlantı ekipmanları, hafif metal parçalar ve yüksek hassasiyetli elektronik komponentlere olan talep Türk üreticiler için güçlü bir zemin hazırlıyor.

Benzer bir ivme sağlık sektöründe de yaşanıyor. Almanya'nın ilaç, aşı ve tıbbi cihaz tedarikinde dışa bağımlılığının artması medikal teknolojiler, laboratuvar ekipmanları ve ilaç sanayisine yönelik ara ürünlerde Türkiye'nin pazar payını artırmasına olanak tanıyor.

Dijitalleşme ve yeşil dönüşüm, ithalatı şekillendiriyor

Almanya'nın geleceğini şekillendiren iki ana unsur olan dijitalleşme ve enerji dönüşümü, ülkenin ithalat listelerine doğrudan yansıyor. Bilgi işlem makineleri, iletişim cihazları ve entegre devrelere olan talep artarken geleneksel enerji kaynaklarından yenilenebilir enerjiye geçiş süreci de tedarik hatlarını dönüştürüyor. Geleneksel yakıtların payı gerilerken enerji depolama sistemleri, güç elektroniği, transformatörler, jeneratörler ve kablo altyapılarına yönelik talep tırmanışa geçmiş durumda. Bu değişim, elektrik-elektronik ve enerji ekipmanları üreten Türk firmaları için yakından takip edilmesi gereken yeni bir pazar alanı yaratıyor.

Tarım ve gıda sektöründe potansiyel pazar hacmi 31,8 milyar dolar

Ticaret Bakanlığı Potansiyel Tarım ve Gıda Ürünleri Matrisi incelendiğinde, Almanya'da ithalat istahı en yüksek 15 kritik ürün grubunun toplam pazar büyüklüğünün 31,8 milyar dolara ulaştığı görülüyor. Türkiye'nin bu pazardan aldığı 1,27 mil-

Yaklaşık 83,5 milyonluk nüfusu ve 2025 itibarıyla 5,05 trilyon dolara ulaşan gayrisafi yurt içi hasılasıyla Almanya, Türk ihracatçıları açısından yüksek satın alma gücüne sahip stratejik bir pazar konumunda bulunuyor.





yar dolarlık pay, toplam ithalatın yaklaşık yüzde 4'üne karşılık geliyor. Alman tüketicisinin ve sanayisinin yoğun talep gösterdiği gıda ürünleri; işlenmiş gıdadan sert kabuklu meyvelere, su ürünlerinden meyve-sebze ve yaş meyve-sebzeye kadar geniş bir potansiyel barındırıyor.

İşlenmiş gıda ve çikolata mamulleri, Almanya'nın gıda ithalatında en güçlü talep alanlarının başında geliyor. Kakao, çikolata, bisküvi ve özel gıda müstahzarlarını kapsayan ürün grubunda ithalat 14,75 milyar dolara ulaşıyor. Su ürünlerinde özellikle balık filetoları öne çıkarken, bu ürün grubundaki ithalat 2,23 milyar dolara ulaşıyor. Yaş meyve sebzede taze domates ithalatı 1,86 milyar dolar, turuncğiller 1,77 milyar dolar, taze ve kuru üzüm ise 1,31 milyar dolar seviyesinde bulunuyor.

Sanayi ürünlerinde potansiyel pazar hacmi 184,8 milyar dolar

Potansiyel Sanayi Ürünleri Matrisi, Almanya'da Türk üreticilerin güçlü olduğu alanların yanı sıra henüz yeterince değerlendirilemeyen fırsatları da ortaya koyuyor. Matriste yer alan 25 ana sanayi kaleminde Almanya'nın toplam ithalatı 184,8 milyar dolara ulaşırken, Türkiye'nin payı 11,5 milyar doları aşıyor. Almanya'nın sanayi ithalatında otomotiv ve ulaştırma ürünleri yüksek hacimleriyle öne çıkıyor. Kara yolu taşıtları için aksam ve parçalar da ithalat 49,7 milyar dolar, eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlarda 10,4 milyar dolar, motor aksam ve parçalarında ise 6,70 milyar dolar seviyesinde bulunuyor.



Alman sanayisinin yeşil ve dijital dönüşümü, elektrik ekipmanları ve enerji teknolojilerindeki tedarik ihtiyacını artırıyor. Elektrik transformatörleri ve statik konvertörlerde ithalat 14,36 milyar dolara, izole teller, kablolar ve fiber optik ürünlerde 17 milyar dolara ulaşıyor.

Makine ve teknik ekipmanlarda da önemli pazarlar bulunuyor. Elektrotermik cihazlar, ortam ısıtıcıları ve rezistanslarda 6,70 milyar dolar, soğutucu cihazlar ve ısı pompalarında 5,07 milyar dolarlık ithalat gerçekleşiyor. Enerji verimliliği ve sanayi teknolojilerindeki dönüşüm, bu ürün gruplarını öne çıkarıyor.

Almanya'nın dış tedarikinde mobilya, plastik ve metal ürünler de geniş yer tutuyor. Oturmaya mahsus mobilyalarda ithalat 9,96 milyar dolar, diğer mobilya ve aksesuarlarında 8,52 milyar dolar seviyesinde bulunuyor. Plastik ambalaj ve kaplama malzemelerinde 4,77 milyar dolar, plastik levha, film ve folyolarda 4,07 milyar dolar, inşaat aksesuarlarında 5,15 milyar dolar, alüminyum çubuk ve profillerde 2,79 milyar dolar, yassı hadde mamullerinde ise 3,84 milyar dolarlık ithalat gerçekleşiyor.

Hazır giyim ve tekstil de Almanya'nın yüksek ithalat hacmine sahip sektörleri



arasında yer alıyor. Örme kazak, süveter ve hırkalarda 6,28 milyar dolar, tişört, fanila ve iç giyimde 4,94 milyar dolar, örme kadın giyiminde 3,71 milyar dolar ithalat bulunuyor.

AKİB'in Almanya ihracatında toparlanma ve çeşitlenme öne çıkıyor

Akdeniz İhracatçı Birlikleri'nin (AKİB) Almanya pazarına yönelik ihracatı, son yıllardaki dalgalı seyrin ardından yeniden yükselişe geçti. 2021'de 684,4 milyon dolar olan ihracat, 2022'de 831,6 milyon dolarla tarihi zirveye ulaşırken, enerji ve emtia fiyatlarındaki normalleşmeyle 2023 ve 2024'te geriledi. 2025'te ise yüzde 6 artışla 657,7 milyon dolara yükseldi. Toparlanma, 2026'nın Ocak-Temmuz döneminde de sürdü ve ihracat 413,3 milyon dolara ulaştı. Almanya'ya ihracatta demir, demir dışı metaller ve adi metaller öne çıktı. Bu grupta ihracat 2021'de 161,4 milyon dolardan 2025'te 185,1 milyon dolara yükselirken, demir-çelik mamullerinde ihracat 68,9 milyon dolardan 96,7 milyon dolara çıkarak yüzde 40'ın üzerinde arttı. Otobüs, minibüs ve midibüs ihracatı da yaklaşık 4 milyon dolardan 18,5 milyon dolara yükseldi. Tarım ve gıda ürünlerinde de güçlü bir performans sergilendi. Hububat, bakliyat ve yağlı tohumlar ihracatı 47,7 milyon dolardan 68,8 milyon dolara yükselerek yüzde 44 arttı. Yaş meyve ve sebze ihracatı 20,8 milyon dolardan 41,4 milyon dolara çıkarken, meyve ve sebze mamullerinde ihracat 5,3 milyon dolardan 13,7 milyon dolara ulaştı. Mobilya ise Almanya pazarında AKİB'in istikrarlı ihracat kalemleri arasında yer aldı. Ağaç ve orman ürünlerinden mobilya ihracatı 2025'te 40,2 milyon dolar oldu. Sektörel veriler, Almanya pazarında AKİB'in ürün çeşitliliğini artırarak yeni büyüme alanları oluşturduğunu ortaya koydu.



İHRACATA 32 MİLYAR DOLARLIK FİNANSMAN

Türk Eximbank, 2026 yılının ilk yarısında ihracatçılara sağladığı desteği geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 26 artırarak 32 milyar dolara taşıdı. Desteğin 15,8 milyar dolarını kredi, 16,2 milyar dolarını ise sigorta ve garanti işlemleri oluşturdu.

Türkiye'nin ihracat kapasitesini ve küresel pazarlardaki rekabet gücünü destekleyen Türk Eximbank, yılın ilk yarısında finansman ve sigorta çözümlerini genişleterek ihracatçılara toplam 32 milyar dolarlık destek sağladı. Böylece Bankanın toplam destek hacmi geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 26 artış gösterdi.

Yılın ilk 6 ayında kredi desteğini yüzde 27 artıran Türk Eximbank, ihracatçılara 15,8 milyar dolarlık kredi kullandı. Sigorta ve garanti desteği ise 16,2 milyar dolara ulaştı. Banka ayrıca uluslararası kredi ve sermaye piyasalarındaki etkin fonlama stratejisi kapsamında 5,2 milyar dolarlık yeni dış kaynak temin ederek ihracatçıların uzun vadeli finansman imkânlarını güçlendirdi.

"Uluslararası kaynaklarla Türk Eximbank'ın finansman kapasitesi güçleniyor"

Türk Eximbank Genel Müdürü Ali Güney, küresel ticarete korumacılık eğilimlerinin güçlendiği, jeopolitik risklerin ve finansmana erişim maliyetlerinin ihracatçıları açısından önemini koruduğu bir dönemde, Bankanın ihracatçıların yanında olmaya devam ettiğini belirtti. Uluslararası finans piyasalarındaki güçlü konumlarını koruduklarını ifade eden Güney, yılın ilk 6 ayında sağlanan 5,2 milyar dolarlık dış kaynağın ihracatçıların finansmana erişimini kolaylaştıracak, rekabet

güçlerini artıracak ve Türkiye'nin ihracat hedeflerine katkı sağlayacak şekilde kullandırıldığını kaydetti.

Katılım finansmanında yüzde 118 büyüme sağladı

Türk Eximbank, ihracatçıların farklı finansman ihtiyaçlarına yönelik ürün çeşitliliğini artırırken, katılım finansmanında da önemli bir büyüme sağladı.

Katılım finansman büyüklüğü 2026 yılının ilk yarısında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 118 artarak 1,1 milyar dolardan 2,4 milyar dolara yükseldi. Sürdürülebilirlik temalı kredi hacmi de yüzde 24 artışla 300 milyon dolara yaklaştı. Böylece Banka, ihracatçıların finansmana erişimini desteklerken sürdürülebilir üretim, yeşil dönüşüm ve farklı finansman modellerine yönelik ihtiyaçlara da çözüm sunmayı sürdürdü.

İhracatın sigorta güvencesi genişliyor

Türk Eximbank'ın ihracatçıların ticari risklerini yönetmelerine yönelik sunduğu sigorta ve garanti çözümlerinde de büyüme devam etti. Yılın ilk yarısında sigorta ve garanti desteği 16,2 milyar dolara ulaşırken, sigortalı ihracatçı firma sayısı yüzde 8 artarak 8 bin 332'ye çıktı. Aktif sigortalı ihracatçı sayısı ise yüzde 15 artışla 3 bin 565'e yükseldi. Banka, ihracatçıların yurt dışı ve yurt içindeki vadeli satışlarını güvence altına alan alacak sigortası çözümlerini yaygınlaştırmaya devam ederken, Ticaret Bakanlığı'nın desteğiyle alıcı kredileri ve dış ticaret finansmanı alanındaki çözümlerini de geliştiriyor.

İhracatçı KOBİ'lerin finansmana erişimi destekleniyor

Türk Eximbank'ın ihracatçı tabanını genişletmeye yönelik çalışmaları kapsamında yılın ilk 6 ayında 954 yeni ihracatçı firma Banka desteklerinden yararlanmaya başladı. Böylece desteklerden yararlanan aktif ihracatçı firma sayısı 19 bine yaklaştı. Yeni ihracatçı firmaların yüzde 88'inin KOBİ'lerden oluşması, Bankanın ihracat finansmanını daha geniş bir işletme tabanına yayma hedefini ortaya koydu. Genel Müdür Ali Güney, daha fazla ihracatçının uygun maliyetli finansmana erişebilmesi için çalışmalarını çok yönlü olarak sürdürdüklerini belirtti.



Eximbank Genel Müdürü
Ali Güney

TÜRK FİRMALAR, KÜRESEL E-TİCARET EKOSİSTEMİYLE BULUŞTU

İstanbul Küresel E-İhracat Zirvesi 2026, Türk ihracatçıları küresel dijital ticaret ekosistemiyle buluşturdu. Zirvede, e-ihracatın toplam ihracattaki payının orta vadede yüzde 10'a çıkarılması hedefi öne çıktı.



Türkiye'nin ihracat vizyonunda dijital ticaretin ağırlığını artırma hedefiyle düzenlenen İstanbul Küresel E-İhracat Zirvesi (IGEXX) 2026, küresel e-ticaret ekosisteminin önde gelen aktörleriyle Türk üretici, marka ve ihracatçıları aynı platformda buluşturdu. Ticaret Bakanlığı himayesinde, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) organizasyonunda ve Elektronik Ticaret İşletmecileri Derneği (ETİD) iş birliğinde düzenlenen zirvede, Avrupa'dan Orta Doğu'ya, Latin Amerika'dan Güneydoğu Asya'ya uzanan geniş bir coğrafyada e-ticaretin geleceği, yeni iş modelleri ve Türk firmalarının küresel pazarlara erişim olanakları ele alındı. Zirve kapsamında 50'den fazla küresel pazaryeri temsilcisi İstanbul'da Türk firmalarıyla buluşurken, farklı pazarlardaki güncel tüketici eğilimleri, iş modelleri ve ticari fırsatlar doğrudan sektör temsilcilerinden aktarıldı.

"Hedefimiz 6 milyar doların üzerine çıkmak"

"Beyond Borders-Sınırların Ötesinde" temasıyla gerçekleştirilen zirvenin açılışında konuşan Ticaret Bakanı Ömer Bolat, Türkiye'nin güçlü üretim ve ihracat kapasitesinin dijital dünyanın sunduğu imkanlarla buluşturulmasının stratejik önem taşıdığını vurguladı. Türkiye'nin e-ihracatta büyüme hedeflerine dikkat çeken Bolat, 2026 yılı sonunda e-ihracatın 6 milyar doların üzerine çıkarılmasının hedeflendiğini açıkladı.

Bakan Bolat, e-ihracatın Türkiye'nin küresel ticaretteki konumunu güçlendirecek önemli bir araç olduğuna işaret ederek, firmaların dijital ticarete girişini kolaylaştıracak politikaların sürdürüldüğünü belirtti. Bolat, finansmandan lojistiğe, dijital pazaryerlerinden tanıtıma kadar e-ihracat ekosisteminin farklı alanlarında desteklerin güçlendirileceği mesajını verdi. Bolat'ın ortaya koyduğu hedef, e-ihracatın daha merkezi bir konuma taşındığını ortaya koydu.

IGEXX 2026'nın ilk gününde gerçekleştirilen B2B görüşmelerinde firmalar, yeni iş bağlantıları ve ihracat fırsatlarını değerlendirdi.

Ticaret Bakanı Ömer Bolat'a, ünlü Osmanlı denizcisi Piri Reis'in 1513 yılında çizdiği ilk dünya haritasının reproduksiyonu hediye edildi.

TİM Başkanı Mustafa Gültepe de Türkiye'nin güçlü üretim altyapısının dijital ticaretin sunduğu erişim imkanlarıyla daha etkin şekilde buluşturulması gerektiğini vurguladı. Gültepe, "E-ihracatın toplam ihracatımızdaki payını orta vadede yüzde 10'a çıkarmaya kararlıyız." dedi.

Türk ihracatçıları küresel pazaryerlerinin temsilcileriyle buluştu

IGEXX 2026'nın ilk günü B2B görüşmelerine ayrılırken, Türk ihracatçıları küresel pazaryerlerinin temsilcileri ve uluslararası alıcılarla doğrudan temas kurma fırsatı buldu. Zirvenin devamında paneller, sunumlar ve çalıştaylarda yapay zekâ, veri odaklı ticaret, sosyal ticaret, dijital pazarlama, ödeme sistemleri, lojistik ve küresel pazaryeri stratejileri gibi başlıklar ele alındı. Özellikle yapay zekânın ticaretteki rolü, otonom alışveriş modelleri, veri analitiği ve yeni nesil ödeme sistemleri, küresel e-ticaretin gelecek dönemde nasıl şekilleneceğine ilişkin önemli konu başlıkları arasında yer aldı.

Zirvenin en önemli çıktıları arasında üretim gücünün dijital kanallar aracılığıyla dünyanın farklı coğrafyalarındaki tüketicilere daha hızlı ve doğrudan ulaştırılması hedefinin güçlü biçimde ortaya konulması yer aldı. Küresel pazarların çok yönlü ele alındığı etkinlik, Türk markaları için yeni nesil ihracat fırsatlarının değerlendirilmesine zemin hazırladı.



TEMSA'DAN BATARYA TEKNOLOJİSİNDE İHRACAT HAMLESİ

Mobilitenin elektrifikasyonu alanındaki çalışmalarını araç üretiminin ötesine taşıyan TEMSA, Skoda Group'un otobüs projesi kapsamında geliştirdiği 50 adet yüksek voltajlı lityum iyon batarya ve 10 adet güç dağıtım ünitesini tek seferde Çekya'ya ihraç etti. Yaklaşık 5 megavatsaat büyüklüğündeki sevkiyat, şirketin bugüne kadar gerçekleştirdiği en yüksek hacimli batarya sistemi ihracatı niteliği taşıırken otobüs dışındaki ilk ihracat olmasıyla da stratejik bir dönüm noktası oluşturdu.

TEMSA CEO'su Evren Güzel, elektrikli mobilité dönüşümünde rekabetin yalnızca araç üretme kapasitesiyle sınırlı olmadığını, kritik bileşenleri geliştirme ve üretme yetkinliğinin de giderek önem kazandığını belirtti. Çekya'ya gerçekleştirilen sevkiyatın şirketin mühendislik altyapısı, AR-GE gücü ve üretim kabiliyetinin somut bir

çıkışı olduğunu ifade eden Güzel, TEMSA'nın batarya sistemleri ve yüksek voltaj teknolojileri geliştiren ve bu çözümleri uluslararası pazarlara taşıyan bir teknoloji şirketi konumuna geldiğini söyledi.

TEMSA'nın 149 milyon dolarlık net ihracat hacmiyle küresel pazarlardaki varlığını güçlendirdiğine dikkat çeken Güzel, elektrikli otobüslerde edinilen bilgi birikiminin farklı platformlar ve uluslararası iş birlikleri için yüksek teknoloji çözümlerine dönüştürüldüğünü kaydetti. Güzel, "Bugüne kadar araçlarımızla birçok ülkede sürdürülebilir ulaşımına katkı sağladık. Elektrikli otobüslerimiz Amerika ve birçok Avrupa ülkesinde hizmet veriyor. Bu deneyim sayesinde edindiğimiz bilgi birikimini, farklı platformlar ve uluslararası iş birlikleri için yüksek teknoloji çözümlerine dönüştürüyoruz." dedi.



TEMSA CEO'su
Evren Güzel

KAYSO'nun hizmet kalitesi yeniden tescillendi

Kayseri Sanayi Odası (KAYSO), üyelerine sunduğu hizmet kalitesini uluslararası standartlarda sürdürdüğünü bir kez daha tescilleyerek Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Akreditasyon Sistemi kapsamında akreditasyon sertifikasını almaya hak kazandı.

TOBB tarafından düzenlenen Akreditasyon Sertifika Töreni'nde KAYSO adına verilen sertifika Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ahmet Gümüüşü, Genel Sekreter İsmail Tartuk ve Akreditasyon Sorumlusu Nurnabu Özsoy Yorulmaz tarafından teslim alındı. KAYSO'nun akreditasyon sertifikası; Ticaret Bakanı Ömer Bolat, Ticaret Bakan Yardımcısı Ö. Volkan Ağar ve TOBB Başkanı Rifat Hisarcıkloğlu tarafından takdim edildi.

Konuya ilişkin değerlendirmelerde bulunan KAYSO Başkanı Mehmet Büyüksimitçi, Kayserili sanayicilere daha etkin, kaliteli ve sürdürülebilir hizmet sunma anlayışıyla çalışmaların aralıksız sürdü-

ğünü belirterek, "TOBB Akreditasyon Sistemi kapsamında sertifikamızı bir kez daha almaya hak kazanmış olmamız, kurumsal gelişime verdiğimiz önemin ve üyelerimize sunduğumuz hizmet kalitesinin önemli bir göstergesidir. Türkiye'deki oda ve borsalar arasında yapılan değerlendirmelerde üst sıralarda yer alarak, hizmet kalitemizi ve kurumsal kapasitemizi bir kez daha ortaya koyduk. Bu başarı, üyelerimize sunduğumuz hizmetlerde mükemmeliyet anlayışımızın ve sürekli gelişim vizyonumuzun önemli bir göstere-



gesidir. Üyelerimizin beklentilerini en iyi şekilde karşılayan, sürekli gelişen ve örnek gösterilen bir oda olma hedefiyle çalışmalarımızı kararlılıkla sürdüreceğiz." ifadelerini kullandı.

Başkan Büyüksimitçi, akreditasyon sürecinde emeği geçen tüm personele teşekkür ederek elde edilen başarının güçlü ekip çalışmasının, kurumsal aidiyetin ve sürekli iyileştirme anlayışının önemli bir sonucu olduğunu vurguladı.

MERSİN'DE ATALIK TOHUMLAR GELECEĞE TAŞINIYOR



Mersin Büyükşehir Belediyesi'nin yerel tohumların korunması ve üreticiler aracılığıyla yeniden üretime kazandırılması amacıyla hayata geçirdiği "Yerel Tohumların Yerinde Korunması ve Pazarlanması Projesi", kent genelinde geleneksel tarımsal üretimin sürdürülebilirliğine katkı sağladı. Proje sayesinde kaybolma riski taşıyan yerel çeşitler yeniden toprakla buluşurken, üreticilerin üretim kapasitesinin güçlendirilmesi ve atalık tohumların gelecek kuşaklara aktarılması yönünde önemli kazanımlar elde edildi.

Gülнар'ın Bereket Mahallesi'nde atalık nohut üretimiyle devam eden proje kapsamında bu yıl 10 üreticiye 600 kilogram tohum desteği sağlandı. 2020'den bu yana sürdürülen çalışmalarla ise 91 üreticiye ulaşılırken, 455 dekarlık alanda üretime katkı sunuldu ve toplam 5 bin 460 kilogram atalık tohum desteği verildi.

Projenin en önemli kazanımlarından biri, Mersin'in farklı bölgelerinde nesilden nesile aktarılan yerel çeşitlerin korunarak yeniden üretim döngüsüne dâhil edilmesi oldu. Silifke'de buğday, Gülнар'da ise nohut ve leklek fasulyesi gibi yerel çeşitlere verilen desteklerle, bölgeye özgü tarımsal gen kaynaklarının korunmasına katkı sağlandı. Büyükşehir Belediyesi Tarımsal Hizmetler Dairesi Başkanlığı Ziraat Teknikeri Ali Karakış, projenin üreticilerin girdi maliyetlerinin azaltılmasına katkı sunduğunu belirterek, bölgenin geleneksel üretim kültürünün korunmasına ve tarımsal değerlerin gelecek kuşaklara aktarılmasına katkı sağladığını belirtti.



TÜİOSB'den yatırımcılara 200 bin metrekarelik yeni alan

Mersin-Tarsus Tarımsal Ürün İşleme İhtisas Organize Sanayi Bölgesi (TÜİ-OSB), büyüme vizyonu doğrultusunda 3. Alan'da bulunan 200 bin metrekarelik ön tahsisli sanayi arsasını, esnek ve yatırımcı dostu satış koşullarıyla tahsise açtı.

TÜİOSB Yönetim Kurulu Başkanı Gül Akyürek Balta, yatırımcılardan gelen yoğun talep doğrultusunda gerçekleştirilen tahsislerin bölgenin büyüme sürecinde stratejik bir adım olduğunu belirtti. TÜİOSB'de yatırımcılara yalnızca sanayi arsası değil; güvenli altyapı, maliyet avantajı, sürdürülebilir üretim ve teşvik imkânlarını bir arada sunan bütüncül bir yatırım modeli sağlandığını ifade eden Balta, bölgenin özellikle ihracatçı firmalara rekabet gücü kazandırmayı hedeflediğini söyledi.

TÜİOSB'nin depreme dayanıklı zemin yapısıyla öne çıktığını vurgulayan Balta, parsellerde hafriyat ve komşu parsel taş duvar imalatlarının tamamlanarak teslim edilmesinin yatırımcının başlangıç maliyetlerini ve zaman kaybını azalttığını kaydetti. Balta, bu modelle diğer OSB'lere kıyasla metrekare bazında yaklaşık yüzde 30'a varan maliyet avantajı sağlanmasının hedeflendiğini belirtti.

Bölgede yağmur suyu, içme suyu, atık su ve gri su altyapıları tamamlanırken, derin kuyulardan birinin devreye alınmasıyla su ihtiyacı karşılanmaya başlandı. Elektrik altyapısının tamamlanmasıyla Toroslar EDAŞ dağıtım merkezinden

enerji dağıtımı ve abonelik işlemleri de hayata geçirildi. TÜİOSB'deki yatırımlar, Mersin'in genel teşvik sistemindeki 2. Bölgeye rağmen 3. Bölge teşviklerinden yararlanabiliyor. Bu kapsamda makine ve teçhizat alımlarında KDV istisnası ve ithal makine-teçhizatı gümrük vergisi muafiyeti uygulanırken, üretim sonrası istihdam için 6 yıl boyunca SGK işveren payının devlet tarafından karşılanması öngörülüyor.



TÜİOSB Yönetim
Kurulu Başkanı
Gül Akyürek Balta

AGV'DEN SANAYİ DEVLERİNE YATIRIM ÇAĞRISI

Meslek odaları ile iş dünyası sivil toplum kuruluşlarının temsilcilerini aynı çatı altında buluşturan Adana Güçbirliği Vakfı (AGV), İstanbul Sanayi Odası'nın (İSO) açıkladığı Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu listesindeki şirketlerin yöneticilerine mektup göndererek kente yatırım yapmaya davet etti. Sanayicilere, Adana'nın üretim gücünü, lojistik olanaklarını, enerji altyapısını, insan kaynağını ve yeni yatırım alanlarını içeren 12 sayfalık 'Adana ve Yatırım Fırsatları' raporu da gönderildi.

AGV Başkanı Burhan Kavak, Cumhuriyetin ilk sanayileşen şehirlerinden Adana'nın bugün yeni bir üretim hamlesinin eşliğinde bulunduğunu söyledi. Türkiye'de sanayinin uzun yıllardır özellikle Marmara Bölgesi'nde yoğunlaştığını hatırlatan Kavak, artan arazi maliyetleri, su sıkıntısı, çevresel baskılar, deprem riski ve lojistik yoğunluğun yeni yatırım merkezlerine duyulan ihtiyacı artırdığını belirtti. Kavak, "Türkiye'nin sanayi kuruluşları büyümek istiyor, yeni kapasite oluşturmak istiyor. Adana bugün bu ihtiyaca cevap verebilecek en güçlü şehirlerden biri. Hammaddeye yakınlığı, geniş tarımsal üretim altyapısı, enerji imkânları, ulaşım ağları, liman bağlantısı ve yetiştirilmiş insan kaynağı yatırımcıya önemli avantajlar sunuyor." dedi.

Kentteki OSB ve ihtisas OSB yatırımlarının yanı sıra planlanan konteyner limanı, sera OSB'si ve su ürünleri ihtisas üretim alanlarının yeni bir sanayi ekosisteminin önünü açacağını belirten Kavak, Adana'nın tarım teknolojilerinden gıdaya, enerjiden kimyaya, lojistikten su ürünlerine kadar geniş bir yatırım yelpazesi sunduğunu vurguladı.

Kavak, "Türkiye yeni sanayi havzaları oluşturmak zorunda. Adana bu açıdan çok güçlü bir aday. Büyük sanayi kuruluşlarına çağrımız açık: Gelin Adana'ya yatırım yapın; birlikte üretelim, birlikte büyüyelim." ifadelerini kullandı.



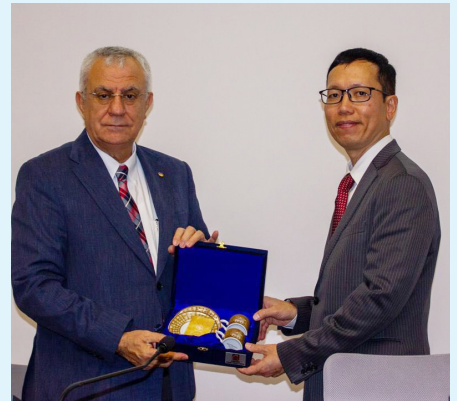
AGV Başkanı
Burhan Kavak

YUMURTALIK SERBEST BÖLGESİ'NDE YENİ YATIRIM ALANI

Adana Yumurtalık Serbest Bölgesi'nin kara ve deniz sınırlarının yeniden belirlenmesi, bölgenin sanayi, lojistik ve dış ticaret potansiyelini güçlendirecek yeni bir çerçeve oluşturdu. 4 Eylül 2026 tarihli Cumhurbaşkanlığı Kararı ile serbest bölgenin Ceyhan-Sarımsazı mevkiindeki sınırları ve koordinatları yeniden tanımlandı. Kararın ekinde yer alan krokide yaklaşık 13,58 milyon metrekare kara ve 6,61 milyon metrekare deniz alanı sınırları gösterildi. Böylece serbest bölgenin uygulama alanı daha net bir çerçeveye kavuştu. Söz konusu düzenleme, liman bağlantılı üretim, lojistik ve depolama başta olmak üzere kimya-petrokimya, demir-çelik, enerji ve tersane gibi sektörlerde yatırım potansiyelini gündeme taşıyor. Ceyhan-Yumurtalık hattının liman altyapısı, ulaşım bağlantıları ile birlikte değerlendirilmesi, üretim merkezleri ile dış ticaret noktalarını birbirine bağlayan entegre bir yapının gelişmesine imkân sağlıyor. Bölgedeki yatırım kapasitesinin gelişmesiyle birlikte hammadde depolama, ara malı üretimi, ihracata yönelik sanayi tesisleri ve liman merkezli lojistik hizmetlerin ölçek kazanması bekleniyor.

Adana'nın sanayi dönüşümü Asya ülkelerine tanıtıldı

Adana, verimlilik ve sanayide dönüşüm alanında uluslararası bir buluşmaya ev sahipliği yaptı. Türkiye Cumhuriyeti Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Adana Sanayi Odası ve Asya Verimlilik Teşkilatı iş birliğinde düzenlenen "Ulusal Model Fabrika Ağının Geliştirilmesi Çalıştayı" kapsamında, Asya Verimlilik Teşkilatı üyesi 15 ülkeden 19 kamu yöneticisi, verimlilik uzmanı ve sanayi temsilcisi Adana Model Fabrika ve Sanayi Kampüsü'nde bir araya geldi. 1-4 Eylül 2026 tarihlerinde gerçekleştirilen programda, Türkiye'nin model fabrika deneyimi ile Adana Sanayi Kampüsü'nde yürütülen yalın, dijital ve yeşil dönüşüm uygulamaları uluslararası katılımcılara aktarıldı. Asya-Pasifik bölgesinin farklı ülkelerinden gelen heyet, Model Fabrika'nın uygulamalı eğitim yaklaşımını ve "öğren-dönüş" metodolojisini yerinde inceleyerek saha uygulamaları hakkında bilgi aldı. Katılımcılara yalın üretim, dijitalleşme ve yeşil dönüşümün bütünlük biçiminde ele alındığı çalışmalar aktarılırken; dijital ekosistemler, sanayi için dijital dönüşüm mimarisi, üretim verilerinin kullanımı ve yapay zekâ çağında yatırım önceliklendirmesi konuları değerlendirildi.



ENTEĞRE YAPILANMA

*Çatalbaş Grubu'nda Yeni Dönem,
Yeni Liderlik, Yeni Vizyon...*

GÜNEŞİ GECEYE TAŞIYORUZ

Çatalbaş Grubu; yeni yönetim yapılanmasıyla üretim, teknoloji ve uluslararası yatırımlara odaklanan entegre bir dönüşüm sürecini hayata geçiriyor. Solar EPC, elektrik taahhüt, pano üretimi, enerji depolama ve otomasyon kabiliyetlerini tek vizyon altında birleştiren grup; yaklaşık 40.000 m² üretim alanı ve güçlü mühendislik altyapısıyla yurt içi ve yurt dışı projelerde büyümesini sürdürüyor.

*Üretir,
Depolar,
Hayata Bağlarız.*

 **700 MWp +**

GES KURULUM
TECRÜBESİ

 **40.000 m²**

ÜRETİM VE
TESİS ALANI

 **TOBB**
TÜRKİYE 100

İKİ DÖNEM
ÜST ÜSTE BAŞARI

 **ULUSLARARASI EPC
ELEKTRİK TAAHHÜT**

LİBYA, KÖRFEZ VE
YURT DIŞI PROJE VİZYONU

ÇATALBAŞ GRUBU BÜNYESİNDE ENTEĞRE ENERJİ ÇÖZÜMLERİ

 **CATALESS**
ENERGY STORAGE SYSTEMS

 **Link**
PANO & OTOMASYON

 **ENVOLT**
enerji

 **ENBOSS**
SMART BUILDING SOLUTIONS

Mersin Limanı büyüyor, rotalar yeniden çiziliyor



Türkiye'nin lider limanı MIP,
yatırımlarıyla yıllık kapasitesini
3.6 milyon TEU'ya çıkaracak.

www.mersinport.com.tr

MIP
MERSIN INTERNATIONAL PORT
A MEMBER OF PSA GROUP