

AHBİBaktüel

AKDENİZ HUBUBAT, BAKLIYAT, YAĞLI TOHUMLAR ve MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

TÜRK BULGURU “MODERN EFSANE”

Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin (AHBİB) Rusya'da yürüttüğü Turquality Bulgur Tanıtım Projesi, Komsomolskaya Pravda'nın düzenlediği “50 Efsane Marka” ödüllerinde “Modern Efsaneler” kategorisinde ödüle layık görüldü. 165 kurum ve kuruluşun tanıtım kampanyasının halk oylamasıyla değerlendirildiği etkinlikte prestijli ödül AHBİB Başkanı Veysel Memiş'e takdim edildi.



“Temel hedefimiz sürdürülebilir tarım, sınırsız ihracat”

AHBİB Başkanı Veysel Memiş, sürdürülebilir tarım ve sınırsız ihracat için kritik önem taşıyan konuları değerlendirdi.

Tarım Orman Şûrası ile 86 maddelik yol haritası belirlendi

Cumhurbaşkanı Erdoğan, ürün bazlı kümelenme modeline geçeceklerini ve tarımsal diplomasi platformları kuracaklarını duyurdu.

ABD pazarında gıda ihracatında potansiyel hacim 46,1 milyar dolar

ABD’de, Türkiye’nin uluslararası pazarlarda rekabetçi olduğu ürün gruplarında toplam 46,1 milyar dolarlık ihracat hacmi bulunuyor.

600 MWp GES
Kurulumu Gerçekleştirdik!

Kendi sektörünün 'DEVLERİ' sürdürülebilir ve verimli geleceğin anahtarını ÇATALBAŞ ELEKTRİK'e emanet etti.



Çatalbaş Elektrik Enerji:

Güçlü Grup Şirketleriyle Büyüyen Enerji

Çatalbaş Elektrik olarak, stratejik grup şirketlerimizle sektördeki gücümüzü daha da ileriye taşıyoruz. Finansal ve operasyonel iş birliklerimiz, projelerimizi daha yenilikçi, güçlü ve sürdürülebilir kılıyor. Türkiye'nin enerji geleceğine katkı sağlarken, uzun vadeli başarı hedeflerimizi sağlam temellere oturtuyor ve rekabet gücümüzü artırarak müşterilerimize en iyi çözümleri sunuyoruz.



Envolt Enerji, Çatalbaş Elektrik'in grup şirketi olarak, yenilenebilir enerji santrallerinin kurulum, revizyon, bakım ve onarım hizmetlerinde sektörde öncüdür. Özellikle güneş enerjisi firmalarına yönelik işletme, bakım ve onarım çözümleriyle yenilikçi ve güvenilir bir çözüm ortağıdır. Sahada güçlü, çözümde hızlıdır.



Enboss, Çatalbaş Elektrik'in grup şirketlerinden biri olarak; akıllı ev sistemleri, güneş enerjisi çözümleri, elektrikli araç şarj istasyonları ile network ve zayıf akım sistemleri gibi birçok alanda yenilikçi ve sürdürülebilir teknolojiler sunmaktadır. Enboss, yaşam alanlarını daha güvenli, verimli ve konforlu hale getirmeyi hedeflemektedir.



Link Pano Otomasyon, Çatalbaş Elektrik'in grup şirketi olup, Schneider Electric bayisi olarak alçak gerilim panoları üretiminde uzmanlaşmıştır. Enerji dağıtımı ve otomasyon projelerinde, yüksek kalite ve mühendislik standartlarını titizlikle uygulayan güvenilir bir çözüm ortağıdır.



Çatalbaş Elektrik'in grup şirketi olan CATALess, enerji depolama sistemleri alanında tasarım, imalat ve uygulama süreçlerini uçtan uca yöneten yenilikçi bir teknoloji firmasıdır. Geliştirdiğimiz batarya çözümleriyle sürdürülebilir, güvenilir ve yüksek verimli enerji sistemleri sunuyoruz.

NIDAŞ

ÖZLER TARIM

KARTEKS TEKSTİL

HAYAT KİMYA



Bol ve bereketli bir sezon diliyorum

VEYSEL MEMİŞ

AKİB Koordinatör Başkanı
Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve
Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı



Kur baskısı, maliyet artışları, ihracat yasakları ve finansmana erişim gibi pek çok zorluğa rağmen AHBİB olarak, 2024'te 2 milyar 52 milyon dolarlık ihracat başarısını hep birlikte gerçekleştirdik. Yılın ilk 5 ayında 758,7 milyon dolarlık ihracat rakamına ulaştık. Bu rakam, geçen yılın aynı dönemine göre düşüş anlamına gelse de sezonun bereketiyle kayıplarımızı hızla telafi edeceğimize ve yılı daha yüksek bir ihracat rakamıyla kapatacağımıza yürekten inanıyorum.

Göreve geldiğimiz ilk günden itibaren ihracatımızı artırmak için durmaksızın çalışıyoruz. Olumsuzlukların gölgesine sığınmadan, "Daha neler yapabiliriz?" sorusunun peşindeyiz. Üyelerimizin sorunlarını yerinde tespit etmek için düzenlediğimiz istişare toplantılarıyla, kamuyla köprü vazifesi görerek çözümler üretmeye özen gösterdik. Uluslararası fuarlardan ticaret heyetlerine, UR-GE projelerinden ürün tanıtımına yönelik vizyon projelerine kadar pek çok önemli çalışmaya imza attık. Şubat ayında Dubai Gulfood Fuarı'nda yerimizi alırken fuara paralel olarak Yurt Dışı Pazarlama Faaliyeti UR-GE projesini hayata geçirdik. Adana, Hatay ve Mersin'de üyelerimizle bir araya gelerek istişare toplantılarımızı gerçekleştirdik. Yine geçtiğimiz aylarda Foodex Japan ve FHA Singapur fuarlarına katıldık. Kazablanka'ya düzenlediğimiz sektörel ticaret heyeti ile Fas'taki fırsatları yerinde inceledik.

Vizyon projelerimizden biri olan Turquality Bulgur Tanıtım Projesi, Rusya pazarında gurur verici sonuçlar doğurdu. Etki analizi raporlarına göre kampanya süresince yapılan tanıtım faaliyetleri, bulgurun bilinirliğini ve tüketici güvenini ciddi oranda artırdı. Türk ürünlerine duyulan güven yüzde 63,2'ye ulaşırken kampanya öncesine göre yüzde 4,6 artış sağlandı. Türk Bulguru; sağlıklı oluşu, uygun fiyatı, lezzeti ve her yemeğe uyarlabilirliğiyle Rus tüketicisinin gözdesi hâline geldi. Rus-

ya'ya 16 bin ton olan bulgur ihracatımız 19 bin tona yükseldi. Bu başarı, tanıtım faaliyetlerimizin etkisini ve Türk Bulguru'nun küresel pazardaki potansiyelini bir kez daha gözler önüne serdi. Buradan aldığımız güçle Anadolu'nun eşsiz lezzetlerini dünyanın farklı pazarlarındaki potansiyel alıcılarla buluşturmak için çabalarımızı daha da artıracğız.

Gelecek dönemde de ABD'den Rusya'ya, Almanya'dan Japonya'ya uzanan sektörel ticaret heyetleri ve fuarlarla küresel arenada varlığımızı güçlendirmeye devam edeceğiz. Diğer yandan İstanbul'u gıda sektörünün buluşma noktası yapma hayalimizin bir sonucu olarak ortaya çıkan WorldFood İstanbul Fuarı'nda da Birlik olarak yerimizi alacağız.

İklim krizinin yarattığı kuraklık ve don olayları ile birlikte küresel belirsizlikler, üretim ve ihracatımızı olumsuz etkiliyor. Bunun sonucu olarak da zaman zaman kısıtlama ve yasaklamalarla karşı karşıya kalıyoruz. Oysa topraklarımız bereketli ve insanımız çalışkan. Çok daha fazlasını üretebilecek ve dünya pazarlarında değerlendirecek imkânlara sahibiz. Planlı üretim modeli ile doğru tohumu kullanarak, doğru zamanda doğru ürünü ekerek sorunlarımızın üstesinden gelebiliriz. Bunun için ülkemiz genelinde sözleşmeli tarım uygulamalarını yaygınlaştırmaya ihtiyacımız var. Tarımın geleceği dijitalleşmede yatıyor. Akıllı sulama, sensör teknolojileri ve uydu destekli üretim takibi gibi yenilikler, gelişmiş ülkelerde verimliliği katlarken Türkiye'de de bu teknolojilerin yaygınlaşması hem çevreye duyarlı sürdürülebilir üretimin önünü açacak hem de ihracat gücümüzü artıracaktır.

Çalışkanlığımız, üretime olan sevgimiz ve zor koşullarda bile pes etmeyen yapımız bizi her zaman güçlü kıldı. Buradan aldığımız güçle, ülkemiz için daha fazla üretmeye ve dünyada gidilmedik pazar bırakmayıp daha fazla ihracat gerçekleştirerek değer yaratmaya devam edeceğiz.

AHBİBaktüel

SAHİBİ

Akdeniz Hububat, Bakliyat,
Yağlı Tohumlar ve Mamulleri
İhracatçıları Birliği Adına
Veysel Memiş

YAYIN KURULU

Hüseyin Tekin, Selçuk Akıllı, Şahin
Sayılır, Serdar Yıldızgöçer, Mehmet
Bulanık, Hayrettin Örgün,
Recep Çalışkan, Şerafettin Bulut,
Ümit Parlak, İlyas Özdiğer

SORUMLU

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Mehmet Ali Erkan

YÖNETİM YERİ

AKİB Limonluk Mah. 2433 Sk.
No: 4 33120
Yenişehir / MERSİN
Tel: (0324) 325 37 37
Faks: (0324) 325 41 42
Web: www.akib.org.tr
e-posta: info@akib.org.tr

YAPIM



Medya İletişim Danışmanlık

Nar PR Medya İletişim
Danışmanlık Ltd. Şti.

YAYIN DİREKTÖRÜ

Recep Şenyurt
senyurt@narprmedya.com

EDİTÖR

Nadide Akın
Büyümin Yıl
narpr@narprmedya.com

İLETİŞİM

Reşatbey Mah. Atatürk Cad. Gen İş
Merk. Bina No:22 Kat:2 No:203(6)
Seyhan/ADANA
Tel : (0322) 606 54 59-79
e-posta: narpr@narprmedya.com

BAŞKI - ÇİLT

Plusone Basım
100 Yıl Mah. Massit Matbaacılar
Sitesi 3. Cad. No: 221 34204
Bağcılar / İSTANBUL

- AHBİB Aktüel Dergisi AHBİB adına NAR PR MEDYA İletişim Danışmanlık Ltd. Şti. tarafından yayıma hazırlanmaktadır.
- AHBİB Aktüel, Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği tarafından üç ayda bir yayımlanır ve ücretsiz dağıtılır.
- AHBİB Aktüel'de yer alan imzalı yazılar, yazarların kişisel görüşleridir, AHBİB'i bağlamaz.
- AHBİB Aktüel'de yer alan yazılar ve fotoğrafların her türlü telif hakkı AHBİB'e aittir. İzin alınmadan, kaynak gösterilecek dahi iktibas edilemez.

AKİB'İN YENİ DÖNEM KOORDİNATÖR BAŞKANI VEYSEL MEMİŞ



11 > Haber

13 > Haber

SUDANLI BAKANDAN
MERSİNLİ GİRİŞİMCİLERE
YATIRIM DAVETİ



15 > Haber

BAKLİYATIN
BAŞKENTİ
MERSİN'DEN
KÜRESEL MESAJ

18 > Haber

DUBAİ GULFOOD'TA
TÜRK GIDASININ
YILDIZI PARLADI

20 > Araştırma

ABD PAZARINDA
POTANSİYEL:
46,1 MİLYAR DOLAR

28 > Başarı Hikâyesi

GENÇ GİRİŞİMCİ, AİLE
MİRASINI MARKAYA
DÖNÜŞTÜRDÜ

30 > Başarı Hikâyesi

EMEKLE YOĞRULAN
TATLAR, KADIN
GÜCÜYLE DÜNYAYA
AÇILIYOR

32 > Haber

TARSUS UN, AFRIKA VE
ORTA DOĞU'DA BAŞARI
HİKÂYELERİ YAZIYOR



33 > Haber

RAMOS, İHRACATTA ROTAYI YÜKSEK
POTANSİYELLİ PAZARLARA ÇEVİRDİ



34 > Sağlıklı Beslenme

KURU BAKLİYATLAR
HER MEVSİM
SOFRANIZDA OLMALI

36 > Haber

BAY GRAIN, SOFRADA
VE KAFESTE ZİYAFET
SUNUYOR



37 > Haber

APRİN DIŞ TİCARET,
ANTEP FISTIĞI
İŞLEME TESİSİNE
HAZIRLANIYOR

5 AYLIK SEKTÖR İHRACATI 5,2 MİLYAR DOLARA ULAŞTI

Türk hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörü, 2025 yılının ilk 5 ayında yüzde 4,2 artış sağlayarak 5 milyar 229 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi. Sektörün en fazla ihracat yaptığı ülkeler Irak, ABD ve Suriye olurken ihracat hacminde en güçlü artış Benin pazarında yakalandı.



Türkiye ihracatının önemli kalemlerinden olan hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörünün 2025 yılı Ocak-Mayıs ayları arasındaki ihracatı 5,2 milyar dolara ulaştı. Sektör, geçen yılın aynı dönemine kıyasla ihracat performansında 4,2 oranında artış yakaladı. Yılın ilk 5 ayında hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektöründen 210 ülkeye ihracat gerçekleştiren Türkiye, en çok pastacılık ürünleri, bitkisel yağlar ve diğer gıda müstahzarları sattı. Bu ürün grupları, sektör ihracatının yüzde 52'sini oluşturdu.

5 aylık ihracatın yüzde 15,1'i Irak'a yapıldı

Mayıs ayında 1 milyar 60 milyon dolar ihracat gerçekleştiren ve yılın ilk 5 ayında 5 milyar 229 milyon dolar dış satım değerine ulaşan Türk hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörü, ağırlıklı olarak Orta Doğu, Afrika, Avrupa Birliği ülkelerinde etkinlik gösterdi. Ülke gruplarına göre sektör ihracatının yüzde 32,9'u Orta Doğu pazarlarında gerçekleşti. 1 milyar 720 milyon dolar değere ulaşılan Orta Doğu pazarının ardından 1 milyar 258 milyon dolar değer ve yüzde 24 pay ile Afrika ülkeleri ikinci, 763,5 milyon dolar değer ve yüzde 14,6 pay ile Avrupa Birliği ülkeleri üçüncü sırada yer aldı. Bunları 536 milyon dolar değer ve yüzde 10,2 pay ile Amerika ülkeleri, 274 milyon dolar değer ve yüzde 5,2 pay ile Eski Doğu Bloku ülkeleri izledi. Türk hububat, bakliyat, yağlı

tohumlar ve mamulleri sektörünün 2025 yılı Ocak-Mayıs dönemi ihracatı ülkelere göre incelendiğinde en önemli pazarın Irak olduğu görüldü. 5 aylık ihracatın yüzde 15,1'ini oluşturan Irak'a yönelik dış satım değeri 789,1 milyon dolara ulaştı. Amerika Birleşik Devletleri 350,7 milyon dolar değer ile ikinci, Suriye 264,1 milyon dolar değer ile üçüncü sırada yer aldı.

İhracat hacminde en güçlü artışlar Benin, Macaristan ve Kolombiya'da

Söz konusu dönemde sektör, 20'ye yakın ülkede ihracat hacminde dikkat çekici artışlar yakaladı. 2025 yılı Ocak-Mayıs ayları arasında ihracat hacminde en güçlü artış sağlanan ülke Benin oldu. Türkiye, yılın ilk 5 ayında Benin pazarında yüzde 146 artış sağlayarak 32,4 milyon dolar ihracat değerine ulaştı. Benin'i yüzde 108 artış ve 20,7 milyon dolar değer ile Macaristan, yüzde 88 artış ve 8,5 milyon dolar değer ile Kolombiya izledi.

Pastacılık ürünleri, bitkisel yağlar ve diğer gıda müstahzarları en çok talep gören ürün grupları

2025 yılının Ocak-Mayıs ayları arasında 5 milyon 220 bin ton ürünü dünyanın dört bir yanına pazarlayan Türkiye, en yüksek ihracat değerlerine pastacılık ürünleri, bitkisel yağlar ve diğer gıda müstahzarlarında ulaştı. Pastacılık ürünlerinde 1 milyar 13 milyon dolarlık, bitkisel yağlarda 825,3 milyon dolarlık, diğer gıda müstahzarlarında 731,2 milyon dolarlık döviz girdisi sağlandı. Türk hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörü, kakaolu mamullerde 634 milyon dolar, değirmencilik ürünlerinde 594,9 milyon dolar, hububatta 342,9 milyon dolar, bakliyatta 195,4 milyon dolar, baharatlarda 30,3 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi. 2025 yılı Ocak-Mayıs ayları arasında Türkiye geneli sektör ihracatında ihracat birim fiyatı ortalaması yüzde 4,6 artışla 1 dolar olarak yansıdı.

**789,1
MİLYON
DOLAR**

Sektörün yılın
5 ayında
Irak'a yaptığı
ihracat



TARIM ORMAN ŞÛRASI İLE 86 MADDELİK YOL HARİTASI BELİRLENDİ

Cumhurbaşkanı Erdoğan, 4. Tarım Orman Şûrası'nda alınan kararlar doğrultusunda, tarımsal sanayide ürün bazlı kümelenme modeline geçerek üretim ve lojistik entegrasyonunu güçlendireceklerini, aynı zamanda tarımsal diplomasi platformları kurarak uluslararası iş birliklerini artıracaklarını duyurdu.

Tarım ve Orman Bakanlığı'na "Türkiye Yüzyılı Bereketin Yüzyılı" temasıyla gerçekleştirilen 4. Tarım Orman Şûrası'nın sonuç bildirgesi Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan tarafından kamuoyuna açıklandı.

28-30 Nisan tarihleri arasında 87 farklı üniversiteden 288 akademisyen, 234 farklı sivil toplum kuruluşu, oda, birlik ve kooperatiflerden 417 temsilci, özel sektörden 205 katılımcı ve 687 uzman kamu personelinin çalışmalarıyla ortaya çıkan yol haritası 86 maddeden oluştu.

14 Mayıs Dünya Çiftçiler Günü'nde 4. Tarım Orman Şûrası'nda alınan kararları duyuran Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, iklim krizine karşı dayanıklı, sürdürülebilir ve teknoloji odaklı bir tarım vizyonunu açıklayarak üretim planlamasından su yatırımlarına, gıda güvenliğinden tarımsal ihracata kadar birçok alanda

stratejik adımlar attıklarını belirtti. Cumhurbaşkanı Erdoğan, tarımda dijitalleşme, yapay zekâ, uluslararası iş birlikleri ve tarımsal sanayide kümelenme gibi yenilikçi politikalarla çiftçilerin destekleneceğini ve sektörün güçlendirileceğini vurguladı.

"Gıda güvenliğini temin etmek milli güvenlik meselesine dönüşmüştür"

4. Tarım Orman Şûrası'nda oldukça verimli, kapsamlı ve çözüm odaklı istişareler yapıldığını dile getiren Cumhurbaşkanı Erdoğan, bilimsel değerlendirmeler çerçevesinde sürdürülebilir tarımdan sulamaya, bitkisel üretimden hayvan sağlığına, üretim desteklerinden gıda güvenliğine, balıkçılık ve su ürünlerinden tarımda teknolojik dönüşüme, çok geniş bir yelpazeyi kapsayan 16 ayrı çalışma grubunda stratejiler belirlendiğini söyledi. Cumhurbaşkanı Erdoğan, "Akdeniz kuşa-

ğında yer alan bir ülke olarak iklim krizinin etkilerini daha fazla hissetmeye başladık. Yeni normal olarak adlandırılan bu dönemde bizim için toprağın, suyun, tarım ve hayvancılığın önemi günden güne artıyor. Gelenen noktada milletimizin gıda güvenliğini temin etmek, ülkemiz için milli güvenlik meselesine dönüşmüştür. Su, tarım ve hayvancılık politikalarımızı bu gerçeğin ışığında ciddiyetle tayin ve tatbik ediyoruz." dedi.

"Türkiye'nin liderliğinde tarımsal diplomasi platformları kuracağız"

Cumhurbaşkanı Erdoğan, 4. Tarım Orman Şûrası'nda geniş bir katılımımla, gelecek için son derece önemli 86 kararın alındığının altını çizerek şunları söyledi: "Tüm kararlar, hedefler ve stratejiler Tarım ve Orman Bakanlığımız tarafından ayrıca yayınlanacak. Şûra'da alınan karar-



Cumhurbaşkanı Erdoğan, 4. Tarım Orman Şûrası Sonuç Bildirgesi'nin açıklandığı programda çiftçi kadınların Dünya Çiftçiler Günü'nü kutladı.

ların bir bölümünü sizlerle ve milletimizle paylaşmak isterim. Tarımsal üretim planlamasında bitkisel ve hayvansal üretimle su ürünleri üretimi için stratejik ürün listemizi genişleterek uygulayacağız. Salgın ve afet deneyimlerinden yola çıkarak yerli üretimle kritik ürün tedarikini güvence altına alacak acil durum planları hazırlayacağız. İklim değişikliği etkilerine dayanıklı yeni bitki çeşitleri ve hayvan ırklarının geliştirilmesini ve kullanımını sağlayacağız. 'Tek sağlık' yaklaşımı çerçevesinde gıdalardaki antibiyotik ve pestisit kalıntısının önlenmesi için etkin bir mücadele yürüteceğiz."

Gıda kaybı ve israfının önlenmesi amacıyla tarımsal örgütler ile kurumlar arası iş birliğini artıracaklarını dile getiren Erdoğan, "Türkiye'nin liderliğinde ülkemiz merkezli bölgesel ve uluslararası tarımsal diplomasi platformları kuracağız. Yeni tarım odaklı teknoloji geliştirme bölgeleri ile AR-GE merkezleri inşa edeceğiz. Dijital tarım, yapay zekâ ve ileri tarım teknolojileriyle ilgili araştırmaların yürütüleceği bir araştırma enstitüsünü hayata geçireceğiz." dedi.

"Organize tarım bölgelerini lojistik merkezlerle entegre edeceğiz"

Cumhurbaşkanı Erdoğan, tarımsal sanayide ürün bazlı kümelenme modeline geçmeyi planladıklarını, organize tarım bölgelerini yaygınlaştıracaklarını ve bu bölgelerin lojistik merkezlerle entegrasyonunu sağlayacaklarını bildirerek şunları kaydetti: "Genetik kaynaklarımızı koruyacak, bu kaynakların sürdürülebilir kullanımını sağlayacak ve envanterini geliştireceğiz. Sadece bunlarla yetinmiyoruz, 2030'a kadar içme suyu şebekelerindeki kayıpları yüzde 32'den yüzde 25'e indirmeyi hedefliyoruz. Peyzaj alanlarında daha az tüketen kuraklığa dayanıklı bitki türlerinin kullanımını yaygınlaştıracak kurakçıl peyzaj alanlarını artıracacağız. Açık kanal sulama sistemlerini, kapalı basınçlı sistemlere dönüştürecek sulama randımanını 2030'a kadar yüzde 52'den yüzde 60'a çıkaracağız. Kuraklık ve aşırı hava olaylarına karşı erken uyarı sistemleri kuracak, dijital kuraklık izleme sistemini geliştireceğiz. Tarım sigortası sisteminde uydu teknolojileri ve yapay zekânın yaygın bir şekilde kullanılmasını sağlayacağız. Tarımsal gözlem uydu ağını hayata geçirecek tarımsal üretime yönelik yapay zekâ destekli tahmin ve izleme sistemle-



rini kullanıma sunacağız. Tarım ürünlerimizin marka değerini güçlendirecek, sertifikalı ürünleri artıracak, ihracatçılarımızın yurt dışı örgütlenmelerini destekleyeceğiz. Hep beraber bu hedeflerimize ulaşacağımıza inanıyorum."

"Kararlar, vizyonumuzun temeli"

Tarım ve Orman Bakanı İbrahim Yumaklı da programda yaptığı konuşmada iklim değişikliği, salgın hastalıklar, savaşlar, afetler ve kırlan tedarik zincirleri-

nin dünya genelinde gıda arz güvenliğini tehdit eder boyuta ulaştığının altını çizerek, tarım ve gıdanın küresel ölçekte daha stratejik bir konuma geldiğini ve bunu fırsat olarak gördüklerini söyledi.

Bakan Yumaklı, tarım, orman ve su sektörlerindeki dönüşümü yakalamak için geleceği bugünden planlamaları gerektiğini belirterek şunları kaydetti:

"Artık yeni vizyon ortaya koymanın gerekliliğiyle 4. Tarım Orman Şurası sürecini eylül ayında başlattık. Şûrada, toplam 1.597 üye yer aldı. İlk kez bu şurada atölye çalışmaları yapıldı. Bütün sorunlarımızı konuştuk, çözüm yollarını birlikte aradık. Şûramızda 373 hedef ve bunlara bağlı 2 bin 977 strateji ortaya konuldu. Bütün bunlar şûra üyeleri tarafından onaylanarak kabul edildi. Bütün değerlendirmelerin ardından 86 karar sonuç bildirgesinde yer aldı. Bu çalışmaların tamamı, politika setimiz için her zaman başvuracağımız önemli kaynak olacaktır. İnşallah 4. Tarım Orman Şûramızda alınan kararlar, vizyonumuzun temelini oluşturacaktır. Şûra katılımcısı tüm kurum ve kuruluşlarımıza, her bir kardeşime kıymetli katkıları için teşekkür ediyorum."

**"AÇIK KANAL SULAMA SİSTEMLERİNİ,
KAPALI BASINÇLI SİSTEMLERE
DÖNÜŞTÜRECEK, SULAMA RANDIMANINI
2030'A KADAR YÜZDE 52'DEN
YÜZDE 60'A ÇIKARACAĞIZ."**

TEDARİKTE GÜVEN, KALİTEDE YÜKSEK STANDART BAŞARISI

Hububat ve mera ıslahından organik üretime, tohumdan araştırma projelerine kadar pek çok alanda çalışma yürüten Bitkisel Üretim Genel Müdürlüğü, verimlilik, kalite ve sürdürülebilirliği esas alan politikalarıyla birçok alanda hedeflerini aşarak tarım sektörüne yön veriyor.



Başarılı bürokrat
Uğur Erdem,
Ağustos 2024
tarihinden itibaren
Bitkisel Üretim
Genel Müdürü
olarak görev yapıyor.

Tarım sektörünün verimlilik, kalite ve sürdürülebilirlik ekseninde gelişmesine önemli katkılar sunan Bitkisel Üretim Genel Müdürlüğü, “Yeterli, erişilebilir ve sürdürülebilir tarımsal ürün arzını sağlamak” ana hedefi doğrultusunda yürüttüğü çalışmalarda büyük oranda başarı sağlayarak sektörel dönüşümdeki liderliğini pekiştirdi. Bitkisel Üretim Genel Müdürü Uğur Erdem’in koordinasyonunda çalışmalar yürüten kurum, bitkisel ürünlerde arz güvencesinde yüzde 90 oranında, bitkisel üretimde verim ve kaliteyi artırmada yüzde 83 oranında başarı yakaladı.

“Üretim alanı ve arz güvenliği güçleniyor”

Tarım ve Orman Bakanlığının Faaliyet Raporu’ndaki verilere göre Bitkisel Üretim Genel Müdürlüğü, 2024 yılı boyunca hem üretim hem de kalite odaklı politikalarıyla dikkat çekici bir performans sergiledi. Arz güvenliğini güçlendiren, sürdürülebilirliği önceleyen ve yerli kaynakları etkinleştiren bu çalışmalar, stratejik kazanım niteliği taşıdı.

Bitkisel Üretim Genel Müdürlüğü’nün çalışmaları ile 2023’ten 11,4 milyon hektar olan hububat ekiliş alanı, 2024’ten 23 milyon hektara ulaşarak yüzde 102’lik bir performansla hedefin üzerine çıktı. Benzer şekilde, baklagil ekiliş alanları 1,75 milyon hektara ulaşarak yüzde 100,2 gerçekleşme oranı ile öngörülerini doğruladı. Yağlı tohumlu bitkilerde ise 8,09 milyon tonluk üretim hacmine ulaşıldı. Ancak ayçiçeği üretiminde kuraklık ve yağış rejimindeki dengesizlikler nedeniyle beklenen seviyeye

ulaşılamadığı görüldü. Bu durum, iklim değişikliği kaynaklı risklere karşı dayanıklı çeşitlerin yaygınlaştırılmasının ve yeni teknolojilerin önemini bir kez daha ortaya koydu.

2023’ten 715 bin hektar olan organik ve iyi tarım uygulama alanları, 2024’ten 1,3 milyon hektara ulaşarak yüzde 157’lik gerçekleşme oranı ile dikkat çekti. Tarım İşletmeleri Genel Müdürlüğü’nün iyi tarım uygulamalarına dâhil edilmesi, bu başarıda önemli bir etken oldu. Buna karşılık, organik ve organomineral gübre kullanımında hedefin gerisinde kalındı. Kimyevi gübrelerin fiyat avantajı, çiftçi tercihlerinde belirleyici oldu.

Tohumda AR-GE odaklı yükseliş

Sertifikalı tohumluk üretimi 2,65 milyon ton seviyesine ulaşarak yüzde 71,9 oranında gerçekleşti. Hedefin altında kalınsa da iklimsel olumsuzluklar ve küresel pazarlardaki daralma bu sonuçta etkili oldu. Buna karşın, bitki ıslahında tescil edilen yeni çeşit sayısı ve araştırma projelerinde gösterilen başarı dikkat çekti. Araştırma projelerinin yüzde 121,3 oranında gerçekleşmesi, AR-GE’nin sahaya yansımaları net biçimde ortaya koydu.

Mera ıslahında istikrarlı artış

2023 yılı sonunda 2 milyon hektar olan mera ıslah alanı, 2024’ten 2 milyon 204 bin hektara ulaştı. Bu artış, yalnızca sayısal değil, kalite açısından da kayda değer bir iyileşmeye işaret etti. Ot verimi, kaba yem kalitesi ve hayvan refahına yönelik altyapı yatırımları sayesinde mera yönetiminde sürdürülebilirlik pekiştirildi.

Sektörel uyum ve etkin koordinasyon

Bitkisel Üretim Genel Müdürlüğü, tohum üretiminde özel üretim alanı modelini sektör paydaşlarıyla istişare ederek sürdürdü. Bu durum, üretici ve kamu arasında kurulan sağlıklı koordinasyonun somut bir göstergesi olarak öne çıktı.

23
MİLYON
HEKTAR

2024 yılı
hububat
ekiliş alanı



“MERSİN ÜZERİNDEN GIDA KORİDORU KURULMALIDIR”

Mersin Ticaret Borsası Başkanı Özdemir, “Mersin üzerinden kurulacak bir ‘Gıda Koridoru’ ilimizi Akdeniz’in en büyük gıda lojistiği ve dağıtım merkezi hâline getirecektir. Bu koridor, hem Türkiye’nin tarım ürünlerini hem de bölgesel gıda stoklarını Afrika, Orta Doğu ve Asya’ya hızlı şekilde ulaştıracaktır.” dedi.

Mersin Ticaret Borsası (MTB) Yönetim Kurulu Başkanı Abdullah Özdemir, Türkiye ile Birleşmiş Milletler Dünya Gıda Programı (WFP) arasında yürütülen stratejik iş birliğinde Mersin’in oynadığı kilit role dikkat çekerek şehrin Akdeniz’in en güçlü gıda lojistik ve dağıtım üssü olmaya aday olduğunu vurguladı.

Türkiye’nin WFP’ye yönelik insani yardımlarının önemli bir bölümünün ülke içinden yapılan gıda tedarikleriyle karşılandığını belirten Başkan Özdemir, “Bu süreçte Mersin; güçlü lojistik altyapısı, uluslararası standartlarda limanı, serbest bölgesi, modern antrepoları ve kara, hava, demir yolu bağlantılarıyla öne çıkıyor. Şehrimiz, bölgesel gıda akışının kalbi konumunda.” dedi.

“Stratejik stok merkezinin doğal adresi Mersin’dir”

WFP’nin Türkiye’yi stratejik stok merkezi olarak konumlandırma niyetinin büyük bir fırsat olduğuna işaret eden Başkan Özdemir, “Bu merkezin doğal adresi Mersin olmalıdır. Gıda Koridoru’nun Mersin üzerinden yapılandırılması, şehrimizi Akdeniz’in en büyük gıda lojistik ve işleme üssü hâline getirecektir. Böylece Türkiye’nin tarımsal gücü, Afrika, Orta Doğu

ve Asya gibi geniş coğrafyalara daha hızlı ve verimli bir şekilde ulaştırılabilir.” değerlendirmesinde bulundu.

Mersin’in sahip olduğu potansiyelin sadece dış ticaretle sınırlı olmadığını belirten Özdemir, Gıda Koridoru’nun çok boyutlu bir kalkınma hamlesine dönüşeceğini şu sözlerle ifade etti: “Modern soğuk hava depoları, ileri düzey gıda işleme tesisleri ve özel gümrük alanlarının kurulmasıyla birlikte lojistikten gıda sanayisine, tarımdan finans ve sigortacılığa kadar birçok sektörde ciddi bir istihdam artışı sağlanacaktır.”

Bu süreçte gıda güvenliği, kalite standartları ve sertifikasyon altyapısının hızla gelişeceğini kaydeden Özdemir, “Katma değeri yüksek, işlenmiş gıda ürünlerinin üretimi için gerekli ortam bu koridorla birlikte oluşacak. Bu da ihracatımızın niteliğini yükseltecek.” dedi.

“Mersin merkezli bir yapılanma Türkiye’nin sigortası olacaktır”

Liman, kara yolu ve demir yolu entegrasyonunun daha etkin hâle gelmesiyle Mersin’in bölgeyle kurduğu lojistik bağların daha da güçleneceğini belirten Özdemir, “İklim değişikliği, salgınlar ve çatışma ortamlarının arttığı bir dönemde, Mersin merkezli bir yapılanma, Türkiye için gıda arz güvenliğinde stratejik bir sigorta görevi görecek.” şeklinde konuştu.

Özdemir, Mersin’in üretim ve dağıtım merkezine dönüşmesi gerektiğini vurgulayarak şu çağrısı yaptı: “Devletimizin, Mersin merkezli bir ‘Gıda Koridoru’ politikası oluşturmasını ve bu stratejiyi etkin teşvik mekanizmalarıyla desteklemesini bekliyoruz. Bu yönde atılacak adımlar, Türkiye’yi tarım ve gıda sektöründe bölgesel bir güç hâline getirecek; mevcut 32,6 milyar dolarlık tarımsal ihracatımızı 50 milyar dolara taşıyabilecektir. Mersin, bu potansiyeli fazlasıyla barındırmaktadır.”

Türkiye’nin dış ticaretinde stratejik kapılardan Mersin Limanı üzerinden 190 ülkeye taşımacılık hizmeti sunuluyor.





UBK Yönetim Kurulu Başkanı Selami Dervişoğlu

BAKLİYAT POLİTİKALARININ ANALİZ MERKEZİ UBK

Ulusal Baklagil Konseyi'nin (UBK) 13'üncü Genel Kurulu'nda başkanlık görevini Abdullah Özdemir'den devralan Selami Dervişoğlu, 15 yıldır bakliyat sektörünün tüm paydaşlarını aynı çatı altında buluşturan UBK'nın, tarım politikalarının oluşturulması ve bu politikaların etki analizlerinin yapılması konusunda en doğru ve yetkin platform olduğunu vurguladı.

Ulusal Baklagil Konseyi'nin 12 Mart 2010 tarihinde Resmi Gazete'de yayımlanan "Ulusal Baklagil Konseyi Kuruluş ve Çalışma Esaslarına Dair Yönetmelik" ile kurulduğunu anımsatan Başkan Selami Dervişoğlu, "UBK; üreticiler, tüccarlar, sanayiciler, birlikler, kooperatifler, araştırma ve eğitim kurumları, meslek odaları ve sivil toplum kuruluşlarının ortak çatısı altında faaliyetlerini sürdürüyor. Bu bileşenlerin bir araya gelmesiyle oluşturulan UBK, üretilen tarım politikalarının sahaya uygunluğu ve bu politikaların etki analizinin tespiti açısından en doğru adres konumundadır." dedi.

"İstisare içinde çalışmak öncelikli hedefimizdir"

Tarım ve Orman Bakanlığı'na bağlı bir yapı olarak çalışan UBK'nın ulusal tarım politikaları doğrultusunda tüm üyeleriyle istisare içinde çalışmayı öncelikli hedef olarak benimsediğini vurgulayan Başkan Selami Dervişoğlu, "Bakanlığımıza bağlı kurumlar tarafından hazırlanan birçok raporda UBK, önemli bir paydaş olarak yer almakta ve bu raporlar konseyimizin katkılarının altını çizmektedir. Temsilcilerimiz bugüne kadar olduğu gibi bundan sonra da sektöre katkı sunmak adına çalışmaya hazırdır." diye konuştu.

UBK'nın yeni döneme ilişkin en büyük beklentisinin bakanlık ile arasındaki koordinasyonun daha güçlendirilmesi

olduğuna işaret eden Başkan Selami Dervişoğlu, "Bu kapsamda, bakanlığın himayesinde üst düzey katılımı düzenli periyodik toplantıların yapılmasını, ortak çalıştaylar ve bölgesel buluşmalarla sürecin desteklenmesini hedefliyoruz. Böylece UBK, yönetmelikte belirtildiği gibi 'piyasa koşulları ve uluslararası gelişmeler ışığında planların oluşturulması ve uygulanması' sürecine çok daha etkin katkılar sunabilecektir." diye konuştu.

"Bakliyat politikalarının etki analizlerini yapmayı sürdüreceğiz"

Baklagil sektörünün tarımsal ekonomiye sunduğu katkılarının yanında sağlıklı, dengeli ve sürdürülebilir beslenme alışkanlıklarının da vazgeçilmez yapı taşı olmayı sürdürdüğünü kaydeden Dervişoğlu, şunları söyledi: "UBK, bu gerçekten hareketle, hem mevcut sorunların değerlendirilmesi hem de geleceğe dönük yol haritalarının oluşturulması amacıyla sektörün tüm bileşenlerini bir araya getirmeye devam edecektir. Konseyimiz, hem üretici hem sanayici hem de bilim insanlarının görüşlerini ortak akılla entegre eden bir yaklaşımla bakliyat politikalarının etki analizlerini yapmayı sürdürecektir. Çünkü iklim değişikliği, kuraklık, su kaynaklarının azalması ve gıda güvenliği gibi küresel sorunların giderek daha belirleyici hâle geldiği günümüzde, baklagil ürünlerinin önemi her geçen gün artmaktadır. Bu bağlamda UBK, sürdürülebilir üretim modellerinin geliştirilmesi, üretimin ve tüketimin artırılması, ihracata dönük stratejilerin teşvik edilmesi gibi alanlarda proaktif rol üstlenmeye devam edecektir. Amacımız, Türk bakliyat sektörünü daha rekabetçi, dirençli ve geleceğe hazır hâle getirmektir."

UBK'nın yeni yönetim kurulu

13'üncü UBK Genel Kurulu'nda Yönetim Kurulu şu isimlerden oluştu: Selami Dervişoğlu (Dervişoğlu Bakliyat A.Ş.), Abdullah Özdemir (Mersin Ticaret Borsası), Mustafa Hepokur (Türkiye Ziraat Odaları Birliği), Veli Kenar (Niğde Ziraat Odası), Şeyhmus Ayhan (Diyarbakır Ticaret Borsası), Yusuf Memiş (Başan Agro Gıda Tic. ve San. A.Ş.), Dr. Veyis Yurtkulu (Tarım ve Orman Bakanlığı BÜGEM Tarla ve Bahçe Bitkileri Daire Başkanı), Dr. Dürdane Mart (Doğu Akdeniz Tarımsal Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü), Ramazan Turan (Ramazan Turan Gıda Ltd. Şti.)

1,34
MİLYON
TON

Türkiye'nin
2024 yılı
toplam baklagil
üretimi

AKİB'İN YENİ DÖNEM KOORDİNATÖR BAŞKANI VEYSEL MEMİŞ

Türk tarım ve gıda ihracatının küresel ölçekte daha rekabetçi, sürdürülebilir ve çeşitlendirilmiş bir yapıya kavuşması üzerine inşa edilmiş vizyonla AHBİB'de Nisan 2022'den bu yana Yönetim Kurulu Başkanlığı görevini sürdüren Veysel Memiş, Akdeniz İhracatçı Birlikleri'nin (AKİB) Koordinatör Başkanı oldu.



Veysel Memiş,
AHBİB'de Nisan
2022'den bu yana
Yönetim Kurulu
Başkanlığı görevini
yürütüyor.

Türkiye'nin ihracatına geçen yıl 17,2 milyar dolarlık destek veren ve yüzde 7,6 oranında pay sahibi olan Akdeniz İhracatçı Birlikleri'nin (AKİB) yeni dönem "Koordinatör Başkanı", Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (AHBİB) Yönetim Kurulu Başkanı Veysel Memiş oldu.

Mersin, Adana, Kayseri, Hatay ve Karaman illeri başta olmak üzere ülke genelinde 8 ana sektörde faaliyet gösteren 29 bini aşkın ihracatçı firmanın çatı kuruluşu olan AKİB'in Başkanlar Kurulu kararı gereğince 28 Nisan 2025 tarihinden geçerli olmak üzere bir yıl süre ile görev yapacak Koordinatör Başkan ve Koordinatör Başkan Yardımcıları belirlendi. AHBİB Yönetim Kurulu Başkanı Veysel Memiş, AKİB Koordinatör Başkanı ünvanını aldı. AKİB Koordinatör Başkan Yardımcılığı görevlerine ise Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (AKMİB) Yönetim Kurulu Başkanı Saadettin Çağan ve Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (AHKİB) Yönetim Kurulu Başkanı Gürkan Tekin getirildi.

"Zorlu küresel şartlara rağmen yönümüzü başarıya çevirdik"

AKİB Koordinatör Başkanlığı görevini devralan Veysel Memiş'e başarılar dileyen ATHİB Yönetim Kurulu Başkanı Fatih Doğan, "Küresel ticaretin belirsizliklerle sarsıldığı, ekonomik zorlukların dalga dalga tüm dünyayı etkisi altına aldığı bir dönemde biz yönümüzü başarıya çevirdik. Küresel ölçekte talep daralmasının, tedarik zinciri sorunlarının ve finansal

belirsizliklerin gölgesinde ilerlerken, ihracat performansımızı yüzde 7 oranında artırarak dikkat çekici bir başarıya imza attık. Bu artış, sadece rakamsal bir yükseliş değil; aynı zamanda direncimizin, stratejik vizyonumuzun ve rekabet gücümüzün somut bir göstergesidir. Böylesine zorlu koşullarda dahi büyümeyi başarmak, Türkiye'nin üretim kabiliyetinin ve dış pazarlardaki etkinliğinin en güçlü kanıtıdır. Görevi devralan Sayın Veysel Memiş'in AKİB'i daha da ileriye taşıyacağına, sürdürülebilir ihracat anlayışıyla Türkiye'yi küresel değer zincirlerinde daha üst basamaklara çıkaracak adımları kararlılıkla atacağına yürekten inanıyorum." ifadelerini kullandı.

"Hedefimiz, sürdürülebilir ve katma değerli ihracat"

AKİB Koordinatör Başkanı Veysel Memiş, "İhracatta Türkiye Yüzyılı" vizyonu doğrultusunda, Türkiye'nin küresel pazarlardaki etkinliğini artırmak ve rekabet üstünlüğü ile sürdürülebilir başarıları kalıcı hâle getirmek için tüm paydaşlarla iş birliği içinde güçlü bir gelecek için kararlılıkla çalışacağını vurguladı.

Veysel Memiş "Küresel ticaretin yeniden şekillendiği bu dönemde, üretimden ihracata uzanan değer zincirinin her halkasında daha güçlü, daha çevik ve daha katma değerli bir yapıyı inşa etme hedefiyle Akdeniz İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanlığı görevini devraldım. Türkiye'nin ihracat vizyonunu küresel ölçekte daha ileriye taşımak, yeni pazarlarda daha güçlü bir varlık göstermek ve ihracatçılarımıza sürdürülebilir başarı rotaları çizmek en temel önceliğimiz olacak. Bu yeni dönemde, istişare kültürünü güçlendirip ortak akılla hareket ederek üreticimizi, ihracatçımızı ve bölgemizi uluslararası rekabette öne çıkaracak her adımın takipçisi ve öncüsü olacağız. Hep birlikte, daha güçlü bir Türkiye için çalışacağız." diye konuştu.

7
MİLYAR
DOLAR

AKİB'in
2025 yılı
Ocak-Mayıs
dönemindeki
ihracatı



YENİ YATIRIM TEŞVİK SİSTEMİ DEVREDE

Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mehmet Fatih Kacır, Yeni Yatırım Teşvik Sistemi'yle finansman destekleri sağlayacaklarını belirterek, "Yatırım kredilerinde 11,5 ila 18,4 puan faiz-kâr payı desteği ile yatırım tutarının yüzde 20'sine ve 240 milyon liraya varan teşvikler sunacağız." dedi.

Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararı Resmi Gazete'de yayımlandı. Karar ile kalkınma planlarında öngörülen hedefler doğrultusunda üretim ve istihdamın artırılması, Türkiye'nin kritik ihtiyaçlarını karşılayacak, arz güvenliğini sağlayacak, dışa bağımlılığı azaltacak ve uluslararası rekabet gücünü artıracak katma değeri yüksek yatırımların özendirilmesi amaçlandı. Ayrıca karbon ayak izini azaltmaya yönelik işletmelerin yeşil ve dijital dönüşümlerinin hızlandırılması, uluslararası doğrudan yatırımların artırılması ve bölgesel gelişmişlik farklılıklarının azaltılmasına yönelik yatırımların desteklenmesi amaçlandı.

"Yeni teşvik sisteminde yatırımcının finansman yükü azalacak, yatırım iştahı artacak"

Yeni Yatırım Teşvik Sistemi'ni değerlendiren Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mehmet Fatih Kacır, "Yatırımcının finansman yükü azalacak, yatırım iştahı artacak. Yeni Teşvik Sistemi daha seçici ve odaklı olacak. En güçlü destekleri, Türkiye Yüzyılı Kalkınma Hamlesi programında sunacağız." dedi.

Türkiye Yüzyılı hedefleri doğrultusunda hayata geçirilen yeni teşvik sistemiyle yatırımları hızlandırmak üzere finansman destekleri sağlanacağını belirten Kacır, şunları söyledi: "Yatırım kredilerinde 11,5 ila 18,4 puan faiz/kâr payı desteği

ile yatırım tutarının yüzde 20'sine ve 240 milyon TL'ye varan teşvikler sunacağız. Yatırımcının finansman yükü azalacak, yatırım iştahı artacak. Yeni Teşvik Sistemi daha seçici ve odaklı olacak. En güçlü destekleri, Türkiye Yüzyılı Kalkınma Hamlesi programında vereceğiz."

Çevre dostu üretim modellerinin gelişmesi kapsamında dijital ve yeşil dönüşüm konusunun da yeni yatırım teşviklerinde ön sıralarda yer aldığını kaydeden Bakan Kacır, "Teknolojik Hamle kapsamında ki yüksek katma değerli yatırımlara, Yerel Kalkınma Hamlesiyle her şehre özgü 4 yatırım konusuna ve Stratejik Hamle ile belirlenen dış ticaret dengesini iyileştirici yatırımlar ile dijital ve yeşil dönüşüm yatırımlarına ayrıştırıcı teşvikler vereceğiz. Türkiye Yüzyılı Kalkınma Hamlesindeki yatırımlar için öz kaynakla gerçekleştirilecek makine alımlarına, makine bedelinin yüzde 25'ine, yatırım tutarının yüzde 15'ine ve 240 milyon TL'ye kadar nakdi destek sunacağız." diye konuştu.

"Kurumlar Vergisi'nde yüzde 20 ile yüzde 50 düzeyinde indirim sağlanacak"

Bakan Kacır, yeni yatırım teşvik sisteminde Kurumlar Vergisi'nde yüzde 20 ile yüzde 50 düzeyinde indirim sağlanacağını, güncellenen Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Endeksi doğrultusunda istihdam teşviklerini 6 bölgede kademeli olarak uygulayacaklarını bildirdi.

İstihdam teşvikleri hakkında da değerlendirmelerde bulunan Bakan Kacır, "6. Bölge illeri, depremde çok yoğun etkilenen 65 ilçe ve Cazibe Merkezleri programındaki iller en yoğun istihdam teşviklerinden yararlanan yerler olacak. Buralardaki OSB'lerde çalışanların SGK primi işveren paylarını 14 yıl, çalışan paylarını 10 yıl hükümetimiz karşılayacak. İl merkezlerinden ciddi düzeyde daha az gelişmiş olan 289 ilçeye bir ileri bölge teşviki sunarak kalkınma ve refahı tüm ülkeye daha hızlı yayacağız." ifadelerini kullandı.

Yeni Yatırım Teşvik Sistemi kapsamında ayrıca kapasite fazlası olan sektörlerde verimsiz yatırımlar teşvik dışı bırakılarak yalnızca belirlenen hedef sektörler desteklenecek. Türkiye Yüzyılı Kalkınma Hamlesi çerçevesinde OSB'lerde rezerv alanlar oluşturularak stratejik yatırımlara uygun koşullarda yer tahsisı yapılacak. Makinelerini Marmara'dan Anadolu'ya taşıyan yatırımcılar bulundukları bölgedeki istihdam teşviklerinden yararlanacak.

**240
MİLYON
TL**

**Yeni yatırım
teşvik
sisteminde
verilecek azami
destek tutarı**



Sudan'da yeniden yapılanma sürecinin ivme kazanmasıyla birlikte, enerji, madencilik, sağlık ve altyapı yatırımlarında Türk sermayesinin aktif rol alması bekleniyor.

SUDANLI BAKANDAN MERSİNLİ GİRİŞİMCİLERE YATIRIM DAVETİ

Mersin Ticaret ve Sanayi Odası'nda (MTSO) ağırlanan Sudan Yatırım ve Uluslararası İşbirliği Bakanı Ehlam Medani Mahdi Sabel, savaş sonrası yeniden yapılanma sürecine giren ülkelerinde Türkiye ile başta inşaat, tarım, enerji ve altyapı olmak üzere birçok alanda iş birliğine açık olduklarını vurguladı.

Mersin Ticaret ve Sanayi Odası'nda (MTSO) Kuzeydoğu Afrika ülkelerinden Sudan'daki ticaret ve yatırım imkânları masaya yatırıldı. İnşaat, tarım, sağlık, madencilik, birçok alanda potansiyel fırsatlar değerlendirildi. Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) Türkiye-Sudan İş Konseyi Başkanı ve Akdeniz Hububat, Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (AHBİB) Yönetim Kurulu Üyesi Serdar Yıldızgöçer eşliğinde Sudan Yatırım ve Uluslararası İşbirliği Bakanı Ehlam Medani Mahdi Sabel, Sudan Cumhuriyeti İstanbul Başkonsolosu Osama Mahjoub Hassan Dirar ve Sudan Serbest Bölgeler Genel Müdürü Montaser Khalid Elsiddig MTSO'yu ziyaret etti.

"Yeniden yapılanma sürecinde önemli fırsatlar var"

MTSO Başkan Yardımcısı Cem Bucuge'nin ağırladığı Sudan heyetine başkanlık eden Bakan Sabel, Türkiye'deki serbest bölgelerde incelemeler yapmak üzere geldiklerini, Mersin'i de bu kapsamda ziyaret ettiklerini söyledi. Sudan'da savaşın bitmek üzere olduğuna işaret eden Sabel, artık yapılanma döneminin başlayacağını ve bu süreçte Türkiye'yi önemli fırsatlar beklediğini vurguladı. İnşaat, tarım ve hayvancılığa, madencilikten enerjiye, medikalden altyapıya kadar birçok alanda birlikte çalışmaya açık olduklarını belirten Sabel, yatırım noktasında her türlü yasal destek ve kolaylığı da sağlayabileceklerini söyledi.

Sabel, bir kısmı dış dünyaya kapalı 7 komşu ülkesi ve Kızıldeniz'deki limanlarıyla serbest bölge açısından da büyük avantajlara sahip olduklarını ifade etti.

MTSO Başkan Yardımcısı Cem Bucuge ise Mersin ile Sudan arası ticari ilişkilerin istenen noktada olmadığına işaret ederken Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın iki ülke arasında belirlediği 10 milyar dolarlık ticaret hacmi hedefinin yakalanması adına Mersin olarak her türlü iş birliğine hazır olduklarını söyledi.

Tüketim malları, tarım ve inşaat ekipmanlarında ihracat potansiyeli bulunuyor

Sudan, uzun süredir devam eden iç savaşlar ve siyasi belirsizlikler nedeniyle ekonomik zorluklar yaşayan bir ülke olsa da sahip olduğu doğal kaynaklar ve genç nüfusuyla dikkat çekici bir dış ticaret potansiyeli sunuyor. 2023 yılında ülkenin toplam ihracatının yaklaşık yüzde 95'ini ham petrol oluşturan Çin ve Singapur başlıca ihracat partnerleri arasında yer aldı. Öte yandan, ithalatla elektrikli makineler, ilaçlar, gıda ürünleri ve motorlu taşıtlar ön plana çıkarken Kenya ve Çin gibi bölge ülkeleri ithalatın büyük kısmını üstleniyor. Geniş ürün yelpazesine yönelik ithalat talebi, Türk ihracatçıları için özellikle tüketim malları, tarım ve inşaat ekipmanları gibi alanlarda önemli ticaret fırsatları sunuyor.

Sudan'da temel gıda ürünleri, hijyen malzemeleri, tekstil ve yapı malzemeleri gibi sektörlerde Türk ürünlerinin kalite ve fiyat avantajı dikkat çekiyor.





FAS'TA YENİ TİCARET KAPILARI ARALANDI

Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (AHBİB), 16-19 Nisan 2025 tarihlerinde Fas'ın Kazablanka kentinde düzenlediği sektörel ticaret heyeti ile 140'tan fazla ithalatçıyla Türk firmalarını buluşturdu. 30 AHBİB üyesi firma, sektör özelinde ihracat potansiyeli 914,7 milyon dolar düzeyinde olan Fas'ta yeni ticaret köprüleri kurdu.

Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (AHBİB), 16-19 Nisan 2025 tarihleri arasında Fas'ın Kazablanka kentinde düzenlediği sektörel ticaret heyeti programıyla ihracat atağını yeni bir boyuta taşıdı. Etkinlik kapsamında 30 AHBİB üyesi firma, Faslı ithalatçılarla bire bir görüşmeler gerçekleştirerek yeni ticaret köprüleri kurdu.

140'tan fazla Faslı firma, yenilikçi Türk ürünleriyle tanıştı

AHBİB Fas Ticaret Heyeti'nin ilk gününde Türkiye'nin Kazablanka Ticaret Müşaviri Burcu Özgür Çolak, Türk firmalarına yönelik kapsamlı bir sunum yaptı. Sunumda Fas'ın gıda ithalatı yapısı, rekabet ortamı ve Türkiye açısından fırsat barındıran alanlara ilişkin detaylı bilgiler paylaşıldı. Ardından gerçekleştirilen B2B görüşmeler büyük ilgi gördü. Fas genelinden 140'tan fazla ithalatçı firmanın katılımıyla düzenlenen ikili iş görüşmelerinde, Türk firmaları ürünlerini tanıtmaya ve yeni iş bağlantıları kurma fırsatı buldu.

Saha ziyaretleriyle pazar dinamikleri yerinde gözlemlendi

Programın ikinci gününde ise Faslı ithalatçı firmalara saha ziyaretleri gerçekleştirildi. AHBİB üyeleri, ithalatçıların tesislerini yerinde ziyaret ederek hem pazarın dinamiklerini daha yakından gözlemledi hem de iş süreçleri hakkında doğrudan bilgi

aldı. Bu ziyaretler, karşılıklı güven ortamının güçlenmesine ve ticari ilişkilerin somutlaşmasına önemli katkı sundu.

Organizasyona AHBİB Yönetim Kurulu'nu temsilen Şahin Sayılır ve Serdar Yıldızgöçer de katıldı. Yönetim Kurulu Üyeleri, Fas pazarının birlik üyeleri açısından stratejik bir öneme sahip olduğunu vurgulayarak bu tür etkinliklerin ihracata ivme kazandırdığını ifade etti.

Fas pazarında sektör özelinde ihracat potansiyeli 914,7 milyon dolar

Ticaret Bakanlığı'nın hazırladığı ihracat potansiyeli yüksek ürünler matrisine göre Fas'ın hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektöründe yıllık ithalat hacmi 914,7 milyon dolar seviyesinde bulunuyor. Türkiye, 2024 yılında bu ürün grubunda sadece 50,3 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi. ABD, Kanada, İspanya, Hindistan, Çin ve Portekiz, Fas'ın ana tedarikçileri arasında yer alıyor. Ancak Türkiye'nin coğrafi yakınlığı, ürün kalitesi ve esnek tedarik yapısıyla bu rekabette öne çıkabileceği belirtiliyor.

2025'te yüzde 70'lik ihracat artışı

2025'in ilk 4 ayında Türkiye'nin Fas'a yönelik sektör ihracatı 20,3 milyon dolar olarak kaydedildi. Bu rakam, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 17,3'lük artışa işaret ediyor. Aynı dönemde AHBİB'in Fas'a gerçekleştirdiği ihracat ise 1,8 milyon dolar oldu. Bu yükseliş, hem sektörün hem de AHBİB'in pazardaki etkinliğini artırdığını ortaya koyuyor. Yaklaşık 38 milyon nüfusa sahip Fas'ta paketli gıda talebi hızla artıyor ve ithalata açık yapısıyla önemli fırsatlar sunuyor. Katma değerli, ambalajlı ve raf ömrü uzun ürünlerin Fas pazarında daha fazla karşılık bulacağı öngörülüyor. Bu kapsamda AHBİB'in Fas'taki hamlesi, uzun vadeli iş birliklerinin önünü açacak güçlü bir adım olarak değerlendiriliyor.

AHBİB üyesi 30 firmanın yöneticileri, B2B görüşmelerinde 140'tan fazla ithalatçı firmanın temsilcisiyle bir araya geldi.



BAKLİYATIN BAŞKENTİ MERSİN'DEN KÜRESEL MESAJ

Türkiye’de bakliyat ürünlerinin işlenmesi ve ticaretinde lider konumda bulunan Mersin, 10 Şubat Dünya Bakliyat Günü’nü “Sağlıklı Beslenme ve Sağlıklı Yaşam İçin Bakliyat” sloganıyla düzenlenen etkinlikle kutladı. Mersin Ticaret Borsası’nın ev sahipliğindeki etkinlikte bakliyatın ekonomik, besleyici ve çevre dostu bir gıda olduğu vurgulandı; lojistik, altyapı ve bilinçlendirme çalışmaları değerlendirildi.



MTB’nin önceki dönem Meclis Başkanları Necati Naran ve Hüseyin Arslan’a teşekkür plaketi verildi. Merhum Meclis Başkanı Şerafettin Memiş adına verilen plaket ise çocukları Veysel Memiş ve Tuba Memiş’e takdim edildi.

“Bakliyat ürünleri her sofraya uygun, ekonomik ve besleyici”

Özdemir, özellikle gelişmekte olan ülkelerde bakliyatın temel ve ekonomik bir protein kaynağı olarak ön plana çıktığını belirtti. Özdemir, “Et ve et ürünleriyle benzer protein seviyesine sahip olan bakliyat çeşitleri, fiyat açısından çok daha erişilebilir durumdadır. Uzun süre dayanıklı olması, kolay saklanabilirliği ve düşük porsiyon maliyetiyle her gelir grubuna hitap ediyor. Dolayısıyla bakliyat, zengin ya da dar gelirli fark etmeksizin, her sofranın vazgeçilmezidir.” diye konuştu.

Belediyeden altyapı ve ulaşım desteği

Etkinlikte konuşan Mersin Büyükşehir Belediye Başkanı Vahap Seçer ise kent, doğal limanı ve gelişmiş işleme tesisleri sayesinde bakliyat sektöründe güçlü bir konumda olduğunu vurguladı. Seçer, “Yerel yönetim olarak sektörün gelişimi için çeşitli destekler sağlıyoruz. İmar planlarımızı bu doğrultuda revize ediyoruz.” dedi.

Mersin Ticaret Borsası (MTB) Yönetim Kurulu Başkanı Abdullah Özdemir ve Meclis Başkanı Münir Şen’in ev sahipliğinde gerçekleştirilen kutlama programı kapsamında, bakliyat ürünlerinden hazırlanmış çeşitli yiyecekler tanıtıldı ve tamamı bakliyat kullanılarak hazırlanan 12 çeşitten oluşan özel menü davetlilere ikram edildi. Törende ayrıca MTB’nin önceki dönem Meclis Başkanları Necati Naran ve Hüseyin Arslan’a teşekkür plaketi sunuldu. Merhum Meclis Başkanı Şerafettin Memiş adına verilen plaket ise çocukları Veysel Memiş ve Tuba Memiş tarafından alındı.

“Mersin, bakliyatın lojistik ve ticaret üssüdür”

Etkinliğin açılış konuşmasını yapan MTB Başkanı Abdullah Özdemir, Türkiye’nin dünya bakliyat üretiminde önemli bir yere sahip olduğunu vurgularken Mersin’in bu alanda kritik bir lojistik ve ticaret merkezi olarak öne çıktığını ifade etti.

Bakliyatın zengin protein, vitamin ve mineral içeriğiyle en sağlıklı ve ekonomik bitkisel gıda kaynaklarından biri olduğunu belirten Özdemir, şu değerlendirmede bulundu: “Bakliyat, obezite, kalp-damar hastalıkları, diyabet, böbrek yetmezliği, çölyak ve hatta kansere karşı koruyucu özelliğiyle uzmanlar tarafından sıklıkla tavsiye ediliyor. Üstelik kuraklığa dayanıklı yapısı ve düşük su ihtiyacı sayesinde, özellikle kıraç bölgeler için ideal bir üründür. Havadaki azotu toprağa bağlayarak doğal gübre görevi görür, toprağın verimini artırır. Kısacası, bakliyat hem insan hem de çevre dostu bir üründür.”

10 Şubat Dünya Bakliyat Günü kutlamasında tamamı bakliyat kullanılarak hazırlanan 12 çeşitten oluşan özel menü ikram edildi.



TÜRK BULGURU "MODERN EFSANE"

Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin (AHBİB) Rusya'da yürüttüğü Turquality Bulgur Tanıtım Projesi, Komsomolskaya Pravda'nın düzenlediği "50 Efsane Marka" ödülleriinde "Modern Efsaneler" kategorisinde ödüle layık görüldü. 165 kurum ve kuruluşun tanıtım kampanyasının halk oylamasıyla değerlendirildiği etkinlikte prestijli ödül AHBİB Başkanı Veysel Memiş'e takdim edildi.



Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (AHBİB) öncülüğünde Rusya'da yürütülen Turquality Bulgur Tanıtım Projesi ile "Türk Bulguru" modern efsaneler arasına girdi. Bu yıl 100'üncü yaşını kutlayan Rusya'nın lider medya kuruluşlarından Komsomolskaya Pravda'nın her yıl düzenlediği 50 Efsane Marka Ödülleri kapsamında Türk Bulguru "Modern Efsaneler" kategorisinde ödüle layık görüldü. Aynı kategoride Türk Yaş Meyve Sebze Ürünleri Turquality Projesi de ödül kazandı.

Komsomolskaya Pravda, kuruluşunun 100'üncü yılına denk gelen ödüller için Rusya'nın başkenti Moskova'nın meşhur Kızıl Meydanı'nda özel bir kutlama gerçekleştirdi. Kutlama kapsamında 165 kurum ve kuruluşun tanıtım kampan-

yası değerlendirilerek "50 Efsane Marka" belirlendi. Kıyasıya rekabetin olduğu yarışmada, efsaneleri halk oylaması belirlendi. Yarışmanın "Modern Efsaneler" kategorisinde Türk Bulguru Tanıtım Kampanyası, Rus halkının oylarıyla ödüle layık görüldü. Türk Bulguru Tanıtım Kampanyası için verilen ödülü, Türkiye Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçı Birlikleri Sektör Kurulu Üyesi ve Akdeniz Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (AHBİB) Yönetim Kurulu Başkanı Veysel Memiş aldı. Başkan Veysel Memiş ile birlikte törene katılan Başkan Yardımcısı Selçuk Akıllı ve Yönetim Kurulu Üyesi Şahin Sayılır da büyük gurur yaşadı.

Komsomolskaya Pravda'nın 100'üncü yılını kutlarken halk oylaması ile kazanılan bu tarihi ödül için Rus halkına

teşekkür eden AHBİB Başkanı Veysel Memiş, "Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı Turquality destekleri ile hayata geçirdiğimiz Türk Bulguru Rusya Tanıtım Kampanyası son derece etkili oldu. Kampanyamızın ilk yılında Komsomolskaya Pravda'dan bu özel ödülü almak bizi ziyadesi ile mutlu etti. Anadolu mirası olan Türk Bulguru'nu Rus halkı ile paylaşmaktan mutluyuz." dedi.

Rusya sofralarında Türk Bulguru ile lezzet şöleni yaşanıyor

Proje kapsamında geçen yıl eylül ayında Türkiye'nin Moskova Büyükelçisi Tanju Bilgiç, AHBİB Başkanı Veysel Memiş ve Sektör Kurulu Başkanı Ahmet Tiryakioğlu'nun katılımıyla düzenlenen etkinlikler, Rus kamu kurumları, medya ve gastronomi profesyonellerinden yoğun ilgi gördü.



Ünlü Şef Arda Türkmen'in nar ekşili bulgur salatası ve yoğurt yatağında sarımsaklı bulgur köftesi, kaymaklı fırık üzerinde kayısıli uzun pişmiş kuzu eti ve dağ meyveli kakaolu bulgur puding sunumlarıyla bulgurun zengin mutfak potansiyeli gözler önüne serildi.

Tanıtım kampanyası kapsamında AH-BİB Başkanı Veysel Memiş, Rusya'nın köklü medya kuruluşu Komsomolskaya Pravda Media'da beşi ana akım, iki sektörel olmak üzere yedi farklı Rus medya kuruluşu ile basın toplantısı düzenledi. Toplantıya, KP, Interfax, VM, AİF, Sobaka, Agroiinvestor ve Teleprogramma medya kuruluşları katıldı. Başkan Veysel Memiş, Rusya'nın Türk ihracatçıları için önemi, Rus tüketicisinin önem verdiği noktalar, Türk Bulguru'nun rakiplerinden üstün kılan nitelikler, 2024'ün ikinci yarısında ve 2025 yılında Türkiye'nin Rusya'ya olan ihracatını etkileyecek faktörler ve Türk üreticisinin doğal ve organik bulgur üretmek için kullandığı yöntemler hakkında detaylı bilgiler verdi. Kampanyanın outdoor ayağında ise Moskova'nın en önemli meydanlarında ve zincir marketlerde Türk Bulguru'na yönelik tanıtımlar gerçekleştirildi.

Türk ürünlerine duyulan güven yüzde 63,2'ye ulaştı

Turquility Bulgur Tanıtım Projesi kapsamında yürütülen kampanya süresince yapılan çalışmalar ürün bilinirliğinin yanı sıra tüketici güvenini de ciddi oranda pekiştirdi. Projeye dönük olarak hazırlanan etki analizi raporuna göre tahıl ürünleri içinde Türk ürünlerine duyulan güven yüzde 63,2'ye ulaştı. Kampanya öncesine kıyasla güven oranı yüzde 4,6 artarken gü-



vensizlik oranı yüzde 2,2 oranında azaldı. Türk Bulguru, sağlıklı oluşu, uygun fiyatlı yapısı, lezzeti ve her yemeğe uyulanabilirliğiyle Rus tüketicisinin öncelikli tercihlerinden biri hâline geldi.

Bulgur ihracatı 19 bin tona çıktı, büyüme yüzde 12'ye ulaştı

2022 yılında Rusya'ya yapılan bulgur ihracatı 16 bin ton seviyesindeyken Turquality destekli kampanya ile bu rakam 2024'te 19 bin tona yükseltildi. Böylece, ihracatta yüzde 12'lik bir artış sağlandı. Bu büyüme, tanıtım faaliyetlerinin ne denli etkili olduğunu ve Türk Bulguru'nun pazardaki potansiyelini bir kez daha gözler önüne serdi.

Türk malı algısı güçlendi

Rus tüketicisinin yüzde 55'i, satın aldığı tahıl ürünlerinin menşeyini dikkate aldığını belirtirken; yüzde 9'u ise bu bilgiyi doğrudan sorarak öğrendiğini ifade etti. Toplamda yüzde 64'lük bir kesim, ürünlerin geldiği ülkeye duyarlılık gösterdi. Bu veriler, Türk ürünlerinin kaynağının açık şekilde vurgulanmasının ve bu bilginin iletişimde ön plana çıkarılmasının gerekliliğini ortaya koydu. Bulgur üreten ülkelere yönelik güven analizinde ise katılımcıların yüzde 63,2'si Türkiye'ye güvendiğini, yüzde 19,9'u ise güvenmediğini belirtti. Güven algısındaki bu olumlu değişim, kampanya süresince yürütülen etkin tanıtım stratejilerinin başarısını yansıttı.

Tüketici algıları olumlu yönde değişti

Tanıtım kampanyası, Türk Bulguru'nun sadece fiziksel ürün olarak değil, aynı zamanda "sağlıklı, kaliteli ve doğal" bir gıda olarak konumlanmasında da etkili



oldu. Bu algı, ürün tercihlerine doğrudan yansdı. Daha önce benzer bir ölçüm yapılmamış olsa da, mevcut veriler doğrultusunda Türk Bulguru'nun Rusya pazarındaki konumunun her geçen gün daha da güçlendiği tespit edildi.

Rus tüketicisinden olumlu geri bildirim

Araştırma kapsamında Rus tüketicilerinin yüzde 68,1'i Türk Bulguru hakkında son dönemde olumlu duyumlar aldığını ifade etti. Tanıtım kampanyası öncesine göre bu oranda yaklaşık yüzde 12'lik bir artış kaydedildi. Olumlu algının en güçlü kaynakları sırasıyla marketler, sosyal çevre ve arkadaşlar, dijital medya mecraları, sosyal medya, televizyon tanıtımları ve açık hava reklamları oldu. Bu iletişim kanalları aracılığıyla özellikle Türk Bulguru için "lezzetli olması, sağlıklı yapısı ve fiyat avantajı" vurgularının sürdürülebilir şekilde aktarılması gerektiği sonucuna varıldı. Elde edilen kazanımların kalıcı hâle gelebilmesi için tanıtım faaliyetlerinin düzenli aralıklarla ve bütüncül bir stratejiyle sürdürülmesi önerildi.



UR-GE Projesi kapsamında 12 AHBİB üyesi firma, Dubai Gulfood'ta aktif pazarlama faaliyeti yürüttü.

DUBAİ GULFOOD'TA TÜRK GIDASININ YILDIZI PARLADI

Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (AHBİB) Dubai'deki Gulfood 2025 Fuarı'nda yenilikçi ürünlerini dünyaya tanıtarak Türk gıda sektörünün uluslararası pazarlardaki etkinliğini artırdı.

Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (AHBİB), dünyanın en büyük ve en prestijli gıda fuarlarından biri olan Dubai Gulfood 2025'e Türkiye Gıda İhracatçıları çatısı altında katılarak önemli bir başarıya imza attı. 17-21 Şubat tarihleri arasında Dubai Dünya Ticaret Merkezi'nde düzenlenen fuar, Akdenizli firmalar, yenilikçi ve katma değerli ürünlerini küresel vitrine taşıdı. UR-GE projesi kapsamında 12 firmanın temsilcileri de fuar, aktif pazarlama faaliyetlerini yürüttü.

130'dan fazla ülkeden 5 bin 500'ü aşkın firmanın katılım gösterdiği fuar, gıda endüstrisinin en yeni trendlerini sergileyerek üreticiler, distribütörler ve perakendeciler için dev bir iş platformu sundu. AHBİB üyesi firmalar, bu uluslararası arenada gerçekleştirdikleri tanıtım ve tadım etkinlikleriyle yoğun ilgi gördü.

Geleneksel lezzetler Dubai'de tanıtıldı

Sürdürülebilirlik ve inovasyon temalarının öne çıktığı fuar, AHBİB heyetine Yönetim Kurulu Başkanı Veysel Memiş liderlik etti. Türk mutfağının geleneksel lezzetlerini fuar ziyaretçilerine ikram eden Başkan Memiş, aynı zamanda Conrad Hotel Dubai'de düzenlenen istişare toplantısında üyelerle bir araya geldi. Başkan Veysel Memiş, 2024 yılında 2,1 milyar dolara ulaşan AHBİB ihracat performansını değerlendirerek, yıl boyunca gerçekleştirilen fuar katılımlarının tanıtım çalışmalarının

omurgasını oluşturduğunu vurguladı. Başkan Veysel Memiş, AHBİB'in Dubai Gulfood'un yanı sıra Summer Fancy Food, Foodex Japonya, FHA Singapur, Worldfood İstanbul, Worldfood Moskova, SIAL Paris ve PLMA Chicago gibi önemli fuarlarda da yer aldığını belirtti. Gulfood 2025 yılı UR-GE projesi kapsamında yürütülen faaliyetlerin, ihracata doğrudan katkıda bulunduğunu söyledi.

"Yeni pazarlar için 2025'in ikinci yarısında da ticaret heyetleri planlanıyoruz"

AHBİB'in alım heyeti ve yurt dışı pazarlama faaliyetlerine de değinen Başkan Memiş, 2024 yılında Etiyopya'dan gelen alım heyeti ve İtalya Salerno'da düzenlenen sektörel ticaret heyetinden başarılı sonuçlar alındığını ifade etti. Başkan Veysel Memiş, 2025 yılının ikinci yarısında ise farklı ülkelerde sektörel ticaret heyetlerine ağırlık vereceklerini duyurdu.

Dünya Bulgur Günü için yoğun diplomasi

Başkan Veysel Memiş ayrıca, geçen yıl başlatılan Bulgur Tanıtım Projesi kapsamında Rusya'da yürütülen faaliyetlerin etkisinden söz etti. Worldfood Moskova Fuarı ile eş zamanlı düzenlenen tanıtım kampanyalarının büyük ses getirdiğini belirten Memiş, Türk Bulguru'nun küresel ölçekte tanıtımı için Birleşmiş Milletler nezdinde "Dünya Bulgur Günü" ilan edilmesi amacıyla çalışmaların yoğun tempo- da sürdüğünü ifade etti.

AHBİB Başkanı Veysel Memiş, Dubai Gulfood'ta Türk mutfağının geleneksel lezzetlerini fuar ziyaretçilerine ikram etti.



GIDA DİPLOMASİSİNDE JAPONYA PAZARINDA YENİ SAYFA AÇILDI

AHBİB Başkanı Veysel Memiş, Türk gıda ürünlerini Japonya pazarında daha görünür kılmak amacıyla Foodex Japan 2025 Fuarı'nda hem diplomatik hem sektörel düzeyde önemli temaslarda bulundu.

A sya'nın en büyük gıda fuarı olan Foodex Japan 2025, 11-14 Mart 2025 tarihleri arasında Türk gıda ürünlerinin gövde gösterisine sahne oldu. Türkiye milli katılım organizasyonunun 25'inci kez gerçekleştirildiği fuarda, Akdeniz Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (AHBİB) Yönetim Kurulu Başkanı Veysel Memiş, Türk gıda ihracatını Japonya pazarında güçlendirmek amacıyla önemli temaslarda bulundu. Fuarı Sektör Kurulu Üyeleriyle birlikte katılan Başkan Veysel Memiş, etkinliğin ikinci gününde Türkiye Cumhuriyeti Tokyo Büyükelçisi Oğuzhan Ertuğrul'u makamında ziyaret etti. Görüşmeye Ticaret Başmüşaviri Mukaddes Nur Yılmaz ve Ticaret Müşaviri Güzide Zeynep Karahisarlı da katıldı. Türk gıda sektörünün Japonya'daki konumu, fırsatlar ve karşılaşılan engellerin ele alındığı toplantıda, Türkiye ile Japonya arasındaki dış ticaretin gelişimi için iş birliği olanakları değerlendirildi.

Veysel Memiş, temsil ettikleri hububat, bakliyat ve yağlı tohumlar sektörünün Japonya pazarındaki potansiyeline dikkat çekerek, "Japonya gibi kaliteli ve sağlıklı ürün talebinin yüksek olduğu bir pazarda Türk ürünleri için büyük bir fırsat bulunuyor. Ancak sürdürülebilir büyüme için etkin tanıtım ve kurumsal projelerle varlığımızı pekiştirmeliyiz." dedi.

Otsuma Kadın Üniversitesi ile Türk Mutfağı iş birliği

Foodex Japan 2025 kapsamında gerçekleştirilen en dikkat çekici gelişmelerden biri ise Otsuma Kadın Üniversitesi ile yapılan iş birliği oldu. Ege İhracatçı Birlikleri'nin koordinasyonunda AHBİB'in de destek verdiği girişimle, Türk mutfağı

**38
MİLYON
DOLAR**

Türkiye'nin
2025 yılı
Ocak-Mayıs
döneminde
Japonya'ya
hububat,
bakliyat, yağlı
tohumlar ve
mamulleri
ihracatı

Sektör Kurulu,
Türkiye
Cumhuriyeti
Tokyo Büyükelçisi
Oğuzhan
Ertuğrul'u
makamında
ziyaret ederek iki
ülke arasındaki
dış ticaretin
gelişimi için iş
birliği olanaklarını
değerlendirdi.

üniversitenin müfredatına alındı. Japon şef adaylarının Türk lezzetleriyle tanışmalarını sağlayacak faaliyet sayesinde Türk gıda ürünleri, Japon damak tadına uygun reçetelerle daha geniş kitlelere ulaştırılabilecek.

Fuar sırasında tanıtımı yapılan ve ABD'de büyük başarı elde eden Turkish Tastes Turquality Projesi'nin Japonya'ya taşınması konusuna da değinilerek, projenin Japonya'da da Türk ürünlerinin bilinirliğini artıracığı vurgulandı. Bu proje sayesinde, 2025 yılı itibarıyla Türkiye'nin Japonya'ya gerçekleştirdiği 370 milyon dolarlık gıda ihracatının 1 milyar dolara çıkarılması hedeflendi.

150 Japon ithalatçı firma ile 500'ün üzerinde ikili görüşme yapıldı

Foodex Japan 2025'te Türkiye'yi temsil eden 42 firma, 150 Japon ithalatçı firma ile 500'ün üzerinde ikili görüşme gerçekleştirdi. Türk somonu ve orkinosuyla yapılan suşi tadım etkinliği, Türk zeytinyağı semineri ve Michelin yıldızlı şef Osman Serdaroglu'nun Türk ürünlerini Japon damak tadına uyarladığı menüler, 72 bin profesyonel ziyaretçiden büyük ilgi gördü.

AHBİB Başkanı Veysel Memiş, gıda ihracatında artan maliyetler ve Japonya ile Türkiye arasındaki Serbest Ticaret Anlaşması müzakereleri gibi konuların da toplantılarda gündeme geldiğini belirtti. Başkan Veysel Memiş, "Avrupa Birliği ülkeleri sıfır gümrükle Japonya'ya ihracat yaparken, biz gümrük vergisi ödemek zorundayız. Bu da rekabet gücümüzü zayıflatıyor." diyerek yapısal sorunlara dikkat çekti.

Ege İhracatçı Birlikleri ile koordine olarak yürütülen ziyaretler kapsamında Japonya Ulusal Tarım Kooperatifleri Federasyonu, Japonya Balıkçılık ve Su Ürünleri Birliği, Japonya Bal Kooperatifleri Birliği ve Japonya Yağ İthalatçıları Birliği ile görüşmeler gerçekleştirildi. Bu temaslarda Türk tarım ve gıda ürünlerinin Japonya pazarındaki görünürlüğün daha da artırılması yönünde değerlendirmeler yapıldı.



ABD PAZARINDA POTANSİYEL: 46,1 MİLYAR DOLAR

Gıda ve tarım ürünlerinde yıllık 204 milyar dolar ithalat gerçekleştiren ABD’de, Türkiye’nin uluslararası pazarlarda rekabetçi olduğu ürün gruplarında toplam 46,1 milyar dolarlık ihracat hacmi bulunuyor. Tatlı bisküvi ve gofretler, gıda müstahzarları ile çikolata ve kakaolu mamuller başı çekiyor.

Dünya ekonomisinin lokomotif ülkesi olan Amerika Birleşik Devletleri (ABD), sadece yüksek satın alma gücüne sahip geniş bir tüketici kitlesiyle değil, aynı zamanda gıda güvenliği ve ürün çeşitliliğine verdiği önemle Türk tarım ve gıda sektörü açısından son derece stratejik bir ihracat pazarı olarak öne çıkıyor. 2024 yılında 3,3 trilyon dolarlık toplam ithalat gerçekleştiren ABD, gıda ve tarım ürünlerinde de önemli bir dışa bağımlılık gösteriyor. Bu durum, Türkiye gibi tarımsal üretim potansiyeli yüksek ülkeler için ciddi fırsatlar sunuyor.

Türkiye, bakliyat, zeytinyağı ve meyve sularında etkinliğini artırıyor

ABD pazarında Türk menşeli gıda ürünlerine yönelik ilginin son yıllarda artış gösterdiği gözlemleniyor. Özellikle bakliyat, zeytinyağı, meyve suları gibi ürün gruplarında Türkiye’nin, ABD’nin toplam ithalatında dikkate değer paylara ulaştığı görülüyor. Örneğin; ABD’nin 2024 yılı zeytinyağı ithalatının yüzde 6’sı Türkiye’den karşılanırken meyve-sebze sularında bu oranın yüzde 10’a ulaştığı gözleniyor. Kakao içermeyen şekerli mamuller gibi niş ürünlerde de Türk firma-

ların ABD pazarındaki varlığı yıldan yıla güçleniyor. Bakliyat tarafında ise kırmızı mercimek, nohut ve fasulye gibi ürünlerde ABD pazarındaki etnik ve sağlıklı beslenmeye yönelik talep trendi, Türk üreticiler için yeni fırsatlar yaratıyor. Türk mutfağının dünyada artan bilinirliği ve etnik gıda pazarının büyümesi, Türk gıda markalarının ABD’deki raflarda daha fazla yer bulmasını kolaylaştırıyor.

ABD’li tüketicilerin tercihlerinde ürün kalitesi, izlenebilirlik ve sağlıklı içerik öne çıkıyor. Organik, katkısız ve GDO’suz ürünlere olan talep, Türk üreticilerinin yüksek kaliteyle üretim yaptığı bakliyat, zeytinyağı, tahin, kuru meyve ve bitkisel yağlar gibi alanlarda rekabet avantajını artırıyor. Bununla birlikte, FDA (Gıda ve İlaç Dairesi) onay süreçleri ve etiketleme düzenlemeleri gibi teknik gereklilikler, pazara girişte dikkatle yönetilmesi gereken konular arasında yer alıyor.

New York, New Jersey, Florida, Illinois ve California eyaletleri doğal bir giriş kapısı

ABD pazarı, yüksek lojistik maliyetleri ve kıydan kıyıya değişen tüketici profili nedeniyle stratejik bir dağıtım yaklaşımı gerektiriyor. Doğu yakası, Avrupa menşeli ürünlere daha aşina tüketici profiliyle dikkat çekerken, Batı yakasında Latin Amerika ve Asya etkisi güçlü konumda bulunuyor. Türk ihracatçıları için özellikle New York, New Jersey, Florida, Illinois ve California gibi eyaletlerdeki Türk-Amerikan nüfusu ve etnik marketler, doğal bir giriş kapısı işlevi görüyor.

Ayrıca, ABD’deki serbest ticaret bölgeleri (Free Trade Zones-FTZ), gıda ve





tarım ürünleri ihracatçılarına vergisel ve lojistik avantajlar sunan önemli araçlar arasında ilk sıralarda bulunuyor. Ürünlerin gümrük vergileri ödenmeden depolanabildiği bu alanlar, yüksek hacimli sevkiyatlar için stratejik çözümler sunuyor.

ABD pazarı, yüksek rekabetin olduğu ancak doğru planlama ve kaliteli ürünle sürdürülebilir başarı elde edilebilecek yapıyla cazibesini artırıyor. Türkiye'nin gıda ve tarım ihracatında kaliteyi, farklılaşmayı ve coğrafi işaretli ürünlerini ön plana çıkarması, bu pazarda kalıcı yer edinmesinin anahtarı olarak gösteriliyor. ABD, gıda, hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri ihracatında sadece bir hedef pazar değil, aynı zamanda markalaşma ve katma değer yaratma potansiyelinin yüksek olduğu küresel bir vitrin konumunda bulunuyor.

2024 yılında sektör 651,6 milyon dolar ihracat değerine ulaştı

Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) verilerine göre 2024 yılında Türkiye, ABD'ye 13,44 milyar dolar ihracat gerçekleştirirken genel tabloda birçok sektörde ihracat hacmini artırmayı başardı. Veriler tarım ve gıda ürünleriyle kimya ve elektronik sektörlerinin ihracatın lokomotifleri olduğuna, sanayi ve mücevher sektörlerinde ise daha fazla destek ve yönlendirmeye ihtiyaç duyulduğuna işaret ediyor.

2024'te Türkiye'nin hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektöründe ABD'ye yönelik ihracatı, yıl genelinde yüzde 4,6 oranında azalarak 683,3 milyon dolardan 651,6 milyon dolara geriledi. Bu düşüşte, küresel piyasa koşulları, rekabe-



tin artması ve talepteki dalgalanmalar gibi çeşitli faktörlerin etkisinin olduğu değerlendiriliyor. Yıl boyunca ihracat performansında istikrarsızlık gözlemlense de sektörün genel itibarıyla güçlü pazar yapısını korumayı başardığı görülüyor.

2025 yılının ilk 4 ayında sektör, ABD pazarında yüzde 26,4 artış sağladı

2025 yılının Ocak-Nisan döneminde ise Türkiye'nin ABD'ye ihracatında sektörler arasında dalgalı bir seyir gözleniyor. Özellikle hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörü 266,5 milyon dolar değer ve yüzde 26,4'lük artışla dikkat çekerken elektrik-elektronik, kuru meyve, iklimlendirme ve deri mamulleri gibi bazı sektörlerde çift haneli artışlar ihracat performansını destekliyor.

Potansiyel tarım ve gıda ürünlerinde ihracat hacmi 46,1 milyar dolar

Ticaret Bakanlığının ABD'ye yönelik ihracatta başlıca potansiyel tarım ve gıda ürünleri matrisine göre bu pazarda top-



lam 46,1 milyar dolarlık hacim bulunuyor. ABD'nin yüksek ithalat kapasitesine rağmen Türkiye'nin bu pazarda sınırlı bir paya sahip olduğu görülüyor. Örneğin, ABD'nin 2024 yılı itibarıyla 11,6 milyar dolarlık tatlı bisküvi ve gofret ithalatına karşılık Türkiye'nin bu kalemdaki ihracatı yalnızca 92,5 milyon dolar düzeyinde bulunuyor. Benzer şekilde, ABD'nin 4,9 milyar dolarlık çikolata ve kakao ürünleri ithalatına karşı Türkiye'nin ihracatı sadece 44,7 milyon dolar düzeyinde kalıyor. Bu durum, hem mevcut ihracat rakamlarımızın artırılabilir olduğunu hem de rekabetçi fiyat ve kalite avantajıyla Türk firmaların pazarda daha güçlü bir konum edinebileceğini gösteriyor. Ayrıca, ithalatçı ülkeler arasında gümrük vergisi avantajına sahip olan Kanada ve Meksika gibi ülkelerin düşük vergi oranlarıyla pazara erişim sağladığı görülürken, Türkiye'nin ABD ile STA anlaşması bulunmaması rekabet açısından dezavantaj oluşturuyor. Ancak buna rağmen ürün kalitesi, üretim kapasitesi ve mevcut ihracat ivmesi dikkate alındığında ABD pazarı, Türk tarım ve gıda ihracatçıları için ciddi bir büyüme potansiyeli taşıyor.

VEYSEL MEMİŞ
AKİB Koordinatör
Başkanı ve
Akdeniz Hububat,
Bakliyat, Yağlı
Tohumlar ve Mamulleri
İhracatçıları Birliği
(AHBİB) Yönetim
Kurulu Başkanı



“TEMEL HEDEFİMİZ SÜRDÜRÜLEBİLİR TARIM, SINIRSIZ İHRACAT”

Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (AHBİB) Başkanı Veysel Memiş, iklim değişikliği ve küresel belirsizlikler karşısında tarımda sürdürülebilirliği sağlamak, üreticiye güvence sunmak ve ihracatı güçlendirmek adına sözleşmeli üretim, dijitalleşme, su yönetimi, doğru tohum kullanımı ve yeşil dönüşüm gibi stratejilerin kritik önem taşıdığını vurguladı.

Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (AHBİB) Yönetim Kurulu Başkanı Veysel Memiş, tarım sektöründe üretici ve sanayi arasındaki ilişkiyi güvence altına alan sözleşmeli üretim modelinin son yıllarda hububat, bakliyat ve yağlı tohumlar alanında stratejik öneminin arttığını belirtti. Gıda arz güvenliği, fiyat istikrarı, üretim planlaması ve ihracat potansiyeli birlikte düşünüldüğünde sözleşmeli üretim modelinin hem üreticiye hem de ihracata önemli kazanımlar sağladığını vurgulayan Başkan Veysel Memiş, “Sözleşmeli üretim modeli; hububat, bakliyat ve yağlı tohumlarda sürdürülebilir tarımın teminatıdır.” dedi.

Küresel iklim değişikliklerinin etkilerinin yıldan yıla belirginleştiğini, ortaya çıkan tabloda üretici için

758,7
MİLYON
DOLAR

AHBİB'in
2025 yılı
Ocak-Mayıs
dönemi
ihracatı

güvence, istikrar ve verimliliğin en önemli unsurları oluşturduğunu kaydeden Başkan Veysel Memiş, “Sözleşmeli üretim, çiftçiye tarımsal faaliyetlerini daha öngörülebilir koşullarda yürütme imkânı tanıyor. Ekim öncesi belirlenen fiyat, alım garantisi ve teknik destek sayesinde üretici, piyasa dalgalanmalarına karşı korunuyor. Bu durum özellikle kuraklık, girdi maliyetlerindeki dalgalanmalar ve lojistik belirsizliklerin yoğun olduğu dönemlerde çiftçiye büyük bir güvence sağlıyor. Modelin sunduğu planlı üretim sayesinde çiftçiler, doğru ürünü doğru zaman ve yöntemlerle yetiştirme imkânı buluyor. Tarımsal girdi temini genellikle sözleşme kapsamında kolaylaştırılıyor, bu da üretim maliyetlerinin kontrol altına alınmasına katkı sunuyor. Böylece çiftçi, daha verimli ve kaliteli ürün yetiştirerek gelirini artırabiliyor.” diye konuştu.

“Sanayicimiz için kaliteli, izlenebilir ve sürdürülebilir hammadde teminini garanti altına almalıyız”

Tarıma dayalı sanayi için kalite ve sürekliliğin temel unsur olduğunu dile getiren Başkan Veysel Memiş, “Sektör olarak en büyük beklentimiz, kısıtlı değil, sınırsız ihracat yapabilmektir. Bunun mümkün olabilmesi için bakliyat ürünlerinde ihracat kısıtlamaları ve kotaların uygulanması yerine üretimin

**“KALİTELİ, İZLENEBİLİR VE
SÜRDÜRÜLEBİLİR HAMMADDE
TEMİNİ, SÖZLEŞMELİ ÜRETİMLE
GARANTİ ALTINA ALINIYOR.”**



Tarımsal üretimde sürdürülebilirlik, hem bugünün ihtiyaçlarını karşılamak hem de gelecek nesillerin gıda güvenliğini ve doğal kaynaklarını korumak için hayati önem taşıyor.

artırılmasına yönelik mekanizmaların geliştirilmesine ihtiyaç var. En kestirme yolun da sözleşmeli üretim modeli olduğunu düşünüyoruz. Çünkü, gıda işleme, un ve yem sanayi başta olmak üzere tarıma dayalı sanayinin en büyük ihtiyacı olan kaliteli, izlenebilir ve sürdürülebilir hammadde temini, sözleşmeli üretimle garanti altına alınıyor. Özellikle kırmızı mercimek, nohut, fasulye, buğday ve ayçiçeği gibi temel ürünlerde tedarik sürekliliği, iç pazardaki dengeyi oluştururken sanayiciye de ihracatta rekabet avantajı sağlıyor. Tarla ile sanayi arasında kurulan doğrudan ve şeffaf ilişki, ürün kalitesinin artmasına, gıda güvenliğinin güçlenmesine ve atık oranlarının düşmesine de katkı sunuyor. Bu, özellikle uluslararası alanda yüksek kalite beklentisi olan pazarlar için büyük önem taşıyor.” dedi.

Hububat, bakliyat ve yağlı tohum ürün gruplarının Türkiye'nin hem gıda güvenliği hem de dış ticaret dengesi açısından kilit ürün grupları arasında yer

Hasat sırasında kayıpların önlenmesi, doğru zamanda, uygun ekipman ve tekniklerle yapılan bilinçli uygulamalarla mümkün oluyor.



aldığının altını çizen Başkan Veysel Memiş, şunları söyledi: “Sözleşmeli üretim modeli, bu ürünlerde ihracat kapasitesinin artmasını ve çeşitliliğin korunmasını destekliyor. Özellikle coğrafi işaretli ürünlerde ve organik sertifikalı üretimlerde model, pazar payı kazanımında stratejik bir rol üstleniyor. Aynı zamanda ithalata bağımlı olunan bazı ürünlerde (örneğin ayçiçeği tohumu veya soya) sözleşmeli üretim sayesinde yerli üretim artırılarak dışa bağımlılığın azaltılması sağlanabiliyor. Bu da döviz tasarrufu, dış ticaret açığının daralması ve ulusal tarım politikalarının güçlenmesi açısından olumlu bir gelişme olarak öne çıkıyor.”

“Verimliliğin en önemli anahtarları dijitalleşme, doğru tohum kullanımı ve planlı üretim”

Tarımda verimlilik için en önemli anahtarların dijitalleşme, doğru tohum kullanımı ve planlı üretim olduğunu vurgulayan Başkan Veysel Memiş, şöyle konuştu: “Tarım sektörü, kapsamı ve etkilediği alanlar bakımından oldukça geniş bir yapıya sahip. Her ürünün kendine özgü bir yetiştirme süreci bulunuyor ve bu süreçlerin verimli yönetilmesi, üretimden pazarlamaya kadar olan zincirin tüm halkalarını doğrudan etkiliyor. Ancak ülkemiz, bu süreçlerde bazı temel başlıklarda hâlen ciddi gelişim potansiyeli taşıyor.

Günümüzde tarımsal üretimin geleceği, büyük ölçüde dijitalleşme ile şekilleniyor. Akıllı sulama sistemleri, sensör teknolojileri, uydu destekli üretim takibi gibi uygulamalar sayesinde gelişmiş ülkeler verimliliklerini katlayarak artırıyor. Ne yazık ki Türkiye’de bu teknolojik imkânlardan yeterince faydalanamıyoruz. Tarımda dijital dönüşüm hızla yaygınlaştırılmadıkça hem üretim verimliliği hem de dış pazardaki rekabetçiliğimiz sınırlı kalmaya devam edecek.”

“Sertifikalı tohum, toprak analizleri ve ekim nöbeti sürdürülebilir tarım açısından kritik önemde”

Verimli üretimin bir diğer önemli ayağının doğru tohum kullanımı olduğunu ifade eden Başkan Veysel Memiş, “Sertifikalı tohumların daha yaygın ve etkin kullanımı, hem verimi hem de kaliteyi doğrudan artırıyor. Ancak tohum kadar önemli bir diğer unsur

da toprak analizleri ile doğru ürünün, doğru bölgede yetiştirilmesi. Monokültür üretimden uzak durmak, yani toprağı her yıl aynı ürünle yormamak, sürdürülebilir tarım açısından kritik bir noktadır.

Bu bağlamda, bakliyat ürünlerinin münavebe (ekim nöbeti) uygulamalarında daha fazla kullanılması gerektiğini her fırsatta dile getiriyoruz. Çünkü bakliyat bitkileri, havadan azot bağlayarak toprağı doğal yollarla zenginleştiriyor. Bu sayede hem toprak sağlığı korunuyor hem de uzun vadede daha yüksek rekolteler elde edilebiliyor. Bu faydaları hem çiftçilerimize hem de karar alıcı mercilere sürekli olarak aktarıyoruz. Bugün geldiğimiz noktada, sözleşmeli tarım konusu da yeniden gündemin üst sıralarında yer alıyor. Bu üretim modeli, bazı firmalar tarafından belirli ürün gruplarında uygulanıyor olsa da gelişmiş ülkelerle kıyaslandığında Türkiye'deki sözleşmeli üretim oranı oldukça düşük. Oysa bu model, sadece üretici için bir güvence değil, aynı zamanda dış ticaret ve sanayi için de bir planlama aracıdır. Küresel piyasalarda artık firmalar yıllık pozisyonlarını önceden belirliyor, bağlantılarını erkenden yapıyor. Türkiye'de ise üretim çoğunlukla plansız şekilde gerçekleşiyor. Hasat zamanı geldiğinde "ürün fazla oldu, ihracat izni çıkacak mı, kota var mı, yok mu?" gibi belirsizlikler yaşanıyor. Oysa planlı üretim, planlı satış ve planlı satın alma, sözleşmeli tarımın sunduğu olanaklarla mümkün hâle geliyor." diye konuştu.

"Sezonun özellikle iklim koşullarına bağlı olarak bazı zorluklarla geçeceğini öngörüyoruz"

Hem üretici hem de sanayici tarafında iklim değişikliğinin yansımaları sonucu kuraklık ve zirai don olaylarının neden olduğu zararların en öncelikli konuların başında geldiğini aktaran Başkan Veysel Memiş, yaşanan afetlerin hububat, bakliyat ve yağlı tohum üretimine yansımalarını şu şekilde değerlendirdi: "Devletimiz, tarım sektörüne elinden geldiğince destek vermeye devam ediyor. Ancak biz sektör temsilcileri olarak, bu desteklerin hem kapsamının genişletilmesini hem de süreçlerin daha etkin ve hızlı işletilmesini her zaman talep ediyoruz. Çünkü tarımsal üretim, giderek daha fazla iklim kaynaklı risklerle karşı karşıya kalıyor.

2025 yılı üretim sezonunun, özellikle iklim koşullarına bağlı olarak bazı zorluklarla geçeceği yönünde öngörülerimiz mevcut. Kuraklık ve don olayları, birbirinden çok farklı ama etkisi büyük iki önemli risk unsuru olarak karşımıza çıkıyor. İşte bu noktada "iklim krizi" ifadesi tam anlamıyla kendini gösteriyor: Bir yanda don zararları, diğer yanda yağış eksikliği. Her iki uç da tarımsal üretimi olumsuz etkileyebiliyor.

Özellikle bahçe bitkilerinde, bu yıl yaşanan don olaylarının ciddi zararlara yol açabileceğini düşünüyoruz. Çiçeklenme döneminde gerçekleşen ani



"KURAKLIK VE ZİRAİ DON OLAYLARI, BİRBİRİNDEN ÇOK FARKLI AMA ETKİSİ BÜYÜK İKİ ÖNEMLİ RİSK UNSURU OLARAK KARŞIMIZA ÇIKIYOR."

sıcaklık düşüşleri, bazı meyve ağaçlarında rekolt kaybına neden olabilir. Buna karşın tarla ürünlerinde, örneğin hububat grubunda, şu anki öngörülerimiz daha iyimser. Elbette kesin tabloyu, sezonun tamamlanmasıyla daha net göreceğiz. Mayıs ayının ikinci haftasından itibaren Çukurova bölgesinde buğday hasadı başladı. Bu erken üretim, bölge için olumlu bir gelişme. Ancak Türkiye'nin geniş coğrafyası içinde, örneğin İç Anadolu gibi bölgelerde buğday hasadı daha birkaç ay sonra gerçekleşecek.

Dolayısıyla önümüzdeki haftalarda yaşanacak hava koşulları, hem verim hem de rekolt üzerinde belirleyici olacak. Mevsim normallerinin dışına çıkan her iklim olayı, bu süreçte tarımsal üretimi doğrudan etkileyebilir. Üreticilerimiz açısından bu dönemde yapılacak devlet destekleri, teknik yönlendirmeler ve piyasa düzenlemeleri büyük önem taşıyor."

"Yenilenebilir enerji yatırımları ve suyun tasarruflu kullanılması zorunluluktur"

Sektörde yeşil dönüşümün hız kazanması ve karbon ayak izinin azaltılması adına atılması gereken öncelikli adımların yenilenebilir enerji yatırımları ve suyun tasarruflu kullanılmasına yönelik modellerin üretime dâhil edilmesi olduğunu belirten Başkan Veysel Memiş, şunları söyledi: "Son yıllarda özellikle Avrupa pazarında yeşil dönüşüm, artık yalnızca bir tercih değil, adım adım zorunluluk hâline





Yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı, hem çevresel etkilerin azaltılması hem de uzun vadeli enerji maliyetlerinin düşürülerek rekabet gücünün artırılması açısından işletmelere önemli avantajlar sağlıyor.

gelmeye başladı. Avrupa'daki ithalatçılar, çevresel sürdürülebilirliği ve karbon ayak izini dikkate alan firmalarla çalışmada yönünde net bir tutum sergiliyor. Önümüzdeki süreçte bu kriterlerin daha da katılacağı öngörülüyor. Bu gelişmeler bize, yalnızca dış ticaret açısından değil, aynı zamanda yaşadığımız çevreye karşı olan sorumluluğumuz açısından da önemli mesajlar veriyor. Biz bu dönüşüme yalnızca "müşteri isterse yaparız" mantığıyla değil, kendi ülkemizi, kendi toprağımızı ve dünyamızı koruma bilinciyle yaklaşmalıyız. Sürdürülebilir bir çevre politikası sadece üreticilerin ya da ihracatçıların değil, herkesin ortak sorumluluğudur. Vatandaş da olsa, sanayici de olsa, çevreyi koruma konusunda her bireyin yapabileceği şeyler var. Kimisi enerjisini daha verimli kullanarak katkı sağlar, kimisi su tasarrufuna öncelik verir. Sanayici konumundaki firmalar ise imkânları el verdiği ölçüde çevre dostu yatırımları hayata geçirmeli ve yenilenebilir enerji sistemlerine yönelmelidir.

Bu dönüşüm yalnızca Avrupa'nın baskısıyla değil, bizim kendi vicdani ve ahlaki sorumluluğumuzla başlamalıdır. Bugün istemeyenler olsa bile, biz bu dönüşümün gerekliliğini görmeli ve harekete geçmeliyiz. Bugün devletimizin sağladığı ciddi teşvik ve kredi imkânları, çevre dostu üretim modellerini benimseyen firmalar için büyük bir fırsat sunuyor. Yeşil enerji yatırımları, su tasarrufu çözümleri, sıfır atık projeleri gibi sürdürülebilirlik odaklı projelere verilen destekler giderek artıyor. Özellikle su, geleceğin en kritik meselelerinden biri olarak öne çıkıyor. Türkiye'nin tarımsal ve endüstriyel geleceği, suyun verimli kullanılmasıyla doğrudan bağlantılı. Bu nedenle tüm sanayicilerimizin ve ihracatçılarımızın, su tüketimini azaltacak teknolojilere ve projelere odaklanmaları zorunluluk hâlini almıştır. Bugün geliştirilecek her sürdürülebilirlik projesi, hem ülkemizin hem sektörlerimizin uluslararası pazarlardaki konumunu güçlendirecek hem de gelecek nesillere daha yaşanabilir bir dünya bırakma yolunda anlamlı bir adım olacaktır."

Türkiye, hem buğday üretimi hem de un ihracatında dünyanın önde gelen ülkelerinden biri olarak, bölgesel gıda arz güvenliğinde stratejik bir rol üstleniyor.



"2025 yılı sonunda AHBİB olarak 2 milyar dolar seviyesini aşacağımıza inanıyoruz"

Gümrük tarifelerinde son süreçte yapılan değişikliklerin sektör özelinde fiyat ve pazar dengesini nasıl etkilediğini ve AHBİB'in 2025 yılı hedeflerini de değerlendiren Başkan Veysel Memiş, olası riskleri minimize edip ortaya çıkacak fırsatları Türkiye lehine değerlendirmenin gayretini gösterdiklerini söyledi. Başkan Veysel Memiş şöyle konuştu: "Küresel ticaretin dinamikleri hızla değişiyor. Özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nin Çin'e karşı uygulamaya koyduğu tarife değişiklikleri, küresel tedarik zincirinde yeni fırsatlar yaratıyor. Ancak unutulmamalı ki bu tür gelişmeler geçici olabilir. Bugün doğan fırsatlar, yarın ortadan kalkabilir. Dolayısıyla bu geçiş dönemlerini doğru okuyup hızlı aksiyon almak büyük önem taşıyor. Evet, bazı sektörlerde bu fırsatları değerlendirebildik. Ancak rakip ülkeler de boş durmuyor. Özellikle Çin dışında Mısır ve İran gibi güçlü tarımsal üreticiler, Türkiye'nin ihracat pazarlarındaki en önemli rakipleri arasında yer alıyor. Bu nedenle Türkiye olarak bizlerin de bu ülkelere karşı daha etkin stratejiler geliştirmemiz ve rekabetçiliğimizi koruyarak ihracatımızı sürdürülebilir şekilde artırmamız gerekiyor. Biz çok çalışkan, üretimi ve yatırımı seven bir milletiz. Zor koşullarda bile üretimden vazgeçmeyen yapımız, bizi bugüne kadar hep güçlü tuttu. Bu inançla hareket ediyor, önümüzdeki dönemde daha büyük başarılarla imza atacağımıza yürekten inanıyoruz. Üretim gücümüzü stratejik ihracat politikalarıyla birleştirerek hem mevcut pazarlardaki konumumuzu koruyacağız hem de yeni pazarlara açılmaya devam edeceğiz.

Tarımsal ürün ihracatında yılın ilk yarısı, çoğu zaman sezon öncesi belirsizliklerle geçer. Bizim için esas yılbaşı haziran ayıdır. Mahsul görünmeye başladığında daha sağlıklı projeksiyonlar yapabiliyoruz. Ancak tüm göstergeler olumlu yönde ilerlerse 2025 yılı sonunda AHBİB olarak 2 milyar dolar seviyesini aşacağımıza inanıyoruz.

Üyelerimizin dış pazarlarda daha etkin olabilmesi için düzenlediğimiz ticaret heyetleri, bu yıl da hız kesmeden devam ediyor. İlkini Fas'ta gerçekleştirdiğimiz organizasyonun ardından, şimdi Japonya hazırlıklarına başladık. Bu çalışma, Türkiye Cumhuriyeti'nin Uzakdoğu açılım stratejisine de önemli katkı sağlayacak. Ardından İspanya ve Rusya hedef pazarlarımız arasında yer alıyor. Bu heyetlerle birlikte üyelerimize yeni iş bağlantıları kurma, yeni pazarları yerinde görerek analiz etme ve sürdürülebilir ticari ilişkiler geliştirme fırsatı sunuyoruz. Bir diğer önemli faaliyetimiz ise bulgur tanıtım projeleri. Anadolu'nun en köklü ve sağlıklı ürünlerinden biri olan bulguru, uluslararası mutfaklara tanıtmak için yoğun çaba sarf ediyoruz. Özellikle Rusya'daki tanıtım kampanyamız büyük başarı yakaladı. Ülkemizin en fazla ihracat yaptığı ikinci ülke konumundaki Rusya'da, bulgur gibi kendi mutfak kültürlerine uzak bir ürünü kabul ettirmek bizler için çok değerli bir başarı oldu."

"2025'in ilk 5 ayında 758,7 milyon dolar ihracat gerçekleştirdik"

Başkan Veysel Memiş, AHBİB'in ihracat performansının 2025 yılı Ocak-Mayıs döneminde 758,7 milyon dolar düzeyine ulaştığını belirtti. Yılın ilk 5 ayında 177 ülke ve bölgeye dış satım yaptıklarını kaydeden Başkan Veysel Memiş, en yüksek değerlere Irak, Suriye ve Sudan pazarlarında ulaştıklarını bildirdi.

Söz konusu dönemde AHBİB'in 888 bin 121 ton ürünü uluslararası pazarlarda değerlendirdiğini ifade eden Başkan Veysel Memiş, en çok bakliyat çeşitleri, pastacılık ürünleri ve yağlı tohumlar ihraç ettiklerini söyledi. Başkan Veysel Memiş, "2025 yılı Ocak-Mayıs döneminde bakliyat ürün grubunda 173,4 milyon dolar, pastacılık ürünlerinde 148,6 milyon dolar ve yağlı tohumlarda 87,7 milyon dolar ihracat gerçekleştirdik. Bu ürün grupları bölge ihracatımızın yüzde 55'ini oluşturdu. Şeker ve şeker mamullerinde 86,1 milyon dolar, bitkisel yağlarda 85,3 milyon dolar, değirmencilik ürünlerinde 62,2 milyon dolar, diğer gıda müstahzarlarında 36,5 milyon dolar, baharatlarda 3,6 milyon dolar, hububatta 36,5 milyon dolar ve kakaolu mamullerde 18,2 milyon dolar ihracat değerine ulaştık. 5 aylık dönemde bölge ihracatımızda en fazla ihraç ettiğimiz ürün kırmızı mercimek oldu. Bölge ihracatımızda yüzde 15 paya sahip kırmızı mercimekte 112,1 milyon dolar değer elde ettik."

"EN FAZLA İHRACAT YAPTIĞIMIZ İLK 20 ÜLKE ARASINDA İHRACAT HACMİNDE EN GÜÇLÜ PERFORMANSI ÜRDÜN, FİLİSTİN VE SUDAN'DA GÖSTERDİK."



AHBİB, 2025 yılı Ocak-Mayıs döneminde 177 ülke ve bölgeye ihracat gerçekleştirdi.

"İhracat hacminde en güçlü artışları Ürdün, Filistin ve Sudan'da yakaladık"

5 aylık dönemde AHBİB'in ana pazarlarının Orta Doğu, Afrika ve Avrupa ülkelerinden oluştuğunu belirten Başkan Veysel Memiş, şunları söyledi: "Son 5 aylık zaman diliminde en fazla ihracat yaptığımız ülkeler listesinde Irak, Suriye ve Sudan ilk üç sırada yer aldı. Irak'a 105,7 milyon dolar, Suriye'ye 67,7 milyon dolar ve Sudan'a 38 milyon dolar ihracat gerçekleştirdik. En fazla ihracat yaptığımız ilk 20 ülke arasında ihracat hacminde en güçlü performansı Ürdün, Filistin ve Sudan pazarlarında gösterdik. Ürdün'e yüzde 182 artışla 15,3 milyon dolar, Filistin'e yüzde 161 artışla 12 milyon dolar ve Sudan'a yüzde 77 artışla 38 milyon dolar ihracat gerçekleştirdik. 2025 yılı Ocak-Mayıs döneminde ihracat hacminde anlamlı artışlar sağladığımız diğer ülkeler Suriye, Suudi Arabistan ve Rusya oldu."

Başkan Veysel Memiş, aynı süreçte Türkiye'nin sektör ihracatının 5,23 milyar dolar düzeyine ulaştığını sözlerine ekledi.

GENÇ GİRİŞİMCİ, AİLE MİRASINI MARKAYA DÖNÜŞTÜRDÜ

Aileden gelen bakliyat ticareti geleneğini modern vizyon, kalite odaklı üretim ve dijitalleşme ile birleştiren genç girişimci İbrahim Konca, İZBAK Bakliyat'ı ihracat odaklı büyüyen bir markaya dönüştürdü. Cesareti, etik değerlere bağlılığı ve stratejik bakışıyla öne çıkan İbrahim Konca, uluslararası pazarlarda genç girişimcilere ilham veren bir başarı hikâyesi yazıyor.

Mersinli genç girişimci İbrahim Konca, köklü bir aile geleneğinden aldığı ilhamı çağın gereklerine uygun bir vizyonla birleştirerek 2020 yılında İZBAK Bakliyat'ı kurdu. Genç yaşına rağmen ticarete sergilediği stratejik duruş ve etik değerlere bağlı yaklaşımıyla dikkat çeken İbrahim Konca, kısa sürede iç pazarda güven tesis etti. Şimdi ise ihracat odaklı büyüme yolculuğuyla adından söz ettiriyor.

1990'lı yıllardan itibaren bakliyat sektöründe faaliyet gösteren bir ailenin bireyi olan İbrahim Konca, çocukluğundan itibaren ticaretin içinde büyüdü. Ticari bilinci genç yaşlarda gelişen İbrahim Konca, 2019 yılında Çağ Üniversitesi Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümünden mezun oldu. Ardından aldığı yabancı dil eğitimi ile küresel ticarete yönelik donanımını güçlendirdi. 2020 yılında ağabeyiyle birlikte kurduğu İZBAK Bakliyat, sadece ticari değil, aynı zamanda duygusal bir anlam da taşıyor. Firmanın adı, genç yaşta kaybettikleri babaları İzzet Konca'nın anısını yaşatmak amacıyla oluşturuldu. İZBAK, bugün Konca ailesinin vizyonunu geleceğe taşıyan bir markaya dönüşmüş durumda.

Cesaret, doğru planlama ve inanç, girişimciliğin öncelikli şartları

İbrahim Konca'ya göre genç yaşta girişimci olmak, ciddi bir cesaret ve özgüven gerektiriyor. Genç girişimcilerin çoğu zaman "erken davrandın" ya da "riskli bir karar" gibi uyarılarla karşılaştığını söyleyen İbrahim Konca, doğru planlama ve sabırla bu yorumların üstesinden gelinebileceğini vurguluyor: "Bir hedefiniz varsa ve buna



İzbak Bakliyat
Yönetim
Kurulu Başkanı
İbrahim Konca



gerçekten inanıyorsanız, sizi yolunuzdan döndürmeye çalışanlara kulak asmamalı-sınız. Doğru bir planlama ve stratejiyle başarı kaçınılmaz hâle gelir." İbrahim Konca, özellikle ihracat yapmak isteyen gençlere ihracatçı birliklerine üye olmalarını, Eximbank ve KOSGEB gibi destek mekanizmalarından faydalanmalarını tavsiye ediyor.

Kalite odaklı üretim anlayışı

İZBAK Bakliyat, üretimin her aşamasında kaliteyi ön planda tutuyor. Kuru fasulye, nohut, mercimek, barbutya ve patlamış mısır gibi ürünleri doğrudan çiftçiden temin eden firma, aracı kullanmadan da tedarik sağlıyor. Böylece hem kaliteyi hem de maliyetleri kontrol altında tutuyor. Mersin'deki tesislerinde gerçekleştirilen eleme, temizleme ve paketleme süreçleriyle hijyenik ve güvenilir ürünler sunuluyor. Bu da tüketici memnuniyetini artıran önemli bir faktör olarak öne çıkıyor.

Yeni ufuklar; Asya ve Kuzey Afrika

Bugün Orta Doğu'ya düzenli olarak ihracat gerçekleştiren İZBAK, gelecek dönemde Asya ve Kuzey Afrika pazarlarına açılmayı hedefliyor. Bölgedeki yüksek tüketim oranları ve Türk ürünlerine olan ilgi, bu pazarlarda ciddi bir potansiyel oluşturuyor. "Türk bakliyat ürünleri, kalitesiyle fark yaratıyor. Bu avantajımızı kullanarak yeni pazarlarda sürdürülebilir bir büyüme planlıyoruz." diyen İbrahim Konca, hedeflerinin uzun vadeli iş birlikleri kurmak olduğunu vurguluyor.

İZBAK Bakliyat'ın müşteri ilişkilerinde benimsediği temel yaklaşım, şeffaflık ve güven üzerine kurulu. İbrahim Konca, müşteri memnuniyetini artırmak için tüm



sürecin titizlikle yürütüldüğünü belirtiyor. Ürün kalitesi kadar satış sonrası destek ve iletişim de markanın gücünü artırıyor. İbrahim Konca, "Müşterilerimizle sadece ticaret yapmıyoruz; aynı zamanda güvene dayalı, uzun soluklu ilişkiler kuruyoruz. Bu da markamıza duyulan sadakati artırıyor." vurgusu yapıyor.

Krizler asılır, değerler kalır

İZBAK Bakliyat'ın kuruluş dönemine pandemi, ekonomik dalgalanmalar ve lojistik sıkıntılar damga vurdu. Ancak İbrahim Konca, bu süreci aile bağlarının gücüyle aştıklarını belirtiyor. Konca, "Zorluklar bizi yıldırmadı, aksine daha çok kenetlendik. Bugün geldiğimiz noktada ailemizin desteğinin çok büyük payı var." diyor.

Dijital dönüşümle büyüyor

Teknolojiyi iş süreçlerinin merkezine yerleştiren İZBAK, sosyal medya ve dijital pazarlama alanlarında aktif bir strateji izliyor. Özellikle e-ticaret platformları aracılığıyla farklı müşteri segmentlerine ulaşan firma, dijital araçları hem tanıtım hem de satış için etkili biçimde kullanıyor. "Dijitalleşme artık bir tercih değil, zorunluluk. Bu alandaki yatırımlarımız sayesinde markamızı daha görünür ve erişilebilir hâle getir-



dik." diyen İbrahim Konca, teknolojiyi ihracatın da en önemli kaldıraçlarından biri olarak görüyor.

Sürdürülebilir geleceğe doğru

Henüz aktif bir sürdürülebilirlik veya sosyal sorumluluk projesi yürütmeyen İZBAK, bu konuları gelecek vizyonunun önemli bir parçası olarak değerlendiriyor. İbrahim Konca, çevresel duyarlılık ve toplumsal katkı ilkesini iş yapış biçimlerine entegre etmeyi hedeflediklerini ifade ediyor. "Ekonomik başarı kadar yaşadığımız topluma ve doğaya duyarlı olmak da önceliğimiz. Önümüzdeki dönemde bu alanda somut adımlar atmayı planlıyoruz." ifadeleriyle hassasiyetini ortaya koyuyor.

Büyümek değil, doğru büyümek önemli

İZBAK Bakliyat'ın yakın hedefleri arasında iç pazarda dağıtım ağını genişletmek yer alıyor. Ancak uzun vadeli vizyon, ihracatta kalıcı bir oyuncu olmak. İbrahim



Konca, büyümenin nicikle değil, nitelikle ölçülmesi gerektiğini şu sözlerle ifade ediyor: "Bizim için mesele sadece daha fazla üretmek ya da daha çok satmak değil. Biz büyürken ilkelerimizden taviz vermeme-yi esas alıyoruz. Kaliteyi, güveni ve etik değerleri temel alan bir büyüme modeli inşa etmek istiyoruz."

Gençlere ilham veren bir başarı öyküsü

İbrahim Konca'nın girişimcilik öyküsü, geleneksel bir aile mirasının nasıl vizyoner bir yaklaşımla modern dünyaya taşınabileceğini gösteriyor. Cesareti, planlı ilerleyişi, teknolojiye adaptasyonu ve insan odaklı yaklaşımıyla İbrahim Konca, genç ihracatçılar için ilham kaynağı bir rol model olarak öne çıkıyor.

**"E-TİCARET PLATFORMLARI
ARACILIĞIYLA FARKLI MÜŞTERİLERE
ULAŞMAYA ÇALIŞIYORUZ. DİJİTAL
ARAÇLARI HEM TANITIM HEM DE SATIŞ
İÇİN ETKİLİ BİÇİMDE KULLANIYORUZ."**

EMEKLE YOĞRULAN TATLAR, KADIN GÜCÜYLE DÜNYAYA AÇILIYOR

İngiltere başta olmak üzere 10'dan fazla ülkeye ihracat yapan Seda Gıda'nın başarısında, işine tutkuyla bağlı bir emekçi olan Yeşim Kuytu'nun vizyoner liderliği ve kadın girişimciliği etkili rol oynuyor. Gelenekten kopmadan yeniliğe odaklanan firma; kalite, şeffaflık ve sürdürülebilir ihracat anlayışıyla Türk lezzetlerini dünya pazarlarına taşımaya devam ediyor.

Adana'nın köklü toptancı gele-
neginden doğup, bugün Avru-
pa başta olmak üzere 10'dan faz-
la ülkeye ihracat yapan güçlü bir markaya
dönüşen Seda Gıda A.Ş.'nin başarısında
işine tutkuyla bağlı bir emekçinin, Yeşim
Kuytu'nun imzası bulunuyor. İş yaşamına
daha lise yıllarında, babasına yardım ede-
rek atılan Yeşim Kuytu, bugün hem fir-
manın yöneticiliğini yürütüyor hem de
Türk gıda ürünlerini dünya pazarlarında
başarıyla temsil ediyor.

"Kendimi emekçi olarak tanımlıyorum"

Yeşim Kuytu'nun başarı serüveni, kla-
sik bir yönetici profilinden çok daha faz-
lasını barındırıyor. "Kendimi emekçi ola-
rak tanımlıyorum." diyen Yeşim Kuytu,
girişimcilik ruhunu, aileden gelen ticaret
kültürüyle harmanlayarak, Seda Gıda'yı
sektörün ihracat devi hâline getiren isim-
lerden biri oldu.

1986 yılında babaları tarafından kuru-
lan Seda Gıda'da, Yeşim Kuytu ve kardeş-
leri 1990'dan itibaren aktif olarak yer al-

maya başladı. O dönem hem okuyup hem
çalışan Yeşim Kuytu, tabiri caizse "alay-
lı ve okullu" olarak iş dünyasında kendi-
ni geliştirdi. Zamanla şirketin vizyonunu
ihracat ekseninde genişleten Yeşim Kuy-
tu, firmayı Adana Vergi Rekortmenleri ve
Akdeniz Bölgesi'nin en çok ihracat yapan
ilk 100 firması arasına taşıdı.

Birleşik Krallık ve Avrupa'daki Türk nüfusuna hitap ediyor

Seda Gıda, "Ladin", "Nefis", "Sena", "Os-
car" ve "Sema" markalarıyla Bursa ve
Mersin'deki modern üretim tesislerinde
faaliyetlerini sürdürüyor. Zeytin ve fer-
mantasyon ürünlerinden bakliyat ve ku-
ru yemişe, geleneksel lokumlardan şeker-
leme ve baharat çeşitlerine kadar geniş bir
ürün gamına sahip olan firma, tüketici
beklentilerine yanıt veriyor.

Özellikle Birleşik Krallık ve Avrupa'da-
ki Türk nüfusuna yönelik üretim yapan
Seda Gıda, yurt dışında Türk mutfağına
duyulan özlemi, raflara taşıdığı özgün tat-
larla gideriyor. Her biri kendi alanında gü-
ven kazanmış markalarıyla, hem nostal-
ji hem de kaliteyi bir araya getiren firma,
ihracattaki başarısıyla Türkiye'yi ulusla-
rarası arenada gururla temsil ediyor.

"Özgüven ve kararlılık her zorluğu yenmede kilit rol oynuyor"

Kadın olmanın iş dünyasında hâlâ cid-
di zorluklar barındırdığına dikkat çeken
Yeşim Kuytu, özellikle dış ticaret gibi re-
kabetin yüksek olduğu bir alanda kadın
girişimci olmanın ekstra mücadele gerek-





Seda Gıda Yönetim Kurulu Üyesi
Yeşim Kuytu

tirdiğini vurguluyor. Genç kadınlara yönelik en temel tavsiyesi ise net: “Özgüvenli ve kararlı olun, ama bu iki kavramı mutlaka eğitim ve deneyimle destekleyin.” Ona göre bilgiyle donanmış bir özgüven, sadece iş dünyasında değil, hayatın her alanında başarıya giden yolu açıyor.

Yeşim Kuytu, kadınların dış ticarete daha fazla yer almasını sadece bireysel başarı açısından değil, toplumsal kalkınmanın sürdürülebilirliği açısından da hayati görüyor. “Bir toplumun yarısı potansiyelini tam anlamıyla ortaya koyamıyorsa, o toplum gelişemez.” diyerek kadın girişimciliğinin stratejik önemine dikkat çekiyor. Yeşim Kuytu’ya göre kadının üretimde, ihracatta, karar mekanizmalarında daha görünür hâle gelmesi, daha güçlü ve kapsayıcı bir ekonomi yaratmanın temel koşullarından biri.

İngiltere ile başlayan ihracat yolculuğu

Seda Gıda’nın dış ticaret macerası, 1996 yılında İngiltere’ye yapılan ilk gönderimle başladı. Tanıdık aracılığıyla gerçekleşen bu ihracat, firmanın Avrupa pazarına açılmasının ilk adımı oldu. Ardından fuar katılımları ve kurulan yeni iş birlikleriyle ülke sayısı arttı. Bugün 10 ülkeye ihracat yapan firma, İngiltere ve Irak’taki yurt dışı temsilcilikleriyle global ağını genişletmeye devam ediyor.

İhracatın ardında yatan en büyük motivasyonun, Türk mutfağına duyulan büyük ilgi olduğunu söyleyen Yeşim Kuytu, “Yurt dışında yaşayan Türklerin yanı sıra, Türk lezzetlerini merak eden yabancı müşteriler de bizim ürünlerimize yoğun ilgi gösteriyor.” dedi.



“Prensiplerimiz; güven ve şeffaflık”

Yeşim Kuytu’nun iş dünyasındaki büyük prensibi; uzun süreli ilişkiler kurabilmek. Bu da ancak karşılıklı güven ve şeffaflıkla mümkün. “Biz sadece ürün satmıyoruz, sürdürülebilir bir iş ilişkisi sunuyoruz.” diyen Yeşim Kuytu, ihracat yapılan ülkeleri düzenli olarak ziyaret ederek pazarı yerinde tanıdıklarını ifade ediyor. Müşteri ihtiyaçlarına hızlı cevap verme, kaliteli ve standart üretim anlayışı da firmanın sadık müşteri kitlesi oluşturmada önemli rol oynuyor.

Şeker ilavesiz ve doğal aromalı lokum üretimiyle fark yarattı

Seda Gıda, ihracat performansının yanı sıra ürün geliştirmeye yönelik yatırımlarla da fark yaratıyor. Özellikle son 5 yılda lokum üretimi ve ambalaj teknolojilerine odaklanan firma, geleneksel ürünleri modern formlarda tüketiciyle buluşturuyor. Örneğin, şeker ilavesiz ve doğal aromalı lokum üretimiyle hem sağlıklı yaşam trendlerine yanıt veriliyor hem de gelenekten kopmadan yenilik sunuluyor. Aynı zamanda, ambalaj tasarımlarında estetik ve fonksiyonelliği ön planda tuta-



rak ürünlerin raflarda öne çıkmasını sağlıyor. Bu yaklaşım, Seda Gıda’nın hem iç hem dış pazarda rekabet gücünü artıran önemli etkenlerden biri hâline geliyor.

Sektörün geleceğine dair görüşler

Yeşim Kuytu’ya göre sektörün kısa vadede çözüm bekleyen en önemli sorunu; ekonomik istikrarsızlık ve yüksek lojistik maliyetleri. Orta vadede nitelikli iş gücü eksikliği, uzun vadede ise firmaların dijital dönüşüm süreçlerindeki zorluklar öne çıkıyor. Tüm bu sorunlara rağmen, firmasıyla birlikte geleceğe umutla bakan Yeşim Kuytu, “Hedefimiz, daha yüksek kapasite ve daha yüksek standartlarla ulaşamadığımız tek bir müşteri kalmaması.” diyor. Yeşim Kuytu, bugüne dek bireysel ya da kurumsal olarak pek çok başarıya imza attı. Ancak onun için asıl ödül, kadının emeğinin bir markaya ve markanın da ülke ekonomisine değer katması. Sessiz ama istikrarlı bir başarı hikâyesi yazan Yeşim Kuytu, bugünün genç kadınlarına da “Hayal kurun, çalışın ve asla vazgeçmeyin.” mesajı veriyor.

Kuytu’nun liderliğinde büyüyen Seda Gıda, sadece ihracat rakamlarıyla değil, örnek alınacak kurumsal kültürü ve kadının gücünü merkeze alan yönetim anlayışıyla da dış ticaretin parlayan yıldızlarından biri olmaya devam ediyor.



TARSUS UN, AFRIKA VE ORTA DOĞU'DA BAŞARI HİKÂYESİ YAZIYOR

İleri teknoloji otomasyon sistemleri ve aylık 18 bin ton üretim kapasitesiyle Türk ununu dünyaya taşıyan Tarsus Un, kalite, sürdürülebilirlik ve inovasyonu harmanlayarak Afrika ve Orta Doğu'da başarı hikâyeleri yazıyor.

Mersin'in Tarsus ilçesinde 11 bin metrekareyi aşan tesislerinde tam otomasyonlu sistemlerle endüstriyel ve perakende un üretimi yapan Tarsus Un; Irak, Cıbuti, Filistin, Sudan, Somali ve Benin başta olmak üzere Afrika ve Orta Doğu ülkelerine ihracat gerçekleştirerek Türkiye ekonomisine güç veriyor. Endüstriyel alanda tandırlık, pide, lavash, somunluk, böreklik, pastalık ve baklavalık; perakende ise çok amaçlı buğday ve kepek unu üreten Tarsus Un, "Berdan Flour", "Najma Flour", "Cenan Flour", "D'epi" markalarıyla global pazarlardaki etkinliğini artırmayı, yeni pazarlara açılmayı ve katma değerli ürünlerle büyümeyi hedefliyor.

"Aylık 18 bin ton un üretim kapasitesine sahibiz"

Tarsus Un Yönetim Kurulu Üyesi Nurettin Yıldızgö-
rer, aylık 18 bin ton üretim kapasitesine sahip şirketin baş-
ta TSE olmak üzere ISO, BRC gibi uluslararası standart-
lara uygun şekilde donatılan tesislerinde ISO 9001, ISO
22000, ISO 45001 ve Helal sertifikalarıyla faaliyet gös-
terdiğini belirtti. Tarsus Un'un Birleşmiş Milletler bün-
yesindeki Dünya Gıda Programı (WFP) standartları-
na uygun olarak üretim yaptığını vurgulayan Nurettin
Yıldızgö-
rer, "Bizi rakiplerimizden ayıran en önemli

özellik, kaliteye ve sürdürülebilirliğe olan bağlılığımızdır. Hammaddeden son ürüne kadar tüm süreçlerde izlenebilirliği sağlıyor, çiftçiden başlayarak üretim zincirinin her halkasında yüksek kalite standartlarına sadık kalıyoruz. Bunun yanı sıra AR-GE'ye yatırım yaparak, geleneksel değeri korurken yenilikçi çözümler sunmayı ihmal etmiyoruz. Müşteri memnuniyetine vermiş olduğumuz önem, hızlı ve esnek lojistik yapımız, ayrıca gıda güvenilirliği konusundaki sertifikalı üretim sistemimiz bizi sektörde öne çıkaran temel unsurlar arasında yer alıyor. Yerel pazarda güvenilir bir marka olmanın yanında, ihracat kapasitemizle de Türk ununu dünyaya tanıtmak için çalışıyoruz." dedi.

"Hammadde girişinden ambalajlamaya kadar her aşamayı denetliyoruz"

Tarsus Un'un tam otomasyonla çalışan üretim tesisinde teknolojiyi, üretim hızını artırmak, kaliteyi sürdürülebilir kılmak ve izlenebilirliği sağlamak için stratejik araç olarak kullandıklarını ifade eden Nurettin Yıldızgö-
rer şunları söyledi: "Tesisimizde entegre ERP sistemleriyle tüm üretim sürecini dijital olarak takip ediyor; hammadde girişinden öğütme, eleme ve ambalajlamaya kadar her aşamayı otomatik kontrol sistemleri ile denetliyoruz. Bu sayede hem hata payını minimize ediyor hem de tutarlı ürün kalitesi sağlıyoruz. Ayrıca, yapay zekâ destekli sensörler ve veri analiz sistemleri ile proses optimizasyonu yapıyor, enerji ve su kullanımında tasarruf sağlayarak çevresel sürdürülebilirliğe katkıda bulunuyoruz. Örneğin, nem ve protein oranlarını anlık analiz eden inline cihazlar sayesinde, unun besin değerlerini istenen spesifikasyonlara göre anlık ayarlayabiliyoruz. AR-GE departmanımız ise fonksiyonel ürünler geliştirme üzerine çalışmalar sürdürüyor. Sağlıklı yaşam trendlerine uygun ürün portföyümüzü genişletmek amacıyla endüstriyel fırıncılık, pastacılık, ev kullanımı ve benzeri un çeşitleri üzerine çalışmalar yapıyoruz."

Sektördeki gelişmeleri de değerlendiren Nurettin Yıldızgö-
rer, sağlıklı beslenme ve çevresel duyarlılık doğrultusunda yüksek proteinli, fonksiyonel, glutensiz ve alternatif unlara olan talebin arttığını ve sürdürülebilir tarım uygulamalarının ön plana çıktığını sözlerine ekledi.



Tarsus Un Yönetim
Kurulu Üyesi
Nurettin Yıldızgö-
rer

RAMOS, İHRACATTA ROTAYI YÜKSEK POTANSİYELLİ PAZARLARA ÇEVİRDİ

Ramos Gıda, başta Irak ve Orta Doğu olmak üzere Almanya, Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Kanada ve ABD gibi yüksek potansiyele sahip ülkelere odaklanarak ihracat ağını genişletiyor. Geniş ürün yelpazesi, esnek ambalajlama seçenekleri ve güçlü markalarıyla, bu pazarlarda sürdürülebilir büyüme hedefliyor.

Bakliyat, bulgur ve un gibi temel tarımsal ürünlerin yanı sıra baharat, bitkisel yağ, makarna, salça ve sos ürünlerini uluslararası arenada “Ramos Agro”, “Nawras”, “Ajmal”, “Khosh”, “Yousef” ve “Ajmal” markalarıyla değere dönüştüren Mersin merkezli Ramos Gıda, ihracatta hedef pazar olarak başta Irak ve Orta Doğu olmak üzere Almanya, Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Kanada ve ABD’ye odaklandı.

Ramos Gıda Yönetim Kurulu Başkanı Muzaffer Hocaoglu, Irak’tan Avustralya’ya, ABD’den Norveç’e kadar pek çok ülkeye düzenli olarak ihracat gerçekleştiren firmanın geniş ürün ve marka yelpazesiyle 50 gramdan 50 kilograma kadar farklı ambalaj seçenekleriyle dünyanın dört bir yanından gelen talepleri karşıladığını belirtti.

“Doğal mercimek ve pirinç işleme tesislerinde tam izlenebilirlik ve yüksek kalite sağladık”

Yıllık 150 bin tonun üzerinde üretim hacmi bulunan Ramos Gıda’nın 2018 yılında faaliyete geçen doğal mercimek ve pirinç işleme tesisleriyle tam izlenebilirlik ve yüksek kalite sağladığını vurgulayan Muzaffer Hocaoglu, “Ürün portföyümüzde nohut, mercimek, fasulye, pirinç, bulgur, bezelye ve baharat gibi temel tarımsal ürünlerin yanı sıra ayçiçeği yağı, makarna, un, salça ve sos gibi gıda maddeleri de bulunuyor. Orta Doğu’dan Avrupa’ya, Kuzey Afrika’dan Amerika ve Asya’ya kadar geniş bir coğrafyada katma değerli ürünlerle ihracat gerçekleştiriyor, ülkemize döviz kazandırıyoruz.” dedi.



Muzaffer Hocaoglu, “Ramos Gıda, kaliteye verdiği ödünsüz önem, izlenebilir üretim zinciri, müşteri odaklı esnek hizmet anlayışı ve AR-GE’ye dayalı sürekli gelişimiyle sektörde güvenilirliğin simgesi oldu.” dedi.

“Son teknolojiyle donatılmış yeni üretim tesisimizle daha rekabetçi hâle geldik”

Mersin’de 90 bin metrekarelik alanda son teknolojiyle donatılmış yeni üretim tesisi sayesinde Ramos Gıda’nın küresel ölçekte rekabetçi hâle geldiğinin altını çizen Muzaffer Hocaoglu, “Ramos Gıda, 2019-2020 yıllarında en çok ihracat yapan 500 firma arasında yer alarak sektördeki liderliğini perçinledi. Geliştirdiği dijital platformlar sayesinde e-ticaret yoluyla doğrudan tüketiciye ulaşmayı hedefleyen firmamız, kısa vadede ihracat hacmini artırmayı, orta vadede üretim kapasitesini büyütmeyi ve uzun vadede markalarını küresel ölçekte tanınır hâle getirmeyi planlıyor.” diye konuştu.

Geri dönüştürülebilir ambalajdan güneş enerjisine uzanan yeşil yolculuk

Ramos Gıda’nın üretim süreçlerinde otomasyon sistemlerini ve ileri analiz cihazlarını kullanırken, AR-GE laboratuvarında ise sürekli ürün geliştirme ve çevreci prosesler üzerine çalışmalar yürüttüğünü kaydeden Hocaoglu, geri dönüştürülebilir ambalajlar, güneş enerjisi sistemleri, su tasarrufu projeleri ve adil ticaret ilkesiyle sürdürülebilirliğe güçlü katkılar sağladıklarının altını çizdi. Sosyal sorumluluk projelerine de büyük önem verdiklerini kaydeden Hocaoglu, Mardin’in Nusaybin ilçesinde bir ilkokul binasını millî eğitime kazandırdıklarını ve her yıl düzenli olarak yapılan gıda yardımları ile firmanın toplumsal duyarlılığı yansıttığını ifade etti.

Bağlı oldukları sektörde yaşanan gelişmeleri de değerlendiren Hocaoglu, şunları söyledi: “Bitki bazlı beslenmeye olan ilginin hızla artması, bakliyat çeşitlerini sağlıklı yaşamın vazgeçilmez hâline getiriyor. Bu dönüşüm, organik ve sürdürülebilir tarım uygulamalarının yaygınlaşmasıyla desteklenirken akıllı tarım teknolojilerinin üretim süreçlerine entegrasyonu da verimlilik ve kaliteyi artırıyor.”



KURU BAKLİYATLAR HER MEVSİM SOFRANIZDA OLMALI

Uzman Diyetisyen
Duygu Bilgin Göçer

Hububatlar, bakliyatlar ve yağlı tohumlar günümüzde birçok beslenme kültüründe dengeli bir beslenme için vazgeçilmez ürünler olarak kabul edilmektedir. İçerdikleri lif, vitamin E ve B, sağlıklı yağlar, çeşitli mineraller, karbonhidrat ve enzimler insan vücudu için oluşturduğu faydalar açısından çok önemlidir. Kuru baklagiller bitkisel protein dediğimiz proteinleri içeren besin grubudur. Ülkemizde daha çok fasulye, nohut, barbunya gibi çeşitleri tercih edilse de maş fasulyesi, börülce ve soya fasulyesi dünyada sıklıkla tüketilmektedir.

Baklagiller, içeriğindeki yüksek lif oranı, kaliteli proteinler ve vitaminler ile günlük beslenmenin temelinde yer alması gereken besin gruplarından birisidir.

Aynı zamanda tok kalmanıza yardımcı olur ve yüksek besin değeriyle sağlıklı bir bağırsıklık sistemini destekler. Sala-

tarlarınıza, haşlanmış nohut, börülce veya barbunya ekleyebilirsiniz. Veya haşlanmış nohutları fırınlایarak falafel yapabilir, salatalarınızı lezzetlendirebilirsiniz. Haşlanmış buğday ve nohut ile hızlı bir şekilde soğuk ayran aşı çorbası yaparak gün boyu tok kalabilirsiniz. Baklagilleri, haşlanmış ürün seçenekleriyle öğünlerde kullanarak kısa zamanda lezzetli ve sağlıklı sonuçlar elde edebilirsiniz.

Yaz ayları, sıcak havalara ve güneşin etkisiyle özellikle beslenmemize daha fazla dikkat etmemiz gereken bir dönemdir. Bu sıcak günlerde vücudun ihtiyaç duyduğu enerjiyi karşılayacak, aynı zamanda hafif ve doyurucu besinler tüketmek oldukça önemlidir. İşte yaz mevsiminde ideal olan ve kolayca ulaşılabilen protein kaynakları için kuru baklagiller çok iyi bir tercihtir. Bizim kültürümüzde baklagilleri daha çok sıcak yemek olarak tercih ettiğimiz için tüketimi genelde yaz aylarında azalır. Yaz aylarında bakliyatları tüketmekte biraz zorlanabiliyoruz.

Sizlerle yaz mevsiminde de rahat tüketebileceğiniz lezzetli tarifleri paylaşacağım. Özellikle yaz aylarında bakliyatları saklamak da oldukça zordur. Yaz aylarında özellikle havanın ısınması ve güneşin fazla etkisini göstermesiyle birlikte bakliyatlar daha hızlı bozulmaktadır. Bakliyatlar sert oldukları için kolay bozulmayan gıdalar gibi görünseler de nemden ve sıcaklıktan he-



men etkilenmektedir. Bu yüzden saklama koşulları çok önemlidir.

Uzun süre sapaşğam kalmaları, evde hep bulunmaları için özellikle dikkat etmeniz gerekenler:

1. adım: Bakliyatları saklamadan önce hepsine göz atmalı, bozuk taneleri ayıklamalısınız.
2. adım: Bakliyatları bez torbalarda saklamalı, bez torbanız yoksa cam kavanozları tercih etmelisiniz.
3. adım: Bakliyatları saklarken içine kurutulmuş defne yaprağı ya da sarımsak koymalısınız.
4. adım: Bakliyatları nemden korumak adına üstlerine bir miktar tuz ilave etmelisiniz.
5. adım: Bakliyatları serin ve karanlık ortamlarda saklamalısınız.



Humuslu Salata

Malzemeler:

- 1 su bardağı nohut
- 1/2 çay bardağı tahin
- 1 adet limonun suyu
- 2-3 adet sarımsak
- 1 çay kaşığı tuz
- 1/2 çay kaşığı kimyon
- 1 adet salatalık
- 3-4 adet çeri domates
- 2 adet marul yaprağı
- 1-2 tutam dereotu
- 1-2 tutam maydanoz
- 1 çay kaşığı sumak
- 2-3 yemek kaşığı zeytinyağı

Tarifi: Nohutu bir gece önceden suya koyun. Ertesi gün tencereye alın ve nohutlar yumuşayana kadar haşlayın. Nohutların kabuklarını soyun. Rondoya alın. Tüm malzemeleri de rondo ya ilave edin. İyice karışana kadar çekin. Kıvam alan humusu servis tabağına alın. Üzerine salata için tüm malzemeleri doğrayın.



Yoğurtlu Yeşil Mercimek Salatası

Malzemeler:

- 1 su bardağı yeşil mercimek
- 1 su bardağı şehriye
- 6 yemek kaşığı süzme yoğurt
- 1 diş sarımsak
- 1 tatlı kaşığı tuz
- 1 çay kaşığı karabiber
- 1 çay kaşığı toz biber
- 1 tutam dereotu
- Üzeri için
- 1 yemek kaşığı tereyağı
- 1 tatlı kaşığı kırmızı biber

Tarifi: 1 bardak yeşil mercimeği ve 1 su bardağı şehriyeyi ayrı tencerelerde haşlayın. Ayrı kâsede süzme yoğurt, rendelenmiş sarımsak, tuz, karabiber ve toz kırmızı biberi karıştırın. Haşlanmış karabuğday, yeşil mercimek ve kıyılmış dereotunu bir kâsede karıştırın. Ardından yoğurtlu karışımı ekleyip hepsini harmanlayın. Sos tavaşında tereyağını toz kırmızı biber ile eritin. Yoğurtlu yeşil mercimek salatasını servis tabağına alın ve üzerine sosunu gezdirin. Afiyet olsun.



Kuru Börülce Salatası

Malzemeler:

- 1 su bardağı kuru börülce
- 1 adet kapya biber
- 3-4 adet kornişon turşu
- 2-3 dal taze soğan
- 1 çay bardağı konserve mısır
- 1/2 çay kaşığı tuz

Bakliyatlı Soğuk Çorba

Malzemeler:

- 1/2 su bardağı yeşil mercimek
- 1/2 su bardağı şeker fasulye
- 1/2 su bardağı dövme buğday
- 1/2 su bardağı barbutya
- 500 gr. süzme yoğurt
- 7-8 su bardağı soğuk su
- 1/2 demet taze nane
- 4-5 tutam tuz

Tarifi: Tüm bakliyatları haşlayıp, süzüp, soğuması için kenara ayırın. Süzme yoğurt ile suyu karıştırarak koyu kıvamlı ayan hâline getirin. Haşladığınız bakliyatları, tuzu ve naneyi bu ayanaya ekleyin ve karıştırın. Dilerseniz ince kıyılmış sarımsak ve buz da ekleyebilirsiniz. Soğuk servis edin.

- 4 yemek kaşığı zeytinyağı
- 3 yemek kaşığı limon suyu
- 1 yemek kaşığı nar ekşisi
- 2 yemek kaşığı nar (isteğe göre)

Tarifi: Kuru börülceyi haşlamaya bırakın. Eğer 1 gece önceden suda bekletirseniz daha kısa sürede haşlanacaktır. Pişince kenara alın ve soğutun. Sos için nar ekşisi, tuz, zeytinyağı ve limon suyunu bir kâsede karıştırın. Haşlanan ve soğuyan börülceleri kapya biberlerle birleştirin. Üzerine mısır ve turşuları ekleyin. Taze soğan, nar ve sosu da ekledikten sonra güzelce karıştırın. Kuru börülce salatası hazır. Afiyet olsun.



BAY GRAIN, SOFRADA VE KAFESTE ZİYAFET SUNUYOR

Bay Grain Gıda, bakliyat, yağlı tohumlar ve kuş yemi sektörlerinde yüksek kalite standartlarıyla üretim ve ihracat yaparak Kanada'dan Hindistan'a uzanan geniş bir coğrafyada güçlü bir marka hâline geliyor. Kalite, hızlı teslimat, müşteri memnuniyeti ve sürdürülebilirliğe odaklanan yaklaşımıyla küresel pazarda güvenilir bir iş ortağı olarak öne çıkıyor.

Mersin merkezli Bay Grain Gıda, bakliyat, yağlı tohumlar ve kuş yemi sektörlerinde yüksek kalite standartlarında üretim ve ihracat yaparak global bir marka olma yolunda emin adımlarla ilerliyor. Nohut, mercimek, fasulye, ay çekirdeği ile güvercin ve kanarya yemi çeşitleriyle Kanada'dan Hindistan'a, Fas'tan Irak'a uzanan geniş bir coğrafyada faaliyet gösteren Bay Grain Gıda, "Doğadan gelen sağlığı, tüm canlılara ulaşılabilir kılmak" vizyonu ile hareket ediyor. Kaliteye verdiği önem, müşteri memnuniyetini iş modelinin temeli olarak görmesi, zorlukları gelişim fırsatına çeviren dinamik yaklaşımı, teknolojik yeniliklere ve sürdürülebilirliğe yaptığı yatırımlar, Bay Grain Gıda'yı rakiplerinden pozitif ayırıyor.

"Avrupa ülkeleri ile Hindistan ve Vietnam'da bakliyat ve kuş yemi sektörü büyüyor"

Bay Grain Gıda Yönetim Kurulu Başkanı Yiğit Özbilek, uluslararası pazarlarda önemli bir yer edindiklerini, Kanada, İngiltere, Macaristan, Fas, Cezayir, Bangladeş, Hindistan, Katar, Irak pazarlarında etkin olduklarını belirtti. Yiğit Özbilek, "İhracat yaptığımız bu ülkelerde, ürünlerimizin yüksek kaliteye

sahip olması, teslimat süreçlerinin hızlı ve güvenilir şekilde ilerlemesi bizi tercih edilen bir tedarikçi yapıyor." diye konuştu.

Avrupa ülkelerinde bakliyat ve kuş yemi talebinin yüksek olduğunu, Güneydoğu Asya ülkelerinden Hindistan ve Vietnam'da da bakliyat ve kuş yemi pazarının hızla büyüdüğünü kaydeden Yiğit Özbilek, "Bay Grain olarak hedef pazarlarımızda genişlemeyi ve küresel pazardaki konumumuzu daha da güçlendirmeyi amaçlıyoruz. Kaliteli ürünler, hızlı teslimat ve rekabetçi fiyatlarla sektördeki yerimizi pekiştirerek global ölçekte daha fazla müşteriye ulaşmayı hedefliyoruz." dedi.

"Ürünlerimizin en güçlü yönü kalite, doğru depolama ve lojistik sistemimizle müşteriye ulaşmasıdır"

Bay Grain Gıda'nın hem bakliyat ve yağlı tohumlarda hem de kuş yemi sektöründe yüksek kaliteli ürünlerin tedarikinde uzmanlaştığını vurgulayan Yiğit Özbilek, şunları söyledi: "Ağırlıklı olarak bakliyatta nohut, mercimek, fasulye, pirinç; kuş yeminde aspir, darı, fiğ, keten tohumu ürün portföyümüzde yer alıyor. Ürünlerimizin en güçlü yönü kalite, doğru depolama ve lojistik sistemimizle müşteriye ulaşmasıdır. Tüm ürünlerimiz titizlikle seçilir, uluslararası kalite standartlarına uygun olarak paketlenir ve müşterimize teslim edilir. Kaliteyi, hızlı teslimatı ve rekabetçi fiyatları bir arada tutabilmemiz bizi vazgeçilmez bir iş ortağı hâline getiriyor. Yüksek talep gören ürünlerimiz arasında; aspir, darı, nohut, mercimek öne çıkıyor. Bu ürünler özellikle ihracat yaptığımız pazarlarda besleyicilik oranı, kalitesi ve tedarik avantajıyla öne çıkıyor."

Bay Grain Gıda'yı rakiplerinden ayıran özelliklerini de değerlendiren Yiğit Özbilek, "Bizim için kalite, sadece ürünle sınırlı kalmaz. Hızlı teslimat, müşteri desteği ve sürdürülebilirlik gibi tüm süreçlerde kendini gösterir. Rakiplerimizin çoğunda genellikle düşük maliyet ön planda iken bizler zaman kaliteyi ön plana koyuyoruz. Zaten zincirindeki esnekliğimiz, özellikle ihracat süreçlerinde Bay Grain'i rakiplerinden ayıran diğer önemli faktördür. Üresel lojistik zorluklarına rağmen, müşterilerimize zamanında teslimat garantisi olarak güven oluşturuyoruz. Hızlı yanıt verme ve özelleştirilmiş çözümler geliştirme konusunda lider bir yaklaşım sergiliyoruz." ifadelerini kullandı.



APRİN DIŞ TİCARET, ANTEP FISTIĞI İŞLEME TESİSİNE HAZIRLANIYOR

Aprin Dış Ticaret, Mersin merkezli operasyonu ile 10 milyon dolarlık Antep fıstığı işleme tesisi yatırımı ve 5 ülkede şubeleşme hedefiyle, ihracat kapasitesini artırarak küresel ölçekte güçlü bir marka olma yolunda ilerliyor.



Jad Kahel, artan tüketici bilinciyle birlikte sağlıklı, fonksiyonel ve sürdürülebilir gıdalara ilginin arttığını, dijitalleşme ve sosyal medyanın etkisiyle e-ticarete hızlı büyüme yaşandığını belirtti.

Türkiye'nin dış ticaretinde stratejik rol oynayan Mersin'de kahve, baharat, kuru meyve ve kuru yemiş grubu ürünlerin uluslararası ticaretini yapan Aprin Dış Ticaret, 10 milyon dolar yatırımla Antep fıstığı işleme tesisi kurma ve hâlihazırda iki ülkede bulunan şube ve depolarını 4 yıllık süreçte 5 ülkede konumlandırmak için planlama yaptı.

Aprin Dış Ticaret Ltd. Şti.'nin Kurucusu Jad Kahel, firmanın yatırım ve genişleme stratejileri kapsamında kısa, orta ve uzun vadeli hedefleri şekillendirdiklerini, hem ihracat kapasitesini artırmak hem de küresel ölçekte güçlü bir marka hâline gelmek amacıyla önemli yatırımlara hazırlandıklarını belirtti.

"Orta Doğu ülkeleri ve yerel pazarda daha yüksek hacimlere ulaşmak istiyoruz"

1974 yılında ticari hayatına başlayan bir ailenin üçüncü kuşak temsilcisi olan Jad Kahel, Aprin Dış Ticaret'in günümüzde 60'tan fazla ülkeye ihracat gerçekleştirdiğini, şirketin hedefinde Orta Doğu ülkelerinde ve yerel pazarda daha yüksek hacimlere ulaşmak olduğunu kaydetti.

Aprin Dış Ticaret olarak marka ve ürün tanınırlığını artırmayı, ürün yelpazesini belirginleştirmeyi ve kalite standartlarını güçlendirmeyi amaçladıklarını vurgulayan Jad Kahel, katma değerli ürünler geliştirerek yerel iş birliklerini artırmaya ve kurumsal imajı güçlendirmeye kararlı olduklarını ifade etti.

Jad Kahel, "Uzun vadede ise küresel ölçekte kalıcı bir yer edinmek istiyoruz. Marka standardını uluslararası düzeye taşımayı,

yurt dışında şubeleşmeyi ve kendi depolarımız aracılığıyla hızlı dağıtım kanalları kurmayı planlıyoruz. Bu hedefler doğrultusunda 10 milyon dolarlık yatırım kararı aldık. Antep fıstığı işleme tesisi kurarak hem katma değeri yüksek ürünler üretmeyi hem de bu alandaki ihracat kapasitesini ciddi oranda artırmayı hedefliyoruz." dedi.

"Yeni tesisin sürdürülebilir tedarik zincirini oluşturacağız"

Söz konusu yatırımın yerli üreticinin ve ülke ekonomisinin gelişimi açısından da büyük önem taşıdığını belirten Jad Kahel, yerli çiftçilerle entegre şekilde çalışarak yeni tesis için sürdürülebilir tedarik zinciri oluşturacaklarını ve yerel istihdama da önemli katkılar sunacaklarını dile getirdi.

Jad Kahel, hâlihazırda iki ülkede şube ve depoları bulunan Aprin Dış Ticaret'in gelecek 4 yıl içinde bu sayıyı 5 ülkeye çıkararak daha yaygın bir küresel erişim ağı kurmayı planladığını, bu sayede müşterilerine daha hızlı ve etkin hizmet sunarak aynı zamanda lojistik operasyonlarını da optimize etmeyi sağlayacağını ifade etti.

"Temel prensiplerimiz; etik ticaret, kaliteli ürün, müşteri memnuniyeti"

Jad Kahel, "Aprin Dış Ticaret'i rakiplerinden ayıran temel unsur; etik ticaret anlayışıyla hareket etmesi, kaliteli ürünü uygun fiyatla sunması ve müşteri memnuniyetini esas alan yaklaşımıyla ticari ilişkilerde güven yaratmasıdır. Firmamızın müşterileriyle kurduğu dürüst ve şeffaf iletişim, büyüme stratejimizin merkezinde yer alıyor." diye konuştu.

Sürdürülebilirlik alanında özenli çalışmalar yaptıklarını aktaran Kahel, geri dönüştürülebilir ambalajlar kullandıklarını, kâğıt tüketimini azalttıklarını, gıda israfını önlemek adına artık yemekleri hayvan barınaklarına gönderdiklerini, çevreye saygılı tedarikçilerle çalışmaya özen gösterdiklerini sözlerine ekledi.





SERTİFİKALI TOHUM ÜRETİMİ 10 YILDA İKİ KAT ARTTI

Türkiye Tohumcular Birliği (TÜRKTOB) Yönetim Kurulu Başkanı Hacı Ömer Güler, sertifikalı tohum üretiminin 10 yılda iki kat artarak 1 milyon 300 bin tona ulaştığını söyledi.

Bitkisel Üretim Genel Müdürlüğü ile uyum içinde, çok hızlı ve sonuç odaklı çalışmalar yürüttüklerini kaydeden Hacı Ömer Güler, "Türkiye'nin bereketini dünya sofralarına taşıyoruz. Bundan 20 yıl önce ihracatının üç katı kadar ithalat yapan bir tohumculuk sektörü varken, bugün ihracatın, ithalatı karşılama oranı yüzde 147 olan bir sektörümüz var. Türk tohumculuk sektörü artık 117 ülkeye tohum ihraç ediyor, bu sayı fidan ve süs bitkileriyle birlikte 130'a ulaşıyor. 327 milyon dolarlık tohum, 32 milyon dolarlık fidan, 113 milyon dolarlık süs bitkisi ihraç ediyoruz. Yaklaşık 500 milyon dolarlık ihracatla Türkiye'de son 20 yılda sessiz bir devrim yaşadık." dedi.

Tarım ve Orman Bakanlığı'nın sertifikalı tohum kullanım desteklerini ortalama yüzde 87 artırmasının sektöre büyük ivme kazandırdığını bildiren Güler, yerli sertifikalı tohum ve fidan üretimine ayrılan finansman miktarının yüzde 128 artışla 80 milyon liraya çıkarıldığını, AR-GE kuruluşlarına ilk kez yüzde 50 Hazine faiz desteği sağlandığını, ek desteklerin sağlanmasının önemli bir ihtiyaç olduğunu sözlerine ekledi.

2028'E KADAR HUBUBATTA YÜZDE 13 ARTIŞ HEDEFLENİYOR

Tarım ve Orman Bakanı İbrahim Yumaklı, geçen yıl hayata geçirdikleri üretim planlaması ile birim alandan elde edilen üründe yüzde 13 oranında artış hedeflediklerini söyledi.

Türkiye ve Dünyada Lisanslı Depoculuk, Hububat Piyasaları Kongresi'ndeki konuşmasında Türkiye'de en fazla ekilen bitkisel ürün grubunun hububat olduğuna dikkati çeken Bakan Yumaklı, 23,9 milyon hektar tarım arazisinin yaklaşık yüzde 48'inde bu ürünlerin ekildiğini, bunun da 11,5 milyon hektara karşılık geldiğini ifade etti. Yumaklı, geçen yıl bu alanda üretilen hububat miktarının yaklaşık 39 milyon ton olduğunu aktararak birçok ülkenin ihtiyacının üzerinde üretim gerçekleştirildiğini kaydetti. Bitkisel, hayvansal ve su ürünleri üretiminin sürdürülebilir şekilde artırılması için üretim planlamasını hayata geçirdiklerine işaret eden Yumaklı, "Amacımız birim alandan almış olduğumuz ürünü artırmak; 3 yılın sonunda, yani 2028'de hububat ürünleri üretiminde yüzde 13'lük artış sağlamak.



İnşallah bu konuda yine nasip olur buralarda sonuçları birlikte değerlendirirken belki bu rakamların çok daha üzerinde çıktığını da görmüş olacağız." dedi.

Lisanslı depoculuk faaliyetlerini de değerlendiren Yumaklı, yurt genelinde 234 şirketin lisanslı depoculuk yaptığını, yaklaşık 12,2 milyon ton kapasiteye ulaşıldığını aktardı. Yumaklı, lisanslı depoculuk sayesinde ürün kayıplarının yüzde 10-30 arasında önlendiğine işaret ederek "Bir yıllık depolama sürecinde yaklaşık 2 milyon tona kadar kaybı engellememiz mümkün. Bunun da rakamsal karşılığı yaklaşık 23 milyar liradır." diye konuştu.

Tarımsal sulama yatırımlarına ayrılan ödenek 164 milyar TL

Cumhurbaşkanlığı 2025 Yılı Yatırım Programı'nda tarım sektörüne yönelik 356 proje için 164 milyar 102 milyon 39 bin lira ödenek ayrıldı. Ayrılan kaynağın yaklaşık 147 milyar 202 milyon lirası devam eden projelere, 15 milyar 300 milyon lirası yeni projelere ve 1,6 milyar lirası etüt projelerine tahsis edildi.

Söz konusu tarım yatırımları içinde en fazla pay 97 milyar 720 milyon lirayla sulama projelerine ayrıldı. Bu alanda 207 proje yürütülecek. Sulama yatırımlarının 95 milyar 650 milyon liralık kısmı 200 proje için Devlet Su İşleri (DSİ) Genel Müdürlüğü tarafından kullanılacak. Bu alanda depolama, iletim tüneli, sulama, ıslah ve taşkın projeleri öne çıktı. Tarım yatırımları içinde sulamayı 27



proje ve 32 milyar 525 milyon liralık yatırım tutarıyla taşkın koruma takip etti. Bu alandaki yatırımların da büyük kısmı DSİ Genel Müdürlüğü tarafından yapılacaktır. DSİ Genel Müdürlüğü, taşkın koruma çalışmaları için 32 milyar 475 milyon liralık yatırım gerçekleştirecek, deprem onarımları çerçevesinde 2,4 milyar lira harcayacak.

TAHİL VE BAKLIYAT ÜRETİMİNDE DÜŞÜŞ BEKLENİYOR

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), bu yıla ilişkin ilk bitkisel üretim tahminlerini açıkladı.

Bitkisel Üretim 1. Tahmini'ne göre üretim miktarlarının tahıllar ve diğer bitkisel ürünlerde (yem bitkileri hariç) yüzde 5,3, sebzede yüzde 1,7, meyveler, içecek ve baharat bitkilerinde yüzde 24,4 azalacağı tahmin ediliyor. Tahıl ve diğer bitkisel ürünlerde 71,4 milyon ton, sebzede 33 milyon ton, meyve, içecek ve baharat bitkilerinde ise 21,4 milyon ton üretim bekleniyor.

Tahminlerde, tahıl ürünleri üretim miktarlarının bu yıl geçen yıla kıyasla yüzde 4,1 azalarak, yaklaşık 37,4 milyon ton olacağı öngörüldü. Geçen yıla göre buğday üretiminin yüzde 5,8 azalarak 19,6 milyon tona, arpa üretiminin yüzde 8 gerileyerek yaklaşık 7,5 milyon tona, çavdar üretiminin yüzde 5,5 azalarak 243 bin tona, yulaf üretiminin yüzde 23,1 düşüşle 300 bin tona ineceği, mısır üretiminin ise yüzde 4,9 artarak 8,5 milyon tona çıkacağı tahmin edildi. Yüzde 2,5 oranında düşüş beklenen kuru baklagiller grubunda nohut, kuru fasulye ve kırmızı mercimek üretiminin sırasıyla 605 bin ton, 283 bin ton ve 340 bin ton olması bekleniyor. Yumru bitkilerden patatesin ise geçen yıla göre yüzde 13 azalarak 6 milyon ton üretileceği öngörüldü. Yağlı tohumlardan soya üretiminin yüzde 11,1 azalarak 160 bin tona gerileyeceği, ayçiçeği üretiminin ise yüzde 4,8 artışla 2,3 milyon tona çıkacağı tahmin



ediliyor. Sebze ürünleri üretim miktarının söz konusu dönemde yüzde 1,7 azalarak yaklaşık 33 milyon ton olacağı öngörüldü. Sebze grubu ürünlerinden karpuzda yüzde 3,5, kuru soğanda yüzde 2,6, patlıcanda yüzde 3,3 üretim artışı beklenirken domatestes yüzde 5,7, salçalık karpıya biberde yüzde 3,7, taze fasulyede yüzde 4,5 azalış olacağı tahmin edildi. Meyve, içecek ve baharat bitkileri üretim miktarının bu dönemde yüzde 24,4 azalarak, yaklaşık 21,4 milyon ton olacağı hesaplandı. Meyve grubunda, bir önceki yıla göre elmada yüzde 38,7, çilekte yüzde 4, şeftalide yüzde 32,1, nektarinde yüzde 35,5, kirazda yüzde 55,7, üzümde yüzde 18,6 üretim azalışı öngörüldü. Turuncgil meyvelerinden mandalınada yüzde 0,6 üretim artışı beklenirken portakalda yüzde 12,4, limonda yüzde 20,9 azalış tahmin edildi.

3 buğday ve 4 arpa tohumu geliştirildi

Adana'daki Doğu Akdeniz Tarımsal Araştırma Enstitüsü'nce geliştirilen yüksek verime sahip, hastalığa dayanıklı yeni buğday ve arpa çeşitleri tanıtıldı. Ekmeklik ve makarnalık buğday, pamuk, soya, ayçiçeği, yer fıstığı, nohut, bezelye, fiğ, arı otu, yonca, yer bademi, mısır ve arpa bitkilerinin

çeşit geliştirme çalışmaları yapılan enstitüde son olarak ekmeklik buğdayda "Dinçer01", "Ahsen" ile makarnalık buğdayda "Barkın" çeşitleri, arpada "Kıvalı01", "Balm01", "Şaheste" ve "Sürpriz" çeşitleri geliştirildi. Emsallerine göre verim, hastalık, yağış ve kuraklığa dayanıklılık özellikleriyle

su ve gübreye karşı daha olumlu davranış göstermesiyle öne çıkan çeşitler, Tarım ve Orman Bakanlığına bağlı Tohumluk Tescil ve Sertifikasyon Merkezi'nce tescillendi.

Yeni tohum çeşitlerinin tanıtıldığı etkinlikte konuşan Enstitüsü Müdürü İbrahim Cerit, 100 yılı aşkın süredir Türk tarımına hizmet eden kurumun ekmeklik buğdayda 22, makarnalık buğdayda 8 çeşit geliştirdiğini, pamuk, soya, nohut, kuru bezelye, mısır, yer fıstığı, yer bademi, yonca, fiğ, arı otu, ak üçgül, İskenderiye üçgülü ve Rodos otu olmak üzere toplam 115 bitki çeşidinin ıslahını sağladığını belirtti. Etkinlikte, buğday ve arpa çeşitlerinin geliştirilmesinde katkı sağlayan ıslahçılardan Dr. Gülşen Karatopak, Dr. M. Nazım Dinçer, Dr. Şadiye Yaktubay, Dr. A. Alpaslan Ezici ve Dr. Hasan Ay'a plaketteri verildi.



PEYSA GIDA; KALİTE, LEZZET VE SAĞLIKLA DÜNYAYA AÇILIYOR

Peysa Gıda, yerel lezzetleri modern hijyen ve kalite standartlarıyla buluşturarak hem yurt içinde hem de uluslararası pazarlarda büyümesini sürdürüyor. Sağlıklı üretim, hızlı teslimat, çevre dostu yaklaşım ve ihracat odaklı vizyonuyla Türkiye'yi küresel gıda sektöründe temsil etmeyi hedefliyor.

Temelleri 1993 yılında Adana'da atılan Peysa Gıda, peynir, zeytin, et ürünleri, turşu, kurutulmuş meyve, pekmez, tahin, bal ve sirke gibi geniş bir yelpazede kaliteli gıda ürünlerini İngiltere ve Avustralya'ya ihraç ederken hedef pazar olarak rotasını Avrupa ve Orta Doğu ülkelerine çevirdi.

Peysa Gıda Yönetim Kurulu Başkanı Zübeyt Şendur, firmanın kuruluşundan bugüne geçen sürede elde ettiği büyümeyi ve ihracat vizyonunu "Sağlıklı, lezzetli ve birinci kalite ürünleri tüketicilerle buluşturmayı kendimize ilke edindik." sözleriyle özetleyerek, "Türkiye genelinde hem lokal marketlerle hem de Migros ve Metro gibi ulusal zincirlerle güçlü bir iş birliğimiz var. Bayiliğini yaptığımız Ekici Peynirleri, Çiçek Turşuları, Şahin ve İmamoglu Sucukları, Marmarabirlik Zeytinleri ve Yeni Kavaklıdere Sirkeleri gibi önemli markaların yanı sıra, kendi markamız olan Ecegün Peynirleri ile pazarda fark yaratıyoruz. Özellikle deri ve bidon tulum peynirlerini özel vakum ambalajlarla sunarak geleneksel tatlarımızı modern hijyen standartlarıyla birleştiriyoruz. Bugün İngiltere ve Avustralya'ya gerçekleştirdiğimiz ihracatın yanı sıra, Avrupa ve Orta-doğu ülkeleri öncelikli hedef pazarlarımız arasında yer alıyor. Kurutulmuş meyve, tahin, pekmez ve bal gibi geleneksel ürünlerimiz yurt dışında büyük ilgi görüyor. Bu talepler doğrultusunda ürün portföyümüzü sürekli geliştiriyoruz." dedi.

"Gıdada güven, teslimatta hız, üretimde sürdürülebilirlik temel ilkelerimiz"

Peysa Gıda'nın ISO 22000-2005 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi ve OHSAS 18001 standartları doğrultusunda üretimden sevkiyata kadar tüm aşamalarda insan sağlığını korumaya yönelik önlemleri titizlikle uyguladığının altını çizen Zübeyt Şendur, "Müşteri memnuniyeti gıda sektöründe kritik önem taşıyor. Satış ve pazarlama ekiplerimiz haftalık müşteri ziyaretleri gerçekleştirerek bire bir iletişim kuruyor. Günlük dağıtım araçlarımız



Peysa Gıda, geçmişinden aldığı güçle modern altyapısını birleştirerek yatırımlar, yeni pazarlar ve bayiliklerle sürekli büyümeyi hedefliyor.

sayesinde ürünlerimizi zamanında ve taze şekilde müşterilerimize ulaştırıyoruz. Müşterilerimize uygun gün ve saatlerde teslimat yapıyoruz." diye konuştu.

"Güneş enerjisinden faydalaniyoruz, atıkları geri dönüşüme kazandırıyoruz"

Firma olarak teknolojiyi aktif şekilde kullandıklarını, satış ve pazarlama ekiplerinin tabletler aracılığıyla anlık stok kontrolü ve sipariş yönetimi yapmasını sağlayarak süreçlerde verimlilik elde ettiklerini kaydeden Zübeyt Şendur, ayrıca 2015 yılından bu yana fabrika çatısına kurulan güneş enerjisi panelleri ile elektrik ihtiyacının önemli bir kısmını karşılayarak sürdürülebilirliğe katkıda bulunduklarını dile getirdi. Zübeyt Şendur, geri dönüşüm konusunda da çevre dostu adımlar atan Peysa Gıda'nın atıkları ayrıştırarak düzenli olarak geri dönüşüme kazandırdığını sözlerine ekledi.

"Yerelden küresele uzanan büyüme yolculuğunda hedeflerimiz büyük"

Peysa Gıda'nın kısa, orta ve uzun vadeli hedeflerine de değinen Şendur, "Dört ilde bulunduğumuz hizmeti çevre illere yaymak,



Peysa Gıda Yönetim Kurulu Başkanı Zübeyt Şendur

ulusal zincir marketlerde daha görünür hâle gelmek ve ihracat yaptığımız ülke sayısını artırmak öncelikli hedeflerimiz arasında yer alıyor. Gıda alanında Türkiye'yi başarıyla temsil ederek küresel pazarda daha güçlü bir oyuncu olmayı hedefliyoruz." diye konuştu.

MERSİN LİMANI'NDA MEGA DÖNÜŞÜM

Türkiye'nin dış ticaretinde kilit rol üstlenen Mersin Limanı, genişleme projesiyle hem kapasitesini artırıyor hem de küresel lojistikteki iddiasını güçlendiriyor.

Mersin Limanı Genişleme Projesi hakkında değerlendirmelerde bulunan Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Abdulkadir Uraloğlu, Türkiye'nin en büyük konteyner elleçleme kapasitesine sahip tesiste kapasitenin 2,6 milyon TEU'dan 3,6 milyon TEU'ya çıkarılacağını, 880 metrelik



Ulaştırma ve
Altyapı Bakanı
Abdulkadir Uraloğlu

rıhtımın iki 400 metrelik mega gemiyi aynı anda ağırlayabilecek şekilde genişletileceğini belirtti.

Mersin Uluslararası Liman İşletmeciliği A.Ş. (MIP) tarafından işletilen Mersin Limanı'nın 124 hektar alanıyla ülkenin en büyük yüz ölçümüne sahip limanı olduğuna işaret eden Bakan Uraloğlu, "Mersin Limanı, ülkemizin yüzde 50'sine yakın bir hinterlanda hizmet veriyor. İhracatımızın konteyner yüklerde yüzde 22'si, konvansiyonel yüklerde ise yüzde 7'si Mersin Limanı tarafından gerçekleştiriliyor." dedi.

Bakan Uraloğlu, Mersin Limanı'nın 2,6 milyon TEU konteyner, 10 milyon ton konvansiyonel yük kapasitesiyle 5 kıtaya doğrudan hizmet sunduğuna dikkati çekerek 5 binin üzerinde kişiye doğrudan,

30 binden fazla kişiye dolaylı istihdam sağladığını bildirdi. Uraloğlu, "Liman, yurt içine ve Orta Doğu ülkelerine kara, hava ve demir yolları ile bağlanmış durumdadır. Mersin Limanı, Türkiye'nin önde gelen endüstri şehirleri yanında, Irak, Suriye ve Bağımsız Devletler Topluluğu ülkelerine en önemli bağlantı noktası konumundadır. Bu liman sayesinde komşu ülkelerin gelişmekte olan yük trafiğinden daha fazla pay almayı hedefliyoruz." diye konuştu.

2016 yılında hizmete sunulan EMH-I Terminali'ne bir mega geminin yanaşabildiğini ifade eden Uraloğlu, "EMH-II Projesi'yle, 2 mega konteyner gemisine aynı anda hizmet verebilmek için EMH-I rıhtımı 380 metre uzatılacak ve 176 bin metrekaare geri saha yaratılacak." bilgisini paylaştı.

Stratejik ürün buğdayın hafızası güncellendi



Gıda güvenliğinin temel taşlarından biri olan buğdaya dair Türkiye'nin en kapsamlı bilimsel çalışması niteliğindeki "Türkiye Buğdayları" adlı eser yeniden yayımlandı. Türk bilim insanı, buğday genetikçisi, taksonomisti ve ıslahçısı Dr. Mirza Gökgöl'ün 1935-1939 yılları arasında kaleme aldığı, Anadolu'nun yerel buğday türlerini belgeleyen iki ciltlik bu kıymetli kaynak Tersane İstanbul'da düzenlenen bir etkinlikte kamuoyuna tanıtıldı.

Buğdayın sadece tarımsal değil, aynı zamanda ekonomik ve stratejik bir ürün olduğuna dikkat çeken Yıldızlar Yatırım Holding Yönetim Kurulu Üyesi Hakkı Yıldız, kitabın yeniden basılmasını tarım sektörü adına önemli bir kazanım olarak değerlendirdi. Hakkı Yıldız "Buğday, insanlık tarihi kadar eski ve günümüzde de en temel gıda maddesi olma özelliğini sürdüren stratejik bir üründür. Mirza Gökgöl'ün Anadolu'yu adım adım gezerek yerli buğday türlerini kayda alması, yalnızca bilimsel bir başarı değil, aynı zamanda ulusal tarım hafızamıza yapılmış bir yatırımdır." dedi.



Bakliyat Araştırma Merkezi'nde "Nohut Peyniri" üretildi

Türkiye'nin bakliyat ve lojistik üssü Mersin'de, protein değeri yüksek baklagillerin tüketimini artırmak amacıyla kurulan Bakliyat Araştırma Merkezi'nde (BAM) dikkat çekici bir inovasyona imza atıldı. Mersin Ticaret Borsası (MTB) öncülüğünde kurulan merkezde, nohut bazlı süt kıvamındaki bir karışımdan "nohut peyniri" üretildi.

Daha önce fasulyeden kek, nohuttan süt, ekmek, cips ve çerez ile mercimekten kraker gibi ürünlerin geliştirildiği merkezde bu kez vegan peynire odaklanıldı. Tarsus Üniversitesi Mersin-Tarsus Organize Sanayi Bölgesi Teknik Bilimler MYO Gıda İşleme Bölümü Öğretim Üyesi Doç. Dr. Gülşen Gökşen'in liderliğindeki ekip, nohutları ince un hâline getirdikten sonra su ve bitkisel bileşenlerle karıştırarak süt kıvamında bir karışım elde etti. Karışım, kontrollü sıcaklıkta pişirilip pastörize edildikten sonra kalıplara döküldü. Soğutulularak sertleştirilen ve olgunlaştırma sürecine alınan nohut peyniri, son olarak vakumlu ambalajlarla paketlenildi.

MTB Yönetim Kurulu Başkanı Abdullah Özdemir, nohut peynirinin tescili için Türk Patent ve Marka Kurumu'na başvuracaklarını belirterek ürünün piyasaya sunulması için firmalarla görüşmelere başladıklarını açıkladı. Özdemir, "Amacımız, bakliyat ve narenciyeden elde edilen



katma değerli ürünlerle bölge ekonomisine katkı sağlamak. Vegan ve vejetaryen beslenme şekillerine olan ilgi arttıkça bu tür yenilikçi ürünlere yönelik çalışmalarımız sürecektir." diye konuştu.

Doç. Dr. Gülşen Gökşen ise ürünün özellikle glütensiz beslenmeyi tercih eden ya da laktoz intoleransı olan bireyler için ideal bir seçenek sunduğunu ifade etti. Gökşen "Süt ürünlerini tüketemeyenler bu peyniri kahvaltılık olarak ya da salatalarında rahatlıkla kullanabilir. Ayrıca, bazı çocuklar bakliyat tüketmeyi sevmiyor. Onların ilgisini çekerek nohudu beslenmelerine kazandırmak istiyoruz." dedi.

ŞİKAGO TİCARET MERKEZİ, ABD PAZARINDA REHBERLİK EDİYOR



TOBB Ticaret Merkezleri Genel Müdürü Volkan Palaz

Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) Türk yatırımcılara destek olmak için Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) tarafından kurulan Şikago Ticaret Merkezi, Adana ve Mersin'de tanıtıldı. TOBB Ticaret Merkezleri Genel Müdürü Volkan Palaz, TOBB'un ihracatı güçlendirme hedefiyle kurduğu bu merkezin bugüne dek 350'den fazla firmaya hizmet verdiğini söyledi. Amerika'daki güvenilir danışmanlık eksikliğine dikkat çeken Volkan Palaz, Şikago Ticaret Merkezi'nin firmalara yalnızca yerel destek sağlamakla kalmayıp aynı zamanda bir ihracat kuluçka merkezi gibi çalıştığını vurguladı. Merkezin Türk firmaların ABD pazarına girişini kolaylaştıracak bir platform sunduğunu anlatan Palaz, "Amerika pazarında başarılı olabilmek için sadece kaliteli ürünler yeterli değildir. Pazarı doğru anlamak, rekabet koşullarını değerlendirmek ve yerel iş ortaklarıyla güçlü ilişkiler kurmak çok önemlidir. Şikago Ticaret Merkezi, bu ihtiyaçları karşılayacak altyapıyı ve iş desteğini firmalarımıza sunmaktadır. Ayrıca, firmalarımız burada yerel iş yapış biçimlerine uygun stratejiler geliştirerek, ürünlerini daha verimli bir şekilde pazarlayabileceklerdir." dedi.

Gelecek süreçte Amerika'da farklı iki noktada daha benzer bir organizasyon inşa etmeyi hedeflediklerine de değinen Palaz, Avrupa'da da iki farklı ülkeyi planları arasına aldıklarını sözlerine ekledi.

KIVANÇ

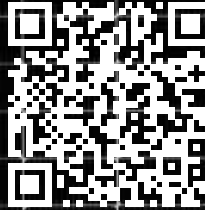
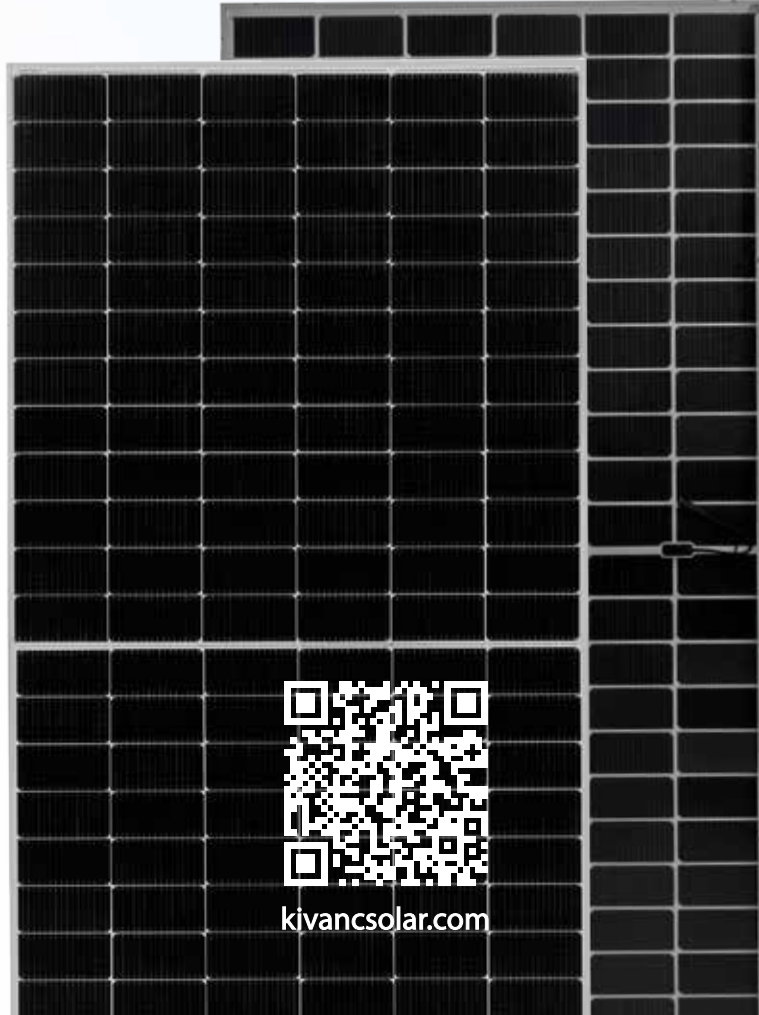
ENERJİ

Güneş panelinde aynı alanda
maksimum verim, daha fazla elektrik!
Topcon Hücre ile Geleceğe Üretim!

Yeni Nesil Teknoloji

TOPCON

585-600 W



kivancsolar.com

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