

## YAŞ MEYVE SEBZE İHRACATININ YILDIZLARI ÖDÜLLENDİRİLDİ

Türkiye yaş meyve sebze ihracatının lokomotifi Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği, 2025'te 1,73 milyar dolarlık başarıya imza atan 50 üyesini Mersin'de düzenlenen görkemli törende ödüllendirdi. 2025 Yılı İhracatın Yıldızları Ödül Töreni'ne ev sahipliği yapan Başkan Ferhat Gürüz, yüzde 95 yerlilik oranına sahip sektörde net döviz kazancının ve ihracatın yarısının Akdeniz illerinden sağlandığını belirtti.



### AKİB'İN İHRACATINDA MARTTA GÜÇLÜ İVME

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) mart ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 24 artışla 1,81 milyar dolar ihracat gerçekleştirdi.

### İHRACAT AKADEMİSİ ADANA'DA BAŞLIYOR

İhracat Akademisi'nin Adana İhracat Uzmanlığı Eğitim Programı, Adana Sanayi Kampüsü'nde 18 Nisan 2026'da hibrit formatta başlıyor.

### MADE IN EU KARARI KAYBI ÖNLEDİ, BASKIYI ARTIRDI

Avrupa Birliği'nin "Made in EU" yaklaşımı Türkiye'yi üretim zincirinde tutarken rekabeti maliyetten sürdürülebilirliğe taşıyor.

Kendi sektörünün lider firmaları, sürdürülebilir ve verimli geleceğin anahtarını ÇATALBAŞ ELEKTRİK'e emanet ediyor.



**! 600 MWp GES**  
■ Kurulumu Gerçekleştirdik!



Türkiye genelinde  
**2019-2021 6. Sıra**  
**2021-2023 38. Sıra**

Çatalbaş Elektrik, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) tarafından açıklanan listede iki dönem üst üste yer alma başarısını gösterdi.

## Çatalbaş Elektrik Enerji: Güçlü Grup Şirketleriyle Büyüyen Enerji

Çatalbaş Elektrik olarak, stratejik grup şirketlerimizle birlikte sektördeki konumumuzu sürekli güçlendiriyoruz. Bu finansal ve operasyonel iş birlikleri sayesinde projelerimizi daha yenilikçi, daha sağlam ve daha sürdürülebilir bir yapıya kavuşturuyoruz. Bu güçlü ortaklıklar, Türkiye'nin enerji geleceğine önemli katkılar sağlarken uzun vadeli başarı hedeflerimize güvenle ilerlememizi mümkün kılıyor. Sahip olduğumuz bu kapsamlı iş birliği ağı, hem rekabet avantajımızı artırıyor hem de müşterilerimize her zaman en iyi ve en kapsamlı çözümleri sunmamızı sağlıyor.



Envolt Enerji, Çatalbaş Elektrik'in grup şirketi olarak yenilenebilir enerji santrallerinin kurulumu, revizyonu, bakımı ve işletilmesi alanlarında faaliyet göstermektedir. Özellikle güneş enerjisi projelerine yönelik sunduğu çözüm odaklı hizmetlerle güvenilir ve sürdürülebilir uygulamalar geliştirmektedir.



Link Pano & Otomasyon, Çatalbaş Elektrik'in grup şirketi olarak alçak gerilim pano üretimi, enerji dağıtım ve otomasyon çözümleri alanlarında hizmet vermektedir. Schneider Electric bayisi olarak, projelerinde kalite, güvenlik ve standartlara uygunluğu ön planda tutmaktadır.



Enboss, Çatalbaş Elektrik'in grup şirketlerinden biri olarak akıllı bina sistemleri, güneş enerjisi çözümleri, elektrikli araç şarj altyapıları ve zayıf akım sistemleri alanlarında entegre çözümler sunmaktadır. Modern yapılar için verimli, sürdürülebilir ve kullanıcı odaklı teknolojiler geliştirmektedir.



Cataless, Çatalbaş Elektrik grup şirketi olarak enerji depolama sistemleri alanında tasarım, üretim ve uygulama süreçlerini kapsayan çözümler sunmaktadır. Geliştirdiği batarya sistemleriyle enerji verimliliğini artıran, güvenilir ve sürdürülebilir uygulamalar gerçekleştirmektedir.



# Zor bir dönemde dahi ihracatta pozitif ayrışmayı başardık



## FATİH DOĞAN

Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı

**K**üresel ticaretin kırılğan dengeler üzerinde ilerlediği, jeopolitik gerilimlerin ve ekonomik dalgalanmaların etkisini giderek derinleştirdiği bir dönemden geçiyoruz. Tedarik zincirlerinde yaşanan yeniden yapılanma süreci, bölgeselleşme eğilimlerinin güç kazanması ve maliyet baskılarının artması, uluslararası ticaretin kurallarını yeniden tanımlıyor. 2026 yılının ilk çeyreğine ilişkin veriler de bu zorlu konjonktürün dış ticaret performansımıza doğrudan yansıdığını açık biçimde ortaya koyuyor. Mart ayında 21,9 milyar dolar seviyesinde gerçekleşen ulusal ihracat ve yılın ilk üç ayında kaydedilen sınırlı daralma, ilk bakışta temkinli bir tabloya işaret etse de derinlemesine bakıldığında bu sürecin aynı zamanda güçlü bir yapısal dönüşümü beraberinde getirdiği görülüyor.

## DEĞİŞEN KÜRESEL KOŞULLARA UYUM SAĞLAYARAK BÜYÜMEMİZİ SÜRDÜRÜYORUZ.

Bu dönüşüm sürecinde Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB), ortaya koyduğu performansla dikkat çekici bir ayrışma sergiliyor. Mart ayında yüzde 24'lük artışla 1,81 milyar dolarlık ihracat hacmine ulaşan Birliğimiz, yılın ilk çeyreğinde de yüzde 5 büyüme ile 4,58 milyar dolara erişerek bölgesel gücünü pekiştirmeyi sürdürüyor. Elde edilen bu başarı sayısal bir artışın ötesinde; doğru kurgulanmış pazar stratejilerinin, sektörler arası dengeli büyümenin ve değişen koşullara hızla uyum sağlayabilen esnek bir ihracat yapısının güçlü bir yansımasıdır.

Özellikle Avrupa pazarında yakalanan ivme, stratejik yönelimlerimizin ne denli isabetli olduğunu ortaya koyan en önemli göstergelerden biri olarak öne çıkıyor. İtalya, İspanya ve Romanya gibi pazarlarda kaydedilen yüksek oranlı artışlar; Fransa ve İngiltere-

re'de sürdürülen istikrarlı büyüme ile birleşerek ihracat coğrafyamızın daha dengeli ve sürdürülebilir bir yapıya kavuşmasını sağlıyor. Avrupa merkezli bu genişleme, ihracatın sürekliliği açısından stratejik bir dayanak oluşturuyor.

Ortaya çıkan tabloda küresel ticaret; hız, esneklik, dijitalleşme ve sürdürülebilirlik ekseninde köklü bir dönüşümden geçiyor. Bu yeni dönemde AKİB, değişime uyum sağlayan bir yapı olmanın ötesine geçerek, dönüşüme yön veren bir aktör olma vizyonuyla hareket ediyor. Pazar çeşitlendirmeden lojistik kabiliyetlerin geliştirilmesine, yeşil dönüşümden dijital altyapı yatırımlarına kadar geniş bir alanda attığımız stratejik adımlar, Akdeniz'i küresel ölçekte güçlü bir üretim ve ihracat üssü haline getirme hedefimizin temelini oluşturuyor.

Gelecek dönemde küresel ticarete dalgalı seyrin devam etmesi öngörülmekle birlikte; güçlü altyapımız, derin tecrübeye sahip ihracatçı ekosistemimiz ve stratejik öngörümüz sayesinde bu belirsizlikleri fırsata dönüştürebilecek kapasiteye de sahibiz. Gelecekteki ihracat pazarlarında derinleşmeye ve yeni pazarlarda var olmaya odaklı yaklaşımımız bu anlamda en büyük avantajımız olacaktır.

AKİB çatısı altındaki birliklerimizin seçimli genel kurul sürecini de nisan ayı sonuna kadar tamamlamayı hedefliyoruz. Bugüne kadar özveriyle görev yapan yönetim kurullarımıza, ortaya koydukları katkı, vizyon ve emekleri için teşekkür ediyoruz. Bu güçlü kurumsal birikim, AKİB'in sürdürülebilir başarısının en önemli yapı taşlarını oluşturmaktadır.

Göreve yeni seçilen/seçilecek olan tüm birliklerimizin yönetim kurullarını şimdiden tebrik ediyorum. Yeni yönetimin, AKİB'i daha ileri taşıyacak projelere öncülük edeceklerine, Birliğimizi yalnızca bölgesel ölçekte değil, küresel düzeyde de daha etkin, daha rekabetçi ve daha yön belirleyici bir konuma taşıyacaklarına yürekten inanıyorum.

## AKİBaktüel

### SAHİBİ

Akdeniz İhracatçı Birlikleri adına  
Veysel Memiş

### YAYIN KURULU

Saadettin Çağan, Gürkan Tekin,  
Yüksel Akgöl, Fatih Doğan  
Ferhat Gürüz, Fuat Tosyalı,  
R. Onur Kılıçer

### SORUMLU

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ  
Mehmet Ali Erkan

### YÖNETİM YERİ

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

### YAYIM

**NAR PR**

Medya İletişim Danışmanlık

Nar PR Medya İletişim  
Danışmanlık Ltd. Şti.

### YAYIN DİREKTÖRÜ

Recep Şenyurt  
senyurt@narprmedya.com

### EDİTÖR

Nadide Akın  
Büyüamin Yıl  
narpr@narprmedya.com

### İLETİŞİM

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

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

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

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

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

## MARTTA İHRACAT 21,9 MİLYAR DOLAR



### 8 > Haber

BREZİLYA'YA TÜRK ÇELİK KAPI ATAĞI



### 9 > Haber

YAŞ MEYVE SEBZE SEKTÖRÜ LATİN AMERİKA AÇILIMINI DERİNLEŞTİRİYOR

### 11 > Haber

ÇİN MOBİLYA PAZARINDA ORTA SEGMENT VE AKILLI ÇÖZÜMLER ÖNDE

### 12 > Haber

İLK ÇEYREKTE 5 İLDEN 3,4 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT

### 15 > Haber

İGE'DEN İHRACATÇIYA 3 STRATEJİK FİNANSMAN HAMLESİ

### 18 > Haber

ADANA ŞALGAMI ARTIK DÜNYA TESCİLLİ

### 19 > Haber

ÖZEL NİTELİKLİ ALIM HEYETLERİYLE TÜRK FİRMALAR KÜRESEL SAHNEDE



### 22 > Aktüel Haber

AKDENİZ'İN SAKLI SERİNLİĞİ: TARSUS ŞELALESİ



### 30 > Haber

RÖNESANS'TAN DAPEK İÇİN ULUSLARARASI STRATEJİK ORTAKLIK

### 34 > Haber

NARENCİYEDE LİDER, KARNAVALDA KÜRESEL VİTRİN

### 36 > Araştırma

UZAK PAZAR, BÜYÜK POTANSİYEL



### 39 > Haber

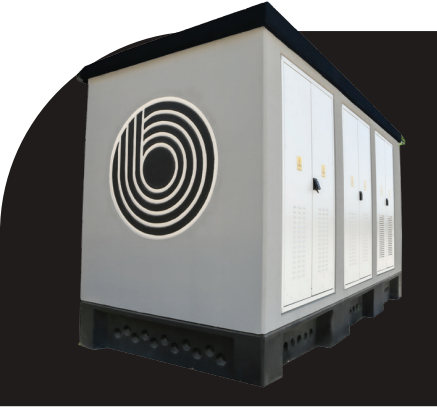
KAMBETON, TÜRK MÜHENDİSLİĞİ İLE KÜRESELDE GÜCÜNÜ ARTIRIYOR



## “Beta Enerji ve Teknoloji Kampüsü ile **ARTIK DAHA GÜÇLÜYÜZ**”

Kuru tip ve yağlı tip dağıtım transformatörlerindeki yarım asırlık tecrübemizi Güç Transformatörlerine, Hava Yalıtımlı Metal Enclosed Hücrelere ve Beton Köşklere aktarıyor; şehirlere, santrallere, barajlara, veri merkezlerine ve **yaşama enerji veriyoruz.**

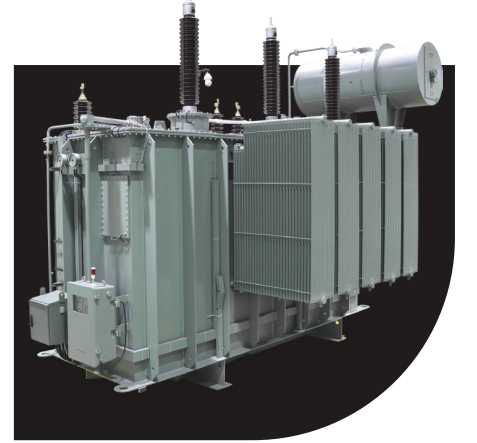
Beton Köşk



Hava Yalıtımlı Metal Enclosed Hücreler



Güç Transformatörü



36 KV / 630A-1250A

1000 MVA / 1000 kV

Güç ve Gerilime Kadar Üretim





## MARTTA İHRACAT 21,9 MİLYAR DOLAR

Türkiye'nin mart ayı ihracatı 21,9 milyar dolar oldu. 2026 yılında ilk çeyrek ihracatı 63,3 milyar dolara, son 12 aylık ihracat ise 271,3 milyar dolara ulaştı. Ticaret Bakanı Ömer Bolat, jeopolitik risklerin dış ticaret üzerindeki etkisine dikkat çekerek, özellikle Hürmüz Boğazı kaynaklı gelişmelerin enerji ve petrokimya tedarik zincirlerinde ciddi dalgalanmalara yol açtığını vurguladı.

**M**art ayı ihracat verileri Ticaret Bakanı Ömer Bolat ve Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe tarafından Van Ticaret ve Sanayi Odası'nda düzenlenen toplantıda açıklandı. Ticaret Bakanı Ömer Bolat, mart ayında ihracatın 21,9 milyar dolar olarak gerçekleştiğini ve geçen yılın aynı ayına göre yaklaşık 1,5 milyar dolarlık düşüş yaşandığını bildirdi. Bakan Bolat, söz konusu gerilemede küresel ticaretteki yavaşlama, takvim etkisi ve jeopolitik gelişmelerin belirleyici olduğunu vurguladı. Küresel ekonomide pandemi sonrası dönemde kırılma risklerinin kalıcı hale geldiğine dikkat çeken Bolat, artan enflasyonun, enerji maliyetlerinin ve ticaret savaşlarının dış ticaret dinamiklerini baskıladığını ifade etti. Dünya Ticaret Örgütü verilerine göre 2026 yılında küresel ticaret artış hızının yüzde 1,9'a gerilemesinin beklendiğini aktaran Bolat, OECD tahminlerinin de küresel büyümede ivme kaybına işaret ettiğini söyledi.

### Hürmüz etkisi ve enerji güvenliği vurgusu

Jeopolitik risklerin ticaret üzerindeki etkisine değinen Bolat, özellikle Hürmüz Boğazı kaynaklı gelişmelerin enerji ve petrokimya tedarik zincirlerinde ciddi dalgalanmalara yol

açtığını belirtti. Bu süreçte Körfez ülkelerine ihracatta yaklaşık yüzde 40'luk düşüş yaşandığını ifade eden Bolat, Türkiye'nin enerji arz güvenliği açısından stok ve kaynak çeşitlendirme politikaları sayesinde sorun yaşamadığını kaydetti.

2026 yılının ilk çeyreğinde ihracatın dalgalı bir görünüm sergilediğini ve 63,3 milyar dolara ulaştığını belirten Bolat, ocakta düşüş, şubatta sınırlı artış ve martta yeniden gerileme yaşandığını hatırlattı. Takvim etkisinin belirgin olduğu bu süreçte nisan ayında ihracatta toparlanma öngördüklerini ifade eden Bolat, yıl genelinde dalgalı seyrin sürebileceğine işaret etti.

Türkiye'nin en büyük ihracat pazarı konumunu koruyan Avrupa Birliği'ne ilk çeyrekte 28,3 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirildiğini belirten Bolat, AB ile ticarete 1,4 milyar dolarlık fazla verildiğini açıkladı. Ülke bazında ise Almanya, ABD, Birleşik Krallık, İtalya ve Fransa ilk beş sırada yer aldı.

### "İhracatçı için yeni desteklerin hızla devreye alınması gerekiyor"

TİM Başkanı Mustafa Gültepe ise 2026'nın ilk üç ayında arzu ettikleri seviyenin gerisinde kaldıklarını belirtti. Gültepe, "Genel Ticaret Sistemi (GTS) kayıtlarına göre, mart ayını 21,9 milyar dolarlık ihracatla tamamladık. Geçen yılın aynı ayına göre yüzde 6,4 eksidediz. İhracatımız 2026'nın ilk çeyreğinde 63,3 milyar dolara, son 12 ayda ise 271,3 milyar dolara ulaştı. İlk çeyreği yüzde 3,1 ekside tamamlarken, 12 aylık çevrimde yüzde 3 artıdayız. Sektörler sıralamasında otomotiv, 3,3 milyar dolarla liderliğini sürdürdü. Otomotivi 3 milyar dolarla kimyevi maddeler, 1,6 milyar dolarla çelik, 1,5 milyar dolarla elektrik-elektronik ve 1,2 milyar dolarla hazır giyim takip etti." diye konuştu.

Gültepe savaşla birlikte artan petrol ve hammadde fiyatlarının rekabetçilikte zaten zorlanan ihracatının yükünü daha da ağırlaştırdığını vurguladı. Gültepe, "Bu zor koşullarda rekabetçiliğimizi güçlendirmek çok daha önemli hale geldi. Dolayısıyla, yeni desteklerin hızla devreye alınması gerekiyor. Doğru adımlarla birlikte, kalıcı başarıya hep birlikte ulaşabiliriz. Biz de TİM olarak ihracatçı birliklerimizle beraber pazar çeşitlendirmesi faaliyetlerimize aralıksız devam ediyoruz." ifadelerini kullandı.

**63,3**  
**MİLYAR**  
**DOLAR**  
TÜRKİYE'NİN  
2026 YILI  
İLK ÇEYREK  
İHRACATI

# AKİB'İN İHRACATINDA MARTTA GÜÇLÜ İVME, ÇEYREKTE DENGELİ SEYİR

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) mart ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 24 artışla 1,81 milyar dolar ihracat gerçekleştirirken yılın ilk çeyreğinde yüzde 5 artışla 4,58 milyar dolar dış satıma imza attı.

**M**art ayında kaydedilen güçlü performansın yılın ilk çeyreğine de pozitif yansıdığını belirten AKİB Koordinatör Başkanı Veysel Memiş, özellikle sanayi ve tarımın birlikte ivme kazandığı bu dönemin, bölgenin üretim ve pazar çeşitliliği açısından kritik bir eşik olduğunu vurguladı. Yılın üçüncü ayında sergiledikleri ihracat performansında kimya, demir-çelik ve yaş meyve sebze sektörlerinin belirleyici olduğunu ifade eden Başkan Veysel Memiş, küresel talepteki dalgalanmalara rağmen elde edilen bu büyümenin AKİB'in dirençli ihracat yapısını ortaya koyduğunu söyledi. Veysel Memiş, mart ayındaki sıçramayı değerlendirirken, "Sanayi ürünlerinde yeniden hızlanma, tarımda ise güçlü talep artışı görüyoruz. Bu tablo, üretim kabiliyetimizin yanı sıra pazar adaptasyon gücümüzün de arttığını gösteriyor." dedi.

**"Kimyada yüzde 71, yaş meyve sebze yüzde 23, demir ve demir dışı metallerde yüzde 13 artış sağladık"**

Kimyevi maddeler ve mamulleri sektörünün mart ayında yüzde 71 artışla ihracatın lokomotifi olduğunu belirten Başkan Veysel Memiş, aynı dönemde yaş meyve sebze sektöründe yüzde 23, demir ve demir dışı metallerde ise yüzde 13 artış yakaladıklarını bildirdi.

Bölge ihracatını bağlı Birliklere göre değerlendiren Başkan Veysel Memiş, şunları söyledi: "Yılın üçüncü ayında Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliğimiz 796,5 milyon dolar değer ile birinciliği elde etti. Bu birliğimizi Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliğimiz 398,9 milyon dolar değer ile ikinci sıradan, Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliğimiz

**4,58**  
**MİLYAR**  
**DOLAR**

**AKİB'İN**  
**2026 YILI**  
**İLK ÇEYREK**  
**İHRACATI**

*Veysel Memiş,  
"Değişen küresel  
ticaret koşullarında  
hız, esneklik ve  
sürdürülebilirlikle  
rekabet eden,  
yeşil dönüşüm ve  
dijital altyapı odaklı  
ihracat üssü olmayı  
hedefliyoruz." dedi.*

193,5 milyon dolar değer ile üçüncü sıradan takip etti. Yine mart ayında Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliğimiz 147 milyon dolar, Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliğimiz 89 milyon dolar, Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliğimiz 81,1 milyon dolar, Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliğimiz 38,7 milyon dolar ve Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliğimiz 27,5 milyon dolar ihracat değerine ulaştı."

**"Mart ayı ve ilk çeyrekteki performansımızın arkasında Avrupa pazarındaki agresif genişleme var"**

AKİB'in 2026 yılına yalnızca büyüme rakamlarıyla değil, pazar kompozisyonundaki köklü değişimle damga vurduğunu belirten Başkan Veysel Memiş, mart ayı ve ilk çeyrekteki performansın arkasında Avrupa pazarındaki agresif genişlemenin ve bazı geleneksel pazarlardaki sert daralmanın dikkat çektiğini dile getirdi. Başkan Veysel Memiş, "Mart 2026 verileri, AKİB'in özellikle Avrupa'da güçlü bir sıçrama yakaladığını ortaya koydu. İtalya'ya ihracat yüzde 79 artışla 172,7 milyon dolara, İspanya'ya yüzde 165 artışla 110,9 milyon dolara, Romanya'ya ise yüzde 50 artışla 169,2 milyon dolara yükseldi. Aynı dönemde Fransa yüzde 23, İngiltere yüzde 20 artışla büyüme zincirine eklendi. Yılın ilk çeyreğinde de benzer bir tablo oluştu. İspanya'ya ihracat yüzde 60, Romanya'ya yüzde 24, Rusya'ya yüzde 27 artarken; Polonya ve Gürcistan gibi yükselen pazarlarda sırasıyla yüzde 36 ve yüzde 59'luk artışlar kaydedildi. Özellikle Fas pazarında çeyrek bazda yüzde 166'luk sıçrama, yeni pazar açılımlarının somut sonucu olarak öne çıktı." diye konuştu.

Veysel Memiş, küresel ticarete artan korumacılık ve tedarik zinciri dönüşümü karşısında Akdeniz ihracatını hız, esneklik ve sürdürülebilirlik ekseninde yeniden konumlandırarak bütüncül bir dönüşüm hedeflediklerini vurguladı.





Projeje dahil 11 Türk firmasının katıldığı programda, hedef pazarda iş geliştirme temasları kurulurken ihracat potansiyelini artırmaya yönelik görüşmeler gerçekleştirildi.

# BREZİLYA'YA TÜRK ÇELİK KAPI ATAĞI

Akdeniz Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği (ADMİB), UR-GE projesi kapsamında Brezilya'da gerçekleştirdiği pazarlama faaliyetiyle Türk çelik kapı sektörünü yeni alıcılara buluşturdu. Program, firmaların Latin Amerika pazarına girişini hızlandıracak somut iş bağlantılarının kurulmasına zemin hazırladı.

Akdeniz Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği (ADMİB), katma değerli ihracat vizyonu doğrultusunda uluslararası pazarlardaki etkinliğini artırmaya yönelik çalışmalarını hız kesmeden sürdürüyor. Bu kapsamda hayata geçirilen "Kayseri İli Çelik Kapı ve Yan Sanayi Ürünleri UR-GE Projesi", Türk çelik kapı sektörünün küresel ölçekte rekabet gücünü artırmayı hedeflerken yeni pazarlara erişim konusunda somut adımlar atılmasına imkan tanıyor. Proje kapsamında Brezilya'nın Sao Paulo kentinde gerçekleştirilen yurt dışı pazarlama faaliyeti, sektör temsilcilerine Latin Amerika'nın en büyük ekonomilerinden birinde doğrudan temas kurma fırsatı sundu.

## Yerinde analiz, doğrudan temas

Program çerçevesinde gerçekleştirilen saha ziyaretleri, katılımcı firmalara Brezilya pazarını yerinde analiz etme imkanı sağladı. Bölgedeki ithalatçı firmalar, distribütörler ve sektör paydaşlarıyla yapılan görüşmelerde; ürün standartları, kalite beklentileri, lojistik süreçler ve ticaret kültürü gibi birçok başlık detaylı şekilde ele alındı. Firmalar, yerinde gözlem ve bire bir temaslar sayesinde yalnızca mevcut talebi değil, aynı zamanda pazarda oluşabilecek potansiyel fırsatları da değerlendirme şansı yakaladı. Özellikle Brezilya'da inşaat ve konut sektörüne paralel olarak artan güvenli kapı talebi, Türk üreticiler açısından dikkat çekici bir potansiyel alan olarak öne çıktı. Programın en kritik ayağını oluşturan ikili iş görüşmeleri (B2B organizasyonları), Türk firmaları ile Brezilyalı alıcıları aynı platformda buluşturdu. Yoğun ilgi gören görüşmelerde,

çelik kapı ve yan sanayi ürünlerine yönelik talebin yüksek olduğu gözlemlendi. Katılımcı firmalar; ürün kalitesi, tasarım çeşitliliği ve üretim kabiliyetleriyle öne çıkarak potansiyel iş ortaklarına güçlü bir üretim altyapısına sahip olduklarını doğrudan aktardı. Görüşmelerde ayrıca fiyatlandırma, teslim süreleri ve satış sonrası hizmetler gibi ticari detaylar da ele alınarak somut iş bağlantılarının temelleri atıldı.

## Ticaret Ataşeliği'nden kritik bilgilendirme

Program kapsamında Türkiye'nin Sao Paulo Ticaret Ataşesi Seçil Önel de kapsamlı bir bilgilendirme gerçekleştirdi. Brezilya'nın ticaret mevzuatı, ithalat süreçleri, gümrük uygulamaları ve yerel iş yapma kültürüne ilişkin aktarılan bilgiler, firmaların pazara giriş stratejilerini daha sağlıklı kurgulamalarına katkı sağladı. Ayrıca Latin Amerika genelinde öne çıkan sektörler, bölgesel ticaret dinamikleri ve alternatif pazar fırsatları hakkında yapılan değerlendirmeler, katılımcı firmaların ihracat planlarına ışık tuttu.

ADMİB'in UR-GE projesi ile firmalara sunduğu kümelenme modeli, bu tür pazarlarda daha organize ve etkili bir şekilde varlık gösterilmesine olanak sağlıyor. Ortak hareket kabiliyeti sayesinde firmalar, daha güçlü bir pazarlama ve tanıtım performansı sergiliyor.

Görüşmelerde çelik kapı ve yan sanayi ürünlerine talep öne çıkarken firmalar ürünlerini ve üretim kabiliyetlerini potansiyel müşterilere tanıttı.



# YAŞ MEYVE SEBZE SEKTÖRÜ LATİN AMERİKA AÇILIMINI DERİNLEŞTİRİYOR

Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği'nin Brezilya'nın Sao Paulo kentinde düzenlediği ticaret heyeti, Türk yaş meyve-sebze sektörünün Latin Amerika pazarına entegrasyonunu hızlandırdı ve yeni iş birliklerinin önünü açtı.



**K**üresel ticaretin yeniden şekillendiği, tedarik zincirlerinin bölgeselleştiği ve pazar çeşitlendirmenin stratejik zorunluluk haline geldiği dönemde, Türk yaş meyve-sebze sektörü rotasını Latin Amerika'ya çevirdi. Bu vizyonun sahadaki en somut adımlarından biri, Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği'nin, Ticaret Bakanlığı desteğiyle Brezilya'ya gerçekleştirdiği ticaret heyeti oldu.

23-28 Mart 2026 tarihleri arasında Sao Paulo merkezli gerçekleştirilen organizasyon Türkiye'nin küresel tarım ticaretindeki konumunu yeniden tanımlayan stratejik bir açılım niteliği taşıdı. Programın odağında ise Fruit Attraction Sao Paulo Fuarı yer aldı. Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği'nin koordinasyonunda, Yaş Meyve Sebze Narenciye Kümelenmesi UR-GE Projesi kapsamında 11 firmadan 14 temsilciyle gerçekleşen heyet, fuara stantlı katılım sağlayarak Türkiye'nin ürün çeşitliliğini ve kalite standardını uluslararası vitrine taşıdı. Gerçekleştirilen yoğun B2B görüşmeler Türkiye'nin Latin Amerika tedarik zincirlerine entegrasyonunu hızlandırırken yeni dağıtım ağlarına erişim imkanı sundu ve uzun vadeli ticari ortaklıkların altyapısını oluşturdu. Heyete eşlik eden Ticaret Bakanlığı uzmanları ile birlikte, Türkiye'nin Sao Paulo Ticaret Ataşesi Seçil Önel ve Başkonsolos Özgür Uludüz'ün saha içgörülerini, firmalara pazarın dinamiklerini doğrudan anlama fırsatı sundu.

## Türk ürünlerine yoğun ilgi, rekabet gücünü tescilledi

Fuar boyunca Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği standına gösterilen yoğun ilgi, Türk yaş meyve sebze sektörünün kalite, arz sürekliliği ve ürün çeşitliliği açısından küresel

ölçekte güçlü bir konumda bulunduğunu bir kez daha teyit etti. Özellikle narenciye ve taze ürün grubunda gerçekleştirilen temaslarda Türkiye'nin sezon dışı tedarik avantajını belirgin şekilde öne çıkarırken Güney Amerika pazarında marka bilinirliğinin güçlenmesine katkı sağladı. Aynı zamanda bu görüşmeler, yeni siparişlerin ve uzun vadeli iş birliklerinin önünü açarak sektörün ihracat potansiyelini daha da yukarı taşıdı.

## Fruit Attraction Sao Paulo, yeni ticaret ekosisteminin platformu

Fruit Attraction Sao Paulo, klasik bir fuar organizasyonunun ötesine geçerek küresel tarım ticaretinin yeniden şekillendiği stratejik bir platforma dönüşmüş durumda. IFEMA Madrid ve FEPEX iş birliğiyle geliştirilen bu model, çok merkezli ticaret yapısının Latin Amerika ayağını temsil ediyor. Organizasyonun öne çıkan yapısal özellikleri; üretici, ithalatçı ve perakendecileri aynı zeminde buluşturan entegre yapısı, dijital B2B eşleşme sistemleri sayesinde hız kazanan ticaret süreçleri ve lojistik, depolama ile soğuk zincir çözümleriyle desteklenen sürdürülebilir tedarik modeli olarak sıralanıyor.

Fuar kapsamında soğuk zincir teknolojileriyle raf ömrünün optimize edilmesi, liman altyapılarının güçlendirilmesi ve intermodal taşımacılık çözümlerinin geliştirilmesi konuları öne çıktı.

*Fuar kapsamında 11 firmadan 14 temsilcinin katıldığı heyet, Türkiye'nin ürün kalitesini tanıtırken B2B görüşmelerle Latin Amerika tedarik zincirlerine entegrasyonu hızlandırdı.*





## FOODEX JAPAN'DA TÜRK İMZASI

Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (AHBİB), Foodex Japan 2026'da Akdeniz'in zengin ürünlerini tanıtarak Japonya pazarında yeni iş bağlantıları kurdu ve bölgenin ihracat gücünü öne çıkardı. Fuar, AHBİB'in Asya'da pazar payını artırma ve katma değerli ihracatı büyütme hedeflerine önemli katkı sağladı.

**T**okyo'da düzenlenen Foodex Japan 2026 Fuarı, Türk gıda sektörünün Asya pazarındaki iddiasını bir kez daha ortaya koydu. Akdeniz'in zengin tarımsal üretim gücünü temsil eden firmalar, dünyanın en prestijli gıda organizasyonlarından biri olarak kabul edilen fuarda hem ürünlerini tanıttı hem de yeni ticari bağlantıların kapısını araladı.

### Türk firmalarından güçlü temsil

Fuara Türkiye'den milli katılım kapsamında 45, bireysel olarak ise 4 firma olmak üzere toplam 49 şirket katıldı. 3 bini aşkın firmanın yer aldığı organizasyonda Türkiye standı, tasarımı ve konumuyla yoğun ziyaretçi ilgisi gördü.

Akdenizli ihracatçıları temsilen Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (AHBİB) Yönetim Kurulu Başkanı Veysel Memiş ve Yönetim Kurulu Üyesi Serdar Yıldızgöner de fuarda yer alarak ziyaretçilerle bire bir temas kurdu. Türkiye'nin Tokyo Büyükelçisi Oğuzhan Ertuğrul'un standı ziyareti ise organizasyona diplomatik düzeyde de önem kazandı.

### 400'ü aşkın iş görüşmesi

Fuar süresince Türk firmaları yaklaşık 400 ikili iş görüşmesi gerçekleştirerek Japon ve uluslararası alıcılarla doğrudan temas kurdu. Önceden planlanan eşleştirme programları sayesinde firmalar hedef alıcılarla daha etkin bir şekilde buluştu.

Japonya'nın yüksek kalite beklentileri doğrultusunda ürünlerini konumlandıran Türk ihracatçıları, zeytinyağından makarnaya, kuru meyveden deniz ürünlerine kadar geniş bir ürün gamını tanıtmaya fırsatı buldu.

### Hedef 1 milyar dolarlık ihracat

Türkiye'nin Japonya'ya 2025 yılında 337 milyon dolarlık gıda ihracatı gerçekleştirdiğini belirten temsilcileri, orta vadede bu rakamı 1 milyar doların üzerine çıkarmayı hedefliyor. Yıllık 70 milyar doların üzerinde gıda ithalatı yapan Japonya pazarı, Türk firmaları açısından yüksek katma değerli ihracat için stratejik bir konumda bulunuyor.

Ege Bölgesi'nin mevcut ihracatın yaklaşık yüzde 30'unu gerçekleştirdiği pazarda, Foodex Japan gibi organizasyonlar büyüme stratejisinin temel araçlarından biri olarak öne çıkıyor.

### Türk mutfağına yoğun ilgi

Fuar kapsamında düzenlenen tadım etkinlikleri, ziyaretçilerden büyük ilgi gördü. Michelin yıldızlı Şef Osman Serdaroğlu'nun katkılarıyla hazırlanan sunumlarda Türk somonu ve orkinosla yapılan suşi ve saşimi çeşitleri dikkat çekti. Türk kahvesi, çay, zeytinyağı ve şarap tadımlarıyla desteklenen etkinlikler, Japon tüketicisinin damak tadına uygun ürün çeşitliliğinin altını çizerken Türk mutfağının uluslararası algısını da güçlendirdi.

### Stratejik temaslar ve yeni fırsatlar

Türk heyeti fuar sürecinde Japonya'daki önemli kurum ve kuruluşlarla da bir araya gelerek ticari ilişkilerin geliştirilmesine yönelik görüşmeler gerçekleştirdi. Bu temaslar, yalnızca mevcut ihracatı artırmaya değil, aynı zamanda uzun vadeli iş birliklerinin oluşturulmasına zemin hazırladı.

*Foodex Japan 2026, 73 bini aşkın ziyaretçinin katılımıyla Türk gıda sektörünün küresel pazarlardaki rekabet gücünü pekiştirirken Asya pazarında daha güçlü ve sürdürülebilir bir konum elde edilmesi adına kritik bir eşik olarak değerlendirildi.*



# ÇİN MOBİLYA PAZARINDA ORTA SEGMENT VE AKILLI ÇÖZÜMLER ÖNDE

Çin mobilya sektörü, 626,6 milyar dolarlık ithalat hacmiyle orta segmentin ağırlığını koruduğu, üst segment talebin hızla yükseldiği ve dijitalleşmenin satış kanallarını yeniden tanımladığı bir dönüşüm sürecinden geçerek küresel rekabet dengelerinde belirleyici rolünü güçlendiriyor.



Çin mobilya sektörü, değişen tüketim alışkanlıkları, hızlanan kentleşme ve dijitalleşmenin etkisiyle küresel ölçekte dönüşümünü sürdürürken hem üretim hem de tüketim tarafında belirleyici bir pazar olma konumunu güçlendiriyor. Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) tarafından hazırlanan sektör raporu, Çin'in 626,6 milyar dolar hacimli mobilya pazarında yaşanan yapısal değişimlerin uluslararası rekabet dengelerini yeniden şekillendirdiğini ortaya koyuyor.

Rapora göre Çin mobilya ithalatında son dönemde sınırlı bir daralma görülürken bu eğilimde artan üretim maliyetleri ve tedarik zincirlerinin çeşitlendirilmesi etkili oluyor. 2025 verilerinde İtalya ve Almanya gibi geleneksel tedarikçiler ilk sıralardaki yerini korurken Tayland'ın hızlı yükselişi dikkat çekiyor. Türkiye ise aynı dönemde gerileyerek 434 milyon dolar değer ile 41'inci sırada yer alıyor.

## Ahşap mobilyalar 171,2 milyar dolar hacimle pazarın lideri

Ürün segmentleri incelendiğinde ahşap mobilyalar 171,2 milyar dolar hacimle pazardaki liderliğini sürdürse de talebin daha fonksiyonel ve esnek çözümlere yöneldiği görülüyor. Özellikle modüler tasarımlar, kompakt yaşam alanlarına uygun ürünler ve çok amaçlı kullanım sunan mobilyalar öne çıkarken metal mobilyalar ve mobilya parçalarında artış eğilimi dikkat çekiyor. Ofis mobilyalarında ise hibrit çalışma modellerinin etkisiyle yeni bir yenileme dalgası yaşanıyor.

Pazarın coğrafi dağılımı, sektördeki büyüme stratejilerinin odağını belirliyor. Doğu Çin bölgesi yüzde 37,6'lık payla liderliğini korurken orta ve batı bölgelerde hızlanan kentleşme

ve konut yatırımları yeni talep alanları oluşturuyor. Bu durum, firmaları bölgesel tüketici tercihlerini merkeze alan daha esnek ve yerelleştirilmiş stratejilere yönlendiriyor. Malzeme bazında ahşap ürünler yüzde 56,6 pay ile güçlü konumunu sürdürürken plastik ve polimer bazlı ürünler inovasyon ve maliyet avantajlarıyla en hızlı büyüyen segment olarak öne çıkıyor.

## Farklılaşmış stil ve güçlü marka hikâyesine yönelik talep ivme kazanıyor

Pazarın omurgasını oluşturan orta segment ürünler, yüzde 53,3'lük payla tüketicinin tasarım beklentileri ile fiyat hassasiyeti arasında denge kurmaya devam ediyor. Buna karşılık premium segmentteki yüzde 16,18'lik bileşik yıllık büyüme, özellikle Pekin, Şanghay ve Shenzhen gibi metropollerde yaşayan varlıklı tüketicilerin farklılaşmış stil ve güçlü marka hikâyesine yönelik talebiyle ivme kazanıyor. Yerli üreticilerin Avrupalı tasarımcılarla iş birliklerine yönelmesi ve akıllı ev entegrasyonunu ürün portföyüne dahil etmesi, bu segmentte algılanan değeri yukarı taşıyan başlıca unsurlar arasında yer alıyor. Ekonomik segment ise iç şehirlerdeki güçlü konumunu korurken artan işçilik ve hammadde maliyetleri kârlılık üzerinde baskı oluşturuyor. Bu durum, üreticileri daha fazla otomasyona yönelmeye ve dağıtım süreçlerinde yalınlaşmaya zorluyor. Satış kanallarında ise dikkat çekici bir dönüşüm yaşanıyor. İşletmeden tüketiciye (B2C) satışlar; uzman zincir mağazalar, yapı market konseptleri ve doğrudan tüketiciye ulaşan markaların etkisiyle yüzde 74,2 paya ulaşarak pazarın ana akımını oluşturuyor. Dijital temas noktaları, satın alma yolculuklarının üçte ikisinden fazlasını etkilerken perakendeciler artırılmış gerçeklik uygulamaları, showroom deneyimi ve aynı gün teslim alma seçeneklerini entegre ederek çok kanallı yapıyı güçlendiriyor.

Çin'de sektörün nabzi, tasarım ve inovasyonun buluşma noktası olan CIFF (China International Furniture Fair) ile Furniture China gibi küresel ölçekli prestijli fuarlarda atıyor.

**626,6**  
**MİLYAR**  
**DOLAR**

**ÇİN'İN YILLIK**  
**MOBİLYA**  
**İTHALAT**  
**HACMI**

# İLK ÇEYREKTE 5 İLDEN 3,4 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT

Akdeniz İhracatçı Birlikleri'nin (AKİB) sorumluluk bölgesinde yer alan Mersin, Adana, Hatay, Kayseri ve Karaman'da 2026 yılının ilk çeyreğinde toplam ihracat bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 2 artarak 3,4 milyar dolara ulaştı. Bölge genelinde Mersin ve Adana pozitif ayrışırken Kayseri, Hatay ve Karaman'da düşüş yaşandı. Sektörel bazda Mersin'de yaş meyve sebze, Adana'da kimya ve otomotiv, Kayseri'de metal ve elektronik, Hatay'da çelik ve yaş meyve sebze, Karaman'da ise hububat ve bakliyat öne çıktı.



**T**ürkiye ihracatının lokomotif bölgeleri arasında yer alan Mersin, Adana, Hatay, Kayseri ve Karaman, 2026 yılının ilk çeyreğinde sergiledikleri performansla hem sektörel çeşitlenme hem de pazar derinliği açısından dikkat çekici bir tablo ortaya koydu. Ocak-Mart dönemine ilişkin verilerin analizine göre Mersin yüzde 10 artışla 950,4 milyon dolar, Adana yüzde 8,3 artışla 798,1 milyon dolar, Kayseri yüzde 2 düşüyle 704,8 milyon dolar, Hatay yüzde 5,5 düşüyle 879,5 milyon dolar, Karaman yüzde 17,9 düşüyle 65,9 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi. Söz konusu beş ilde yüzde 2 artışla toplam 3,399 milyon dolarlık ihracat kompozisyonunun giderek daha katma değerli alanlara kaydığı, buna karşın bazı geleneksel sektörlerde dalgalanmanın sürdüğü gözlemlendi.

## Mersin'in ihracatında tarım belirleyici

Mersin'in ilk çeyrek ihracatında sektörel bazda dikkat çeken bir ayrışma yaşandı. Veriler, ilin ihracatında gıda ve tarım ürünlerinin belirleyici rolünü sürdürdüğünü, buna karşın sanayi sektörlerinde daha dalgalı bir performansın öne çık-

tığını ortaya koydu. Özellikle yaş meyve ve sebze ihracatı yüzde 44,2 artışla 393,9 milyon dolara ulaşarak toplam ihracatın lokomotifi olurken, hububat, bakliyat ve yağlı tohumlar sektörü yüzde 17,7 düşüyle 189,3 milyon dolar seviyesine geriledi. Kimyevi maddeler ise yüzde 7,8 artışla 55,9 milyon dolara çıkarak sanayi tarafında pozitif ayrışan sektörlerden biri oldu.

Aynı dönemde Mersin'in ülke bazlı ihracat performansı, pazar çeşitliliğinin arttığını ancak geleneksel pazarlarda dalgalı bir seyir izlendiğini ortaya koydu. İlk çeyrekte en yüksek ihracat yapılan ülkeler arasında Irak 199,1 milyon dolar ile ilk sırada yer alırken bu ülkeye ihracatın yüzde 1,2 artışla sınırlı bir büyüme göstermesi dikkat çekti. Rusya Federasyonu'na ihracat yüzde 24,4 artışla 122,9 milyon dola-

ra yükselirken Almanya'ya ihracat yüzde 32,3 artışla 39,1 milyon dolara ulaştı.

## Adana'nın ihracatında kimya ve otomotiv lokomotif oldu

Ocak-Mart döneminde Adana'nın ihracat artışında özellikle sanayi sektörlerinin güçlü performansı dikkat çekti. En yüksek katkıyı sağlayan sektörlerin başında kimyevi maddeler ve mamulleri geldi. Sektör ihracatı yüzde 23,5 artışla 162,5 milyon dolara ulaşarak toplam artışın en önemli sürükleyicisi oldu. Benzer şekilde otomotiv endüstrisi de yüzde 14,1 artışla 86,2 milyon dolara çıkarak büyümeye güçlü destek verdi. Tarım tarafında ise yaş meyve ve sebze ihracatındaki yüzde 42,9'luk artışla 84,7 milyon dolara ulaşması, Adana'nın geleneksel tarımsal gücünü koruduğunu gösterdi.

Ocak-Mart döneminde Adana'nın ihracatında en büyük payı alan ülkeler incelendiğinde üst sıralarda Avrupa ülkeleri ve ABD'nin belirleyici olduğu görüldü. İlk çeyrekte İspanya 64,7 milyon dolar değer ile en fazla ihracat yapılan ülke olurken onu 47,3 milyon dolar değer ile ABD ve 46,3 milyon dolar değer ile Almanya





izledi. Bu üç ülke, Adana ihracatının ana omurgasını oluştururken aynı zamanda güçlü artış performanslarıyla da dikkat çekti. Özellikle İspanya'ya ihracattaki yüzde 49,4'lük artış, ilin Avrupa pazarındaki rekabet gücünü artırdığını ortaya koydu.

#### **Kayseri'nin ihracatında metal ve elektronik sektörleri öne çıktı**

Yılın ilk çeyreğinde Kayseri'nin ihracatında 39,1 milyon dolar değer ile demir ve demir dışı metaller sektörü ilk sırada yer aldı. Bu sektör geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 20,6 oranında düşüş gösterse de hala Kayseri'nin toplam ihracatında en yüksek paya sahip. Demir ve demir dışı metaller sektörünü yüzde 14,7 artış ve 62,8 milyon dolar değer ile elektrik-elektronik sektörü izledi. Mobilya, kağıt ve orman ürünleri ile tekstil ve hammaddeleri sektörleri ise sırasıyla 31,8 ve 19,5 milyon dolarlık ihracat rakamları ile Kayseri'nin sanayideki çeşitliliğini pekiştirdi, ancak her iki sektörde de yüzde 20'nin üzerinde düşüşler yaşandı.

Yılın ilk çeyreğinde Kayseri'den en fazla ihracat yapılan ülke Almanya oldu. Almanya'ya yapılan ihracat, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 28,5 artarak 25,3

milyon dolar seviyesine ulaştı. Almanya'yı sırasıyla Avusturya ve Polonya takip etti. Polonya ise dikkat çeken bir sıçrama yaptı. Geçen yılın ilk çeyreğinde 4,3 milyon dolar olan ihracat, bu yıl yüzde 215,7 artarak 13,6 milyon dolara yükseldi. Böylece Polonya, Kayseri ihracatında ikinci sıraya yerleşti. Avusturya ise yüzde 17,4 artışla 13,7 milyon dolarlık ihracat hacmiyle üçüncü sırada yer aldı.

#### **Hatay'da yaş meyve sebze ve çelik sektörleri öne çıktı**

Ocak-Mart döneminde Hatay'da en yüksek ihracat hacmine ulaşan sektör yaş meyve ve sebze oldu. Bu sektördeki ihracat yüzde 27,1 artışla 58,9 milyon dolar seviyesinde gerçekleşti. Yaş meyve ve sebzeyi, 247,7 milyon dolarlık ihracat ve yüzde 6,6 artışla çelik sektörü takip etti. Çelik, Hatay ihracatında toplam içindeki en büyük paya sahip sektör olma özelliğini ko-



## **AKİB'E BAĞLI İLLERİN İLK ÇEYREK İHRACATINDA EN YÜKSEK HACİMLİ SEKTÖRLERİN BAŞINDA YAŞ MEYVE SEBZE, METALLER İLE HUBUBAT, BAKLIYAT YER ALDI.**

rudu. Hububat, bakliyat ve yağlı tohumlar sektörü 10,5 milyon dolar ile üçüncü sırada yer alırken bu sektördeki ihracat yüzde 21,4 oranında azaldı.

Yılın ilk çeyreğinde Hatay'dan en fazla ihracat gerçekleştirilen ülke İtalya oldu. İtalya'ya yapılan ihracat, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 5,5 artarak 66,8 milyon dolara ulaştı. İtalya'yı 64,2 milyon dolarlık ihracat hacmiyle Romanya takip etti. Romanya'ya yapılan ihracat yüzde 12,7 oranında artış gösterdi. İlk üçteki en dikkat çekici yükseliş ise Yunanistan'da yaşandı. Yunanistan'a yapılan ihracat yüzde 319,6 gibi güçlü bir artışla 36,8 milyon dolara çıkarak üçüncü sıraya yerleşti.

#### **Karaman'ın ilk çeyrek ihracatında hububat ve bakliyat lider sektör**

Yılın ilk çeyreğinde Karaman'da en fazla ihracat yapılan sektör açık ara farkla hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri oldu. Bu sektördeki ihracat 16,1 milyon dolar ile toplam ihracatın yaklaşık yüzde 73'ünü oluşturdu. Hububat ve bakliyatı, 2,8 milyon dolarla kimyevi maddeler ve mamulleri takip ederken makine ve aksamları 1,9 milyon dolarla üçüncü sırada yer aldı. Söz konusu dönemde Karaman'dan en fazla ihracat gerçekleştirilen ülke ABD oldu. ABD'ye yapılan ihracat, yüzde 170,2 oranında artış göstererek 1,34 milyon dolara ulaştı. İkinci sıradaki Yemen'e ihracat ise yüzde 33,2 artışla 1,98 milyon dolar olarak gerçekleşti. Üçüncü sıradaki Irak'a yapılan ihracat ise yüzde 27,1 azalarak 1,54 milyon dolar seviyesinde kaldı.



# İNOVASYON EKOSİSTEMİ 58 ŞEHRE YAYILDI

Türkiye, 58 şehirde 1.363 AR-GE ve 342 tasarım merkeziyle inovasyon altyapısını yaygınlaştırırken teknoparklar ve teşviklerle firmaların teknoloji üretim kapasitesini güçlendiriyor. Kayseri, Adana, Mersin, Hatay ve Karaman ise kendi sektörlerinde uzmanlaşan AR-GE yapılarıyla üretimi daha katma değerli hale dönüştüren bölgesel inovasyon merkezleri olarak öne çıkıyor.

Türkiye, sanayide katma değerli üretime geçiş hedefi doğrultusunda AR-GE ve inovasyon altyapısını ülke geneline yaymaya devam ediyor. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının 2025 Yılı Faaliyet Raporu'ndan derlenen verilere göre 2025 sonu itibarıyla 58 şehirde faaliyet gösteren AR-GE merkezi sayısı 1.363'e, tasarım merkezi sayısı ise 342'ye ulaştı. Aynı dönemde teknoloji geliştirme bölgelerinin (TGB) sayısı 113'e yükselirken bunların 95'i aktif olarak faaliyet gösteriyor.

Sağlanan teşvikler, yalnızca merkez sayısını artırmakla kalmayıp firmaların kendi teknolojilerini geliştirmesine de olanak tanıyor. Geçen yıl 80 yeni AR-GE merkezi ve 24 yeni tasarım merkezi belgesi verilirken, desteklenen AR-GE personeli sayısı 3 bin 284'e ulaştı. TGB'lerde faaliyet gösteren firma sayısı ise 12 bin 408 olarak kayıtlara geçti. Girişimcilik ekosistemini güçlendiren Girişim Ofisi sayısı da 104'e yükseldi.

## Mobilya ve orman ürünleri sektörü, Kayseri'deki AR-GE merkezlerinin omurgasını oluşturuyor

Kayseri, 15 AR-GE merkezi, 5 tasarım merkezi ve 2 teknopark ile üretim gücünü inovasyonla entegre eden şehirlerin başında geliyor. Mobilya ve orman ürünleri sektörü, kent AR-GE merkezlerinin omurgasını oluşturuyor. Bu alanda yürütülen çalışmalar yalnızca ürün geliştirmeye değil; modüler

üretim, demonte lojistik avantajı ve maliyet optimizasyonuna odaklanıyor. Bu yaklaşım, Kayseri'yi küresel mobilya tedarik zincirinde rekabetçi bir oyuncu haline getiriyor. Metal, makine ve demir-çelik alanında ise daha çok üretim süreçlerinin iyileştirilmesi, dayanıklılık artırımı ve enerji verimliliği ön plana çıkıyor. Tekstilde geleneksel üretimden teknik tekstile geçiş dikkat çekiyor.

## Adana, orta-yüksek düzeyde inovasyon altyapısına sahip

Adana, 14 AR-GE merkezi, 7 tasarım merkezi ve Çukurova Teknoloji Geliştirme Bölgesi ile orta-yüksek düzeyde bir inovasyon altyapısına sahip. Tarım ve gıda teknolojileri, kentteki inovasyon faaliyetlerinin en belirgin alanlarından biri. Özellikle tohum geliştirme, bitki koruma ürünleri, işlenmiş gıda teknolojileri ve verimlilik artırıcı uygulamalar öne çıkıyor. Petrokimya ve kimya sanayi, Adana'nın ikinci güçlü ayağını oluşturuyor. Tekstil ve hazır giyim sektörü ise hem üretim hem de tasarım kabiliyetiyle öne çıkıyor. Teknik tekstil ve fonksiyonel kumaş geliştirme çalışmaları, sektörün dönüşümüne işaret ediyor.

## Mersin'de inovasyonun merkezinde lojistik ve tedarik zinciri var

Mersin, 11 AR-GE merkezi, 1 tasarım merkezi ve 2 teknoparkıyla Türkiye'nin orta ölçekli inovasyon şehirleri arasında konumlanıyor. Lojistik ve tedarik zinciri teknolojileri, kentteki inovasyon faaliyetlerinin merkezinde yer alıyor. Depolama, dağıtım, süreç optimizasyonu ve dijital takip sistemleri gibi alanlarda geliştirilen çözümler, Mersin'i dış ticaret odaklı teknoloji üretiminde öne çıkarıyor. Tarım ve gıda teknolojileri ise ikinci ana eksenini oluşturuyor. Gübre, bitki besleme, tarımsal verimlilik ve ihracata yönelik işlenmiş gıda ürünleri üzerine yoğun AR-GE faaliyetleri yürütülüyor. Kimya ve petrokimya sektörü de bu yapıyı tamamlayan önemli bir alan olarak öne çıkıyor.

Hatay'da 3 AR-GE merkezi, 1 tasarım merkezi ve 2 teknopark bulunuyor. Sayısal olarak sınırlı olsa da bu yapı, ilin yenilik kapasitesinin temelini oluşturuyor. Karaman'da 2 AR-GE merkezi ve 1 teknopark bulunurken henüz tasarım merkezi yer almıyor. Bu durum, ilin inovasyon altyapısının başlangıç aşamasında olduğunu gösteriyor.

# 66

AKİB SORUMLULUK  
BÖLGESİNDEKİ  
İLLERDE  
AR-GE, TASARIM  
MERKEZİ VE  
TGB SAYISI

# İGE'DEN İHRACATÇIYA 3 STRATEJİK FİNANSMAN HAMLESİ

İhracatı Geliştirme A.Ş. (İGE), 240,2 milyar TL'lik kefalet hacmi ve 13 bini aşkın firmaya sağladığı destekle ihracat finansmanında kritik bir rol üstleniyor. İGE, 2026'da teminat, döviz ve e-ihracat odaklı üç destek paketiyle finansmana erişimi kolaylaştırarak sürdürülebilir ihracat büyümesini güçlendirmeyi hedefliyor.

**T**ürkiye'de ihracatın sürdürülebilir büyümesini desteklemek amacıyla faaliyet gösteren İhracatı Geliştirme A.Ş. (İGE), kuruluşundan itibaren sağladığı 240,2 milyar TL'lik kredi kefaleti ve 13 bini aşkın firmaya erişimiyle finansman ekosisteminde kritik bir rol üstleniyor. Kurum, ihracatçıların değişen ihtiyaçlarına yanıt veren üç temel destek paketiyle 2026'da da büyümeyi desteklemeyi hedefliyor.

İGE, krediye erişimi kolaylaştıran bir kefalet kurumu olmanın ötesine geçerek ihracatçı firmaların finansman maliyetlerini düşüren, kaynak çeşitliliğini artıran ve işletmelerin bilanço dayanıklılığını güçlendiren stratejik bir çözüm ortağı olarak konumlanıyor. Bu kapsamda sağlanan 1,6 milyar dolarlık yabancı para kredi kefaleti de ihracatçıların döviz bazlı işlemlerine önemli katkı sağladı.

## Teminat sorununa çözüm; İGE Destek Paketi

İhracatçıların krediye erişimde karşılaştığı en temel sorunlardan biri olan teminat yetersizliği, İGE Destek Paketi ile aşılmaya çalışılıyor. Esnek ve uzun vadeli finansman imkanı sunan paket kapsamında 40 milyar TL kefalet üst limiti, 45 milyar TL kredi hacmi, 36 aya varan vade ile TL, dolar ve avro cinsinden kredi imkanı sunuluyor.

KOBİ'ler için 52,9 milyon TL, KOBİ dışı firmalar için 112,5 milyon TL'ye kadar banka kredi limiti sağlanırken Türk Eximbank üzerinden bu limitler daha da yükseliyor. Paket, ihracatın sürekliliğini doğrudan destekleyen temel araçlardan biri olarak öne çıkıyor.

240,2  
MİLYAR  
TL

İGE A.Ş.'NİN  
ULAŞTIĞI  
KEFALET  
HACMİ

*İGE, özkaynakları ve kamu destekli yapısıyla geliştirdiği bu üç stratejik ürün üzerinden Türkiye'nin ihracat odaklı büyüme modeline doğrudan katkı sunuyor.*



## Döviz finansmanında kaldıraç etkisi

İhracat işlemlerinin büyük ölçüde döviz bazlı gerçekleşmesi, yabancı para finansmanını kritik hale getiriyor. Bu noktada devreye giren İGE Yabancı Para Kefalet Destek Paketi, firmaların kur riskini daha etkin yönetmesine olanak tanıyor. 56,1 milyar TL kefalet üst limiti, 65,5 milyar TL kredi hacmi ve 12 ay vadeli döviz kredileri ile yapılandırılan paket kapsamında, yabancı para reeskont kredileri yalnızca İGE kefaletiyle Eximbank üzerinden kullanılabilir. Ayrıca bankaların bu kredilerde büyüme sınırından muaf tutulması, kredi genişlemesini destekleyen önemli bir avantaj sağlıyor.

Farklı kanallardan kullanılan kredilerde değişen komisyon oranlarıyla esnek bir yapı sunulurken bugüne kadar sağlanan 1,6 milyar dolarlık kefalet hacmi dikkat çekiyor.

## Dijitalleşen ticarete özel e-ihracat desteği

Küresel ticarete dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte e-ihracat, firmalar için stratejik bir zorunluluk haline geldi. Bu alanda geliştirilen E-İhracat Destek Paketi ile 500 milyon TL kefalet ve kredi hacmi, yüzde 100 İGE kefaleti, 12 aya kadar vade ve 6 aya kadar geri ödemesiz dönem sunuluyor. Hazine ve Maliye Bakanlığı desteğiyle yine Türk Eximbank aracılığıyla kullanılan paket, özellikle dijital kanallar üzerinden yeni pazarlara açılmak isteyen firmaların finansmana erişimini kolaylaştırıyor. Vizyonunu "erişilebilir, sürdürülebilir ve çeşitlendirilmiş finansman" üzerine kuran kurum, 2026'da yeni araçlarla ihracatçının yanında konumlanmayı sürdürüyor.



# MADE IN EU KARARI: KAYBI ÖNLEDİ, BASKIYI ARTIRDI

Avrupa Birliği'nin "Made in EU" yaklaşımı, Türkiye'yi üretim zincirinde tutarak kritik bir kaybı önlerken, rekabetin artık maliyet değil sürdürülebilirlik ve regülasyon uyumu üzerinden şekilleneceği yeni bir dönemi başlatıyor. Süreç yatırım ve ihracat fırsatları kadar maliyet artışı ve belirsizlik riskleri de barındırırken, nihai kazanımlar, müzakere süreci ve Türkiye'nin dönüşüm hızına bağlı olacak.

**A**vrupa Birliği Komisyonu'nun Sanayi Hızlandırma Yasası (Industrial Accelerator Act) taslağıyla gündeme taşıdığı "Made in EU" yaklaşımı, küresel ticarete dengeleri yeniden kurmaya aday bir hamle olarak öne çıkıyor. Avrupa, bu düzenleme ile sanayisini korumanın yanında üretimi yeniden kendi coğrafyasına ve "güvenilir ortaklara" çekmeyi hedefliyor. Türkiye'nin bu çerçevede "AB menşei" kapsamına ilke olarak dahil edilmesi ise ekonomi cephesinde temkinli iyimserlik yarattı.

İlk bakışta güçlü bir kazanım gibi görünen bu gelişme, aslında daha çok bir "ko-

num koruma refleksi" olarak okunuyor. Çünkü Türkiye zaten uzun süredir Avrupa üretim zincirlerinin merkezinde yer alıyor. Otomotivden makineye, tekstilden beyaz eşyaya kadar birçok sektörde Avrupa ile derin entegrasyona sahip olan Türkiye'nin sistem dışında kalması, hem Türk sanayisi hem de Avrupa üretimi açısından ciddi kırılmalar yaratabilirdi.

Yeni düzenleme, klasik serbest ticaret anlayışından farklı bir paradigma sunuyor. Kamu alımları ve teşvik mekanizmaları artık yalnızca fiyat ve kaliteye göre değil; menşei, karbon ayak izi ve stratejik güvenlik kriterlerine göre şekillenecek.

AB'nin hedefi net; imalat sanayisinin ekonomideki payını büyütmek, temiz teknolojilerde liderliği ele almak, tedarik zincirlerini yakın ve kontrol edilebilir hale getirmek. Bu çerçevede "Made in EU", bir etiket olmanın ötesinde, yeni nesil bir sanayi politikası aracına dönüşüyor.

Türkiye'nin bu sistemde yer alması bir tercih değil, zorunluluk olarak görülüyor. Bunun üç temel nedeni var. Birincisi, entegre üretim yapısı; Türkiye, Gümrük Birliği sayesinde Avrupa ile ortak üretim modeline sahip nadir ülkelerden biri. İkincisi coğrafi avantaj; Avrupa'ya yakınlık, lojistik maliyetleri ve teslim süreleri açısından kritik üstünlük sağlıyor. Üçüncüsü güvenilir tedarikçi profili; küresel krizler sonrası "tedarik güvenliği" kavramı öne çıkarken Türkiye istikrarlı üretim kapasitesiyle öne çıkıyor. Bu nedenle Türkiye'nin dışarıda bırakılması, Avrupa'nın kendi sanayi hedefleriyle çelişecektir.

## İş dünyası neden olumlu bakıyor?

Başta Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ve Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) olmak üzere iş dünyası temsilcileri, düzenlemeyi "stratejik bir teyit" olarak değerlendiriyor. İş dünyası temsilcileri, ortaya çıkan tabloyu Türkiye'nin Avrupa üretim ekosistemindeki yerinin yeniden tanımlanması açısından kritik bir eşik olarak değerlendiriyor.

Bu perspektifi şekillendiren üç ana motivasyon başlığı öne çıkıyor. İlk olarak,





Türkiye'nin kapsam dışında kalması halinde özellikle otomotiv ve çelik gibi rekabetin yoğun olduğu sektörlerde yaşanabilecek pazar kaybı riski bertaraf ediliyor. İkinci olarak, Avrupa Birliği'nin geniş ölçekli kamu alımları pazarına erişim ihtimali, Türk firmaları için yeni ve yüksek hacimli iş fırsatlarının kapısını aralayabilir. Üçüncü olarak ise Türkiye'nin küresel değer zincirindeki rolü güçleniyor; ülke, alternatif bir üretim üssü olmaktan ziyade Avrupa Birliği sanayisinin tamamlayıcı ve entegre bir parçası olarak konumunu pekiştiriyor.

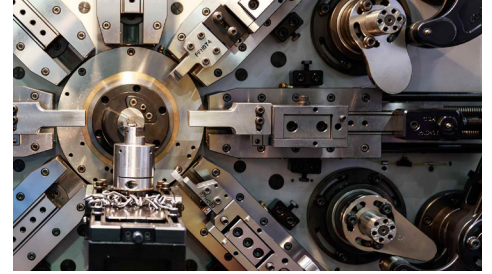
Bununla birlikte, ortaya çıkan iyimser tabloya rağmen iş dünyasının söyleminde temkinli bir ton da dikkat çekiyor. Sürecin uygulama detayları, teknik kriterler ve uzun vadeli yükümlülükler, kazanımların kalıcılığı açısından belirleyici olacak unsurlar olarak yakından izleniyor.

Düzenlemenin en kritik boyutu, Türkiye'nin sürece koşullu bir çerçevede dahil edilmesi. Bu durum, elde edilen kazanımların kalıcılığının belirli kriterlerin karşılanmasına bağlı olduğunu açık biçimde ortaya koyuyor. Yeni dönemde oyunun kurallarını belirleyecek başlıklar ise netleşmiş durumda: düşük karbonlu üretime geçiş zorunluluğu, yeşil dönüşüm yatırımlarının hızlandırılması, kamu alımlarında karşılıklılık ilkesinin işletilmesi, Avrupa Birliği'nin teknik ve çevresel standartlarına tam uyum. Bu çerçevede Türkiye açısından rekabet zemini köklü biçimde değişiyor. Artık avantaj yalnızca maliyet ve üretim kapasitesiyle sınırlı değil; sürdürülebilirlik performansı, karbon ayak izi ve regülasyonlara uyum düzeyi belirleyici faktörler haline geliyor.



#### **Avrupa merkezli şirketler üretim faaliyetlerini Türkiye'ye kaydırabilir**

Doğru konumlanma ve zamanında atılacak adımlarla bu süreç, Türkiye açısından önemli kazanımlar üretebilecek bir fırsat penceresine dönüşebilir. Öncelikle, Avrupa merkezli şirketlerin üretim faaliyetlerini daha rekabetçi ve entegre bir üs olarak Türkiye'ye kaydırma eğilimi güç kazanabilir. Buna paralel olarak elektrikli araçlar, batarya teknolojileri ve yenilenebilir enerji ekipmanları gibi stratejik alanlarda yeni bir yatırım dalgasının oluşması bekleniyor. Ayrıca, Avrupa Birliği fonları ile yeşil finansman kaynaklarına erişim imkanı da genişleyerek dönüşüm sürecinin finansman boyutunu destekleyebilir. Özellikle net-sıfır teknolojiler etrafında şekillenen yeni talep yapısı, Türkiye için orta vadede güçlü bir ihracat kaldıraç etkisi yaratma potansiyeli taşıyor. Bu alanlarda sağlanacak kapasite artışı ve teknoloji uyumu, Türkiye'nin küresel değer zincirindeki konumunu daha üst bir lige taşıyabilir.



#### **Riskler: maliyet, regülasyon ve belirsizlik**

Ancak ortaya çıkan tablo çok katmanlı riskler barındırıyor. İlk olarak, düşük karbonlu üretime geçiş için yapılacak yatırımlar kısa vadede maliyetleri yukarı çekebilir ve firmalar üzerinde finansal baskı oluşturabilir. İkinci olarak, AB standartlarının zaman içinde daha da sıkılaşması beklenirken, bu durum uyum sürecini sürekli ve maliyetli bir maratona dönüştürebilir. Üçüncü olarak ise kapsamın daralması riski gündemde. AB, ekonomik güvenlik ve stratejik öncelikler doğrultusunda ülkeleri sistem dışında bırakma esnekliğini elinde tutmaya devam ediyor. Bu çerçevede süreç, önemli fırsatlar barındırmakla birlikte, aynı ölçüde dikkatli yönetilmesi gereken dönüşüm alanı olarak öne çıkıyor. Taslak metin henüz nihai niteliğe sahip değil. Avrupa Parlamentosu ve üye ülkeler nezdinde yürütülecek müzakere süreci, düzenlemenin kapsamını ve uygulama çerçevesini belirleyecek temel unsur olacak. Öte yandan Avrupa içinde de yaklaşımlar farklılıkları dikkat çekiyor. Bir yanda daha korumacı bir çizgiyi savunan ülkeler yer alırken diğer yanda daha esnek ve kapsayıcı bir modelden yana olanlar bulunuyor. Bu ayrışma, sürecin dinamik ve müzakereye açık bir zeminde ilerleyeceğini gösteriyor.

Bu tablo, Türkiye açısından sürecin henüz tamamlanmadığına işaret ediyor. Kazanımların korunması ve genişletilmesi için hem diplomatik hem de teknik temaların sürdürülmesi kritik önem taşıyor.



# ADANA ŞALGAMI ARTIK DÜNYA TESCİLLİ

Çukurova'nın bereketli topraklarından doğan, geleneksel yöntemlerle sabırla olgunlaşan Adana Şalgamı, Avrupa Birliği (AB) tarafından tescillenerek koruma altına alındı. Bu tarihi başarıyla birlikte şalgam, Türkiye'nin AB nezdinde tescilli 45'inci ürünü olarak küresel gastronomi vitrinindeki yerini sağlamlaştırdı.

**T**ürk mutfak kültürünün en karakteristik içeceklerinden biri olan Adana Şalgamı, uluslararası arenada hak ettiği itibara kavuştu. Türk Patent ve Marka Kurumu ile Adana Ticaret Odası'nın (ATO) uzun süredir yürüttüğü titiz çalışmalar sonuç verdi. Avrupa Birliği (AB) Resmi Gazetesinde yayımlanan kararlarla birlikte Adana Şalgamı, "Menşe Adı" koruması alarak Avrupa sınırları içinde taklitlerine karşı hukuki koruma kazandı.

## Geleneksel mirasın küresel sertifikası

Adana Şalgamı'nı muadillerinden ayıran en önemli özellik, yapımında kullanılan mor havuç, şalgam turpu, bulgur unu (setik), ekşi maya ve kaya tuzunun doğal fermantasyon süreciyle birleşmesiyle ortaya çıkıyor. AB tescilli, sadece ürünün adını değil, bu geleneksel üretim metodolojisini de standart altına alıyor. Bu tescil ile birlikte üretim standartları korunacak. Sadece belirlenen coğrafi sınırlar içerisinde ve geleneksel yöntemlerle üretilen ürünler "Adana Şalgamı" adını kullanabilecek. Tescilli ürün ibaresi, Avrupa pazarında tüketici güvenini artırarak ihracat birim fiyatlarının yükselmesini sağlayacak. Bölgedeki mor havuç üreticilerinden sanayicilere kadar tüm değer zinciri bu prestijden faydalanacak.

Adana Ticaret Odası Başkanı ve sektör temsilcileri, bu tescilin şalgam ihracatında "çarpan etkisi" yaratacağını vurguluyor. Halihazırda başta Almanya, Fransa ve İngiltere olmak

üzere 50'den fazla ülkeye ihraç edilen Adana Şalgamı, AB logosuyla birlikte Avrupa'nın en seçkin market zincirlerinde ve gurme restoranlarında "premium" bir ürün olarak konumlanacak. Sektör paydaşlarına göre bu başarı, özellikle sağlıklı ve probiyotik içecek arayışındaki küresel tüketici kitlesi için Adana Şalgamı'nı vazgeçilmez bir alternatif haline getirecek. Tescil, aynı zamanda taklit ve taşışle mücadelede üreticinin elindeki en güçlü yasal araç olacak.

## "Avrupa Birliği'nin tesciliyle ürünün ihracatı daha da artacak"

Şalgam Üreticileri Derneği Başkanı Selahiddin Nas, şalgam suyunun tescillenmesini sevinçle karşıladıklarını söyledi. AB'den alınan tescille ürünün ihracatının daha da artacağını vurgulayan Nas, şöyle konuştu: "Özellikle Avrupa ve o bölgelerde bu ürünün tanınabilmesi için böyle bir belgeye ihtiyacımız vardı. Bu belge için özellikle son 3 yıldır çok büyük çabalar ve çalışmalar oldu. O çalışmaların sonucunda bu belgeyi alabildik. İçekte Türkiye'nin AB coğrafi işaretli ilk ürünü oldu. Avrupada satışlarımızı en az iki veya üç kata çıkaracak. Dünyada bizim dışımızda şalgam üreten başka bir ülke yok, bilen de yok. Onun için bu belge, bize dünyanın diğer farklı ülkelerinde de önümüzü açtı. Bu belgenin olması, özellikle Amerika kıtasında, Kanada ve Japonya taraflarında önümüzü açacak."

Avrupa Birliği'nde tescilli 45 coğrafi işaret şöyle: "Gaziantep Baklavası, Aydın İnciri, Malatya Kayısı, Aydın Kestanesi, Milas Zeytinyağı, Bayramiç Beyazı, Taşköprü Sarımsağı, Giresun Tombul Fındığı, Antakya Künefesi, Suruç Narı, Çağlayanerit Cevizi, Gemlik Zeytini, Edremit Zeytinyağı, Milas Yağlı Zeytini, Ayaş Domatesi, Maraş Tarhanası, Edremit Körfezi Yeşil Çizik Zeytini, Ezine Peyniri, Safranbolu Safranı, Aydın Memecik Zeytinyağı, Araban Sarımsağı, Osmaniye Yer Fıstığı, Bingöl Balı, Bursa Şeftalisi, Hüyük Çileği, Bursa Siyah İnciri, Söke Pamuğu, Manisa Mesir Macunu, Gaziantep Menengiç Kahvesi, Silifke Yoğurdu, Aydın Memecik Zeytini, Erzincan Tulum Peyniri, Aydın Çam Fıstığı, Afyon Pastırması, Afyon Sucuğu, Antep Fıstık Ezmesi, Mut Zeytinyağı, Kırkağaç Kavunu, Hatay Kaytaç Böreği, Gaziantep Lahmacunu, İpsala Pirinci, Bursa Kestane Şekeri, Yenice İhlamur Balı, Maraş Çöreği ve Adana Şalgamı."



# ÖZEL NİTELİKLİ ALIM HEYETLERİYLE TÜRK FİRMALAR KÜRESEL SAHNEDE

Ticaret Bakanlığı ve Türkiye İhracatçılar Meclisi koordinasyonunda yürütülen özel nitelikli alım heyeti programları, Türk ihracatçıları doğrudan satın alma yetkisine sahip küresel alıcılara buluşturarak klasik B2B modelinden farklı, sonuç odaklı ve stratejik bir iş geliştirme zemini sunuyor.



*Organizasyonlar; İtalya, Birleşik Krallık, Umman, Birleşik Arap Emirlikleri ve ABD merkezli firmaları kapsayarak geniş bir ticari etki alanı oluşturdular.*

**T**ürkiye, ihracatta katma değeri ve sürdürülebilir iş birliklerini artırmaya yönelik yeni nesil tanıtım ve eşleştirme modellerini devreye alırken, özel nitelikli alım heyeti programları bu stratejinin en güçlü araçlarından biri olarak öne çıkıyor. Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) organizasyonunda yürütülen bu programlar, Türk ihracatçıları doğrudan satın alma yetkisine sahip küresel karar vericilerle buluşturarak klasik B2B organizasyonlardan ayrılan, sonuç odaklı bir iş geliştirme modeli sunuyor.

## Çoklu görüşmeler yerine tek bir hedef alıcıya odaklanılıyor

Bakanlıktan yapılan açıklamaya göre sınırlı katılımı gerçekleştiren özel nitelikli alım heyetleri; uluslararası zincir mağazaları, büyük ithalatçı firmaları ve kamu kuruluşlarının üst düzey yöneticilerini Türkiye’de bir araya getirecek. Bu sayede ihracatçı firmaların yalnızca yeni müşteri kazanımı değil, aynı zamanda kurumsal kapasite, kalite standardı ve operasyonel yetkinlik açısından da gelişim göstermesi hedefleniyor. Programların temel odağını ise firmaların küresel tedarik zincirlerine daha hızlı ve kalıcı şekilde entegre edilmesi oluşturuyor. Stratejik kurgusuyla dikkat çeken model, çoklu görüşmeler yerine tek bir hedef alıcıya odaklanarak daha derinlikli ve hazırlıklı iş görüşmelerine zemin hazırlıyor. Bu yaklaşım, ihracatçı ile alıcı arasında uzun vadeli ve sürdürülebilir ticari ilişkilerin kurulmasını kolaylaştırırken kaynak kullanımında da etkinlik sağlıyor. Özellikle yüksek ciroya ve güçlü satın

alma kapasitesine sahip küresel firmaların titizlikle seçilmesi, programların çıktısı kalitesini artırıyor.

## Toplam 15 özel nitelikli alım heyeti programı planlandı

2026 yılı için toplam 15 özel nitelikli alım heyeti programı planlanırken yılın ilk iki ayında 6 organizasyonun hayata geçirilmesi dikkat çekti. Bu kapsamda Burberry, Twinset, Vogaçloset ve Ariat International Inc. gibi farklı coğrafyalardan güçlü markalara yönelik programlar düzenlendi. Söz konusu organizasyonlar; İtalya, Birleşik Krallık, Umman, Birleşik Arap Emirlikleri ve ABD merkezli firmaları kapsayarak geniş bir ticari etki alanı oluşturdu. Geçen yıl gerçekleştirilen 10 program da benzer şekilde yüksek profilli alıcıları Türkiye’de ağırladı. ABD merkezli L.L.Bean, İtalya merkezli United Colors of Benetton ve Güney Kore merkezli Coupang Corp gibi firmalarla kurulan temaslar, Türk ihracatçıları için yeni pazarlara açılma ve mevcut pazarlarda derinleşme fırsatları yarattı.

Programlar; inşaat ve taahhüt hizmetlerinden perakende zincirlerine, hazır giyimden e-ticarete, ayakkabı ve deri mallarından otel tekstiline kadar birçok alanda ihracatçıları küresel oyuncularla buluşturuyor. Bu yönüyle programlar, Türkiye’nin ihracat portföyünü hem ürün hem de pazar bazında çeşitlendiriyor.



# DİJİTAL DÖNÜŞÜM İHRACATIN ANAHTARI OLUYOR

Adana Sanayi Odası (ADASO), Avrupa İşletmeler Ağı (EEN) Projesi kapsamında düzenlediği "E-İhracat ve E-Ticaret Eğitimi" ile firmaların dijitalleşme odaklı ihracat süreçlerine rehberlik etti. İki gün süren ve yoğun katılımı tamamlanan programda, e-ticaretin temel dinamiklerinden uluslararası pazaryerlerinde satış stratejilerine kadar geniş bir çerçevede değerlendirmeler yapıldı.

Eğitimde, firmaların e-ihracat süreçlerinde en sık karşılaştığı sorunlar detaylı şekilde ele alındı. Yanlış fiyatlandırma, pazarda karşılığı olmayan ürün seçimi, yetersiz rekabet analizi ve eksik iş modeli kurgusunun öne çıkan hatalar olduğu vurgulandı. Bu hataların özellikle



Eğitmen  
Ersan Ertürk

başlangıç aşamasında yapılmasının firmaların küresel pazarlardaki konumlanmasını doğrudan etkilediğine dikkat çekildi. Eğitmen Ersan Ertürk, e-ihracata girişte hızlı sonuç beklentisinin firmaları hataya sürüklediğini belirterek doğru ürün, doğru fiyat ve doğru pazar analizinin sürecin temelini oluşturduğunu ifade etti. Uluslararası pazaryerlerinde var

olmanın tek başına yeterli olmadığını vurgulayan Ertürk, ürünlerin küresel alıcıya değer sunmasının kritik önem taşıdığını dile getirdi. Programda ayrıca Türkiye'de e-ihracat ile ithalat arasındaki farkın önemli bir gelişim alanına işaret ettiği değerlendirilirken dijital araçların etkin kullanımıyla bu maksadın daraltılabileceği belirtildi. Eğitimin ikinci bölümünde ise toptan ihracat süreçleri, veri analitiği, yapay zekâ uygulamaları ve hedef pazar analizi gibi başlıklar öne çıktı.

ADASO'da gerçekleştirilen eğitim, firmaların dijital kanallar üzerinden ihracat kapasitesini artırmalarına yönelik stratejik bir yol haritası sunarken veri temelli ve sürdürülebilir büyüme anlayışının önemini bir kez daha ortaya koydu.



## Mersin, lojistikte geleceğin profesyonellerini yetiştiriyor

Mersin Üniversitesi (MEÜ) Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, lojistik alanında genç yetenekleri geleceğe hazırlayan bir mesleki eğitim programını tamamladı. Dört haftalık yoğun eğitim sürecinde 90 öğrenci, kara yolu taşıma mevzuatı, uluslararası sözleşmeler ve güncel sektör uygulamalarıyla donanıma kazandı.

Sertifika töreninde konuşan Mersin Esnaf ve Sanatkarlar Odası Birliği (ME-SOB) Başkanı Veysel Sarı, "Sertifika alan gençlerimiz, lojistik sektörünün geleceğini şekillendirecek, ülkemizin rekabet gücünü artıracak en önemli değerlerdir. Eğitimle üretimi, gençlikle istihdamı buluşturarak Mersin'i lojistikte lider bir merkez haline getirmeyi hedefliyoruz." dedi.

Doç. Dr. Cevat Ercik ise akademi ve sektör iş birliğinin öğrencilerin sahada fark yaratacak yetkinlikler kazanmasında kritik rol oynadığını belirtti. Ercik, "Öğrencilerimizin sektör temsilcileriyle doğrudan temas kurması, mezuniyet sonrası istihdamda güçlü bir köprü oluşturuyor." diye konuştu.

Program boyunca öğrenciler, uygulamalı eğitimlerle lojistik operasyonlarını öğrenirken stratejik düşünme ve karar alma yetkinliklerini de geliştirdi.



**ÇUKUROVA SİLO**

**CSI**

**MÜKEMMEL TASARIMLAR**

**MÜKEMMEL ÇÖZÜMLER**

**Tahıl Depolama Siloları Tahıl Taşıma Sistemleri Tahıl Temizleme ve Kurutma Makineleri**

**ÇUKUROVA SİLO**

[www.cukurovasilo.com](http://www.cukurovasilo.com)



# AKDENİZ'İN ŞAKLI SERİNLİĞİ: TARSUS ŞELALESİ

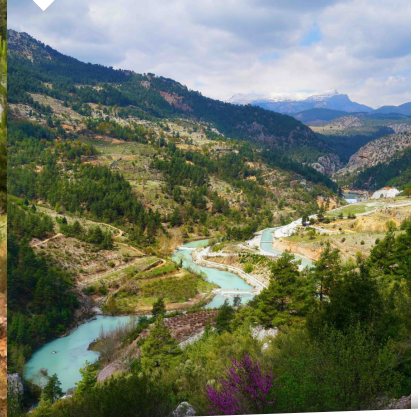
Tarsus Şelalesi, Berdan Nehri'nin coşkun sularıyla oluşan yapısı ve Bizans dönemine uzanan tarihiyle doğa ile kültürel mirası bir arada sunan eşsiz bir destinasyon olarak öne çıkıyor. Hem serin iklimi hem de mesire alanlarıyla ziyaretçilere keyifli bir deneyim sunan şelale, efsanelerle beslenen geçmişle Akdeniz'in en dikkat çekici turizm noktalarından biri olmayı sürdürüyor.

**M**ersin'in köklü yerleşimlerinden Tarsus'ta yer alan Tarsus Şelalesi, doğa ile tarihin iç içe geçtiği nadir destinasyonlardan biri olarak öne çıkıyor. Berdan Nehri'nin (antik adıyla Kydnos) coşkun sularının kayalıklardan dökülmesiyle oluşan bu doğal güzellik, yalnızca görsel bir şölen sunmakla kalmıyor; aynı zamanda binlerce yıllık geçmişin izlerini de taşıyor.

Şelalenin oluşumu, sıradan bir jeolojik süreçten çok daha fazlasını barındırıyor. Bizans İmparatoru Justinianus döneminde kenti su taşkınlarından korumak amacıyla Berdan Nehri'nin yatağı değiştirilmiş, bu müdahale sonucunda bugünkü çağlayan ortaya çıkmış. Bu yönüyle Tarsus Şelalesi, insan eliyle şekillenen ve zamanla doğal bir kimlik kazanan özel bir alan olma niteliği taşıyor.



Tarsus Şelalesi'ne, Tarsus merkezden özel araç, taksi veya minibüsle kısa sürede ulaşabilirsiniz.



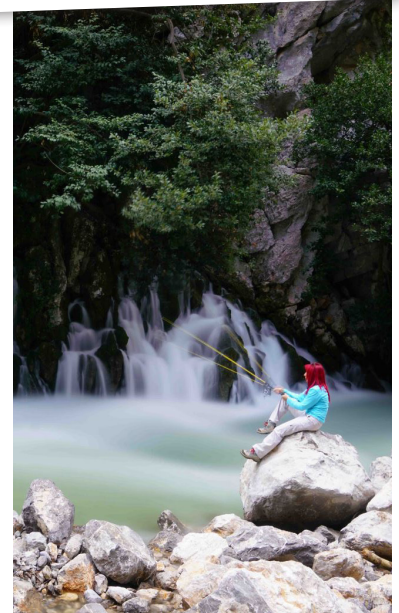
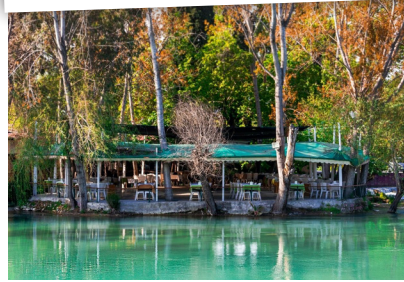
### Toroslar'dan süzülen sular 15 metreye ulaşan yükseklikten dökülüyor

Yaklaşık 4-5 metre ile bazı noktalarda 15 metreye ulaşan yükseklikten dökülen su, özellikle kış ve bahar aylarında kar sularının erimesiyle birlikte en etkileyici halini alıyor. Gürül gürül akan suyun oluşturduğu serin mikroklima, yaz aylarında bölgeyi cazip bir kaçış noktasına dönüştürüyor. Ancak burayı benzersiz kılan yalnızca doğal yapısı değil. Şelalenin bulunduğu alanın Roma döneminde nekropol, yani mezarlık olarak kullanıldığı biliniyor. Kayalara oyulmuş mezar odalarının bir kısmı, zamanla artan su akışı nedeniyle tahrip olsa da bölge hala arkeolojik açıdan önemli ipuçları sunuyor.

### Mesire alanları, yürüyüş parkurları ve restoranlar eşsiz deneyim sunuyor

Bugün şelale ve çevresi, düzenlenmiş mesire alanları, yürüyüş parkurları ve restoranlarıyla ziyaretçilere konforlu bir deneyim sunuyor. Şehir merkezine yalnızca birkaç kilometre mesafede olması ise ulaşımı son derece kolaylaştırıyor. Bu yönüyle hem günübirlik ziyaretler hem de hafta sonu kaçamakları için ideal bir alternatif oluşturuyor. Efsanelerle de anılan Berdan Nehri'nin soğuk sularının, tarihte Büyük İskender gibi önemli figürlerin hikâyelerine konu olduğu rivayet edilir. Bu anlatılar, şelalenin yalnızca fiziksel değil, kültürel hafızada da güçlü bir yer edindiğini gösteriyor.

Günümüzde Tarsus Şelalesi, doğanın gücünü, tarihin derinliğini ve Akdeniz'in sıcak atmosferini aynı noktada buluşturan nadir destinasyonlardan biri olarak ziyaretçilerini ağırlamaya devam ediyor. Gürül gürül akan suyun sesi eşliğinde geçirilen her an, bu kadim coğrafyanın ruhunu hissettiren benzersiz bir deneyime dönüşüyor.



# YAŞ MEYVE SEBZE İHRACATININ YILDIZLARI ÖDÜLENDİRİLDİ

Türkiye yaş meyve sebze ihracatının lokomotifi Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği, 2025'te ulaştığı 1,73 milyar dolarlık dev performansın mimarı olan 50 ihracatçıyı Mersin'de düzenlenen görkemli törende ödüllendirdi. Sektörün gücünün sahneye çıktığı geceye ev sahipliği yapan Başkan Ferhat Gürüz, yüzde 95 yerlilik oranına sahip sektörde net döviz kazancına dikkat çekerek toplam ihracatın yarısının Akdeniz illerinden sağlandığını vurguladı. Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürü Mehmet Ali Kılıçkaya ise küresel zorluklara rağmen ihracatta ivmenin sürdüğünü belirterek 2026'da 45 milyar TL'lik rekor destek paketiyle ihracatçının arkasında olduklarını açıkladı.



**T**ürkiye'nin yaş meyve sebze ihracatında lider konumda bulunan Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği, 2025 yılında ulaştığı 1,73 milyar dolarlık ihracat başarısına en büyük katkıyı sağlayan 50 üyesini ödüllendirdi.

Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ferhat Gürüz'ün ev sahipliğinde Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) hizmet binasında düzenlenen törene Mersin Vali Vekili İrfan Demiröz, Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürü Mehmet Ali Kılıçkaya, Mersin Büyükşehir Belediyesi Genel Sekreter Yardımcısı Serdal Gökayaz, Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (ATHİB) Yönetim Kurulu Başkanı Fatih Doğan, AKİB Genel Sekreteri Mehmet Ali Erkan, oda, borsa ve sivil toplum kuruluşlarının temsilcileri, Türkiye genelinden çok sayıda sektör temsilcisi ve ihracatçı iş insanı katıldı.

2025 Yılı İhracatın Yıldızları Ödül Töreni'nin açılış konuşmasını yapan Başkan Ferhat Gürüz, sektörün Türkiye ekonomisindeki stratejik rolünü, karşı karşıya olduğu riskleri ve ihracattaki güncel performansını detaylarıyla ortaya koydu. Yaklaşık 6 bin üyeye sahip Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği'nin Türkiye yaş meyve sebze ihracatının yüzde 50'sini tek başına gerçekleştirdiğine dikkat çeken



*Başkan Gürüz, "Taze ürünlerin hassasiyeti ve değişken küresel koşullar nedeniyle sürekli titizlik ve hızlı karar alma disipliniyle hareket eden sektörümüz, büyük bir emek ve özveriyle ülke ekonomisine katkı sağlıyor." dedi.*

Gürüz, Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği olarak hem üretim hem de ihracat tarafında kritik bir konumda bulduklarını vurguladı.

#### "Net döviz girdisi sağlayan stratejik bir sektörüz"

Konuşmasında sektörün en önemli ayırt edici özelliğinin yüksek yerlilik oranı olduğunu belirten Gürüz, şu değerlendirmede bulundu: "Diğer sektörlerle kıyaslandığında ihracat rakamlarımız daha düşük görünebilir. Ancak bizim ihracatımızın yaklaşık yüzde 95'i yerli üretime dayanıyor. Otomotiv, tekstil ve kimya gibi sektörlerde yüksek ithalat girdileri söz konusuysen yaş meyve sebze sektörü neredeyse tamamen yerli üretimle net döviz girdisi sağlıyor. Bu yönüyle sektörümüz, ülkemiz ekonomisinin en kıymetli alanlarından biridir."

2025 yılı verilerine ilişkin bilgi veren Gürüz, Türkiye genelinde 3,7 milyar dolarlık yaş meyve sebze ihracatının yaklaşık yarısının Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği üyeleri tarafından gerçekleştirildiğini açıkladı. Türk narenciye ihracatında da güçlü bir paya sahip olduklarını dile getiren Gürüz, geçen yıl ülke genelinde 1,5 milyar dolarlık narenciye ihracatının yüzde 72'sinin Birlik üyeleri tarafından gerçekleştirildiğini ifade etti.

Yaş meyve sebze sektörünün dinamik ve kırılabilir yapısına vurgu yapan Gürüz, üretimden tüketim kadar olan zincirin yüksek hassasiyet gerektirdiğini belirtti. Jeopolitik gelişmeler, rakip ülkelerdeki iklim koşulları, döviz kurları, hedef pazarlardaki talep değişimleri ve yurt içindeki üretim şartları gibi pek çok unsurun sektör üzerinde doğrudan etkili olduğunu belirten Gürüz, şu ifadeleri kullandı: "Bizim



**1,73**  
**MİLYAR**  
**DOLAR**

**AKİB'İN**  
**2025 YILINDA**  
**GERÇEKLEŞTİRDİĞİ**  
**İHRACAT**  
**TUTARI**

sektörümüzde kararlar günlük alınır. Hızlı hareket edemezseniz kaybedersiniz. Ürün taze, risk yüksek, rekabet sert. Bu nedenle gece gündüz demeden çalışmak zorundayız.”

### “Sektörümüz istihdam açısından da kritik bir fonksiyon üstleniyor”

Gürüz, yaş meyve sebze sektörünün yalnızca ihracat değil, istihdam açısından da kritik bir fonksiyon üstlendiğini ifade etti. Özellikle vasıfsız iş gücü için sektörün önemli bir geçim kapısı olduğuna dikkat çeken Gürüz, şunları söyledi: “İlaçlamadan budamaya, hasattan paketlemeye kadar milyonlarca insan bu sektörden ekmeğe yiyor. Eğitim imkanı bulamamış vatandaşlarımız günlük yevmiyelerle geçimini sağlıyor. Bu yönüyle sektörümüz sosyal açıdan da büyük bir değer üretiyor.”

6 Şubat depremleri sonrasında sektörün gösterdiği dayanışmaya da değinen Gürüz, AKİB öncülüğünde Hatay’da çiftçilere yaşam konteyneri desteği sağlandığını hatırlattı. Gürüz, “Hatay ilimizde kırsalda yaşayan, bağını bahçesini terk etmeden üretimine devam eden 460 çiftçimize tefrişatlı yaşam konteyneri desteğinde bulunduk. Yaşam konteynerleri projemizin ortaya çıkmasına vesile olan, maddi ve manevi katkılarıyla bizleri yalnız bırakmayan tüm üyelerimize, duyarlılıklarından dolayı tekrardan teşekkür etmek istiyorum.” dedi.

Konuşmasının sonunda kamu kurumlarına ve paydaşlara teşekkür eden Gürüz, özellikle yerel yönetimlerin ve bakanlık temsilcilerinin sektöre verdiği desteklerin önemine dikkat çekti.

İhracat şampiyonlarını da tebrik eden Gürüz, sektörün gelecek dönemde de büyümesini sürdüreceğine olan inancını dile getirdi.

### Mehmet Ali Kılıçkaya: 45 milyar TL’lik destekle ihracatçının yanındayız

Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürü Mehmet Ali Kılıçkaya ise konuşmasında küresel ekonomide artan belirsizliklere rağmen Türkiye’nin ihracat odaklı büyüme performansını sürdürdüğünü belirterek 2026 yılında ihracatçılara sağlanacak desteklerin 45 milyar TL’ye çıkarılacağını açıkladı.

Kılıçkaya, yaptığı kapsamlı değerlendirmede küresel ticarete korumacılık eğilimlerinin arttığı, büyümenin zayıf seyrettiği bir dönemde Türkiye’nin pozitif ayrıştığını vurguladı.

## KILIÇKAYA: TARIM SEKTÖRÜNDE 26’SI MARKA, 21’İ TURQUALITY OLMAK ÜZERE TOPLAM 47 FİRMAMIZ TÜRK ÜRÜNLERİNİN KALİTESİNİ DÜNYAYA TAŞIYOR.



Kılıçkaya, “2025 yılında 3,2 milyar doları aşan yaş meyve ve sebze ihracatımız, 2,6 milyar doların üzerindeki meyve ve sebze mamulleri ihracatıyla birlikte önemli bir ekonomik ekosistemi ifade etmektedir.” dedi.



Akdeniz’de 2025 yılının yaş meyve sebze ihracat şampiyonu Mir Mirsom Ticaret’in ödülü Şükrü Özmen’e verildi.

Küresel ekonomideki yavaşlamaya dikkat çeken Kılıçkaya, Türkiye ekonomisinin izlenen politikalar sayesinde dirençli bir performans ortaya koyduğunu belirtti.

2025 yılında Türkiye ekonomisinin yüzde 3,6 oranında büyüyerek Orta Vadeli Program (OVP) hedeflerini aştığını hatırlatan Kılıçkaya, bu büyümenin 22 çeyrektir kesintisiz bir şekilde devam ettiğini ifade etti. Kılıçkaya, söz konusu başarının arkasında özellikle ihracatın belirleyici bir rol oynadığını vurguladı. 2025 yılı genelinde mal ihracatının yüzde 4,5 oranında artış göstererek 273,4 milyar dolara ulaştığını belirten Kılıçkaya, bu güçlü performansın ülkenin dış ticaret dengesine ve ekonomik istikrarına doğrudan katkı sağladığını dile getirdi. Kılıçkaya, 2026 yılı Şubat ayında da ihracatta artış trendinin sürdüğünü belirterek, ihracatın yüzde 1,6 yükseldiğini ve 21,1 milyar dolar seviyesinde gerçekleştiğini kaydetti. Bu rakamların, Türkiye’nin küresel ticaretteki rekabet gücünü pekiştirdiğini ve ekonomik büyümenin sürdürülebilirliği açısından önemli bir gösterge teşkil

ettiğini ifade etti. Kılıçkaya, ihracat performansının yanı sıra üretim, lojistik ve tedarik zincirlerinde sağlanan verimliliklerin de ekonomik büyümede önemli katkıda bulunduğunu belirtti ve Türkiye'nin gelecek dönemde de ihracat odaklı büyüme stratejisini kararlılıkla sürdüreceğini vurguladı.

### “Yaş meyve sebze sektörü, tarım ürünleri ihracatında önemli yer tutuyor”

Tarım sektörünün ihracat içindeki payına da değinen Mehmet Ali Kılıçkaya, 2025 yılında tarım ürünleri ihracatının 32,6 milyar dolara ulaştığını, 2026'nın ilk iki ayında ise 5,4 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiğini söyledi.

Yaş meyve sebze sektörünün bu tablo içinde özel bir yere sahip olduğunu vurgulayan Kılıçkaya, sektörün sadece ihracat değil, aynı zamanda geniş bir ekonomik ekosistem oluşturduğunu belirtti. Kılıçkaya, “3,2 milyar doları aşan yaş meyve sebze ihracatı ve 2,6 milyar doların üzerindeki mamul ihracatı; üretimden lojistiğe kadar uzanan güçlü bir değer zinciri yaratıyor.” dedi.

Kılıçkaya, ihracattaki büyümenin arkasında planlı ve güçlü destek mekanizmalarının bulunduğunu vurgulayarak devlet desteklerinin kapsamını rakamlarla ortaya koydu. Buna göre 2025 yılında toplam 33 milyar TL destek sağlanırken, bunun 25,5 milyar TL'si mal ihracatına, 7,3 milyar TL'si ise hizmet ihracatına yönelik oldu. 2026 yılı için ise destek tutarının 45 milyar TL'ye çıkarıldığını belirten Kılıçkaya, bu rakamın 32,8 milyar TL'sinin mal, 12,2 milyar TL'sinin hizmet ihracatına ayrıldığını ifade etti. Söz konusu desteklerin fuar katılımlarından UR-GE projelerine, TURQUALITY programından e-ihracata kadar geniş bir yelpazeyi kapsadığını dile getiren Kılıçkaya, özellikle tarım sektörünün bu desteklere yoğun ilgi gösterdiğine dikkat çekti.

Tarım sektörüne yönelik desteklerin somut çıktılar ürettiğini belirten Kılıçkaya, halen 478 firmanın



Akdeniz'de 2025 yılının yaş meyve sebze ihracatı ikincisi Menas Ziraî Ürünler'in ödülü Abdulkadir Gürüz'e verildi.

## KILIÇKAYA: TARIM İHRACATIMIZDA TEKNİK ENGELLERİ GATE PROJESİYLE AŞARAK KANADA, FİLİPİNLER, ÇİN VE ENDONEZYA GİBİ YENİ PAZARLARA AÇILIYORUZ.

yer aldığı 20 aktif UR-GE projesinin yürütüldüğünü, ayrıca 47 firmanın da TURQUALITY ve marka programları kapsamında desteklendiğini açıkladı.

### Yeni pazarlar için GATE hamlesi

Tarım ihracatında teknik engellerin aşılması için geliştirilen GATE (Gıda ve Tarım İhracatındaki Teknik Engellerin Aşılması) Projesi'ne de değinen Kılıçkaya, bu sayede ihracatçıların yeni pazarlara erişiminin kolaylaştırdığını belirtti. Kanada, Filipinler, Çin ve Endonezya gibi pazarlarda somut ilerlemeler sağlandığını vurgulayan Kılıçkaya, teknik engellerin kaldırılmasının ihracat artışı açısından kritik olduğunu ifade etti. Kılıçkaya, ihracatın artırılmasında uluslararası tanıtım faaliyetlerinin önemine dikkat çekerek, 2025 yılında tarım ve gıda sektörüne yönelik 14 sektörel ticaret heyeti, 5 alım heyeti, 224 bireysel katılım destekli fuar, 61 millî katılım fuarı gerçekleştirildiğini belirtti.

2026 yılında da fuar ve organizasyon desteklerinin devam ettiğini vurgulayan Kılıçkaya, küresel pazarlarda Türk ürünlerinin görünürlüğünün artırılmasının öncelikli hedeflerden biri olduğunu söyledi.

İhracatın sürdürülebilirliği için insan kaynağına yatırım yaptıklarını ifade eden Kılıçkaya, bu kapsamda hayata geçirilen İhracat Akademisi ile dış ticaret alanında yetkin kadrolar yetiştirildiğini belirtti. Yükseköğretim Kurulu (YÖK) iş birliğiyle yürütülen program kapsamında Ankara, İstanbul, Konya, Kayseri, Kocaeli, Gaziantep ve Bursa'da eğitimler

Akdeniz'de 2025 yılının yaş meyve sebze ihracatı üçüncüsü Tek Asya Tarım'ın ödülü Hikmet Emre Eryılmaz'a verildi.





*İhracat Genel Müdürü Mehmet Ali Kılıçkaya, Başkan Ferhat Gürüz ile birlikte ihracat sırlamasında ilk 20'ye giren firmaların temsilcilerine ödülleri verdi.*

## KILIÇKAYA: FINANSMANA ERİŞİMİ GÜÇLENDİRMEK İÇİN EXİMBANK DESTEKLERİNİ ARTIRIYOR, KREDİ VE KEFALET HACMİNİ GENİŞLETİYORUZ.

verildiğini aktaran Kılıçkaya, 2025 yılında 30 binden fazla kişinin ihracat eğitimlerinden faydalandığını dile getirdi.

### “Kamu kurumlarıyla koordinasyon içinde kapsamlı bir finansman ekosistemi oluşturduk”

Kılıçkaya, ihracatçılar için finansmana erişimin güçlendirilmesine yönelik atılan adımlara da değinerek, kamu kurumlarıyla koordinasyon içinde kapsamlı bir finansman ekosistemi oluşturduklarını ifade etti. Bu çerçevede, Türk Eximbank aracılığıyla 2025 yılında 54 milyar dolar destek sağlandığını, 2026 yılı için ise bu tutarın 59 milyar dolara

*ATHİB Başkanı Fatih Doğan, Başkan Ferhat Gürüz ile birlikte ihracat şampiyonları listesinde yer alan firmaların temsilcilerine ödülleri verdi.*



çıkartılmasının hedeflendiğini belirtti. İGE A.Ş. tarafından sunulan kefalet hacminin 221,2 milyar TL'ye ulaştığını aktaran Kılıçkaya, 2026 hedefinin 290 milyar TL olduğunu kaydetti. Türk Ticaret Bankası üzerinden sağlanan finansmanın ise 2025 yılında 76,3 milyar TL olarak gerçekleştiğini, 2026 yılında bu rakamın 100 milyar TL'ye yükseltilmesinin planlandığını ifade etti. Reeskont kredilerine ilişkin de bilgi veren Kılıçkaya, faiz oranlarının politika faizine endekslediğini ve mevcut maliyetin yüzde 23,95 seviyesinde bulunduğunu açıkladı.

Öte yandan, ihracatçılara sağlanan döviz dönüşüm desteğinin yüzde 3'e çıkarıldığını belirten Kılıçkaya, yeni devreye alınacak alıcı kredileri programı sayesinde firmaların uygun maliyetlerle yeni pazarlara girişinin destekleneceğini vurguladı.

### Demiröz: Asıl yıldızlar üretendir, toprağa sevdalı olandır; üretimle değer oluşturan sizlersiniz

Mersin Vali Vekili İrfan Demiröz de konuşmasında üretim ve ticaretin ülkenin kalkınmasındaki rolüne dikkat çekerek, “Asıl yıldızlar üretendir, toprağa sevdalı olandır. Anadolu'nun bereketli topraklarına emek veren, üretimle değer oluşturan sizler, bu ülkenin geleceğini inşa eden insanlarsınız.” dedi.

Konuşmasında devlet ile iş dünyasının birbirini tamamlayan iki temel unsur olduğunu belirten Demiröz, şu değerlendirmede bulundu: “Devlet varsa yatırımcı vardır, yatırımcı varsa üretim vardır. Bu dengeyi sağladığımız sürece büyümemiz sürdürülebilir olur. Kamu ile özel sektörün senkronize çalışması, özellikle ihracat gibi stratejik alanlarda büyük önem taşıyor.”

Demiröz, Mersin'deki iş insanlarının sadece ekonomik değil, sosyal sorumluluk alanında da örnek bir duruş sergilediğini belirtti. İhracatçıları “karanlığı aydınlatan ışık” olarak nitelendiren Demiröz, üretimin ve ihracatın ülke kalkınmasındaki rolünü şu sözlerle ifade etti: “Toprağa emek veren, üretim yapan ve bu ürünleri dünyaya ulaştıran siz değerli iş insanları, sadece ekonomik değil, aynı zamanda sosyal kalkınmanın da taşıyıcısıdır. Eğer yıldızlar sönersen karanlık olur. Sizler bu ülkenin ışığıdır.”

Mersin'in özellikle tarım, narenciye ve lojistik alanındaki gücüne dikkat çeken Demiröz, kentnin ihracat performansının Türkiye ekonomisine önemli



AKİB Genel Sekreteri Mehmet Ali Erkan, Başkan Ferhat Gürüz ile birlikte ihracat şampiyonları listesinde yer alan firmaların temsilcilerine ödülleri verdi.

katkı sunduğunu belirtti. “Her limandan dünyaya giden ürün, aslında Türkiye’nin gücünü temsil ediyor. Her ihraç edilen tarım ürünü, bir anlamda Türk bayrağını dünyada dalgalandırıyor.” diyen Demiröz, ihracatçıları “ekonomik elçiler” olarak tanımladı.

#### “Bir karış toprağın bile boş kalmaması gerekiyor”

Tarım üretiminin stratejik önemine de değinen Demiröz, Türkiye’nin üretim kapasitesinin korunması ve artırılması gerektiğini vurguladı.

Toprağın etkin kullanılmasının önemine dikkat çeken Demiröz, “Bir karış toprağın bile boş kalmaması gerekiyor. Üretimden uzaklaşan bir ekonomi sürdürülebilir değildir. Bu nedenle üretimi öncelenen bir anlayışı hep birlikte güçlendirmeliyiz.” dedi.

Mersin iş dünyasının sosyal sorumluluk projelerinde de aktif rol aldığını belirten Demiröz, kısa süre önce gerçekleştirilen önemli bir destek kampanyasına dikkat çekti. Mersinli iş insanlarının katkılarıyla kısa zamanda önemli bir finansman kaynağı oluşturulduğuna işaret eden Demiröz, bu dayanışmanın Türkiye genelinde örnek gösterilecek bir başarı olduğunu vurguladı.

Konuşmasında Ulu Önder Mustafa Kemal Atatürk’ün üretim ve çalışma vurgusuna da yer veren Demiröz, şu hatırlatmada bulundu: “Üretmeden, çalışmadan, yorulmadan kalkınmak mümkün değildir. Üretimi bir yaşam biçimi haline getirmeliyiz. Aksi halde istikbalimizi ve ekonomik bağımsızlığımızı korumakta zorlanırsınız.”

İhracatçıların yalnızca ticari değil, aynı zamanda diplomatik bir misyon üstlendiğini belirten Mersin Vali Vekili Demiröz, sözlerini şöyle tamamladı: “Dünyaya gönderdiğiniz her ürün, Türkiye’nin kalitesini ve gücünü temsil ediyor. Sizler bu ülkenin gönüllü ticaret elçilerisiniz. Elde ettiğiniz başarılar, Türkiye’nin küresel rekabet gücünü artırmaktadır.”

Törende ödül alan ihracatçıları tebrik eden ve gönülden alkışladığını vurgulayan Demiröz, Ticaret Bakanlığı başta olmak üzere ihracata destek veren tüm kurum ve kuruluşlara, Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği üyelerine teşekkür etti.

#### Yaş meyve sebze ihracatında 2025 yılı ihracatın yıldızları

Törenin devamında Başkan Ferhat Gürüz, Vali Vekili İrfan Demiröz, İhracat Genel Müdürü Mehmet Ali Kılıçkaya ve protokol üyeleri, yaş meyve sebze sektörünün koordinatörlük ve sekretarya hizmetlerini yürüten Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği’nin 2025 yılında en fazla ihracat gerçekleştiren üyelerine ödülleri takdim etti. 2025 Yılı İhracatın Yıldızları listesinde şu firmalar yer aldı: Mir Mirsom Ticaret, Menas Mersin Zirai Ürünler, Tek Asya Tarım, Gül Gıda, Özler Tarım, ALN Narenciye, Altun Gıda, Yeni Ada, Feede Tarım, Biberçiler İç Dış Gıda, Sin Gıda, Beş Yıldız, Polat Sebze Meyve Narenciye, Sarıkaya Narenciye, Celiller Tarım, Ak-Oruç Gıda, Er Mey Tarımsal Ürünler, Soylu Gıda, Aktur Taşımacılık, Eren Tarım Ürünleri, ZGR Narenciye Dış Ticaret, Ava Global Dış Ticaret, Dolce Dış Ticaret, Regen Gıda Tarım Ürünleri, Özgür Yeter Gıda, Akan Narenciye, Aksun Tarımsal Ürünler, Lisa İthalat İhracat Nakliye, Değirmenciler Zirai Ürünler, Çınar Ambalaj, Semt Tarım Ürünleri, Karagözler Gıda, Arman Narenciye, Sas Ziraat, Serhat Narenciye, Özler Ziraat, Karaali Sentetik Dokuma, Sim-Pa Orman ve Tarım Ürünleri, FBA Plastik, Topal Narenciye, Üçel Narenciye, Vdexport, Tümen Tarım, Soom Gıda, Minerva Fruit, Arıdağ Agro, Sarıkaya Tarım, Cancumhur Tarım, Asi Zirai Ürünleri ve AYT Group.

2025 Yılı İhracatın Yıldızları Ödül Töreni’nin devamında ihracatçıları iftar programında oruçlarını açtı.





# RÖNESANS'TAN DAPEK İÇİN ULUSLARARASI STRATEJİK ORTAKLIK

Rönesans Holding, Adana'daki DAPEK projesinde Singapur merkezli SJ Group ile stratejik ortaklık kurarak bölgeyi yüksek teknoloji, petrokimya ve sürdürülebilir enerji odaklı bir sanayi merkezi haline getiriyor.

Rönesans Holding, Adana'nın Ceyhan ilçesinde hayata geçirdiği Doğu Akdeniz Petrokimya Endüstri Bölgesi ve Limanı (DAPEK) projesi kapsamında, Singapur merkezli SJ Group ile stratejik ortaklığa imza attı. Bu iş birliği; DAPEK'in geliştirilmesinde küresel iyi uygulamaların hayata geçirilmesinin yanı sıra strateji ve konumlandırma, arazi kullanım planlaması, altyapı hizmetleri ve sürdürülebilirlik çerçevelerinin oluşturulmasını kapsayacak.

2 bin 750 hektarlık alan ve 2 kilometrelik kıyı şeridine sahip DAPEK, petrokimya, yeni nesil malzemeler ve enerji dönüşümü odaklı yüksek teknoloji sanayi faaliyetlerinin yürütüleceği bir merkez olarak tasarlanıyor. Bölgede kara, deniz ve demir yolu taşımacılığıyla entegre lojistik çözümleri sunulacak; sıvı, gaz, konteyner ve kuru yük depolama altyapısı sağlanacak. Ayrıca DAPEK, güneş enerjisi santrali ve yeşil hidrojen üretim tesislerini kapsayan entegre bir enerji altyapısı ile sürdürülebilir enerji çözümlerini de bünyesinde barındıracak. Bu yaklaşım, hem bölgedeki enerji güvenliğini artıracak hem de karbon azaltımı ve çevresel sürdürülebilirlik hedeflerini destekleyecek.

## SJ Group, Jurong Adası deneyimine sahip

Ortaklık kapsamında SJ Group, DAPEK'in endüstriyel konumlandırması ve katma değerli sanayi yatırımlarının entegrasyonunda yönetim ortağı olacak. Şirket,

yatırımcı dostu çözümler geliştirerek süreçlerin sadeleştirilmesi, operasyonel verimliliğin artırılması ve proje teslim sürelerinin hızlandırılması gibi alanlarda destek sağlayacak.

SJ Group, Singapur'daki Jurong Adası gibi uluslararası örneklerden edindiği deneyimi, DAPEK'in stratejik planlamasında kullanacak. Bu sayede bölge, yalnızca Türkiye'de değil, Doğu Akdeniz enerji ve ticaret koridorunda da örnek bir sanayi ve lojistik merkezi olarak konumlanacak.

## İlıcak: Uluslararası ortaklıklar sürdürülebilir büyümenin anahtarı

Rönesans Holding Onursal Başkanı Erman İlıcak, uluslararası ortaklıkların sürdürülebilir büyümenin anahtarlarından biri olduğunu vurguladı. İlıcak, "Küresel bakış açısını yerel uzmanlıkla birleştiren iş birlikleri, sanayi gelişimi için güçlü bir model ortaya koyuyor. Teknolojik yenilikle çevresel sorumluluğun birlikte ilerlediği bu yaklaşım, yalnızca Türkiye için değil, daha geniş bölge için de uzun vadeli değer yaratacak." dedi.

Erman İlıcak, DAPEK kapsamında 2025 yılında başlatılan Ceyhan Polipropilen Tesisi ve Sıvı Yük Terminali Projesi için Rönesans Holding olarak toplam 2 milyar dolarlık yatırım yapacaklarını belirtti. Bu yatırımların Türkiye'nin cari dengesine yıllık yaklaşık 300 milyon dolarlık katkı sağlaması ve yerli üretimi güçlendirmesi hedefleniyor.

SJ Enerji Kıdemli İcra Direktörü Tan Wooi Leong, iş birliğinin enerji dönüşümü, gelişen teknolojiler ve net sıfır üretim hedefleri doğrultusunda büyük ölçekli ve liman temelli endüstri bölgelerinin geliştirilmesinde önemli bir dönüm noktası olduğunu vurguladı. Tan Wooi Leong, "Sanayi bölgeleri konusundaki uzmanlığımızın, DAPEK'in bölgede örnek bir sanayi gelişim modeli olarak konumlanmasına katkı sağlamasını, aynı zamanda Türkiye'nin uzun vadeli sanayi ve altyapı hedeflerini güçlendirmesini amaçlıyoruz." ifadelelerini kullandı.

DAPEK'in tasarımı, yüksek teknolojiye dayalı üretim alanlarını, enerji altyapısını ve sürdürülebilirlik önceliklerini bir araya getirerek katma değerli sanayi yatırımlarını ve ihracat odaklı projeleri destekleyecek.



Rönesans Holding  
Onursal Başkanı  
Erman İlıcak

# KADIN GÜCÜ İLE KALKINMA PROJESİ 7 BÖLGEDE SAHAYA İNİYOR

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ve UKODER iş birliğiyle hayata geçirilen dev projede Mersin, "Lojistik ve Liman Gücü" temasıyla kilit rol üstleniyor. 16-17 Mayıs tarihlerinde Mersinli kadın ihracatçılarla buluşacak olan proje, teorik bilgiyi sahada başarıya dönüştürmeyi hedefliyor.



*Bir yıl sürececek program, kadın emeğini sahada somut birer ihracat başarısına dönüştürerek Türkiye'nin küresel ticaretteki sınırlarını kadın gücüyle aşmayı amaçlıyor.*

## Üç aşamalı dev eğitim hamlesi

UKODER Başkanı Çiğdem Ağdağ, projenin uygulama modeline ilişkin detayları paylaşarak Mersinli kadın ihracatçıları kapsayan sürecin üç aşamalı bir yapı üzerine kurgulandığını ifade etti. Buna göre ilk aşamada, sektörün uzman isimleri Mersin'de kadın girişimcilerle bir araya gelerek fiziki eğitimler gerçekleştirecek. İkinci aşamada, bu eğitimler akademisyenler ve alanında uzman profesyoneller tarafından hazırlanacak dijital içeriklerle desteklenerek çevrim içi ortamda pekiştirilecek.

Programın üçüncü ve en kritik ayağında ise eğitim sürecini tamamlayan kadın girişimciler, 40 gönüllü kadın gümrük müşaviri ile eşleştirilecek. Bu kapsamda katılımcılar, altı ay boyunca ücretsiz mentorlük ve danışmanlık desteği olarak dış ticaret süreçlerinde doğrudan saha deneyimi kazanma imkanı bulacak.

Türkiye'nin ihracat menziline artırmak ve kadın girişimcilerin küresel pazardaki payını güçlendirmek amacıyla başlatılan "Kadın Gücü ile Kalkınma Projesi", İstanbul Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlenen görkemli bir lansmanla tanıtıldı. TİM ve Uluslararası Ticarete Kadın Organizasyonu Derneği (UKODER) tarafından yürütülecek olan proje, Türkiye'nin yedi bölgesindeki yedi lokomotif şehirde uygulanacak. Bu stratejik durakların en kritik noktalarından biri ise Akdeniz'in ticaret kapısı Mersin oldu.

## Mersin, projenin lojistik ve liman üssü

Proje kapsamında her il, sahip olduğu ekonomik kimliğe göre özelleştirilmiş eğitimler alacak. Mersin, sahip olduğu devasa liman kapasitesi ve jeopolitik konumu nedeniyle projenin "Lojistik ve Liman Gücü" ayağını temsil ediyor. 16-17 Mayıs 2026 tarihlerinde Mersin'de gerçekleştirilecek eğitim ve danışmanlık programlarıyla, bölgedeki kadın girişimcilerin dış ticaret operasyonlarındaki etkinliğinin artırılması ve Mersin Limanı'nın sağladığı avantajların kadın eliyle daha profesyonel bir ihracat ağına dönüştürülmesi hedefleniyor.

## "Kadınlar Oyuna Daha Güçlü Dahil Oluyor"

Etkinliğin açılışında konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, "Kadınlarımız bugün üretimde, girişimcilikte ve liderlikte Türkiye'nin geleceğini inşa ediyorlar. TİM olarak biz de daha fazla kadını, daha güçlü şekilde oyuna dahil etmek istiyoruz. UKODER ile yürüteceğimiz bu projeye, dış ticareti öğrenmek isteyen kadınlarımıza altı ay boyunca hem teorik eğitim hem de saha danışmanlığı sunacağız." dedi.



TİM Başkanı  
Mustafa Gültepe

## Her bölgeye özel stratejik odak

Mart ayında Tekirdağ ile başlayan maraton, Anadolu'yu karış karış gezerek Ekim ayında İstanbul'daki büyük finalle noktalanacak. Bu kapsamda; Gaziantep sanayi ve ihracat kültürüyle, Konya makine üretimiyle, Trabzon Karadeniz ticaret aksıyla, Erzurum ise hayvancılık, kış turizmi ve hizmet sektörüyle, Tekirdağ ve Aydın bölgesel üretim ve ticaret potansiyeliyle projeye dahil oldu.

# KAYSERİ'DEN DİJİTAL TİCARETTE ÖNCÜ ADIM



KAYSO Yönetim Kurulu Başkanı  
Mehmet Büyüksimitçi

Kayseri sanayisi, e-ihracatta Türkiye'ye örnek olacak bir projeyi hayata geçirdi. Kayseri Sanayi Odası (KAYSO) öncülüğünde yürütülen E-İhracat Tanıtım Projesi kapsamında, Çin merkezli Alibaba.com üzerinde Türkiye'de ilk kez bir şehre özel "Türk mağazası" açıldı. Proje ile Kayseri'nin üretim gücü dijital platformda tek çatı altında toplanarak küresel alıcılarla buluşturuldu.

Kayseri Sanayi Odası (KAYSO) Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Büyüksimitçi, oluşturulan dijital mağazanın yalnızca bir vitrin olmadığını, firmaların uluslararası pazarlarda sürdürülebilir şekilde yer almasını sağlayacak kapsamlı bir altyapı sunduğunu belirtti. Lojistikten ödeme sistemlerine kadar uzanan destek mekanizmalarının devreye alındığını ifade eden Başkan Büyüksimitçi, kapsamlı projenin kısa sürede somut sonuçlar verdiğine dikkat çekti.

İlk fazda 20 Kayseri firmasının yer aldığı mağaza, kısa sürede 2 milyon görüntülenme ve 28 bin tıklamaya ulaştı. 108 ülkede görünürlük sağlanırken, 4 bin 678 potansiyel müşteriyle temas kuruldu ve 57 e-ihracat siparişi gerçekleştirildi. Ayrıca Uganda, Fas, Fransa ve Nijerya'dan gelen alıcı heyetlerinin Kayseri'de ağırlanması, dijital temasların fiziki ticarete dönüşmesine katkı sundu.

Proje kapsamında ABD pazarına girişte TOBB Ticaret Merkezi ile iş birliği yapılırken lojistikte özel kargo avantajları ve finansal işlemlerde maliyet odaklı çözümler sağlandı. Ayrıca KAYSO Akademi üzerinden verilen eğitimlerle firmalara kapsamlı destek sunuldu ve üniversite-sanayi iş birliği sayesinde öğrencilerin sürece aktif olarak dahil edilmesi, projenin istihdamın artırılması ve nitelikli iş gücü yetiştirilmesi boyutunu da önemli ölçüde güçlendirdi.

## Tek kullanımlık plastıklere kademeli kısıtlama

Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, plastik kirliliğiyle mücadelede yeni bir adım atmaya hazırlanıyor. Bakanlık tarafından yürütülen düzenleme kapsamında, tek kullanımlık bazı plastik ürünlerin kullanımına yönelik kısıtlamaların 1 Eylül itibarıyla kademeli olarak hayata geçirilmesi planlanıyor.

Çevre Yönetimi Genel Müdürü Fatih Turan, çalışmanın Sıfır Atık vizyonu doğrultusunda şekillendiğini belirterek, düzenlemenin döngüsel ekonomi eylem planı ile atık yönetimi stratejisinin önemli bir parçasını oluşturduğunu ifade etti. Plastik ürünlerin çevre kirliliğinde ciddi paya sahip olduğuna dikkat çeken Turan, özellikle geri dönüştürülemeyen ürünlerin ekosistem üzerinde uzun vadeli kirlilik riskleri yarattığını vurguladı.



Düzenleme kapsamında plastik bardaklar, yemek kapları, çatal-bıçak setleri, kulak temizleme çubukları ve balon çubukları gibi yaygın kullanılan ürünler öne çıkıyor. Ancak hedefin tüm plastikleri yasaklamak değil, çevreye zarar veren ve geri dönüştürülemeyen tek kullanımlık ürünleri sınırlamak olduğu belirtiliyor.

Taslak yönetmeliğin ilgili kurumlar, sivil toplum kuruluşları ve üniversitelerin görüşüne açıldığı, değerlendirme sürecinin ardından kapsamın netleşeceği bildirildi. Bazı

ürünlerde kısıtlamaların 2027 yılı başına kadar yaygınlaştırılması öngörülmüyor. Yeni dönemde kağıt, ahşap ve bambu gibi doğa dostu alternatiflerin kullanımının artırılması hedeflenirken, düzenlemenin günlük yaşamı zorlaştırmaktan ziyade çevresel yükü azaltması bekleniyor. Türkiye'de geri kazanım oranının yüzde 40 seviyesine ulaştığını hatırlatan Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2053 net sıfır emisyon hedefi doğrultusunda bu oranın yüzde 60'ın üzerine çıkarılmasını amaçlıyor.

# ADANA'DA GELİŞTİRİLEN TOHUMLAR 13 ÜLKEYE İHRAÇ EDİLİYOR

Doğu Akdeniz Tarımsal Araştırma Enstitüsü, geliştirdiği pamuk, buğday ve arpa tohumlarını 13 ülkeye ihraç ederek son 5 yılda yaklaşık 1 milyar liralık ekonomik katkı sağladı ve Türkiye'nin tohumculukta ihracatçı konuma geçişini somut verilerle ortaya koydu.

Türkiye'nin tarımsal AR-GE gücünün önemli merkezlerinden biri olan Doğu Akdeniz Tarımsal Araştırma Enstitüsü, geliştirdiği tohum çeşitleriyle iç pazarın yanında uluslararası tarım piyasalarını da besliyor. Enstitüde ıslah edilen pamuk, buğday ve arpa tohumları 13 ülkeye ihraç edilerek hem üreticiye hem de ülke ekonomisine katma değer sağlıyor.

Enstitü tarafından geliştirilen 9 pamuk, 3 buğday ve 1 arpa çeşidi, özel sektör iş birlikleriyle başta Yunanistan, Türkmenistan, Özbekistan, Tacikistan ve Kazakistan olmak üzere, Güney Afrika'dan ABD'ye uzanan geniş bir coğrafyada üreticilerle buluşuyor. Türkiye'nin yerli ve milli tohumları; Azerbaycan, İran, Irak, İspanya, Suriye ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde (KKTC) de aktif olarak kullanılıyor.

Son 5 yılda 5 ton pamuk tohumu, 22 bin 923 ton buğday ve arpa tohumu ihraç eden Doğu Akdeniz Tarımsal Araştırma Enstitüsü, bu hacimle ülke ekonomisine yaklaşık 1 milyar liralık katkı sağlarken ulaşılan rakamlar, Türkiye'nin tohumculukta ithalatçı konumdan ihracatçı ülke konumuna geçişinin somut göstergesi olarak öne çıkıyor.

## "Yüzde 50-65 oranında zaman ve kaynak tasarrufu sağlandı"

Enstitü Müdürü İbrahim Cerit, 201 yıldır Türk tarımına hizmet eden kurumda Modern Bitki Islahı ve Generasyon Atlatma Merkezi'nin 2015'te kurulmasıyla AR-GE çalışmalarında yüzde 50-65 oranında zaman ve kaynak tasarrufu sağlandığını belirtti.

Geliştirdikleri tohumların özel sektör aracılığıyla çiftçilere ulaştığını kaydeden Cerit, "Enstitümüz her geçen yıl daha kaliteli, yüksek verimli, değişen iklim şartlarına dirençli yeni çeşitler geliştirmektedir. Yeni çeşitler geliştirdikçe tohum ihracatımız da artacaktır. Önümüzdeki yıllarda tohum ihracatımızın artarak devam etmesini bekliyoruz." diye konuştu.



Ziraat mühendislerinin özverili çalışmalarıyla Türkiye, geliştirdiği yerli pamuk ve buğday tohumları sayesinde hem iç piyasadaki ihtiyacı karşılıyor hem de bu stratejik ürünleri ihraç ederek tarımda yüksek katma değer yaratıyor.



## "Pamuk tohumu ihraç eden ülke konumuna gelmiş durumdayız"

Ziraat Mühendisi Hacer Kaya Kocaturk de geliştirdikleri pamuk çeşitlerinden geçen yıl 4 bin 65 ton sertifikalı tohum üretildiğini, bunun ülke pamuk tohumluğunun yaklaşık yüzde 18-20'sine tekabül ettiğini belirtti.

Geliştirdikleri tohumlara yurt dışından da talep olduğunu vurgulayan Kocaturk, şöyle konuştu: "Bundan 10 yıl önce pamuk tohumu ithalatında oldukça yüksek seviyede alıcı konumdayken artık yurt dışına pamuk tohumu ihraç eden bir ülke haline geldik. Geliştirdiğimiz yerli ve milli çeşitler artık sadece yerli üreticilerimiz için değil, çok farklı ülkelerde de pamuk üreticilerine, dünya tarlalarına kavuşmuş bulunmaktadır. Bu da ülkemiz adına, bizler adına oldukça gurur verici bir durumdur."



## Buğday tohumu geliştirme süresi 5-6 yıla indirildi

Ziraat Mühendisi Ali Alpaslan Ezici ise enstitü bünyesindeki AR-GE merkezi ve laboratuvarlar sayesinde buğday tohumu geliştirme süresini 10-15 yıldan 5-6 yıla indirdiklerini belirtti. Geçen yıl 550 bin ton sertifikalı buğday tohumu üretildiğini, bunların içinde enstitüde geliştirilen çeşitlerin payının yüzde 11 olduğunu vurgulayan Ezici, firmaların geliştirilen tohumları çoğaltarak sertifikalı şekilde çiftçilere sattığını ifade etti.

# NARENCİYEDE LİDER, KARNAVALDA KÜRESEL VİTRİN

Adana, narenciyede üretim ve ihracat gücüyle Türkiye’de piyasa belirleyici merkez konumuna yükseldi. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı ise bu gücü turizm ve ticaretle buluşturarak kent ekonomisinde çarpan etkisi yarattı.

Türkiye’nin yaklaşık 5,5 milyon tonluk narenciye üretiminde önemli bir paya sahip olan Adana, ürün bazlı performansı ile sektörde belirleyici bir konumda bulunuyor. Özellikle mandalinada ulaşılan yüzde 44’lük pay, kenti arz ve fiyat oluşumunda referans noktası haline getiriyor. Bu güçlü yapı, piyasadaki dengelerin büyük ölçüde Adana’daki üretim miktarı ve kaliteye göre şekillendiğini ortaya koyuyor. Ürün dağılımındaki ağırlık Adana’nın stratejik rolünü daha da pekiştiriyor. Mandalinada yüksek payıyla öne çıkan kent, limon üretiminin yüzde 37’sini, portakalın ise yüzde 23’ünü karşılayarak çok ürünli bir üretim gücü sergiliyor. Bu çeşitlilik, hem iç piyasada hem de ihracatta riskleri den-

geleyen önemli bir avantaj sunuyor. Kentin üretim kapasitesini sürdürülebilir kılan en kritik unsurlardan biri ise genç ağaç varlığı. Mandalinada 4,2 milyon adet, limonda ise 3,4 milyon adet genç ağacın bulunması, gelecek dönemde üretim hacminin daha da artacağına işaret ediyor. Bu durum, Adana’nın gelecekteki arz yapısında da belirleyici aktör olmaya devam edeceğini gösteriyor.

## Çukurova ekseninde kilit rol

Türkiye’de narenciye üretiminin büyük ölçüde Çukurova ekseninde yoğunlaşması, Adana’nın önemini daha da artırıyor. Portakal ve mandalinada üretimin yüzde 88’inin, limonda yüzde 95’inin, greyfurtta ise yüzde 97’sinin bu bölge-

de gerçekleşmesi, kenti ulusal ölçekte kritik bir merkez konumuna taşıyor. Bu yapı, Adana’yı narenciye arz güvenliğinde “omurga şehir” haline getirirken dış ticaret açısından vazgeçilmez tedarik noktasına dönüştürüyor.

Adana’nın üretim gücü, ihracat performansına da doğrudan yansıyor. Avrupa, Rusya ve Orta Doğu pazarlarına yapılan sevkiyatlarda kent, güçlü bir lojistik ve tedarik merkezi olarak öne çıkıyor. Mersin Uluslararası Limanı başta olmak üzere bölgedeki altyapı, yüksek hacimli ve süreklilik arz eden ihracatı mümkün kılıyor. Ürün çeşitliliği ve hasat sürekliliği ise ihracatçıların uluslararası pazarlarda daha güçlü ve sürdürülebilir kontratlar yapmasına imkan tanıyor.

## Karnavalla genişleyen ekonomi, tarımın şehirle buluşması

Tarım ve ihracat gücünün şehir ekonomisiyle buluştuğu en önemli platformlardan biri de Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı oldu. 1-8 Nisan 2026 tarihlerinde 14’üncüsü gerçekleştirilen görkemli organizasyon, kentin ekonomik yapısına çok boyutlu katkı sağladı. Her yıl artan ziyaretçi sayısı, özellikle konaklama ve yeme-içme sektörlerinde ciddi bir hareketlilik yaratırken etkinliklerin şehir geneline yayılması ekonomik canlılığın geniş bir alana taşınmasını sağladı. Perakende, ulaşım ve lojistik başta olmak üzere birçok sektörde talep artışı gözlemlendi.

Karnaval, aynı zamanda Adana için güçlü bir tanıtım ve marka platformu iş-





*Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı, 200'e yakın etkinlik ve 1 milyonu aşkın katılımcısıyla Adana'da hem yerel kültürü hem de sanat ve eğlenceyi zirveye taşıdı.*



levi gördü. Merkez Park ve Atatürk Parkı'nda kurulan standlar ve sponsorluk faaliyetleri, firmalara doğrudan tüketiciyle temas imkanı sunarken kentin ulusal ve uluslararası görünürliğini artırdı. Kültürel etkinlikler, konserler ve gösterilerle zenginleşen program, farklı ziyaretçi profillerini çekerek turizm gelirlerinde çarpan etkisi oluşturdu.

Ortaya çıkan tablo, Adana'nın çok katmanlı bir ekonomik model geliştirdiğini gösteriyor. Narenciyede ürün bazlı uzmanlaşma, ihracatta derinleşen rol, genç üretim altyapısıyla desteklenen sürdürülebilir büyüme ve karnaval gibi organizasyonlarla güçlenen şehir ekonomisi birleşerek kenti klasik tarım şehirlerinden ayrıştırıyor. Adana, bugün üretimden ihracata, lojistikten markalaşmaya uzanan geniş bir değer zincirinin merkezinde konumlanıyor.

# UZAK PAZAR, BÜYÜK POTANSİYEL

Şili, 87 milyar dolarlık ithalat hacmi ve geniş serbest ticaret ağıyla Türk ihracatçıları için yüksek potansiyel sunarken, mevcut pazar payının yüzde 1'in altında kalması "yüksek fırsat-düşük pazar payı" tablosunu ortaya koyuyor. Sanayiden gıdaya birçok sektörde hızlı artış sinyalleri görülmesine rağmen, güçlü rakipler karşısında kalıcı büyüme için Türkiye'nin daha agresif pazarlama, lojistik ve dağıtım stratejileri geliştirmesi kritik önem taşıyor.

Latin Amerika'nın en dışa açık ekonomilerinden biri olan Şili, geniş serbest ticaret ağı ve istikrarlı makroekonomik yapısıyla küresel ticarete "bağlantı merkezi" rolü üstleniyor. 64 ülke ile yürürlükte olan 26 serbest ticaret anlaşması sayesinde dünya GSYİH'sinin yüzde 86'sını kapsayan bir pazara erişim sağlayan ülke, yalnızca kendi iç pazarıyla değil, sunduğu ticari ağ ile de stratejik önem taşıyor.

Şili ekonomisi büyük ölçüde dış ticarete dayanırken ülke uzun yıllardır dış ticaret fazlası veren bir yapı sergiliyor. 2025 itibarıyla ihracat 111 milyar dolara, ithalat ise 87 milyar dolara ulaşırken dış ticaret fazlası 24 milyar dolar olarak gerçekleşti. Toplam dış ticaret hacmi 2023'te 181 milyar dolar seviyesinde gerçekleşen ülke, küresel dalgalanmalara rağmen orta vadede yeniden büyüme eğilimine giriyor. Bu yapı, Şili'yi sadece bir üretici değil aynı zamanda güvenilir bir tedarik ve ticaret ortağı konumuna taşıyor. İhracatta bakır ve madencilik ürünleri açık ara liderliğini korurken ithalat tarafında enerji, makine, otomotiv ve teknoloji ürünleri öne çıkıyor. Bu tablo, ülkenin sanayi ve enerji bağımlılığı nedeniyle ithalata açık sektörler barındırdığını ortaya koyuyor.

## 87 milyar dolarlık fırsat alanı

Şili'nin ithalatı 2025 yılında yaklaşık 87 milyar dolar seviyesine ulaştı. Başlıca ithalat kalemleri, mineral yakıtlar ve petrol ürünleri; makine ve mekanik cihazlar, elektrikli ekipmanlar, motorlu taşıtlar, plastik ve kimya ürünlerinden oluştu. Bu

yapı, dışa bağımlı sektörlerde yüksek ve sürdürülebilir bir talep olduğunu gösterirken sanayi üretimi güçlü ülkeler için önemli bir pazar fırsatı yaratıyor. Türkiye'nin Şili ile ticareti, coğrafi uzaklığa rağmen son yıllarda istikrarlı bir gelişim sergiliyor. 2025 yılı itibarıyla iki ülke arasındaki ticaret hacmi 604 milyon dolara ulaşmış durumda. Buna karşın, Türkiye'nin Şili'nin toplam dış ticareti içindeki payı hâlâ sınırlı bir düzeyde seyrediyor. Türkiye, Şili'nin ihracatında yüzde 0,13, ithalatında ise yüzde 0,59 paya sahip. Bu tablo, Türkiye'nin Şili pazarındaki konumunun henüz niş bir seviyede olduğunu ortaya koyarken, aynı zamanda gelecek döneme ilişkin güçlü bir büyüme potansiyeline işaret ediyor.

Şili, 20 milyonluk nüfusuyla sınırlı bir iç pazara sahip olsa da serbest ticaret ağları

ve yüksek satın alma gücü sayesinde Latin Amerika'nın en stratejik ticaret kapılarında biri konumunda bulunuyor. Türkiye açısından bakıldığında ise Şili pazarı düşük pazar payına rağmen yüksek potansiyel barındıran, rekabetin yoğun seyrettiği ancak giriş bariyerlerinin görece düşük olduğu, özellikle sanayi ürünlerinde büyüme fırsatı sunan bir yapı sergiliyor.

## Şili pazarında Türk sanayisi için geniş alan ve yatırım fırsatları var

Ticaret Bakanlığı verilerine göre, Şili'nin 2024 yılı ithalat kompozisyonu Türk sanayi ürünleri açısından önemli fırsatlar barındırırken mevcut pazar payının sınırlı kaldığı görülüyor. "Şili'ye İhracatta Başlıca Potansiyel Sanayi Ürünleri Matrisi"ne göre birçok sektörde Türkiye'nin küresel ihracat gücüne rağmen Şili paza-





rındaki payı yüzde 1'in altında seyrediyor. Özellikle otomotiv, makine ve elektrikli ekipmanlar öne çıkan başlıklar arasında yer alıyor. Şili'nin yalnızca eşya taşıma-ya mahsus motorlu taşıt ithalatı 2,7 milyar doları aşarken Türkiye'nin bu pazardan aldığı pay yüzde 1'in altında kalıyor. Buna karşın Türkiye'nin aynı üründe küresel ihracatının 6,3 milyar dolar seviyesinde olması, ciddi bir kapasite-fırsat makasına işaret ediyor.

Benzer tablo makine ve ekipman grubunda da dikkat çekiyor. İş ve maden makineleri aksamalarında Şili'nin ithalatı 678 milyon dolar seviyesinde gerçekleşirken Türkiye'nin ihracatındaki yıllık artış yüzde 149'u aşmasına rağmen toplam pay hala sınırlı. Bu durum, Şili pazarında Türk firmaların hızlı büyüme potansiyeline rağmen rekabetçi ülkelerin hâkimiyetini sürdürdüğünü ortaya koyuyor.

Elektrik ekipmanları ve kablo ürünlerinde ise Çin'in belirgin üstünlüğü göze çarpıyor. Bazı kalemlerde yüzde 50'nin üzerinde pazar payına sahip olan Çin'e karşı Türkiye'nin payı yüzde 1'in altında kalırken fiyat rekabeti ve lojistik avantajların belirleyici olduğu görülüyor.

Mobilya, plastik ve hazır giyim sektörleri de potansiyel arz eden diğer alanlar arasında. Şili'nin mobilya ithalatı 265



milyon doların üzerine çıkarken Türkiye'nin payı yalnızca yüzde 0,3 seviyesinde bulunuyor. Hazır giyimde ise Çin ve Asya ülkeleri baskın rolünü korurken Türkiye'nin kalite odaklı konumlanmayla pazar payını artırabileceği değerlendiriliyor. Öte yandan dikkat çeken bir diğer unsur, birçok üründe gümrük vergilerinin sıfır seviyesinde olması. Bu durum, teknik engeller ve rekabet koşulları dışında önemli bir tarife bariyerinin bulunmadığını gösteriyor ve Türk ihracatçıları için pazara girişte avantaj oluşturuyor.

#### Şili gıda pazarında Türk ürünleri için fırsat geniş, pay sınırlı

Yine Ticaret Bakanlığı verilerine göre Şili'nin tarım ve gıda ithalatı Türk ihracatçıları açısından güçlü bir potansiyel sunarken, mevcut pazar payının oldukça düşük seviyelerde kaldığı dikkat çekiyor. "Şili'ye İhracatta Başlıca Potansiyel Tarım ve Gıda Ürünleri Matrisi", birçok üründe Türkiye'nin küresel rekabet gücüne rağmen Şili pazarında yeterince konumla-



namadığını ortaya koyuyor. Şili'nin 2024 yılında hayvan yemi ithalatı 464 milyon doları aşarken Türkiye'nin bu pazardan aldığı payın son derece sınırlı kalması, önemli bir boşluğa işaret ediyor. Benzer şekilde 363 milyon dolarlık gıda müstahzarları ithalatında Türkiye'nin ihracatı düşük bazdan hızlı artış gösterse de toplam içindeki pay henüz kritik eşğin altında bulunuyor.

Katma değerli gıda ürünlerinde ise daha dengeli bir tablo öne çıkıyor. Türkiye, bisküvi ve çikolatalı ürünlerde Şili pazarında belirli bir varlık gösterirken, özellikle çikolata ihracatındaki artış eğilimi dikkat çekiyor. Buna karşın pazarın büyük bölümünün Brezilya, ABD ve Avrupa ülkeleri tarafından kontrol edilmesi rekabetin yoğunluğunu ortaya koyuyor. Makarnada ise Türkiye'nin daha güçlü bir konumda olduğu görülüyor. Yaklaşık 77 milyon dolarlık ithalat hacmine sahip pazarda Türkiye yüzde 10'un üzerindeki payıyla öne çıkan tedarikçiler arasında yer alıyor. Bu performans, benzer ürün gruplarında da ölçek büyütme potansiyeline işaret ediyor. İçecekler, soslar ve işlenmiş tarım ürünlerinde ise dikkat çekici bir büyüme ivmesi bulunuyor. Meyve suyu ihracatında üç haneli artış oranları yakalanmasına rağmen toplam pazar payının hâlâ sınırlı kalması, agresif pazarlama ve dağıtım stratejilerinin gerekliliğini ortaya koyuyor.



# İHRACAT AKADEMİSİ ADANA'DA BAŞLIYOR

İhracat Akademisi kapsamında gerçekleştirilecek Adana İhracat Uzmanlığı Eğitim Programı, 18 Nisan 2026'da başlayarak hibrit formatta katılımcılara kapsamlı bir dış ticaret eğitimi sunacak. Program, ihracat mevzuatından e-ihracata, finansmandan sürdürülebilirliğe kadar geniş bir içerikle firmaların küresel rekabet gücünü artırmayı hedefliyor.

**T**ürkiye'nin ihracat odaklı büyüme stratejisi doğrultusunda nitelikli insan kaynağını güçlendirmeye yönelik hayata geçirilen İhracat Akademisi, yeni dönem eğitim programına Adana'da start veriyor. Ticaret Bakanlığı ile Yükseköğretim Kurulu iş birliğinde yürütülen program kapsamında düzenlenecek Adana İhracat Uzmanlığı Eğitimi, 18 Nisan 2026 tarihinde başlayacak. Ticaret Bakanlığı, Adana Sanayi Odası ve Çukurova Üniversitesi iş birliğinde gerçekleştirilecek program, 13 Haziran 2026 tarihine kadar devam edecek. Hibrit formatta kurgulanan eğitimler, Adana Sanayi Kampüsü'nde yüz yüze oturumların yanı sıra çevrim içi derslerle desteklenecek. Bu yapı sayesinde katılımcılara hem teorik hem de uygulamalı bir öğrenme deneyimi sunulacak.

## Müfredat programı ihracat süreçlerini bütüncül bir yaklaşımla ele alıyor

Toplam 60 saatlik kapsamlı müfredat, ihracat süreçlerini bütüncül bir yaklaşımla ele alıyor. Programın ilk aşamasında "İhracat 101" başlığı altında temel kavramlar, ihracatçı olma süreçleri ve küresel ticaretteki güncel gelişmeler aktarılacak. Devamında dış ticaret mevzuatı, uluslararası ticari kurallar, Incoterms 2020 teslim şekilleri ve ihracat işlemlerinde gerekli belgeler gibi kritik konular detaylı şekilde işlenecek. Eğitim içeriği yalnızca mevzuat ve operasyonel süreçlerle sınırlı

kalmıyor. Katılımcılar; pazar araştırması, hedef pazar analizi, uluslararası pazarlama stratejileri ve markalaşma gibi ihracatın stratejik boyutlarına ilişkin bilgi edinme fırsatı bulacak. Teklif hazırlama, fiyatlandırma ve müşteri bulma yöntemleri gibi uygulamaya dönük başlıklar da programın önemli bir bölümünü oluşturuyor.

Programda ayrıca dış ticaretin finansmanı, ödeme yöntemleri, Eximbank kredi ve sigorta programları ile devlet destekleri gibi başlıklar ele alınarak firmaların finansal süreçlerde daha etkin hareket etmesi amaçlanıyor. Bununla birlikte gümrük mevzuatı, lojistik yönetimi ve kambiyo uygulamaları da detaylı şekilde işlenecek konular arasında yer alıyor.

## Programda e-ihracat ve dijital dönüşüm başlıkları da önemli yer tutuyor

Güncel küresel eğilimler doğrultusunda hazırlanan müfredatta e-ihracat ve dijital dönüşüm başlıkları da önemli bir yer tutuyor. E-ticaret altyapıları, dijital pazarlama, veri analitiği ve yapay zekâ uygulamalarına yönelik içerikler, firmaların uluslararası pazarlarda rekabet gücünü artırmayı hedefliyor.

Öte yandan Avrupa Birliği Yeşil Mutabakatı ve Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması gibi kritik konulara da yer verilerek, ihracatçıların sürdürülebilirlik odaklı dönüşüme uyum sağlaması amaçlanıyor. Program, bu yönüyle katılımcıları yalnızca mevcut ticaret süreçlerine değil, geleceğin küresel ticaret dinamiklerine de hazırlıyor. İhracat Akademisi kapsamında hayata geçirilen bu eğitim programı, özellikle dış ticarete adım atmak isteyen firmalar ile mevcut ihracatını geliştirmeyi hedefleyen işletmeler için önemli bir fırsat sunuyor. Uzmanlar, bu tür eğitimlerin Türkiye'nin ihracatta katma değerli büyüme hedeflerine ulaşmasında kritik rol oynadığına dikkat çekiyor.

*Adana Sanayi Kampüsü, üretim, AR-GE ve eğitim olanaklarını bir araya getiren entegre bir sanayi ve inovasyon merkezi olarak hizmet veriyor.*



# KAMBETON, TÜRK MÜHENDİSLİĞİ İLE KÜRESELDE GÜCÜNÜ ARTIRIYOR

“Avrupa’nın En İyi Prefabrik Beton Şirketi” ünvanıyla girdikleri 2025 yılında ihracat artışını sürdüren Kambeton, 2026’da ihracat hamleleri ve inovatif mühendislik çözümleriyle bu başarıyı yeni bir atılım sürecine dönüştürerek küresel ölçekte rekabetçi bir oyuncu olmayı hedefliyor.



Türkiye’nin prefabrik beton sektöründeki köklü temsilcilerinden olan Kambeton, yerli üretim gücünü uluslararası mühendislik standartlarıyla birleştirerek bu yıl için rotasını dünya pazarlarına çevirdi. Kambeton Yönetim Kurulu Üyesi İdil Baykam, şirketin 2025 yılında yakaladığı büyüme performansını 2026 yılında uluslararası pazarlara taşıyacaklarını belirterek prefabrik beton sektöründe küresel ölçekte daha güçlü bir oyuncu olmayı hedeflediklerini açıkladı. Kambeton’un Adana, Gaziantep ve Diyarbakır’da faaliyet gösteren üç üretim tesisiyle yerli üretim kapasitesini uluslararası mühendislik standartlarıyla buluşturduğunu ifade eden Baykam, şirketin yalnızca üretim yapan bir yapıdan çıkarak mühendislik çözümleri sunan stratejik bir iş ortağı konumuna ulaştığını bildirdi.

## “3 bin ürün çeşidiyle projelere özel çözümler sunuyoruz”

Kambeton’un standart üretim anlayışının ötesine geçtiğini dile getiren Baykam, bugün portföylerinde 3 binin üzerinde ürün çeşidinin bulunduğunu belirtti. Baykam, “Dev sanayi tesislerinden enerji nakil hatlarına, altyapı projelerinden büyük ölçekli endüstriyel yapılara kadar farklı teknik gereksinimlere sahip projeler için özel mühendislik çözümleri geliştiriyoruz. Bu yaklaşımımız Kambeton’u sadece bir üretici değil, projelerin çözüm ortağı haline getiriyor.” dedi.

## Avrupa’nın en prestijli ödülünü aldı

Şirketin kalite ve inovasyon odaklı üretim anlayışının uluslararası alanda da karşılık bulduğunu kaydeden Baykam, Kambeton’un sektörün saygın yayınlarından

*Kambeton, 3 binin üzerinde farklı beton ürün çeşidi ve sanayi yapılarıyla hem Türkiye’de hem de dış pazarlarda büyük projelere imza atarak sektörde fark yaratıyor.*

Construction Business Review tarafından 2024 yılında “Avrupa’nın En İyi Prefabrik Beton Şirketi” seçildiğini hatırlattı. Bu ödülün Türk mühendisliğinin ulaştığı seviyeyi göstermesi açısından önemli olduğunu ifade eden Baykam, “Avrupa genelindeki güçlü rakipler arasından sıyrılarak elde ettiğimiz bu başarı, üretim kalitemizin ve mühendislik kabiliyetimizin uluslararası ölçekte tescillenmesi anlamına geliyor.” diye konuştu.

## “Sektörel çeşitliliğimiz operasyonel gücümüzü artırdı”

2025 yılında enerji, ulaşım ve sanayi başta olmak üzere birçok farklı sektöre çözüm sunduklarını belirten Baykam, enerji nakil hatları, köprü projeleri, prefabrik sanayi yapıları ve liman inşaatlarında aktif rol üstlendiklerini söyledi. Baykam, “Farklı sektörlerin teknik şartnamelerine uyum sağlayabilen mühendislik altyapımız sayesinde operasyonel kabiliyetimizi önemli ölçüde güçlendirdik. Bu birikim, 2026 yılında yeni pazarlara açılmamız için sağlam bir zemin oluşturdu.” ifadelerini kullandı.

## 2026 hedefi: Küresel mühendislik ihracatı

İhracat odaklı büyüme stratejisini önceliklendirdiklerini aktaran Baykam, yüksek katma değerli prefabrik beton elemanlarıyla uluslararası altyapı projelerinde daha aktif yer almayı hedeflediklerini açıkladı. Baykam, “Amacımız mühendislik bilgi birikimini dünyaya taşıyan bir marka haline gelmek. Yeni nesil beton teknolojileri üzerine yürüttüğümüz çalışmalar bu dönüşümün temelini oluşturuyor.” dedi.

Kambeton’un güvenli, dayanıklı ve sürdürülebilir yapıların inşasında sektörün öncü firmalarından biri olmaya devam edeceğini ifade eden Baykam, sektörün küresel rekabette daha güçlü bir konuma ulaşması için faaliyetlerini kararlılıkla sürdüreceklerini sözlerine ekledi.



*Kambeton Yönetim Kurulu Üyesi İdil Baykam*

# TARIM DEPOLAMASINDA KURALLAR YENİDEN YAZILDI

Ticaret Bakanlığı tarafından hazırlanan Lisanslı Depo İşletmelerine Kuruluş İzni Verilmesi Hakkında Tebliğ'in yürürlüğe girmesiyle, tarım ürünleri lisanslı depoculuk sisteminde yatırım, kapasite planlaması ve izin süreçlerine ilişkin kapsamlı bir düzenleme hayata geçirildi. Yeni tebliğ ile sektörde daha dengeli kapasite dağılımı, etkin yatırım planlaması ve kayıt dışı depolamanın önlenmesi hedeflendi.

Düzenlemeye göre lisanslı depo kurulumu, şube açılışı ve kapasite artışına yönelik başvurular ilçe bazında yapılacak ve il müdürlüklerinin evrak sistemine giriş sırasına göre değerlendirilecek. Başvuru takip listeleri yıllık olarak oluşturulacak ve güncellenecek. Değerlendirme sürecinde ise yalnızca başvuru yoğunluğu değil; ilgili bölgede üretim miktarı, mevcut depo kapasitesi ve doluluk oranları, sanayi ve ticaret altyapısı ile liman ve organize sanayi bölgeleri gibi lojistik unsurlar da belirleyici olacak. Her yıl ocak ayında, izin verilmeyecek il ve ilçeler Bakanlık tarafından ilan edilecek. Belirlenen listede yer alan bölgelerde yapılan başvurular doğrudan reddedilecek. Öte yandan, sonuçlandırılmayan

veya reddedilen başvurular için her yıl 1 Ekim-15 Kasım tarihleri arasında yenileme imkanı tanınacak. Tebliğle birlikte yatırım lokasyonlarına da sınırlama getirildi. Buna göre yeni kurulacak lisanslı depo tesislerinin organize sanayi bölgeleri içinde yer almasına izin verilmeyecek. Ayrıca kuruluş izni alan şirketlerin, en geç bir yıl içinde tesisin kurulacağı taşınmaza ilişkin kira sözleşmesini Bakanlığa sunması zorunlu olacak. Yeni düzenlemenin en dikkat çekici başlıklarından biri ise lisans dışı depolamaya yönelik getirilen sıkı kuralları oldu. Buna göre tesis içinde lisans kapasitesine dahil olmayan herhangi bir depo veya silo bulunamayacak. Aynı sahada üretim tesisi ya da başka bir işletmeyle fiziki ve operasyonel bağlantı kurulamayacak.



## Yurt dışı alımlarında yeni teşvik

Ticaret Bakanlığı, ihracatçıların küresel pazarlardaki etkinliğini artırmak amacıyla "İhracat Destekleri Hakkında Karar" kapsamında önemli bir düzenlemeyi yürürlüğe aldı. Karar ile şirket ve marka alım desteğinin kapsamı genişletilerek yurt dışında satın alınan şirket ve markalara yönelik kira, tanıtım ve pazarlama giderleri destek kapsamına dahil edildi. Buna göre yurt dışı birimlerin kira ve ofis üyeliği giderleri yıllık 7,5 milyon liraya kadar yüzde 50 oranında desteklenecek. Tanıtım ve pazarlama faaliyetleri için ise ülke başına yıllık 9,5 milyon liraya kadar destek sağlanacak. Yeni düzenleme, yurt dışı birimi bulunmayan ancak marka tescilli olan şirketleri de kapsayarak destek üst limitini yıllık 15 milyon liraya kadar çıkarıyor. Ayrıca ileri teknolojiye sahip yabancı şirketlerin satın alınmasına yönelik danışmanlık giderleri ile kredi faizlerinin önemli bir bölümü de desteklenecek. Bakanlık, bu adımla ihracatçılarının yalnızca ürün satışıyla sınırlı kalmayıp küresel marka ağlarına entegre olmasını, dağıtım kanallarını güçlendirmesini ve "Made in Türkiye" algısını uluslararası pazarlarda daha görünür hale getirmesini hedefliyor. Düzenleme, firmaların küresel ölçekte markalaşmasını destekleyen stratejik bir hamle olarak değerlendiriliyor.



## LİMANLARDA ELLEÇLENEN YÜK MİKTARINDA REKOR KIRILDI

Türkiye limanlarında şubat ayında elleçlenen yük miktarı tüm zamanların rekorunu kırarak 43,88 milyon tona ulaştı. Ocak-Şubat döneminde toplam yük elleçlemesi ise 88,34 milyon ton olarak kaydedildi. Şubat ayında konteyner elleçlemesi 1,16 milyon TEU'ya yükselerek 2024 sonrası en yüksek şubat rakamı olurken geçen yılın aynı ayına göre yüzde 13,9 artış gösterdi. Ocak-Şubat döneminde konteyner elleçlemesi yıllık bazda yüzde 3 artışla 2,24 milyon TEU oldu.

Yurt dışına giden yük miktarı 10,54 milyon ton, yurt dışından gelen yük miktarı ise yüzde 8,5 artışla 22,12 milyon ton olarak gerçekleşti. Şubat ayında yurt dışı taşımacılık yıllık yüzde 6 artışla 32,66 milyon tona ulaştı. Bölge liman başkanlıkları bazında en fazla yük Aliğa Limanı'nda (7,35 milyon ton), Kocaeli Limanı'nda (6,57 milyon ton) ve İskenderun Limanı'nda (5,35 milyon ton) elleçlendi.

Transit taşımacılık 5,56 milyon ton, kabotaj taşımacılığı ise 5,66 milyon ton olarak kayıtlara geçti. Yük cinsi bazında 40'lık dolu konteyner elleçlemesi 6,95 milyon tona en çok artan yük türü oldu. Yurt dışına en fazla portland çimentosu (980 bin ton) taşınırken alüminyum cevheri ve feldispat da öne çıkan yükler arasında yer aldı. Yurt dışından limanlara gelen yükler arasında ham petrol 2,58 milyon tona başı çekerken, LNG ve taş kömürü de önemli pay aldı.

Ülkeler bazında ise Türkiye'den en fazla yük İtalya, ABD ve Mısır'a gönderilirken limanlara en fazla yük Rusya'dan geldi.

# YAŞ MEYVE SEBZE DEVİ BİBERCİLER'DEN ENTEGRE YAPIYLA İHRACAT ATAĞI

Mersin merkezli Biberciler, üretimden paketlenmeye, lojistikten plastik kasa imalatına uzanan entegre yapısı ve sürdürülebilirlik odaklı yatırımlarıyla Türk yaş meyve ve sebze sektöründe fark yaratıyor. Şirket, Almanya, Rusya ve Birleşik Arap Emirlikleri başta olmak üzere mevcut pazarlarının yanı sıra Uzak Doğu ve Kuzey Avrupa'yı hedefleyerek ihracatta katma değerli büyümesini sürdürüyor.

Türkiye'nin yaş meyve ve sebze ihracatında önemli bir aktör haline gelen Mersin merkezli Biberciler, tarım, lojistik ve sürdürülebilirlik ekseninde şekillenen entegre iş modeliyle dikkat çekiyor. Narenciye ve sert çekirdekli meyveler başta olmak üzere geniş ürün yelpazesine sahip firma, kendi bünyesinde kurduğu modern tesislerde sınıflandırma, paketlenme ve soğuk zincir yönetimini yüksek kalite standartlarında gerçekleştiriyor.

Entegre yapının sağladığı avantajları değerlendiren Biberciler Genel Müdürü Serhat Çamaşırıcı, "Tarımı yalnızca üretimle sınırlı görmüyoruz. Ürünün tarladaki ilk anından, nihai müşteriye ulaşana kadar geçen tüm süreci sahiplenilen bir anlayışla çalışıyoruz. Üretim, paketlenme, depolama, lojistik ve hatta ambalajı bile kendi bünyemizde yönetmemiz; kalite, süreklilik ve rekabet gücü açısından bize çok önemli avantajlar sağlıyor." dedi.

## "Uzak Doğu ve Kuzey Avrupa ülkeleri hedef pazarlarımız"

2025 yılı itibarıyla Avrupa Birliği ülkeleri, Rusya Federasyonu, Orta Doğu ve Bal-



kanlara aktif ihracat gerçekleştirdiklerini belirten Çamaşırıcı, Almanya, Romanya, Rusya ve Birleşik Arap Emirlikleri'nde güçlü bir konuma sahip olduklarını vurguladı. Gelecek dönemde Uzak Doğu ve Kuzey Avrupa pazarlarını da ihracat ağına eklemeyi hedeflediklerini söyleyen Çamaşırıcı, ihracat vizyonlarına ilişkin şu ifadeleri kullandı: "Bugün Biberciler markası, farklı coğrafyalarda güvenle tercih edilen bir tedarikçi konumuna gelmiş durumda. İhracatta sadece ürün satmıyor; kalite, süreklilik ve güven sunuyoruz. Hedefimiz, Türk tarım ürünlerini daha fazla ülkede, daha yüksek katma değerle temsil etmek."

## "Sert çekirdekli meyve ve narenciye bahçelerinde dünya standartlarında üretimi esas alıyoruz"

2017'den itibaren kendi tarımsal üretimini güçlendirmeye odaklandıklarını aktaran Çamaşırıcı, sert çekirdekli meyve ve narenciye bahçelerinde İyi Tarım Uygulamaları ve Global G.A.P. standartlarını esas aldıklarını belirtti. Çamaşırıcı, gıda güvenliği, izlenebilirlik, çevresel sürdürülebilirlik ve insan sağlığını üretimin her aşamasında öncelik olarak ele aldıklarını söyledi.



## "Soğuk zincir, lojistik ve plastik kasa yatırımları rekabetçiliğimizi artırdı"

Firma bünyesindeki entegre soğuk hava tesislerinin ön soğutma, muhafaza ve sevkiyat süreçlerini kapsayan modern alt yapıyla hizmet verdiğini belirten Çamaşırıcı, kendi araç filosu ve sözleşmeli frigorifik araçlarla soğuk zinciri hasattan son müşteriye kadar kesintisiz sürdürüklerini ifade etti. "Kendi plastik kasa üretimimizi yaparak hem operasyonel verimliliği artırdık hem de sürdürülebilirlik hedeflerimize katkı sağladık." diyen Çamaşırıcı, bu yatırımların uzun vadeli rekabet gücü açısından kritik olduğunu vurguladı. Çamaşırıcı, güneş enerjisi santrali yatırımları sayesinde enerji ihtiyacının önemli bir bölümünün yenilenebilir kaynaklardan karşılandığını sözlerine ekledi.

Biberciler Genel Müdürü  
Serhat Çamaşırıcı

# İNŞAAT VE ENERJİ SEKTÖRLERİ ADANA'DA BULUŞTU

Çukurova İnşaat, Yapı Dekorasyon ve Enerji Fuarı, Adana'da 100 firmanın katılımıyla sektörler arası entegrasyonu güçlendirirken, enerji verimli yapıları odağına alarak şehrin ticaretine katkı sağladı.



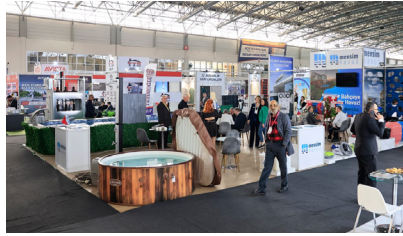
*KTO Başkanı Ömer Gürsoy, e-ticaret ve e-ihracat eğitimini başarıyla tamamlayan kursiyerlere sertifikalarını törenle takdim etti.*

Türkiye'de bölgesel fuarcılık ve üretim-ekonomi ekosisteminin şekillendiği bir dönemde, Çukurova merkezli organizasyonlar giderek daha stratejik bir rol üstlendi. 26-29 Mart 2026 tarihleri arasında Adana Uluslararası Fuar ve Kongre Merkezi'nde düzenlenen Çukurova İnşaat, Yapı Dekorasyon ve Enerji Fuarı, sektörler arası entegrasyonu öne çıkaran yapıyla dikkat çekti. Fuar, üretim, enerji dönüşümü ve bölgesel kalkınma hedeflerinin sahadaki yansıması oldu.

Fuar, yapı malzemelerinden iklimlendirme teknolojilerine, tesisat veyalıtım çözümlerinden akıllı bina sistemlerine kadar geniş bir ürün ve hizmet yelpazesini kapsadı. Enerji tarafında, fuarın kapsamı yenilenebilir enerji teknolojileri, enerji depolama çözümleri ve elektrikli araç altyapılarına odaklanılarak genişletildi. İki fuarın eş zamanlı kurgulanması, özellikle "enerji verimli yapı" ve "yeşil dönüşüm" ekseninde güçlü bir sinerji yarattı. İnşaat sektörünün karbon ayak izi ve enerji tüketimi konularında dönüşüm baskısı altında olduğu düşünüldüğünde, sağlanan entegrasyonun önemi ortaya çıktı.

## "Fuarlar şehrin ekonomik dinamizmini güçlendiriyor"

100 firmanın bir araya geldiği fuarın açılış sermonisinde konuşan Adana Valisi Mustafa Yavuz, fuarların sadece ürün sergileme alanları olmadığını, üretimin görünür hale geldiği, sektörle-



rin buluştuğu ve yeni iş birliklerinin tesis edildiği önemli platformlar olduğunu belirtti. Adana'da düzenlenen nitelikli fuarların kentin ticaretine, yatırım ortamına ve sektörel gelişimine büyük katkı sağladığını vurgulayan Vali Yavuz, şehrin tarımı, sanayisi ve girişimci ruhuyla bölgenin önemli bir merkezi olduğunu ifade etti. Vali Yavuz, inşaat, yapı, dekorasyon ve enerji sektörlerinin geleceğe yön verdiğini ve bu sektörlerde kurulan her temasın, paylaşılan her görüşün ve yapılan iş birliğinin önemli kazanımlar sağlayacağını ifade etti.

Adana Büyükşehir Belediye Başkan Vekili Güngör Geçer ise uluslararası yatırımlara ev sahipliği yapan Adana'nın stratejik konumuyla inşaat ve enerji sektörlerinin merkezi olduğunu vurgulayarak yapının sadece beton ve çelikten ibaret olmadığını, yaşam hakkını koruyan alanlar olduğunu belirtti. Fuar kapsamında sergilenen ürünlerin konforun ötesinde güvenlik ve sürdürülebilirliği temsil ettiğini, şehirde enerji verimliliği ve çevre dostu çözümlerin öncelik alındığını kaydetti.



## "İnşaat sektöründe çürük elmaları ayıklamak için çalışıyoruz"

İnşaat sektöründe güven ve liyakat vurgusu yapan Doğu Akdeniz İnşaat Mühendislik Birlikleri Federasyonu (DAİMFED) Genel Başkanı Mustafa Karşoğlu ise federasyon olarak sektör içindeki "çürük elmaları" ayıklamak için çalıştıklarını söyledi. 6 Şubat depremlerinden çıkarılan derslerle daha dayanıklı yaşam alanları inşa etme sorumluluklarının arttığını ifade eden Karşoğlu, kentsel dönüşüm sürecinde yerel yönetimlerden daha fazla personel desteği ve verimlilik beklediklerini dile getirdi. Adana'nın daha büyük organizasyonları hak ettiğini vurgulayan US Fuarlık Genel Müdürü Ülker Selviler ise inşaat yapı dekorasyon ve enerji sektörünü Adana'da buluşturmanın şehre önemli katkı sağlayacağına inandıklarını belirterek aylar süren yoğun bir hazırlık süreciyle güçlü bir başlangıç yaptıklarını bildirdi. Selviler, "Adana çok daha büyük ve görkemli fuarları hak ediyor. Bunun yolu ise ortak akıl, samimi iş birliği ve güçlü destekten geçiyor." dedi.

# KIVANÇ

---

## ENERJİ

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

**TOPCON** 610-640 W

YENİ NEJİL TEKNOLOJİ



[kivancsolar.com](http://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](http://www.mersinport.com.tr)

**MIP**  
MERSIN INTERNATIONAL PORT  
A MEMBER OF PSA GROUP