

Hububat ihracatı yılın ilk 7 ayında 7,1 milyar dolar oldu

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından paylaşılan verilere göre; çikolata ve kakaolu ürünler, ayçiçek yağı, bisküvi ve gofret, şekerleme çeşitleri ile makarna ve buğday unu gibi temel gıda kalemlerini kapsayan hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörü, 2025 yılının ilk yarısında toplam 7,1 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Miktar bazında sektörün ihracatı geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 3 azalış gösterirken; birim ihracat fiyatlarındaki yüzde 8,2'lik artış toplam ihracat değerine yüzde 5 oranında pozitif katkı sağladı. İhracat sıralamasında, 726,8 milyon dolarlık tutar ve yüzde 61,3'lük artışla çikolata ve kakao bazlı ürünler ilk sırayı alırken, ikinci sırada yüzde 20,2 artış ve 634,6 milyon dolarlık ihracatla ayçiçek yağı yer aldı. 7 ayda 1 milyar dolar hacminin üzerine çıkarak sektörün en fazla ihracat yaptığı pazar konumundaki Irak'ta, ihracatta yüzde 13,1 oranında düşüş gözlemlenirken; ABD pazarında yüzde 33,3'lük dikkat çekici bir artış yaşandı ve bu ülkeye yapılan ihracat 492,9 milyon dolara ulaştı. Irak ve ABD'yi, ihracatta öne çıkan diğer ülkeler olarak Suriye, Cezayir ve Suudi Arabistan izledi. Almanya ile Birleşik Krallık da sektörün en çok ihracat yaptığı ilk 10 ülke arasında yer aldı.

“Irak’taki daralmayı ABD ve Suriye’deki yükseliş kapattı”

Bitkisel ürün ihracatı içinde yüzde 51,7'lik payla tarımsal ticarete önemli bir ağırlığa sahip olan hububat sektörünün yılın geride kalan bölümünde dirençli bir performans sergilediğini belirten **TİM Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektör Kurulu Başkanı Ahmet Tiryakioğlu** şunları söyledi:

“İhracattaki değer bazlı artış, özellikle çikolata ve kakaolu mamuller ile ayçiçek yağında birim fiyatlara dayalı katma değer artışından kaynaklanmakta; bu veriler sektörümüzün düşük hacimli ama yüksek fiyatlı ürünlerde rekabet gücünü pekiştirdiğini göstermektedir. Irak gibi geleneksel pazarlarımızda yaşanan düşüş, ABD ve Suriye gibi yükselen pazarlarda kaydedilen yükselişlerle dengelenirken, bu gelişmeler pazar çeşitlendirme stratejilerimizin önemini ve bu yöndeki girişimlerimizin karşılık bulduğunu teyit ediyor. Ancak un ve makarna gibi hacimli kalemlerdeki gerileme, küresel tüketim trendlerinin ve bölgesel talepteki değişimin etkilerini açıkça yansıtıyor. Bu ürün gruplarında rekabetçiliğimizi yeniden kazanabilmek için, ürün–pazar uyumunu üretim koşul ve maliyetlerimizi de gözeterek yeniden ele almamız gerekiyor.”

“Eylül ayında İstanbul’da WorldFood Fuarı’na ev sahipliği yapacağız”

Küresel gıda arzında yaşanan dengesizlikler, iklim kaynaklı rekolte kayıpları ve finansmana erişimdeki zorlukların gölgesinde, sektörün sürdürülebilir büyümenin yolunu aramaya devam ettiğini ifade eden **Tiryakioğlu** şunları ifade etti:

“Uluslararası piyasalarda arz güvenliğinin önem kazandığı bu dönemde, Türkiye bölgesel bir üretim merkezi olarak öne çıkarken; artan jeopolitik riskler ve navlun maliyetleri, bu potansiyelin etkin şekilde değerlendirilebilmesi için güçlü finansal araçlara olan ihtiyacımızı artırıyor. İç piyasada yaşanan durgunluk ve üretim maliyetlerindeki artışın kırılganlığı artırdığı bu noktada, firmaların yüksek üretim kapasitelerine yeni talep oluşturabilmek için ihracatta pazar çeşitliliğimizi artıracak faaliyetler büyük önem kazanıyor. Eylül ayında İstanbul’da ev sahipliği yapacağımız WorldFood İstanbul Fuarı da bu çalışmaların önemli bir parçası olacak. Yurt dışı alım heyetleriyle yapılacak birebir görüşmeler ve yerinde kurulacak bağlantılar sayesinde, potansiyel müşterilerimizle ticari ilişkilerin kalıcı hale gelmesini bekliyoruz. Bu süreci, lojistikte bölgesel optimizasyon ve ürün bazlı pazar derinliği stratejileriyle desteklemenin, sektörümüzü küresel rekabette daha görünür ve sürdürülebilir bir konuma taşıyacağına inanıyoruz.”

TGİ Hakkında

GAİB, İİB, AKİB, OAİB, EİB ve KİB çatısı altındaki 6 İhracatçı Birliğini bir araya getiren Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektör Kurulu, yeni dönemde tanıtım çalışmalarını Türkiye Gıda İhracatçıları (TGİ) markasıyla yürütüyor. İştigal alanları arasında bisküvi-pasta, buğday unu, bitkisel yağlar, şeker ve kakao mamulleri, makarna, bakliyat ve baharat gibi birçok gıda ürününün yer aldığı 6 İhracatçı Birliğinin oluşturduğu TGİ, yurt dışında ortaklaşa yürüttüğü faaliyetlerde Turkish Food Exporters markasını kullanıyor. Ayrıntılı bilgi için: www.tgi.org.tr

Ayrıntılı bilgi için

Cihan Aydın

Compass Kurumsal İletişim

caydin@compass.com.tr