

Hububat sektörü ihracatı 2025'te 12,4 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 yılında toplam 12,4 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Sektör ihracatı değer bazında yüzde 3,9 oranında bir yükseliş gösterdi. İhracat sıralamasında, 1,4 milyar dolara yakın tutar ve yüzde 47,7'lik artışla çikolata ve kakao bazlı ürünler ilk sırayı alırken, ikinci sırada yüzde 18,9 artış ve 1,1 milyar dolarlık ihracatla ayçiçek yağı yer aldı. Makarna ve buğday unu ihracatında sırasıyla yüzde 1,6 ve yüzde 3 gerileme yaşandı. 2025 yılında 1,7 milyar dolar ile sektörün en fazla ihracat yaptığı ülke Irak'taki daralma yüzde 18,2'ye ulaşırken; yüzde 36,3'lük artış sağlanan ABD'ye yapılan ihracat 885 milyon doları aştı. Yüzde 35,4 artış sağlanan Suriye'ye bu dönemde 700 milyon dolarlık ürün ihraç edildi.

“Türkiye kalite standartlarını ve ürün güvenilirliğini daha ileri bir noktaya taşıdı”

2025 yılında küresel ticareti doğrudan etkileyen gelişmelere rağmen sektörün sergilediği dayanıklılığa işaret eden **TİM Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektör Kurulu Başkanı Ahmet Tiryakioğlu** yıl sonu verilerini şöyle değerlendirdi:

“Bitkisel ürünler ihracatında sınırlı bir daralma yaşandığı bir yılda hububat sektörünün pozitif ayrışması; sürdürülebilir gelir ve dış ticaret açısından, tohuma dayalı ekilen alanlar ile çok yıllık ürünlere dayalı dikilen alanlar arasındaki dengenin stratejik önemini bir kez daha ortaya koydu. Hububat ve bakliyat gibi temel ürün gruplarının sağladığı ölçek ve süreklilik, gıda sanayinin rekabet gücünü besleyen tamamlayıcı bir unsur niteliği taşıdı. 2025 yılında en büyük ihracat pazarımız olan Irak'ta, 400 milyon dolara yakın bir tutara karşılık gelen ve değer bazında yüzde 18,2'ye ulaşan daralmaya rağmen, sektörümüzün yılı yaklaşık yüzde 4'lük ihracat artışıyla kapatması bu açıdan son derece anlamlıdır. Bu tablo, sektörün pazar çeşitlendirme refleksinin ve dış şoklara karşı uyum kabiliyetinin somut bir göstergesidir. ABD pazarında yakalanan yüzde 36,3'lük ihracat artışı ise, Türkiye'nin kalite standartlarını ve ürün güvenilirliğini daha ileri bir noktaya taşıdığına güçlü bir göstergesidir. Bu başarıda, yıl boyunca ABD genelinde yoğun biçimde yürütülen tanıtım faaliyetleri, organizasyonlar, fuar katılımları ve ticaret heyetleriyle sahada emek veren ihracatçı birliklerimizin katkısı yadsınamaz. Bu çalışmalar, yalnızca ihracat rakamlarını değil, Türkiye algısını da yukarı taşıyan bir etki yaratmıştır.”

“Öne çekilmiş talep eğilimi ve fiyatlama davranışlarındaki dalgalanmalar azalıyor”

Gıda sanayiinin 2025 yılında yalnızca ihracat performansı ile değil, istihdam yaratan yapısı, tedarik zinciri üzerindeki çarpan etkisi ve fiyat istikrarına sunduğu katkıyla da Türkiye ekonomisinin dayanıklılık alanlarından biri olarak öne çıktığına dikkat çeken **Tiryakioğlu** şunları söyledi:

“Türkiye'de dezenflasyon patikasının güçlenmesiyle birlikte, geçmiş dönemde gözlenen öne çekilmiş talep eğiliminin ve fiyatlama davranışlarındaki dalgalanmaların giderek azaldığını görüyoruz. Bu dengelenme ortamında ISO PMI verileri, gıda ürünleri sektörünün Aralık'ta iki aylık yavaşlamanın ardından yeniden büyüme eğilimine girdiğini ortaya koyuyor. Üretimde kaydedilen bu artış, Nisan 2024'ten bu yana ölçülen en yüksek hızda gerçekleşirken; özellikle yeni ihracat siparişlerindeki toparlanmanın, toplam talebi güçlü biçimde desteklediği görülüyor. Sanayi genelinde daralma eğiliminin sürdüğü bir yılda, gıda sanayiinin üretim, ihracat ve istihdam açısından en canlı alanlardan biri olarak öne çıkması, sektörün ekonomimizdeki stratejik rolünü bir kez daha teyit ediyor. Önümüzdeki dönemde, üretim kapasitesini güçlendiren, verimliliği artıran ve piyasa mekanizmasına güven veren adımların sürmesi halinde, gıda sektörünün enflasyonla mücadeledeki yapıcı rolünün 2026 yılında daha da belirginleşeceğine inanıyoruz.”

Türkiye Gıda İhracatçıları 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. İştiğal alanları arasında çikolata ve kakaolu ürünler, ayçiçek yağı, bisküvi ve gofret, şekerleme çeşitleri ile makarna ve buğday unu 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

Türkiye Gıda Platformu hakkında

TİM Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektör Kurulu (Türkiye Gıda İhracatçıları) ve bünyesinde bulunan tüm İhracatçı Birlikleri, Türkiye Gıda ve İçecek Sanayii Dernekleri Federasyonu (TGDF) ve Ev Dışı Tüketim Tedarikçileri Derneği (ETÜDER); FOODİST İstanbul Gıda ve Yiyecek Ürünleri Fuarı'nın dünyada kendi alanındaki en etkin fuarlarından biri olması hedefiyle "Türkiye Gıda Platformu" adı altında güçlerini birleştirdi. Türkiye Gıda Platformu'nun (TGP) güçlü desteği ile Tüyap Fuarcılık Grubu ve ALZ Fuar tarafından düzenlenen FOODİST İstanbul, 1-4 Eylül 2026 tarihlerinde gerçekleştirilecek.

Ayrıntılı bilgi için

Cihan Aydın

Commpass Kurumsal İletişim

caydin@commpass.com.tr