



tgi gündem

Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektörü Özel Yayını

Gıda sektörünün iş gücünü koruyan yapısı

Stratejik konum ve iklim avantajından küresel rekabet avantajına

VEYSEL MEMİŞ

AKDENİZ HUBUBAT BAKLIYAT
YAĞLI TOHUMLAR VE MAMULLERİ
İHRACATÇILARI BİRLİĞİ
YÖNETİM KURULU BAŞKANI

ARDA TÜRKMEN

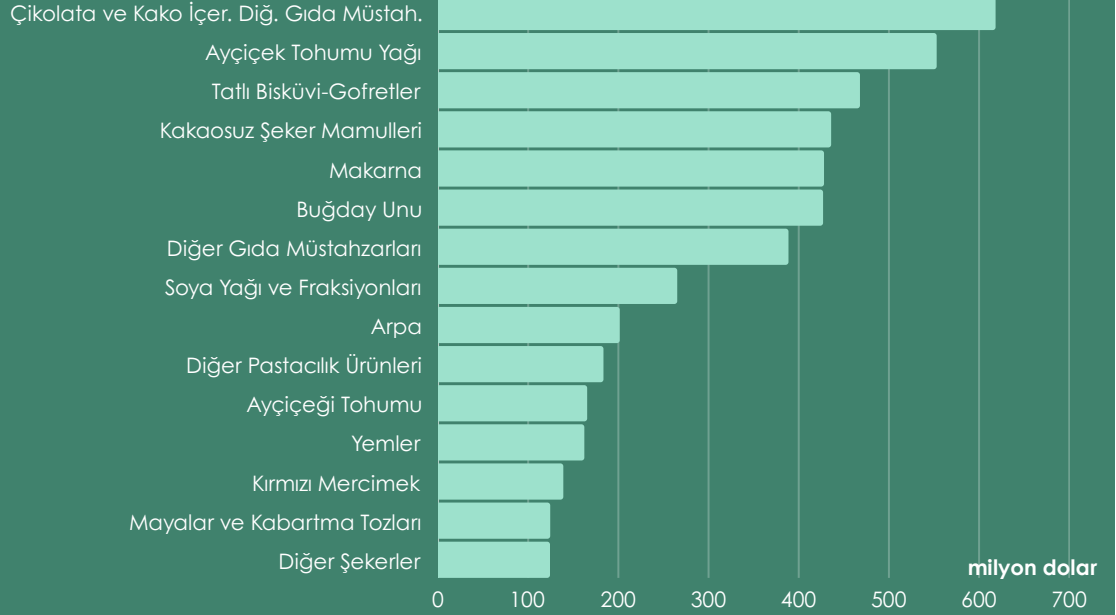
ŞEF

Arda Türkmen

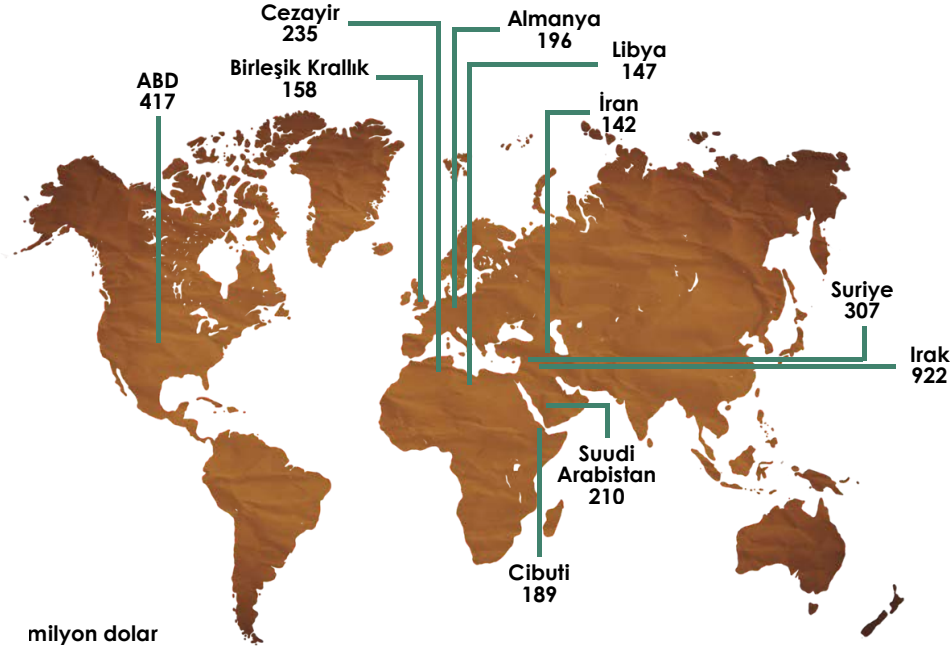
Hububat Bakliyat Yağı Tahumlar ve Mamulleri İhracatı

Ürünler

6,1
milyar dolar



Ülkeler



Birlikler

İİB	GAİB	AKİB	OAİB	EİB	KİB	Diğer
1.760	1.756	863	757	572	82	304

milyon dolar

Gıda sektörünün iş gücünü koruyan bir yapıda ilerlemesi son derece önemli

Küresel gıda ticareti, son dönemde ekonomik, siyasi ve iklimsel gelişmelerin etkisiyle önemli bir dönüşüm sürecinden geçiyor. Lojistik zincirlerdeki bozulmalar, enerji maliyetlerinin yüksek seyri ve iklim değişikliğine bağlı verim sorunları, dünya genelinde üretim ve sevkiyat süreçlerini sekteye uğrattı. Bu tabloya, Çin gibi büyük ithalatçı ülkelerdeki talep daralması ve Brezilya ile Rusya gibi önemli ihracatçıların bazı ürünlerde arzlarını sınırlamaları da eklendiğinde, gıda ürünleri ticaretinde genel bir yavaşlama kaçınılmaz hale geldi. Bu zorlu ortamda Türkiye'nin özellikle tahıl ürünleri ihracatında miktar bazında artış kaydetmesi, sektörümüzün dirençli yapısını ve küresel rekabetteki konumunu gözler önüne seriyor. Ürünlerimizin düzenli alım gördüğü pazarlarda sağlanan bu istikrar, yalnızca fiyat avantajı ile değil; kalite, güvenilirlik ve zamanında teslimat gibi faktörlerle de yakından bağlantılı. Bu açıdan bakıldığında, hububat sektörümüz sadece dış ticaret performansı ile değil, aynı zamanda uluslararası pazarlardaki itibarıyla da öne çıkıyor.

İç piyasada ise enflasyonla mücadele sürecinde sektörümüzün stratejik bir rol üstlendiğini görüyoruz. Gıda ürünlerinin üretim ve arz sürecindeki istikrarı, fiyat oynaklıklarının sınırlandırılmasına ve arz güvenliğinin korunmasına ciddi katkılar sunuyor. Özellikle temel gıda ürünlerinin yerli üretimle karşılanması, döviz talebini azaltarak makroekonomik dengeye de olumlu yanıyor. Bu durum, sektörümüzün istihdam, üretim ve ihracat açısından taşıdığı ağırlığı bir kez daha ortaya koyuyor. Özellikle istihdamın birçok alanda daralma gösterdiği bir dönemde, gıda ürünleri sektörünün iş gücünü koruyan ve hatta artıran bir yapıda ilerlemesi son derece önemli.

Önümüzdeki dönemde en çok dikkat gerektiren başlıklardan biri, yeni hasat sezonuna yönelik piyasa dengesi olacak. Toprak Mahsulleri Ofisi'nin bu yıl açıkladığı buğday alım fiyatı dikkatle hazırlanmış bir çerçeveye sunuyor. Hem üreticiyi koruyan hem de kamu finansman dengesini gözetken bu yaklaşım, enflasyonla mücadele süreciyle de uyum içinde. Elbette bu süreçte lojistik maliyetler gibi yapısal zorluklar



da gündemde kalmaya devam ediyor. Artan taşıma giderleri, özellikle ürünün kaynağından uzak bölgelerde faaliyet gösteren sanayicilerimiz için maliyetleri yukarı çekiyor. Buna karşın sektörümüz, verimliliği esas alan üretim anlayışı ve ihracata dayalı büyüme stratejisiyle bu zorlukları aşacak güce sahiptir.

Tüm bu gelişmeler ışığında, sektörümüzün hem iç hem de dış piyasadaki stratejik konumunu koruması ve daha ileriye taşınması için çalışmaya devam ediyoruz. Başta Ticaret Bakanlığımız ve Tarım ve Orman Bakanlığımız olmak üzere, 6 İhracatçı Birliğimizin değerli katkılarıyla sürdürülen Sektör Kurulu çalışmalarında bizlere destek veren tüm paydaşlarımıza bir kez daha teşekkür ediyorum.

Ahmet Tiryakioğlu
TİM Hububat Bakliyat
Yağlı Tohumlar ve Mamulleri
Sektör Kurulu Başkanı

KÜNYE

İmtiyaz Sahibi
Ahmet TİRYAKIOĞLU

Sorumlu Müdür
Ahmet ŞAHBUDAK

Yayın Yönetmenleri
Yalçın KAYA - Commpass
Cihan AYDIN - Commpass

GAİB
Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri
www.gaib.org.tr
Mücahitler Mh. Şehit Ertuğrul Polat Cd. No:3
Şehitkamil/Gaziantep

Ajans
Commpass Kurumsal İletişim ve Yönetim
Danışmanlığı Ltd. Şti. (Commpass)
www.commpass.com.tr
Esentepe Mah. Talatpaşa Cad. No: 5/1
34394 Levent-Şişli/İstanbul

Baskı
Özcan Damla Matbaacılık
Promosyon San. ve Tic. A.Ş.
www.damlamatbaa.com.tr
Mücahitler Mah. Sezen Aksu Sok. No:1
Şehitkamil/Gaziantep

Şef Arda Türkmen:

“Bulgur, Türkiye'nin en önemli, en kadim ve en kutsal ürünlerinden biri.”

Türkiye'de gastronomi ve şeflik deyince ilk akla gelen isimlerden biri olan Arda Türkmen, kariyerinin başlarında konser ve organizasyon işlerinde sunduğu catering hizmetleri, başarılı bir yolda devam eden restoran işletmeciliği, “Arda'nın Mutfacı” isimli televizyon programı ve gazete yazıları ile Türk mutfak kültürünün gelişimine ve tanınmasına önemli katkılarda bulunuyor. Arda Türkmen ile hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörümüzün temel ürünleri üzerine keyifli bir sohbet gerçekleştirdik.

“Yaratıcılık anlamında, binlerce yıldır coğrafyamızda yetişen ürünleri alışıldığın dışında işlemek bütün Türk şefler için çok büyük bir şans.”

Geleneksel Türk mutfagındaki bakliyat, tahıl ve yağlı tohum gibi bitkisel hammadde çeşitliliği sizce mutfagımızın karakterini nasıl şekillendiriyor?

Dünya iklim ve gıda krizine sürüklenirken, bu tip özellikli hammaddelerin coğrafyamızda yetiştiriliyor olması bizim için çok büyük bir şans. Üzerimize düşen, bu ürünlerin sürekliliğini sağlayabilmek. Bu ürünler, mutfagımıza derinlik, çok yönlülük ve zenginlik katıyor.

Yerel ürünlerle çalışmak, şeflere yaratıcılık anlamında nasıl bir ilham veriyor? Özellikle Türkiye’de yetişen hammaddeler bu açıdan nasıl bir potansiyel sunuyor?

Dünyadaki bütün şefler yerel ürünlere yönelim gösteriyorlar. Herkes kendi coğrafyasının ürününü işlemek ve tabaklarını o ürünlerle hazırlamak istiyor.

Yaratıcılık anlamında, binlerce yıldır coğrafyamızda yetişen ürünleri alışıldığın dışında işlemek bütün Türk şefler için çok büyük bir şans; zira geleneksel ürünleri sıra dışı şekillerde tabaklamak şeflerin yeteneklerini göstermek için bulunmaz bir ortam.

Türkiye’nin buğdaydan nohuda, mercimekten ayçiçeğine kadar pek çok tarımsal üründe sahip olduğu yüksek kalite, mutfagınızda size nasıl yansıyor?

Tarımsal ürünler, hayvansal protein ve kaliteli sebze ile buluştuğunda şüphesiz ki iyi tabaklar garanti demek oluyor, çünkü hepimizin bildiği gibi iyi yemek iyi ürünle yapılır. Siz ne kadar yetenekli olursanız olun kötü ürünle iyi tabaklar çıkarmak olası değildir.





Türk mutfağındaki geleneksel tariflerin, dünyada yükselen bitkisel beslenme ve sürdürülebilir gıda trendleriyle uyumunu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Dünyada vejetaryen yönelimler gün geçtikçe ön plana çıkıyor. Bu doğrultuda elimizdeki bitkisel hammadde-lerin doğru şekilde reçetelendirilerek zengin tabaklara dönüşmesi dünya mutfaklarında da kabul görmesini sağlayacaktır.

Bakliyat, Türk mutfağında hem lezzet hem de besleyicilik açısından köklü bir yere sahip. Sizce modern gastronomide bakliyatı yeniden popülerleştirecek yenilikçi sunum veya tarifler neler olabilir?

Bakliyatı işleyerek çok güzel başlangıç tabakları yapılabildiği gibi, ana yemekteki bir proteinle çok net bir şekilde eşleştirilebilir. Hatta son dönemlerde birçok tatlıda un ve benzeri malzemeler yerine bakliyat kullanıldığını da görüyoruz. En basitinden bir browning yaparken fasulye, çikolatalı mus yaparken nohut ve nohut suyu kullanılan tarifler bütün dünya mutfaklarında geçerlilik kazanan tariflerdir.

Türkiye'nin tarımsal ürün ihracatı, mutfak kültürünü tanıtmak için de önemli bir araç olabilir mi? Yabancıların Türkiye menşeli ürünleri tattığında nasıl bir algı oluşmasını hedeflemeliyiz?

Kesinlikle olabilir, çünkü biz kendi ürünlerimizin derinliğine son derece hakimiz. Yabancı mutfakların ve şeflerin de bu ürünlere ve bu ürünlerle yapılan yemeklere hakim olmasını istiyorsak bu ürünleri, tarifleri ve hatta şefleri ihraç etmeliyiz. Yurt dışına gidip ürünlerimizi anlatmalıyız. Nasıl pişirildiğini öğretmeli ve ürünlerimizin talep görmesini sağlamalıyız.

Bulgur tüketimini ve ihracatını artırmak amacıyla, Türkiye Gıda İhracatçıları markası altında bir 'Bulgur Tanıtım Projesi' yürütülüyor. Moskova'daki tanıtım etkinliğinde sizin hazırladığınız bulgur yemeklerine Rusların yoğun ilgisi oldu. Bu ilgi, sizce bulgurun uluslararası mutfaklarda ne kadar güçlü bir potansiyele sahip olduğunu gösteriyor?

Yemeklerini benim hazırladığım davette Rus misafirlerimizden aldığımız geri dönüşler çok etkileyiciydi. Türk yemekleri halihazırda dünyada fazlaca ilgi gören yemekler. Hele ki bir de uluslararası standartlarda reçetelendirilip tabaklandığında dünyanın her yerinde geçerliliği olan tarifler elde ediyoruz.

Bulgur, hem kültürel hem de besleyici açıdan özel bir ürünü-müz. Sizce bulgurun dünya gastronomi sahnesinde daha fazla tanınması için nasıl bir tanıtım ve kullanım stratejisi izlenmeli?

Bulgur, Türkiye'nin en önemli, en kadim ve en kutsal ürünlerinden biri. Her evde mutlaka yer alan, her hanenin vazgeçemediği çok özel ve kutsal bir ürün. Bulgur ile yapılacak yemeğin haddi hesabı, çeşidi, sınırı yok. Yurt dışında çalışan şeflerimizin menülerine muhakkak bulgurlu tarifler koymasını sağlamak bunun en kolay ve pratik yolu.



Birliklerimizden haberler



Irak'la ticareti geliştirecek görüşmeler devam etti



Sektör Kurulu Başkanı Ahmet Tiryakioğlu, Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat ve Irak Cumhuriyeti Ticaret Bakanı Atir El-Gireyri'nin teşrifleri ile gerçekleştirilen Türkiye-İrak Yuvarlak Masa Toplantısı'na katıldı. Toplantıda iki ülke arasındaki ekonomik iş birliği olanakları değerlendirildi, Irak Kalkınma Yolu Projesi kapsamında ortak çalışma imkânları ile enerji, gıda, sanayi, lojistik, inşaat, altyapı ve müteahhitlik gibi sektörlerdeki yatırım fırsatları ele alındı. T.C. Ticaret Bakanlığı, T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı ile TİM Tarım Kurulu iş birliğinde düzenlenen "Tarım Diplomasi Atölyesi" ise Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirildi. Tarım ve Orman Bakanı İbrahim Yumaklı, Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, Azerbaycan Tarım Bakanı Mecnun Mamadov ve Suriye Tarım Bakanı Sn. Ecmel Bedir'in katılımlarıyla gerçekleşen programa, İHBİR Başkan Yardımcıları Kadir Kürşad Gülbahar ve Şemsettin Memiş iştirak etti.

Tarımın dış ticaretteki stratejik rolünün ele alındığı etkinlikte, ülkeler arası iş birliğinin güçlendirilmesine yönelik önemli adımlar değerlendirildi.

Sektör Kurulu Gaziantep'te



TİM Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektör Kurulu toplantısı, Sektör Kurulu Başkanı Ahmet Tiryakioğlu, Kurul Üyesi İhracatçı Birliklerinin Başkanları ve diğer Sektör Kurulu Üyelerinin katılımıyla Türkiye'nin önemli tarım ve ihracat merkezlerinden biri olan Gaziantep'te gerçekleştirildi. Toplantıda, sektörün yaşadığı sorunlar ve çözüm önerileri kapsamlı bir şekilde ele alınarak, Türkiye'nin ihracatını daha da ileriye taşıyacak adımlar üzerinde duruldu ve sektör ihracatının artırılmasına yönelik istişarelerde bulunuldu.

Türkiye Gıda İhracatçıları Asya pazarında yeni fırsatlar arıyor



Uzak Doğu'nun en önemli gıda fuarlarından FHA Food & Beverage, 8-11 Nisan 2025 tarihlerinde Singapur'da düzenlendi. Gıda sektöründe bölgesel bir buluşma noktası olarak kabul edilen FHA, Asya pazarına açılmak isteyen firmalar için stratejik fırsatlar sunmasıyla öne çıkıyor. Singapur'un güçlü lojistik altyapısı ve ticarete açık yapısı, fuarı yalnızca yerel değil, küresel ölçekte etkili bir platform haline getiriyor. Türkiye Gıda İhracatçıları'nın stantla katıldığı FHA Food & Beverage fuarında sektörün ana ihracat ürünlerinden oluşan menülerin sunulduğu tadım etkinliği ziyaretçilerden yoğun ilgi ve beğeni gördü. T.C. Singapur Büyükelçisi Mehmet Burçin Gönenli ve Singapur Ticaret Müşaviri Mihriban Esin Arslan, FHA Food & Beverage Fuarında TGI standını ziyaret etti, bölgeye ihracatın geliştirilmesine dair görüş alışverişinde bulundu.

Hububat sektörü etkinlik ve projeleriyle New York'ta ilgi odağı oldu



29 Haziran-1 Temmuz tarihleri arasında New York'ta Javits Center'da düzenlenen Summer Fancy Food Show Fuarı'na Türkiye Gıda İhracatçıları, standla katılım sağladı. GAİB Hububat Birliği koordinasyonunda, Sektör Kuruluna üye birliklerimizin yöneticileri Türkiye Gıda İhracatçıları markası altında fuarda yer aldı; stand açan Türk ihracatçı firmaları ziyaret edilerek destek sunuldu. Fuar kapsamında ayrıca, GAİB, İHBİR, AKİB, OAİB ve EİB tarafından yürütülen ABD Şekerleme Turquality Projesi çerçevesinde düzenlenen Baklava Tadım Etkinliği ile ana ihrac ürünlerimizden hazırlanan özel menülerin sunulduğu tadım organizasyonları büyük ilgi gördü. İHBİR'in "Şekerli Mamuller ve Pastacılık Sektörleri İhracat Atılımı UR-GE Projesi" kapsamında 11 üye firmayla katılım sağladığı fuarda, Başkan Kazım Taycı ile Başkan Yardımcıları Şemsettin Memiş ve Kürşad Gülbahar, üye standlarını ziyaret ederek firmalara destek verdi. Öte yandan, GAİB tarafından yürütülen "Güneydoğu Anadolu Gıda Kümesi" UR-GE Projesi dahilindeki 10 firmanın info standlı katılım gösterdiği fuarda, alıcılar, distribütörler ve potansiyel iş ortaklarıyla birebir görüşmeler gerçekleştirilerek uzun vadeli iş birliklerinin temelleri atıldı. Ege Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Muhammet Öztürk ve Başkan Yardımcısı Moiz Hemsî'nin de katılım sağladığı fuarı T.C. New York Başkonsolosu Muhittin Ahmet Yazal da ziyaret etti.

TİM Genel Kurulu ve İhracatın Şampiyonları Ödül Töreni



Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, ilgili Bakanlıklar ve TİM Başkanı Mustafa Gültepe'nin teşrifleri ile gerçekleştirilen 32. TİM Olağan Genel Kurulu ve İhracatın Şampiyonları Ödül Törenine, Sektör Kurulu Başkan ve Üyelerimizin yanı sıra ihracatçı birliklerimizin Yönetim Kurulu Üyeleri ve TİM Delegeleri de katılım sağladılar. TİM tarafından hazırlanan İhracatın Şampiyonları Listesi'nde hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörü birincisi Şölen Çikolata oldu. Şampiyonluk ödülünü Şölen CEO'su Erdoğan Çoban, Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat ve TİM Başkanı Mustafa Gültepe'nin elinden aldı.



GAİB Hububat'tan MFF Orta Doğu Gıda Fuarı'na destek



Orta Doğu'nun en önemli fuarlarından biri olma hedefiyle 7-9 Mayıs tarihlerinde GAİB Hububat Birliği'nin de destekleriyle ilk kez düzenlenen MFF Orta Doğu Gıda ve Gıda Teknolojileri Fuarı başarıyla tamamlandı. Gaziantep Orta Doğu Fuar Merkezi'nde düzenlenen ve bölgenin ticari potansiyelini bir kez daha gözler önüne seren fuarın Gaziantep'in uluslararası fuarcılıktaki konumunu daha da güçlendirmesi bekleniyor. İlk günden itibaren yoğun ilgi gören fuarda, 29 ülkeden profesyonel gıda alıcıları ile katılımcılar yeni pazarların kapısının aralanmasına katkı sağlayacak görüşmeler ve iş bağlantıları gerçekleştirdiler.

GAİB, Avustralya sektörel ticaret heyeti için sahadaydı



Güneydoğu Anadolu Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği tarafından 17-25 Mayıs tarihleri arasında Sidney ve Melbourne şehirlerinde düzenlenen Avustralya sektörel ticaret heyeti programı Sidney'deki kurum ve saha ziyaretleriyle başladı. Sidney'de yapılan görüşmelerde, T.C. Sidney Başkonsolosu Belgin Ergüneş, Sidney Ticaret Ataşesi Yavuz Gökçayır, DTİK Avustralya Temsilcisi Hasan Gençtürk, MÜSİAD Sidney Başkanı Hasan Evecek ziyaret edildi; heyet programına dair bilgi verildi ve iş birliği imkânları ele alındı. Melbourne ayağında ise T.C. Melbourne Başkonsolosu Doğan F. Işık, Melbourne Ticaret Ataşesi Hazal Oğuz Sarıkaya ve özel sektör temsilcileriyle temas kuruldu. Sidney ve Melbourne'da, ülkenin önde gelen perakende zincirlerinden Harris Farm Market'in genel merkezinin de aralarında bulunduğu birçok kurum ve firmanın ziyaret edildiği heyet programı, firmalarımıza ve ürünlerimize yoğun ilgi gösterilen B2B ikili görüşmeler ile tamamlandı.

İHBİR'in ABD tanıtım çalışmaları Indianapolis'te devam etti

Sweets & Snacks Expo 2025 Fuarı 13 Mayıs tarihinde 28. kez kapılarını ziyaretçilerine açtı. Fuarın ilk günü T.C. Şikago Ticaret Ataşesi Ahmet Samet Tekoğlu, İİB Genel Sekreterliği organizasyonunda katılan firmalar ile gerçekleştirilen Türkiye Milli Katılım Organizasyonu'nu ziyaret ederek İHBİR Başkanı Kazım Taycı ve Yönetim Kurulu Üyesi İsmail Gül ile bir araya geldi. Birliğin faaliyetleri ve iki ülke arasındaki muhtemel iş birlikleri hakkında istişarelerde bulunulan görüşmenin ardından Sweets & Snacks Expo 2025 Fuarı katılımcılarına sertifikaları takdim edildi. Türk Kahvesi, lokum ve çikolata gibi Türk şekerlemesinin en çok tercih edilen ürünlerinin tadım etkinlikleri gerçekleştirilen İHBİR info standı ziyaretçilerden büyük ilgi görürken, dünyanın hemen hemen her ülkesinden çok sayıda ziyaretçi Türk lezzetleri, Birlik ve Birlik faaliyetleri hakkında bilgilendirildi.



Türkiye Gıda İhracatçılarının büyük gururu



Türkiye'nin en önemli ihracat pazarlarından Rusya'da, Ticaret Bakanlığı'nın Turquality destekleri kapsamında yürütülen "Türk Bulguru" tanıtım kampanyası "Modern Efsaneler" kategorisinde ödülle layık görüldü. Moskova'da Kızıl Meydan'da düzenlenen törende Sektör Kurulu adına ödülü Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (AHBİB) Yönetim Kurulu Başkanı Veysel Memiş kabul etti. Rusya'nın köklü medya kuruluşlarından Komsomolskaya Pravda tarafından düzenlenen ve 165 kurumun tanıtım kampanyalarının halk oylamasıyla değerlendirildiği "50 Efsane Marka Ödülleri" kapsamında "Modern Efsaneler" kategorisinde ödül kazanan Türk Bulguru kampanyası Türkiye Gıda İhracatçıları'nı gururlandırırken, Rus halkının Türk ürünlerine olan güvenin arttığını da ortaya koydu.

OAİB ve İHBİR heyetleri THAIFEX-Anuga Asia'daydı



Orta Anadolu Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, bu yıl THAIFEX - Anuga Asia Fuarı'na 10. kez milli tatilim organizasyonu ile katıldı. Tayland'ın Bangkok kentinde 27 Mayıs günü kapılarını açan fuarda bu yıl 58 Türk firması yer aldı ve etkinlik ilk günden itibaren yoğun ilgi gördü. Özellikle kum sanatı gösterisi ve ana ihrac ürünlerimizden oluşan tadım etkinliği, ziyaretçiler tarafından büyük beğeniyle karşılandı. OAİB Hububat Birliği Başkanı Nihat Uysallı, Başkan Yardımcısı Abdullah Kara, Yönetim Kurulu Üyeleri Adnan Hekimoğlu, Fatih Doğan, Fatih Tatlısumak ve Birlik Genel Sekreteri Musa Demir, fuarın 2. salonunda yer alan Türk firmalarının stantlarını ziyaret etti. Aynı fuarda, İHBİR tarafından yürütülen "Şekerli Mamuller ve Pastacılık Sektörleri İhracat Atılımı UR-GE Projesi" kapsamında 13 üye firma ile stantlı katılım gerçekleştirildi. İHBİR Başkanı Kazım Taycı ve Yönetim Kurulu Üyesi Hüseyin Eviz, UR-GE projesi kapsamındaki firmalara katılım sertifikalarını takdim etti. Başkan Kazım Taycı, Yönetim Kurulu Üyesi Hüseyin Eviz ve üye firma temsilcileri, fuar sırasında T.C. Cumhurbaşkanlığı Tarım ve Gıda Politikaları Kurulu Üyesi Ramazan Bingöl ile MÜSİAD Tarım, Gıda ve Hayvancılık Sektör Kurulu Başkanı Emrullah Gökhan'la bir araya geldi.

İHBİR'den Rusya atılımı



İstanbul Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği tarafından yürütülen Şekerli Mamuller ve Pastacılık Sektörleri İhracat Atılımı UR-GE Projesi kapsamında 07-08 Mayıs 2025 tarihlerinde düzenlenen Rusya ve Çevre Ülkeler Alım Heyeti Programı başarıyla tamamlandı. Sektörün küresel rekabet gücünü artırmak ve mevcut ticaret hacmini genişletmek amacıyla, 7 farklı ülkeden 15 yabancı alıcının katılımıyla düzenlenen etkinlikte, Türkiye'den 13 firma ürünlerini uluslararası alıcılara tanıtmaya fırsatı buldu. Program boyunca, ikili iş görüşmeleri yapılarak, yeni iş bağlantıları kuruldu.

AHBİB Türk gıda ürünleri Fas'ta tanıttı



Akdeniz Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği tarafından 16-19 Nisan tarihlerinde düzenlenen Fas Sektörel Ticaret Heyeti Programı başarıyla tamamlandı. Birlik üyesi 30 firmanın katılımıyla gerçekleştirilen program kapsamındaki B2B ikili iş görüşmelerinde 140'ın üzerinde Faslı ithalatçı firma Türk gıda ürünleri hakkında bilgi sahibi oldu ve iş bağlantıları kurdu. Kazablanka Ticaret Müşaviri Burcu Özgür Çolak'ın katılımcı firmaları bilgilendiren bir sunum yaptığı heyet programı kapsamında, firmalar saha ziyaretlerinde de bulundu ve Fas pazarı hakkında doğrudan bilgi edinme fırsatı buldu.

EİB tarafından düzenlenen Suudi Arabistan Sektörel Gıda Heyeti başarıyla tamamlandı

Ege İhracatçı Birlikleri tarafından 20-23 Nisan 2025 tarihleri arasında düzenlenen "Suudi Arabistan Sektörel Gıda Heyeti" programı kapsamında, 18 Türk firması Suudi Arabistan'ın başkenti Riyad'da ikili iş görüşmeleri gerçekleştirdi. Türk gıda ürünlerinin Körfez pazarındaki konumunu güçlendirmeyi amaçlayan heyete, Ege Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Muhammet Öztürk başkanlık etti. Heyete ayrıca T.C. Riyad Ticaret Müşaviri de eşlik etti. Riyad'da düzenlenen görüşmelerde, Türk firmaları yerel ithalatçılar, distribütörler ve zincir market temsilcileriyle bir araya gelerek ürün portföylerini tanıtmaya ve yeni ticari bağlantılar kurma fırsatı buldu. Bölgedeki alım gücü yüksek tüketici profili ve gıda sektöründeki geniş ithalat hacmi, firmalar için önemli bir potansiyel sundu. Heyet programı boyunca Türk ürünlerine gösterilen ilgi dikkat çekti; özellikle bakliyat, unlu mamuller, atıştırmalıklar ve işlenmiş gıda kategorilerinde olumlu geri bildirimler alındı.



Basında biz

Türkiye Gıda İhracatçıları markası ile yürütülen tanıtım çalışmalarıyla, ürünlerimizi ve ihracatçı firmalarımızı dünya genelinde temsil eden Birliklerimiz, hayata geçirdiği iletişim çalışmalarıyla yurt içinde de basından büyük ilgi görüyor. Hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörünün Türkiye geneline dair aylık verileri düzenli olarak Sektör Kurulu tarafından basına ilan edilirken, TGI çatısı altındaki birliklerimiz de kendi iştigal bölgelerine dair sonuçları ve yürüttükleri çalışmaları basınla paylaşıyor.

ABD'de önceliğimiz rafalarda kalabilmek HUBUBAT İHRACATI 3,2 milyar dolar oldu

Başbakanın, son zamanlarda, hububatla ilgili bakanlar kurulunda ve kamuoyunda yaptığı açıklamalar, Türkiye'nin bu alandaki potansiyelini ve dünya pazarındaki konumunu göstermektedir. Hububat ihracatı, Türkiye'nin dış ticaretindeki önemli kalemlerden biridir. 2023 yılında Türkiye'nin hububat ihracatı 3,2 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu artış, Türkiye'nin bu alandaki rekabet gücünün arttığını göstermektedir.



Analiz

TİM Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektör Kurulu Başkanı, Ahmet Tiryakioğlu:

“ABD’nin yeni gümrük politikası AB’ye yüzde 20, Hindistan’a yüzde 26 gibi yüksek tarife uygularken, Türkiye’nin göreceli bir tarife avantajına sahip olması bu pazara olan ilgisimizi artırdı. ABD’li tüketicilerin sağlıklı ürünler talep etmeleri, glutensiz mutfakların yükselişi, vegan beslenme eğilimleri ve fonksiyonel gıdalara yöneliminin Türk tarımsal ürünleri için fırsat penceresi açtığına inanıyorum. Bulgur, nohut ve mercimek gibi geleneksel ürünlerimiz modern beslenme trendleriyle de örtüşen seçenekler olduğu için ticari iş birliklerimizin artacağını düşünüyorum.”

BusinessNews

Güneydoğu Anadolu Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı, Celal Kadooğlu:

“Türkiye yeni dönemde bölgesel istikrarın tesis edilmesinde ve Suriye’nin yeniden inşasında kilit rol oynayacak ülkelerin başında geliyor. Bu insani ve siyasi bir sorumluluk olmasının yanında, bize ekonomik ve stratejik bir imkân sunuyor. Yeni dönemde Suriye’de enerji, altyapı, sağlık, eğitim, inşaat ve gıda gibi temel alanlarda büyük yatırım ve tedarik ihtiyacı doğacaktır. Türkiye’nin başından beri izlediği yapıcı ve çok boyutlu diplomasi de mutlaka meyvelerini verecektir. Uluslararası yaptırımların gevşemesiyle birlikte piyasalarda oluşan güven ortamının ve ticaret kanallarının yeniden açılmasının etkilerini kısa sürede göreceğiz.”



ABD'YE TATLI ÇIKARMA HEDEF: 6 MİLYAR DOLAR



AKSAM

İstanbul Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı, Kazım Taycı:

“Türkiye Mayıs ayında hububat ve bakliyat ihracatını yüzde 6 artırdı. Yıl sonuna kadar toplam ihracatın yüzde 5 büyümeye 12.6 milyar dolara ulaşmasını hedefliyoruz. Dünyadaki gümrük verilerine göre, global şekerleme ve çikolata pazarının ihracat büyüklüğü 360 milyar dolara ulaştı. Türkiye olarak yüzde 1’lik pay alıyoruz. Ancak şekerli, kakaolu ve unlu mamuller grubu her yıl yüzde 4 ila 6 arasında büyüyor. Bu ivmeye ayak uydurmak bile ciddi artışlar sağlar. ABD yalnızca şekerleme ve çikolata alanında yıllık 40 milyar dolarlık ithalat yapıyor. Bizim ise bu alandaki toplam ihracatımız sadece 3 milyar dolar. Bu tablo, nasıl büyük bir fırsatla karşı karşıya olduğumuzu açıkça ortaya koyuyor.”

AHBİB BAŞKANI VEYSEL MEMİŞ FAS PAZARINI DEĞERLENDİRDİ

Fas pazarının potansiyeli 915 milyon\$

AHBİB Başkanı Veyssel Memiş, Fas'a katılmakla birlikte ihracat potansiyeli 915 milyon dolar olan Fas'a 140 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi. Fas pazarında yeni ticaret kapıları aradıklarını belirtti.



AHBİB Başkanı Veyssel Memiş, Fas'a katılmakla birlikte ihracat potansiyeli 915 milyon dolar olan Fas'a 140 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi. Fas pazarında yeni ticaret kapıları aradıklarını belirtti.

DÜNYA

Akdeniz Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı, Veyssel Memiş:

"Ticaret Bakanlığı'nın hazırladığı ihracat potansiyeli yüksek ürünler matrisine göre, Fas'ın hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektöründe yıllık ithalat hacmi 914,7 milyon dolar seviyesinde bulunuyor. Türkiye, 2023 yılında bu ürün grubunda sadece 38,2 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi. 2025 yılının ilk dört ayında Türkiye'nin Fas'a yönelik sektör ihracatımız yüzde 70 artışla 4 milyon dolar olarak kaydedildi. Aynı dönemde AHBİB'in Fas'a gerçekleştirdiği ihracat tutarı 1,8 milyon dolar oldu. Bu yükseliş, hem sektörün hem de AHBİB'in pazardaki etkinliğini artırdığını ortaya koyuyor."

nasıl bir ekonomi

Orta Anadolu Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı, Nihat Uysallı:

"Özellikle finansmana erişim problemi olan işletmelerin, uzun süre kapalı kalmaları büyük sıkıntılara neden oluyor, bu süreçte devlet çalışanlarının idari izinli sayılmaları kaynaklı aksayan hizmetler, özel sektör üzerinde büyük baskı yaratıyor. Rekabette çok zorlanan ve ihracatta sıkıntı yaşayan pek çok büyük ve küçük ihracatçı firma uzun tatiller nedeniyle oldukça zorlanıyor. Son dönemlerde gümrük duvarları ve artan korumacılık önlemleri bir anlamda "yeni ekonomik düzen". Daha çalışkan bir toplum olmamız yaşamsal öneme sahipken, toplumu tembelleştiren bu uygulamaları çok riskli buluyoruz."

AKDENİZ HUBUBAT BAKLIYAT YAĞLI TOHUMLAR İHRACATI BİRLİĞİ BAŞKANI NİHAT UYSALLI

9 gün tatil söylentileri ihracatçıyı tedirgin etti

Nihat Uysallı, ihracatçıların tedirgin olduğunu belirtti. "9 gün tatil söylentileri ihracatçıyı tedirgin etti" başlıklı yazıda, Uysallı, ihracatçıların tedirgin olduğunu belirtti. "9 gün tatil söylentileri ihracatçıyı tedirgin etti" başlıklı yazıda, Uysallı, ihracatçıların tedirgin olduğunu belirtti.

DÜNYA

Ege Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı, Muhammet Öztürk:

"Tarımın her alanında olduğu gibi hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektöründe de üretimin ilk halkası çiftimizdir. Onların emeği olmadan ihracat mümkün değildir. Tarım demek gıda güvencesi demektir. Gıda güvencemizi sağlayanlar ise çalışkan ve vefakâr çiftçilerimizdir. Birlik olarak, sadece ihracatı artırmaya yönelik faaliyetler yapan bir kurum değil; aynı zamanda sürdürülebilir üretimi savunan, kırsalda refahı önceleyen ve çiftçimizin emeğini haklarıyla değerlendirmeyi görev bilen bir anlayışla hareket ediyoruz. Kadın üreticilerimizin desteklenmesini, gençlerin tarıma kazandırılmasını ve iklim dostu üretim modellerinin yaygınlaşmasını önceliklerimiz arasında görüyoruz."

"12 milyar dolar ihracatımızda çiftçilerimizin alın teri var"



AKŞAM

Karadeniz Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı, Eren Günhan Ulusoy:

"Türkiye'nin 10 yıldır dünya ihracat şampiyonu olmasını sağlayan un sanayisinin tarihi, Anadolu'da yazıldı. İnsanlık tarihini değiştiren Şanlıurfa'daki Göbeklitepe, ilk buğdayın, ilk çiftçinin, ilk unun ve ilk ekmeğin ortaya çıkmasına sahne olmuştur. Ülkemiz, dünyada buğdayın ilk yetiştirildiği topraklardır ve tahıl üretimimizin yüzde 60'ını buğday oluşturmaktadır. Toprağın hediyesi buğday, çiftçinin emeğiyle hayat bulurken, sanayicilerin de ihracatla Türkiye bayrağını dünyaya taşımasını sağlamaktadır. Kendi buğdayımızdan daha fazla üretilip toplam tüketimimizde yerli buğdayımızın payını maksimum düzeye çıkarmalıyız."

TARIMSAL GÜÇ, İHRACAT BAŞARIMIZI ARTIRIYOR



“Yenilikçi, sürdürülebilir ve kapsayıcı tarım politikalarıyla Türkiye, iklim avantajı ve stratejik konumunu küresel rekabet avantajına dönüştürmelidir.”



Türkiye hububat, bakliyat ve yağlı tohumlar sektörünün yıllar içindeki gelişimini, ihracattaki etkinliğini ve yurt dışı pazarlardaki bilinirliğini değerlendirir misiniz?

Türkiye, coğrafi konumu, iklim çeşitliliği ve tarım kültürü sayesinde hububat, bakliyat ve yağlı tohumlar üretiminde köklü bir geçmişe sahiptir. Bu sektör, gıda güvenliğinin sağlanmasında ve dış ticaretin geliştirilmesinde stratejik bir öneme sahiptir. Özellikle 2000’li yıllardan itibaren modern tarım tekniklerinin yaygınlaşması, tarıma dayalı sanayinin güçlenmesi ve lojistik altyapının gelişmesi ile birlikte sektör önemli bir büyüme ivmesi kazanmıştır.

Hububat ve bakliyat ürünlerinde Türkiye hem üretici hem de ihracatçı ülke olarak öne çıkmaktadır. Nohut, mercimek ve bulgur gibi ürünlerde Türkiye, dünya pazarında ilk sıralarda yer almakta, birçok ülkeye katma değerli ürünler sunmaktadır. Yağlı tohumlarda ise özellikle ayçiçeği üretimi ve işlenmiş yağ ürünleri ihracatı dikkat çekmektedir. Tarımsal Ar-Ge faaliyetleri, lisanslı depoculuk sistemleri ve ihracata yönelik desteklerle birlikte sektör, dış pazarlarda rekabet gücünü artırmıştır.

İhracat açısından bakıldığında, sektör yıllar içinde istikrarlı bir artış göstermiştir. 2020 sonrası dönemde özellikle COVID-19 süreciyle birlikte temel gıda maddelerine olan küresel talep artmış, Türkiye bu dönemde güvenilir tedarikçi ülke kimliğiyle öne çıkmıştır. Irak, Suriye, Cezayir, Sudan gibi Orta Doğu ve Afrika ülkeleri önemli pazarlar arasında yer almakla birlikte, son yıllarda Avrupa ve Asya pazarlarında da Türk ürünlerine olan ilgi artmaktadır.

Yurt dışı pazarlarda bilinirlik açısından sektör; "Made in Türkiye" markasının kalite ile özdeşleşmesi, uluslararası gıda fuarlarına katılım ve dijital tanıtım faaliyetleriyle görünürlüğünü artırmıştır. Bununla birlikte, markalaşma, sürdürülebilirlik ve ürün çeşitliliği konularında yapılacak yeni yatırımlarla küresel pazarlarda daha fazla pay alınması mümkündür. Sektör, hem iç pazar talebini karşılayarak gıda arz güvenliğini korumakta hem de ihracat yoluyla ülke ekonomisine döviz girişi sağlamaktadır.

AHBİB olarak hedef pazarlarınızı belirlerken hangi kriterleri önceliklendiriyorsunuz? 2025 ve sonrasında hangi ülkelerde büyüme hedefliyorsunuz?

Hem pazarın potansiyelini hem de giriş risklerini değerlendirmek önemlidir. En öncelikli kriterlerden biri pazar büyüklüğü ve büyüme potansiyelidir. Hedef pazarda ilgili ürün veya hizmete yönelik mevcut talep düzeyi, sektörün gelişim ivmesi ve tüketici davranışları dikkatlice analiz edilmelidir. Ayrıca, rekabet yoğunluğu da kritik bir faktördür; pazarda çok sayıda güçlü rakip varsa, yeni giriş yapan bir firmanın fark yaratması ve kârlı bir şekilde konumlanması daha zor olabilir.

İkinci olarak, yasal düzenlemeler ve Serbest Ticaret Anlaşmaları dikkate alınmalıdır. İthalat vergileri, kota uygulamaları, teknik standartlar, sertifikasyon gereklilikleri gibi unsurlar, pazara girişin maliyetini ve zorluk derecesini etkiler. Lojistik olanaklar, yani ulaşım altyapısı, gümrük süreçleri ve teslimat süreleri de değerlendirilmelidir. Son olarak, kültürel uyum ve tüketici tercihleri göz önünde bulundurulmalı; ürünün hedef pazara ne ölçüde adapte edilebileceği analiz edilmelidir. Tüm bu kriterler, pazar seçiminin stratejik, gerçekçi ve sürdürülebilir olmasını sağlar.

Türkiye, 2025 ihracat hedeflerini belirlerken özellikle Asya, Afrika ve Latin Amerika gibi gelişmekte olan pazarlara yönelmiştir. Ticaret Bakanlığı’nın "Uzak Ülkeler Stratejisi" kapsamında Çin, Hindistan, Japonya, Güney Kore, Endonezya, Nijerya, Meksika ve Brezilya gibi ülkeler ön plana çıkmaktadır. Bu ülkeler, yüksek ithalat hacimleri ve Türkiye ile mevcut ticaret hacminin potansiyelin oldukça altında olması nedeniyle stratejik olarak hedeflenmektedir. Ayrıca, Türkiye’nin AB ülkeleri ve Orta Doğu’daki güçlü varlığını sürdürürken, bu yeni pazarlarda marka bilinirliğini artırma ve pazar çeşitliliğini sağlama hedefi ön plandadır.

Suriye ile ihracat ilişkileri son dönemde yeniden ivme kazanırken, özellikle Şam’da oluşan yeni ticari yapılanmalar dikkat çekmektedir. Türkiye, Suriye pazarına açılma noktasında Şam’daki ekonomik hareketliliği yakından takip etmekte ve bu kapsamda Türk firmalarının katılımıyla milli düzeyde bir fuar organizasyonu hazırlamaktadır.



Bu pazarlara ulaşmak için ne tür tanıtım, fuar ya da ticaret heyeti faaliyetleri yürütüyorsunuz? Yeni pazarlara girişte karşılaştığınız temel zorluklar neler?

Turquality Tanıtım Projesi ile Anadolu'nun lezzetlerini dünyaya tanıtarak, Rusya'ya olan ihracatımızı %80 artırarak 29,7 milyon dolara ulaştırmayı başardık. 2025-2026 döneminde de projeye devam ediyor olacağız. Yeni nesil tüketici taleplerine uygun ürün geliştirme ve uluslararası fuarlara katılım ile yeni pazarlar hedeflenmektedir. İhracatta en büyük zorluklar arasında hedef pazar bilgisinin yetersizliği, kültürel ve yasal farklılıklar, güvenilir iş ortaklarına ulaşamama ve rekabet analizindeki eksiklikler bulunuyor. Ayrıca gümrük vergileri, kotalar, teknik standartlar, döviz riskleri, finansman zorlukları ve yüksek lojistik maliyetleri ihracatçılar için önemli engeller oluşturuyor. Bu nedenle pazara giriş öncesinde kapsamlı araştırma yapmak ve riskleri etkin yönetmek kritik önem taşımaktadır.

İhracatçı firmaların sürdürülebilirlik, kalite standartları ve izlenebilirlik gibi konularda karşılaştığı güncel beklentiler neler? Sektör bu taleplere nasıl yanıt veriyor?

Türkiye hububat, bakliyat ve yağlı tohumlar sektörü, Avrupa Birliği'nin Yeşil Mutabakat ve Sınırdaki Karbon Düzenlemesi gibi politikalarına uyum sağlamak için çevre dostu, teknolojiye entegre ve sürdürülebilir üretime yöneliyor. Sürdürülebilir tarım; karbon ayak izinin düşürülmesi, su ve toprak kaynaklarının korunması, GDO'suz ve kimyasal kullanımını azaltan üretim süreçlerini kapsıyor. İhracat pazarlarında rekabet için uluslararası gıda güvenliği standartlarına (ISO 22000, BRC, HACCP) uyum, pestisit ve aflatoksin sınırlarına dikkat ve tam izlenebilirlik zorunlu hale gelmiş durumda. Blockchain gibi teknolojilerle şeffaflık artırılırken, Bakanlığımız öncülüğünde yürütülen projeler ve "İyi Tarım Uygulamaları" sertifikaları üreticilerin dönüşümünü destekliyor. Firmalar kalite kontrol, analiz, paketlenme ve standardizasyon yatırımlarını güçlendirerek pek çok pazarda rekabetçi konuma geliyor. Bu dönüşümün kalıcı olabilmesi için üretici eğitimi, finansal teşvikler ve teknoloji yatırımları kritik öneme sahip.

Türkiye Gıda İhracatçıları çatısı altında yürütülen ortak çalışmalar hakkında görüşlerinizi alabilir miyiz? Farklı bölgelerdeki ihracatçı birlikleriyle kurulan bu güç birliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Sektörel sinerji yaratılması ve uluslararası pazarlarda daha etkin bir varlık gösterilmesi açısından oldukça değerli bir adımdır. Bu tür iş birlikleri, tanıtım faaliyetlerinde ortak hareket etmeyi, marka bilinirliğini artırmayı ve ürün kalitesini tek bir çatı altında temsil etmeyi mümkün kılar. Uluslararası fuarlarda, ticaret heyetlerinde ve tanıtım kampanyalarında ortak stratejilerle hareket edilmesi, hem kaynakların etkin kullanımını sağlar hem de Türk gıda ürünlerinin imajını güçlendirir.

Farklı bölgelerdeki ihracatçı birlikleriyle kurulan bu güç birliği ise, Türkiye'nin sahip olduğu tarımsal ve gıda çeşitliliğini daha bütüncül bir şekilde dünya pazarına sunma fırsatı yaratır. Her bölgenin kendine has ürünleri ve uzmanlık alanları olduğundan, bu çeşitliliğin koordine edilmesi hem rekabet gücünü artırır hem de pazarlarda daha kapsamlı bir Türkiye algısı oluşturur. Bu tür koordineli çalışmaların sürdürülebilir ihracat artışı için kritik önemde olduğu değerlendirilebilir.



Son olarak, sektörün önünü açacak yapısal değişiklikler veya kamudan beklentiler anlamında hangi adımların öncelikli olduğunu düşünüyorsunuz?

Sektörün rekabet gücünü ve sürdürülebilir büyümesini artırmak için yapısal reformlar ve kamu destekleri gereklidir. Ürün bazlı ve verim odaklı destekler önceliklendirilmeli, lisanslı depoculuk yaygınlaştırılmalı, çiftçilere iyi tarım, su verimliliği gibi konularda sürekli eğitim verilmelidir. Dijital tarım teknolojilerine teşvik sağlanmalı, firmaların iş birliği ve marka oluşturma kapasitesi artırılmalıdır. Yenilikçi, sürdürülebilir ve kapsayıcı tarım politikalarıyla Türkiye, iklim avantajı ve stratejik konumunu küresel rekabet avantajına dönüştürmelidir.

Türkiye Gıda İhracatçıları üyesi 60 firma ISO 500'de



TÜRKİYE'NİN
500 BÜYÜK SANAYİ
KURULUŞU
2024

GAİB, İİB, AKİB, OAİB, EİB ve KİB çatısı altındaki 6 Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği'ne bağlı 60 firma ISO 500 listesinde yer aldı.

Genel Sıra	Kuruluş Adı	İl
25	Eti Gıda San. ve Tic. A.Ş.	Eskişehir
27	Unilever San. ve Tic. T.A.Ş.	İstanbul
56	Toros Tarım San. ve Tic. A.Ş.	İstanbul
57	Konya Şeker San. ve Tic. A.Ş.	Konya
58	Altınmarka Gıda San. ve Tic. A.Ş.	İstanbul
63	Abdi İbrahim İlaç San. ve Tic. A.Ş.	İstanbul
72	Abahoğlu Yağ San. ve Tic. A.Ş.	Denizli
87	Türkiye Şeker Fabrikaları A.Ş.	Ankara
90	Bunge Gıda San. ve Tic. A.Ş.	İstanbul
98	Doğuş Çay ve Gıda Maddeleri Üretim Pazarlama İth. İhr. A.Ş.	Ordu
101	Şölen Çikolata Gıda San. ve Tic. A.Ş.	Gaziantep
102	Cargill Tarım ve Gıda San. Tic. A.Ş.	İstanbul
112	Başhan Agro Gıda San. ve Tic. A.Ş.	Mersin
128	Anadolu Efes Biracılık ve Malt Sanayii A.Ş.	İstanbul
130	Tarım Kredi Yem San. ve Tic. A.Ş.	Ankara
134	Sofra Yemek Üretim ve Hizmet A.Ş.	İstanbul
151	Mutlu Makarnacılık San. ve Tic. A.Ş.	Gaziantep
152	Aves Enerji Yağ ve Gıda Sanayi A.Ş.	Mersin
194	Oba Makarnacılık San. ve Tic. A.Ş.	Gaziantep
197	Kadooğlu Yağ San. ve Tic. A.Ş.	Gaziantep
199	Memişoğlu Tarım Ürünleri Ticaret Ltd. Şti.	Mersin
206	Arbel Bakliyat Hububat San. ve Tic. A.Ş.	Mersin
215	Kent Gıda Maddeleri San. ve Tic. A.Ş.	Kocaeli
222	Reka Bitkisel Yağlar San. ve Tic. A.Ş.	Tekirdağ
242	Elita Gıda San. ve Tic. A.Ş.	Adana
246	S.S. Trakya Yağlı Tohumlar Tarım Satış Kooperatifleri Birliği	Edirne
258	Yayla Agro Gıda San. ve Tic. A.Ş.	Ankara
271	Tarım Kredi Tedarik ve Üretim A.Ş.	Ankara
274	As Ofis Damızlık Yumurta Yem Gıda San. ve Tic. A.Ş.	Ankara
281	Tadım Gıda Maddeleri San. ve Tic. A.Ş.	Kocaeli
287	Eksun Gıda Tarım San. ve Tic. A.Ş.	Tekirdağ
288	Ofis Yem Gıda San. Tic. A.Ş.	Ankara
298	Yonca Gıda Sanayi İşletmeleri İç ve Dış Tic. A.Ş.	Manisa
303	Detay Gıda San. ve Tic. A.Ş.	İstanbul
311	Nuh'un Ankara Makarnası San. ve Tic. A.Ş.	Ankara
315	Armada Gıda Tic. San. A.Ş.	Mersin
320	ADM Besin ve Tarım A.Ş.	Adana
328	Kervan Gıda San. ve Tic. A.Ş.	İstanbul
333	Omnia Nişasta San. ve Tic. A.Ş.	Adana

Genel Sıra	Kuruluş Adı	İl
336	Kaanlar Gıda San. ve Tic. A.Ş.	İstanbul
338	Lesaffre Turquie Mayacılık Üretim ve Ticaret A.Ş.	Kırklareli
355	Akyem Adana Yem Yağ Biodizel Tarım ve San. Tic. A.Ş.	Adana
362	Teksüt Süt Mamülleri San. ve Tic. A.Ş.	Balıkesir
363	Beşler Makarna Un İrmik Gıda San. ve Tic. A.Ş.	Gaziantep
364	Staret Entegre Gıda San. ve Tic. A.Ş.	Gaziantep
376	Lidersan Sağlık ve Gıda Ürünleri A.Ş.	Gaziantep
378	Sayınlar Gıda Maddeleri San. ve Tic. A.Ş.	Gaziantep
397	Della Gıda San. ve Tic. A.Ş.	İstanbul
398	Sunar Mısır Entegre Tesisleri San. ve Tic. A.Ş.	Adana
402	Bifa Bisküvi ve Gıda Sanayi A.Ş.	Karaman
403	Kozlu Gıda İmalat San. Tic. ve Taşımacılık A.Ş.	Amasya
424	Ulusoy Un San. ve Tic. A.Ş.	Samsun
435	Sunrise Foods International Tarım Ürünleri Ticaret A.Ş.	Gaziantep
462	Durum Gıda San. ve Tic. A.Ş.	Mersin
471	TARFAŞ Tarımsal Faaliyetler Üretim San. ve Tic. A.Ş.	Bursa
473	Lider Petfood Yem San. ve Tic. A.Ş.	Manisa
478	Unat Yağ Gıda San. ve Tic. A.Ş.	Gaziantep
481	Pamyag Gıda San. Tic. A.Ş.	Gaziantep
485	Pier Agro Gıda San. ve Tic. A.Ş.	Adana
492	Enka Süt ve Gıda Mamülleri San. ve Tic. A.Ş.	Konya



**Hububat ihracatçısı
39 üyemiz
Fortune 500
listesinde**

Türkiye'nin en büyük 500 şirketinin sıralandığı Fortune 500 Türkiye araştırması, gıda ihracatçıları'nın 2024 yılında da net satış, ihracat ve kâr anlamında büyüme ve artış yakaladıklarını ortaya koydu. Liste açıklamasında Endüstriyel Gıda İmalatı alanında faaliyet gösteren şirketlerin yükselişine dikkat çekilirken, Endüstriyel Gıda İmalatı ile Tarımsal, Tahıl, Süt, Et ve Su Ürünleri kategorileri altında Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçı Birliklerimize bağlı toplam 39 adet firma yer aldı. Ana iştiğal alanı İhracatçı Birliklerimize bağlı üyelerinden Ülker Bisküvi, Tiryaki Agro, Ulusoy Un ve Toros Tarım ilk 100'e girmeyi başaran firmalar arasında yer aldı.

Türkiye'nin İlk 1000 İhracatçısı Araştırması'nda 77 hububat firması



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından her yıl gerçekleştirilen ve firmaların ihracat performanslarına göre sıralandığı “Türkiye'nin İlk 1000 İhracatçısı Araştırması 2024” açıklandı. Araştırmada bu yıl Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri sektöründen 77 firma yer aldı.

Sektörel Sıra	Kuruluş Adı
1	ŞÖLEN ÇİKOLATA GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.
2	İSTANBUL GIDA DIŞ TİC. A.Ş.
3	Oba Food Gıda San. Tic. A.Ş.
4	MUTLU MAKARNACILIK SAN. VE TİC. A.Ş.
5	ARBEL BAKLIYAT HUBUBAT SAN. TİC. A.Ş.
6	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
7	KADDOĞLU YAĞ SAN. VE TİC. A.Ş.
8	PERFETTI VAN MELLE GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.
9	ABALIOĞLU YAĞ SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
10	TOPRAK MAHSULLERİ OFİSİ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ
11	ALTINMARKA GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.
12	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
13	YONCA GIDA SANAYİ İŞLETMELERİ İÇ VE DIŞ TİCARET A.Ş.
14	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
15	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
16	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
17	AVES ENERJİ YAĞ GI. SAN. A.Ş.
18	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
19	KONYA ŞEKER SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
20	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
21	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
22	ADM BESİN VE TARIM A.Ş.
23	FERRERO TÜRKİYE ÇİKOLATA VE TARIM ÜRÜN. SAN. VE DIŞ TİC. A.Ş.
24	MEMİŞOĞLU TARIM ÜRÜN. TİC. LTD. ŞTİ.
25	ULAŞ GIDA UN TEKSTİL NAKLİYE TİC. VE SAN A.Ş.
26	LESAFFRE TURQUIE MAYACILIK ÜR. TİC. A.Ş.
27	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
28	ELİTA GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.
29	DİCLE GIDA VE TARIM ÜRÜN. SAN. TİC. LTD. ŞTİ.
30	SELÇUK YEM GIDA SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
31	BAŞHAN AGRO GIDA SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
32	HACIŞAKIROĞULLARI UN GIDA TAR. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
33	SAYINLAR GIDA MAD. SAN. TİC. A.Ş.
34	TAYAŞ GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.
35	ULUSOY UN SANAYİ VE TİC. A.Ş.
36	UNAT YAĞ GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.

Sektörel Sıra	Kuruluş Adı
37	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
38	BUNGE GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.
39	ARMADA GIDA TİC. SAN. A.Ş.
40	DURUM GIDA SAN. TİC. A.Ş.
41	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
42	ACAĞAR SAN. MAKARNA UN GIDA İNŞAAT SAN. VE TİC. A.Ş.
43	OMNİA NIŞASTA SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
44	TÖREN GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.
45	BEŞLER MAKARNA UN İRMİK GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.
46	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
47	ERİŞLER GIDA SANAYİ VE TİC. A.Ş.
48	TAT NIŞASTA SAN. TİC. A.Ş.
49	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
50	ZER YAĞ SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
51	CEREMONY GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.
52	ANİ BİSKÜVİ GIDA SAN. TİC. A.Ş.
53	NUR GIDA İTHALAT İHRACAT LTD. ŞTİ.
54	UNSAN-UN SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
55	ÜNİLEVER SAN. VE TİC. TÜRK A.Ş.
56	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
57	UNIPA DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.
58	EKSUN GIDA TARIM SAN. VE TİC. A.Ş.
59	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
60	EFOR İÇ VE DIŞ TİCARET LTD. ŞTİ.
61	AKANLAR ÇİKOLATA İÇECEK GIDA SANAYİ VE NAKLİYAT TİC. LTD. ŞTİ.
62	LİDER PETFOOD YEM SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
63	BEŞYEM TARIM HAYV. GIDA SAN. TİC. A.Ş.
64	PAKLAR GIDA SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
65	BEŞSAN MAKARNA GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.
66	DORUK UN SAN. A.Ş.
67	CARGILL TARIM SAN. VE TİC. A.Ş.
68	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
69	BOOMEX COMPANY KARGO VE TİC. İTH. İHR. SAN. LTD. ŞTİ.
70	AK NIŞASTA SAN. VE TİC. A.Ş.
71	BİFA BİSKÜVİ VE GIDA SAN. A.Ş.
72	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR

Sektörel Sıra	Kuruluş Adı
73	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
74	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
75	SUNAR PAZARLAMA VE DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.
76	ETSUN DIŞ TİC. A.Ş.
77	SUNAR MISIR ENTEGRE TESİSLERİ SAN. TİC. A.Ş.



You can view all issues of **tgi**report
via our web site.



tgi TURKISH FOOD
EXPORTERS

tgi.org.tr

COMMPASS

Prepared by Commpass Corporate Communications and Management Consultancy.
www.commpass.com.tr



tgi report

Cereals, Pulses, Oilseeds and
Products Sector Special Publication

The structure of the food industry that protects the workforce

From strategic location and climate advantage to global competitive advantage

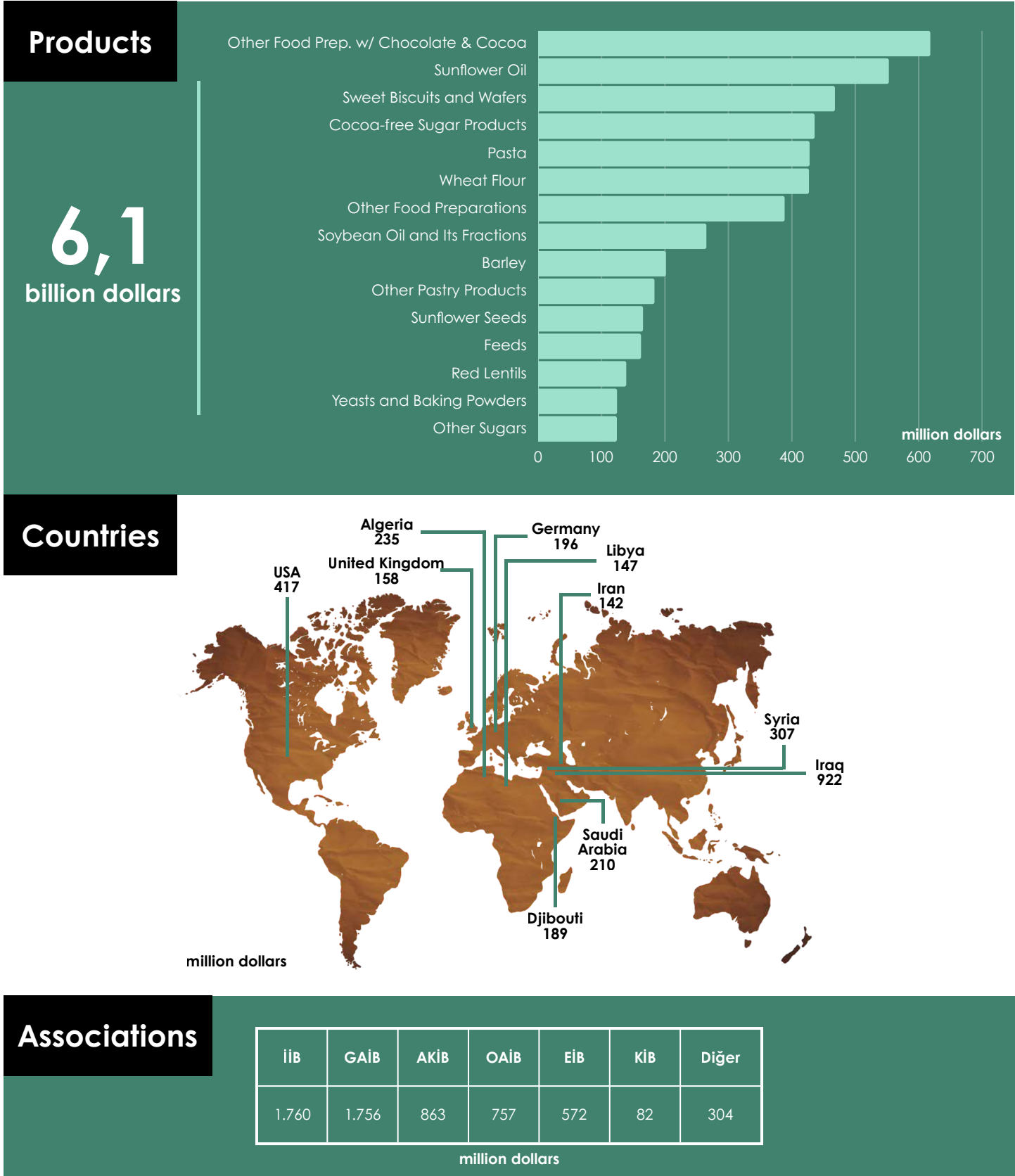
VEYSEL MEMİŞ

CHAIRMAN OF MEDITERRANEAN
CEREALS, PULSES,
OIL SEEDS AND PRODUCTS
EXPORTERS' ASSOCIATION

ARDA TÜRKMEN

CHEF

Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Export



“It is extremely important for the food sector to progress in a structure that protects its workforce.”

Global food trade is undergoing a significant transformation process due to recent economic, political and climatic developments. Disruptions in logistics chains, high energy costs and yield problems linked to climate change have disrupted production and shipment processes worldwide. When we add to this picture the contraction in demand in major importing countries such as China and the restriction of supply of certain products by major exporters such as Brazil and Russia, a general slowdown in food product trade has become inevitable. In this challenging environment, Türkiye's increase in grain exports in terms of volume highlights the resilience of our sector and its position in global competition. This stability in markets where our products are regularly purchased is closely linked not only to price advantages but also to factors such as quality, reliability and timely delivery. From this perspective, our grain sector stands out not only for its foreign trade performance but also for its reputation in international markets.

In the domestic market, we see that our sector has taken on a strategic role in the fight against inflation. The stability in the production and supply of food products makes a significant contribution to limiting price volatility and maintaining supply security. In particular, meeting the demand for basic food products through domestic production reduces foreign exchange demand, which also has a positive impact on macroeconomic balance.

This situation once again highlights the importance of our sector in terms of employment, production and exports. It is particularly important that the food products sector continues to preserve and even increase its workforce at a time when employment is declining in many areas.

One of the most pressing issues in the coming period will be market balance for the new harvest season. The wheat purchase price announced this year by the Grain Board provides a carefully prepared framework. This approach, which protects producers while also considering public financial balance,



is in line with the fight against inflation. Of course, structural challenges such as logistics costs remain on the agenda during this process. Rising transportation costs are pushing up costs, especially for our industrialists operating in regions far from the source of the product. Nevertheless, our sector has the strength to overcome these challenges with its production approach based on efficiency and its export-driven growth strategy.

In light of all these developments, we continue to work to maintain and advance our sector's strategic position in both domestic and international markets. I would like to once again thank all our stakeholders who support us in the sector board's work, which is carried out with the valuable contributions of our Ministry of Trade, Ministry of Agriculture and Forestry, and our six Exporters' Associations.

Ahmet Tiryakioğlu
Chairman of TİM Cereals, Pulses,
Oil Seeds and Products Sector Board

MASTHEAD

Publisher
Ahmet TİRYAKİOĞLU

Responsible Manager
Ahmet ŞAHBUDAK

Editorial Directors
Yalçın KAYA - Compass
Cihan AYDIN - Compass

GAİB
Southeast Anatolian Exporters' Associations
www.gaib.org.tr
Mücahitler Mh. Şehit Ertuğrul Polat Cd. No:3
Şehitkamil/Gaziantep

Agency
Compass Corporate Communications and
Management Consultancy (Compass)
www.compass.com.tr
Esentepe Mah. Talatpaşa Cad. No: 5/1
34394 Levent-Şişli/İstanbul

Print
Özcan Damla Matbaacılık
Promosyon San. ve Tic. A.Ş.
www.damlamatbaa.com.tr
Mücahitler Mah. Sezen Aksu Sok. No:1
Şehitkamil/Gaziantep

Chef Arda Türkmen:

“Bulgur is one of Türkiye's most important, ancient and sacred products.”

When it comes to gastronomy and chefs in Turkey, one of the first names that comes to mind is Arda Türkmen. Through the catering services he provided for concerts and events early in his career, his ongoing successful restaurant business, his television programme “Arda's Kitchen” and his newspaper articles, he has made significant contributions to the development and recognition of Turkish culinary culture. We had an enjoyable conversation with Arda Türkmen about the basic commodities of our cereals, pulses, oilseeds and products sector.

“In terms of creativity, working with ingredients that have been grown in our region for thousands of years in unconventional ways is a huge opportunity for all Turkish chefs.”

How do you think the variety of plant-based raw materials such as pulses, grains and oilseeds in traditional Turkish cuisine shapes the character of our cuisine?

As the world is plunged into a climate and food crisis, the fact that these types of specialised raw materials are grown in our region is a huge opportunity for us. It is our responsibility to ensure the continuity of these products. These products add depth, versatility and richness to our cuisine.

How does working with local products inspire chefs in terms of creativity? What potential do raw materials grown in Türkiye offer in this regard?

Chefs around the world are turning to local products. Everyone wants to work with the produce of their own region and prepare dishes with those ingredients. In terms of creativity, working with ingredients that have been grown in our region for thousands of years in unconventional ways is a huge opportunity for all Turkish chefs, as plating traditional ingredients in unusual ways is an unparalleled opportunity to showcase their talents.



How does Türkiye's high quality in many agricultural products, from wheat to chickpeas, lentils to sunflowers, reflect in your kitchen?

When agricultural products meet animal protein and quality vegetables, good dishes are guaranteed, because as we all know, good food is made with good ingredients. No matter how talented you are, it is impossible to create good dishes with poor ingredients.



How do you assess the compatibility of traditional recipes in Turkish cuisine with the rising trends of plant-based nutrition around the world?

Vegetarian tendencies are increasingly coming to the fore around the world. In this regard, ensuring that our plant-based raw materials are properly formulated to create rich dishes will also gain acceptance in world cuisines.

Pulses have a long-standing place in Turkish cuisine. What innovative recipes do you think could make pulses popular again in modern gastronomy?

Pulses can be used to create beautiful starter dishes, and they can be paired very clearly with a protein in the main course. In fact, in recent times, we have seen pulses being used in many desserts instead of flour and similar ingredients. The simplest examples are recipes that have gained popularity in cuisines around the world, such as brownies made with beans and chocolate mousse made with chickpeas and chickpea water.

Could Türkiye's agricultural product exports also serve as an important tool for promoting our culinary culture? What perception should we aim to create when foreigners taste Turkish products?

Absolutely, because we are extremely knowledgeable about our own products. If we want foreign cuisines and chefs to be familiar with these products and the dishes made with them, we must export these products, recipes, and even chefs. We must go abroad and explain our products. We must teach how they are cooked and ensure that our products are in demand.

A “Bulgur Promotion Project” is being carried out under the Turkish Food Exporters brand to increase bulgur consumption and exports. At the promotional event in Moscow, the Russians showed great interest in the bulgur dishes you prepared. In your opinion, does this interest show how much potential bulgur has in international cuisines?

The feedback we received from our Russian guests at the event where I prepared the dishes was very impressive. Turkish dishes are already highly popular around the world. Especially when they are prepared according to international standards, we obtain recipes that are valid anywhere in the world.

Bulgur is a special product for us, both culturally and nutritionally. What kind of promotion and usage strategy do you think should be followed to make bulgur more widely recognised on the world gastronomic stage?

Bulgur is one of Türkiye's most important, ancient and sacred products. It is a very special and sacred product that is found in every home and is indispensable to every household. There is no limit to the number, variety or type of dishes that can be made with bulgur. Ensuring that our chefs working abroad include bulgur recipes in their menus is the easiest and most practical way to achieve this.



News from our Associations



Talks to develop trade with Iraq continued



Sector Board Chairman Ahmet Tiryakioğlu attended the Türkiye-Iraq Round Table Meeting, held with the honourable presence of Trade Minister Prof. Dr. Ömer Bolat and Iraqi Republic Trade Minister Atir El-Gireyri. The meeting assessed opportunities for economic cooperation between the two countries and discussed opportunities for joint work. The “Agricultural Diplomacy Workshop”, organised in cooperation with the Turkish Ministry of Trade, the Turkish Ministry of Agriculture and Forestry, and the TİM Agriculture Board, was held at the Foreign Trade Complex. The programme, attended by Minister of Agriculture and Forestry İbrahim Yumaklı, Minister of Trade Prof. Dr. Ömer Bolat, Azerbaijani Minister of Agriculture Mecnun Mamadov, and Syrian Minister of Agriculture Ecmel Bedir, was also attended by İHBİR Deputy Chairmen Kadir Kürşad Gülbahar and Şemsettin Memiş.

The event, addressing the strategic role of agriculture in foreign trade, evaluated important steps towards strengthening cooperation between countries.

Sector Board in Gaziantep



The TİM Cereals, Pulses, Oilseeds and Products Sector Board meeting was held in Gaziantep, one of Türkiye's important agricultural and export centres, with the participation of Sector Board Chairman Ahmet Tiryakioğlu, Board Member Exporters' Associations Chairmen and other Sector Board Members. During the meeting, the problems faced by the sector and proposed solutions were discussed in detail, with a focus on steps to further advance Türkiye's exports and consultations on increasing sector exports.

Turkish Food Exporters seek new opportunities in the Asian market



FHA Food & Beverage, one of the most important food fairs in the Far East, was held in Singapore from 8 to 11 April 2025. Recognised as a regional meeting point for the food sector, FHA stands out for offering strategic opportunities for companies seeking to enter the Asian market. Singapore's robust logistics infrastructure and open trade environment make the fair an effective platform not only locally but also globally. At the FHA Food & Beverage fair, where Turkish Food Exporters participated with a stand, a tasting event featuring menus composed of the sector's main export products received significant interest and appreciation from visitors. Turkish Ambassador to Singapore Mehmet B. Gönenli and Singapore Trade Counsellor M. Esin Arslan visited the TGI stand and exchanged views on developing exports to the region.

The cereals sector became the centre of attention in New York with its events and projects



Between 29 June and 1 July, Turkish Food Exporters participated in the Summer Fancy Food Show held at the Javits Center in New York with a stand. Coordinated by GAİB Cereals Association, managers of our member associations within the sector board participated in the fair under the Turkish Food Exporters brand; Turkish exporting companies with stands were visited and support was provided. Also within the scope of the fair, the Baklava Tasting Event organised as part of the US Confectionery Turquality Project run by GAİB, İHBİR, AKİB, OAİB and EİB, and tasting events featuring special menus prepared from our main export products attracted great interest. At the fair, where İHBİR participated with 11 member companies within the scope of the “Confectionery and Pastry Sectors Export Initiative ICD Project”, Chairman Kazım Taycı and Deputy Chairmen Şemsettin Memiş and Kürşad Gülbahar visited the member stands and provided support to the companies. Meanwhile, at the fair, where 10 companies participating in the “Southeast Anatolia Food Cluster” ICD Project run by GAİB had information stands, one-on-one meetings were held with buyers, distributors and potential business partners. The fair, which was also attended by Muhammet Öztürk, Chairman of the Aegean Grain, Pulses, Oilseeds and Products Exporters' Association, and Moiz Hemsî, Deputy Chairman, was also visited by Muhittin Ahmet Yazal, Consul General of the Republic of Türkiye in New York.

TİM General Assembly and Export Champions Awards Ceremony



The 32nd TİM Ordinary General Assembly and Export Champions Awards Ceremony, held with the honourable presence of President Recep Tayyip Erdoğan, relevant Ministers and TİM Chairman Mustafa Gültepe, is attended by TGI Chairman Ahmet Tiryakioğlu, GAİB Cereals Chairman Celal Kadooğlu, Sector Board Members, and TİM Delegates. Şölen Chocolate was ranked first in the cereals, pulses, oilseeds and products sector in the Export Champions List of TİM. Şölen CEO Erdoğan Çoban received the championship award from Trade Minister Prof. Dr. Ömer Bolat and TİM Chairman Mustafa Gültepe.



GAİB Cereals supports the MFF Middle East Food Fair



The MFF Middle East Food and Food Technologies Fair, organised for the first time with the support of the GAİB Cereals Association on 7-9 May with the aim of becoming one of the most important fairs in the Middle East, was successfully completed. Held at the Gaziantep Middle East Fair Centre, the fair is expected to further strengthen Gaziantep's position in international fairs. Attracting intense interest from day one, the fair saw professional food buyers and participants from 29 countries engage in talks and establish business connections that will contribute to opening to new markets.

GAİB was on the field for the Australian sectoral trade delegation



The Australian sectoral trade delegation programme organised by the Southeast Anatolian Cereals, Pulses, Oilseeds and Products Exporters' Association between 17 and 25 May in Sydney and Melbourne commenced with visits to institutions and sites in Sydney. During the meetings held in Sydney, the Turkish Consul General in Sydney, Belgin Ergüneş, the Commercial Attaché in Sydney, Yavuz Gökçayır, the DTİK Representative in Australia, Hasan Gençtürk, and the President of MÜSIAD Sydney, Hasan Evecek, were visited; information was provided about the delegation programme and opportunities for cooperation were discussed. In Melbourne, contacts were established with the Turkish Consul General in Melbourne, Doğan F. Işık, the Trade Attaché in Melbourne, Hazal Oğuz Sarıkaya, and representatives of the private sector. The delegation programme in Sydney and Melbourne, which included visits to many institutions and companies, including the headquarters of Harris Farm Market, one of the country's leading retail chains, was completed with B2B bilateral meetings, where our companies and products received considerable interest.

İHBİR's promotional activities in the US continued in Indianapolis

The Sweets & Snacks Expo 2025 Fair opened its doors to visitors for the 28th time on 13 May. On the first day of the fair, Ahmet Samet Tekoğlu, Trade Attaché of the Republic of Türkiye in Chicago, visited the Turkish National Participation Organisation, organised by the General Secretariat of İİB, and met with Kazım Taycı, Chairman of İHBİR, and İsmail Gül, Board Member. Following discussions on the association's activities and potential cooperation between the two countries, certificates were presented to the participants of the Sweets & Snacks Expo 2025 Fair. While the İHBİR info stand, where tasting events were held for the most popular Turkish confectionery products such as Turkish coffee, lokum and chocolate, attracted great interest from visitors, numerous visitors from almost every country in the world were informed about Turkish flavours, the Association and its activities.



The great pride of Turkish Food Exporters



In Russia, one of Türkiye's most important export markets, the "Turkish Bulgur" promotional campaign, carried out under the Ministry of Trade's Turquality support programme, was awarded in the "Modern Legends" category. AHBİB Chairman Veysel Memiş accepted the award on behalf of the Sector Board at a ceremony held in Moscow. The Turkish Bulgur campaign, which won an award in the "Modern Legends" category as part of the "50 Legendary Brands Awards" organised by Komsomolskaya Pravda, one of Russia's established media organisations, where the promotional campaigns of 165 institutions were evaluated by public vote, was a source of pride for Turkish Food Exporters.

OAİB and İHBİR delegations attended THAIFEX-Anuga Asia



Central Anatolian Cereals, Pulses, Oilseeds and Products Exporters' Association participated in the THAIFEX–Anuga Asia Fair for the 10th time this year with a national participation organisation. 58 Turkish companies took part in the fair, which opened its doors on 27 May in Bangkok, Thailand, and attracted considerable interest from the very first day. In particular, the sand art show and tasting event featuring our main export products were very well received by visitors. OAİB Cereals Chairman Nihat Uysallı, Deputy Chairman Abdullah Kara, Board Members Adnan Hekimoğlu, Fatih Doğan, Fatih Tatlısumak and Secretary General Musa Demir visited the stands of Turkish companies at the fair. At the same fair, 13 member companies participated with stands as part of the “Sugar Products and Pastry Sectors Export Initiative ICD Project” carried out by İHBİR. İHBİR Chairman Kazım Taycı and Board Member Hüseyin Eviz presented participation certificates to the companies within the scope of the ICD project. Chairman Taycı, Board Member Eviz, and representatives of member companies met with Ramazan Bingöl, Member of the Turkish Presidency's Agriculture and Food Policies Board, and Emrullah Gökhan, Chairman of the MÜSİAD Agriculture, Food, and Livestock Sector Board, during the fair.

İHBİR's push into Russia



The Russia and Neighbouring Countries Purchasing Delegation Programme, organised on 7-8 May as part of the ICD Project for the Export Push of the Confectionery and Pastry Sectors run by the İstanbul Cereals, Pulses, Oilseeds and Products Exporters' Association, was successfully completed. Aimed at enhancing the sector's global competitiveness and expanding its current trade volume, the event, which saw the participation of 15 foreign buyers from 7 different countries, provided 13 Turkish companies with the opportunity to showcase their products to international buyers and establish business connections.

AHBİB promoted Turkish food products in Morocco



The Morocco Sectoral Trade Delegation Programme, organised by the Mediterranean Cereals, Pulses, Oilseeds and Products Exporters' Association on 16-19 April, was successfully completed. During the B2B bilateral business meetings held as part of the programme, which involved 30 member companies of the Association, over 140 Moroccan import companies gained information about Turkish food products and established business connections. The participating companies also made field visits and had the opportunity to gain first-hand knowledge about the Moroccan market during the Delegation Programme, which included a presentation by Casablanca Trade Counsellor Burcu Ö. Çolak.

The Saudi Arabia Sectoral Food Delegation organised by EİB was successfully completed

Within the scope of the “Saudi Arabia Sectoral Food Delegation” programme organised by the Aegean Exporters' Associations on 20-23 April, 18 Turkish companies held bilateral business meetings in Riyadh, the capital of Saudi Arabia. The delegation, which aimed to strengthen the position of Turkish food products in the Gulf market, was led by Muhammet Öztürk, Chairman of the Aegean Cereals Association. The delegation was also accompanied by the Turkish Commercial Counsellor in Riyadh. During the meetings held in Riyadh, Turkish companies had the opportunity to meet with local importers, distributors and chain store representatives to showcase their products and establish new business connections. The high purchasing power of consumers in the region and the large import volume in the food sector presented significant potential for the companies. Throughout the programme, there was notable interest in Turkish products, particularly in the categories of pulses, bakery products and snacks.



Us in the press

Our Associations, which represent our products and exporter companies around the world with the promotional activities carried out under the Turkish Food Exporters brand, attract great interest from the press in Türkiye with the communication activities they realize. While the monthly data of the cereals, pulses, oilseeds and products sector in Türkiye are regularly announced to the press by the Sector Board, our Associations under the umbrella of the TGI share the results and activities carried out in their regions of activity with the press.

ABD'de önceliğimiz rafıarda kalabilmek HUBUBAT İHRACATI 3,2 milyar dolar oldu

ABD'de önceliğimiz rafıarda kalabilmek. Hububat ihracatı 3,2 milyar dolar oldu. Türkiye'nin dünya hububat ihracatında önemli bir paya sahip olduğu biliniyor. Türkiye'nin dünya hububat ihracatında önemli bir paya sahip olduğu biliniyor. Türkiye'nin dünya hububat ihracatında önemli bir paya sahip olduğu biliniyor.



Analiz

Chairman of TİM Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Sector Board, **Ahmet Tiryakioğlu:**

"The US's new customs policy, which imposes high tariffs of 20 percent on the EU and 26 percent on India, has increased our interest in this market as Türkiye enjoys a relative tariff advantage. I believe that American consumers' demand for healthy products, the rise of gluten-free cuisine, vegan dietary trends, and the shift towards functional foods have opened a window of opportunity for Turkish agricultural products. As our traditional products such as bulgur, chickpeas, and lentils are options that align with modern dietary trends, I think our commercial collaborations will increase."

BusinessNews

Chairman of Southeast Anatolian Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Exporters' Association, **Celal Kadooğlu:**

"Türkiye is at the forefront of countries that will play a key role in establishing regional stability and rebuilding Syria in the new era. In addition to being a humanitarian and political responsibility, this presents us with an economic and strategic opportunity. In the new era, there will be a significant need for investment and supply in fundamental areas such as energy, infrastructure, health, education, construction and food in Syria. Türkiye's constructive and multi-dimensional diplomacy, which it has pursued from the outset, will undoubtedly bear fruit. We will soon see the effects of the climate of confidence in the markets and the reopening of trade channels following the easing of international sanctions."



ABD'YE TATLI ÇIKARMA HEDEF: 6 MİLYAR DOLAR



AKSAM

Chairman of İstanbul Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Exporters' Association, **Kazım Taycı:**

"Türkiye increased its grain and legume exports by 6 percent in May. We are targeting a 5 percent growth in total exports to reach \$12.6 billion by the end of the year. According to global customs data, the export value of the global confectionery and chocolate market has reached \$360 billion. Türkiye has a 1 per cent share of this market. However, the confectionery, cocoa and flour products group is growing by 4 to 6 percent annually. Keeping pace with this momentum alone would bring significant increases. The US imports \$40 billion worth of confectionery and chocolate products annually. Our total exports in this area are only \$3 billion. This picture clearly shows what a huge opportunity we are facing."

AHBİB BAŞKANI VEYSEL MEMİŞ FAS PAZARINI DEĞERLENDİRDİ

Fas pazarının potansiyeli 915 milyon\$

AHBİB Başkanı Veyysel Memiş, Fas'ta kurulan tahıl ihracatçıları birliğiyle bir araya gelerek Fas pazarının potansiyeli hakkında bir değerlendirme yaptı. Memiş, Fas pazarının yıllık tahıl ihracatı potansiyelinin 915 milyon dolar olduğunu belirtti.



AHBİB Başkanı Veyysel Memiş, Fas'ta kurulan tahıl ihracatçıları birliğiyle bir araya gelerek Fas pazarının potansiyeli hakkında bir değerlendirme yaptı. Memiş, Fas pazarının yıllık tahıl ihracatı potansiyelinin 915 milyon dolar olduğunu belirtti.

DÜNYA

Chairman of Mediterranean Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Exporters' Association, **Veyysel Memiş**:

"According to the matrix of products with high export potential, Morocco's annual import volume in the cereals sector stands at \$914.7 million. Türkiye only exported \$38.2 million worth of this product group in 2023. In the first four months of 2025, Türkiye's exports to Morocco in this sector increased by 70 percent to \$4 million. During the same period, AHBİB's exports to Morocco amounted to 1.8 million dollars. This increase demonstrates the growing effectiveness of both the sector and AHBİB in the market. With a population of approximately 38 million, Morocco is experiencing a rapid increase in demand for packaged food and offers significant opportunities with its open import structure."

nasıl bir ekonomi

Chairman of Central Anatolian Cereals, Pulses, Oilseeds and Products Exporters' Association, **Nihat Uysallı**:

"Especially for businesses facing access to finance issues, prolonged closures are causing significant difficulties. During this period, disrupted services due to government employees being granted administrative leave are placing considerable pressure on the private sector. Many large and small exporting firms, already struggling with competition and export challenges, are facing considerable hardship due to extended holidays. Recent customs barriers and increased protectionist measures represent a kind of "new economic order". While it is vitally important for us to become a more industrious society, we consider these practices, which encourage idleness, to be highly risky."

GAİB HUBUAT BAKLIYAT YAGLI TOHUMLAR İHRACATI BİRLİĞİ BAŞKANI NİHAT UYSALLI

9 gün tatil söylentileri ihracatçıyı tedirgin etti

Nihat Uysallı, 9 gün tatil söylentileri nedeniyle ihracatçıları tedirgin etti. Uysallı, "9 gün tatil söylentileri, ihracatçıları tedirgin etti. Bu süre zarfında ihracatçıların işleri duracak ve bu da ihracatı olumsuz etkileyecek."



DÜNYA

Chairman of Mediterranean Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Exporters' Association, **Muhammet Öztürk**:

"As in every area of agriculture, our farmers are the first link in the chain of production in the cereals, pulses, oilseeds and their products sector. Without their labour, exports would not be possible. Agriculture means food security. And it is our hard-working and loyal farmers who provide our food security. As Association, we are not just an organisation focused on increasing exports; we also act with an understanding that advocates sustainable production, prioritises prosperity in rural areas, and considers it our duty to properly value the labour of our farmers. We see supporting women producers, attracting young people to agriculture, and promoting climate-friendly production models as our priorities."

"12 milyar dolar ihracatımızda çiftçilerimizin alın teri var"



AKŞAM

Chairman of Black Sea Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Exporters' Association, **Eren Günhan Ulusoy**:

"The history of Türkiye's flour industry, which has made the country the world's export champion for the past 10 years, was written in Anatolia. Göbeklitepe in Şanlıurfa, which changed human history, was the scene of the emergence of the first wheat, the first farmer, the first flour and the first bread. Our country is where wheat was first cultivated in the world, and wheat accounts for 60 percent of our grain production. Wheat enables industrialists to carry the Turkish flag around the world through exports. We must produce more of our own wheat and maximise the share of domestic wheat in our total consumption."

TARIMSAL GÜÇ, İHRACAT BAŞARIMIZI ARTIRIYOR



“With innovative, sustainable and inclusive agricultural policies, Türkiye should transform its climate advantage and strategic location into a global competitive advantage”



Could you assess the development of Türkiye's cereals, pulses and oilseeds sector over the years, its effectiveness in exports and its recognition in foreign markets?

Thanks to its geographical location, climate diversity and agricultural culture, Türkiye has a long-standing history in the production of cereals, pulses and oilseeds. This sector is of strategic importance in ensuring food security and developing foreign trade. The sector has gained significant momentum, particularly since the 2000s, with the spread of modern agricultural techniques, the strengthening of agriculture-based industry, and the development of logistics infrastructure.

Türkiye stands out as both a producer and exporter of cereals and pulses. Türkiye ranks among the top countries in the global market for products such as chickpeas, lentils and bulgur, supplying value-added products to many countries. In oilseeds, sunflower production and processed oil exports are particularly noteworthy. With agricultural R&D activities, licensed warehousing systems and export support, the sector has increased its competitiveness in foreign markets.

In terms of exports, the sector has shown steady growth over the years. After 2020, global demand for staple foods increased, particularly with the COVID-19 pandemic, and Türkiye stood out as a reliable supplier during this period. Countries in the Middle East and Africa, such as Iraq, Syria, Algeria and Sudan, are among the important markets, but in recent years, interest in Turkish products has also increased in European and Asian markets.

In terms of awareness in foreign markets, the sector has increased its visibility through the association of the 'Made in Türkiye' brand with quality, participation in international food fairs, and digital promotion activities. However, with new investments in branding, sustainability, and product diversity, it is possible to gain a greater share in global markets. The sector both meets domestic market demand, thereby safeguarding food supply security, and contributes to the national economy through exports.

As AHBİB, what criteria do you prioritise when determining your target markets? In which countries are you targeting growth in 2025 and beyond?

It is important to assess both the market's potential and the risks of entry. One of the most important criteria is market size and growth potential. The current level of demand for the relevant product or service in the target market, the sector's growth momentum, and consumer behaviour must be carefully analysed. Furthermore, the intensity of competition is also a critical factor; if there are many strong competitors in the market, it may be more difficult for a new entrant to differentiate itself and position itself profitably.

Secondly, legal regulations and Free Trade Agreements must be taken into account. Factors such as import duties, quota applications, technical standards, and certification requirements affect the cost and difficulty of market entry. Logistical capabilities, namely transport infrastructure, customs processes, and delivery times, should also be evaluated. Finally, cultural compatibility and consumer preferences should be considered; the extent to which the product can be adapted to the target market should be analysed. All these criteria ensure that market selection is strategic, realistic and sustainable.

In setting its 2025 export targets, Türkiye has focused particularly on emerging markets. Under the Ministry of Trade's 'Distant Countries Strategy,' countries like China, India, Japan, South Korea, Indonesia, Nigeria, Mexico, and Brazil are at the forefront. These countries are strategically targeted due to their high import volumes and the fact that the current trade volume with Türkiye is below its potential. Furthermore, while maintaining its strong presence in EU countries and the Middle East, Türkiye's primary goal is to increase brand awareness and ensure market diversity in these new markets.

Export relations with Syria have gained momentum again in recent times, with new commercial structures emerging in Damascus attracting particular attention. Türkiye is closely monitoring economic activity in Damascus as it seeks to enter the Syrian market and is preparing a national trade fair with the participation of Turkish companies.



What kind of promotional, trade fair or trade delegation activities are you carrying out to reach these markets? What are the main challenges you face when entering new markets?

Through the Turquality Promotion Project, we have succeeded in introducing the flavours of Anatolia to the world, increasing our exports to Russia by 80% to reach \$29.7 million. We will continue the project in the 2025-2026 period. New markets are being targeted through participation in international trade fairs. The biggest challenges in exporting include insufficient knowledge of the target market, cultural and legal differences, inability to find reliable business partners, and gaps in competitive analysis. In addition, customs duties, quotas, technical standards, currency risks, financing difficulties, and high logistics costs pose significant obstacles for exporters. Therefore, conducting comprehensive research and effectively managing risks prior to market entry is of critical importance.

What are the current expectations faced by exporting companies in terms of sustainability, quality standards and traceability? How is the sector responding to these demands?

The Turkish cereals, pulses and oilseeds sector is shifting towards environmentally friendly, technology-integrated and sustainable production to comply with European Union policies such as the Green Deal and CBAM. Sustainable agriculture encompasses reducing the carbon footprint, protecting water and soil resources, and production processes that are GMO-free and reduce chemical use. To compete in export markets, compliance with inter-national food safety standards, attention to pesticide and aflatoxin limits, and full traceability have become mandatory. Companies are strengthening their investments in quality control, analysis, packaging and standardisation, enabling them to become competitive in many markets. Producer training, financial incentives and technology investments are critical for this transformation to be sustainable.

Could we hear your views on the joint efforts undertaken under the umbrella of the Turkish Food Exporters? How do you assess this alliance formed with exporters' associations in different regions?

It is a highly valuable step in terms of creating sectoral synergy and establishing a more effective presence in international markets. Such collaborations enable joint promotional activities, increase brand awareness, and represent product quality under a single umbrella. Acting with common strategies at international fairs, trade delegations, and promotional campaigns ensures the effective use of resources and strengthens the image of Turkish food products.

This alliance with exporters' associations in different regions creates an opportunity to present Türkiye's agricultural and food diversity to the global market in a more comprehensive manner. As each region has its own unique products and areas of expertise, coordinating this diversity both increases competitiveness and creates a more comprehensive perception of Türkiye in the markets. Such coordinated efforts can be considered critical for sustainable export growth.



Lastly, what steps do you think should be prioritised in terms of structural changes or public sector expectations ?

Structural reforms and public support are necessary to increase the sector's competitiveness and sustainable growth. Product-based and efficiency-focused support should be prioritised, licensed warehousing should be expanded. Incentives should be provided for digital agricultural technologies, and companies' capacity for collaboration and brand building should be increased. Overseas promotional activities should be strengthened. With innovative, sustainable and inclusive agricultural policies, Türkiye should transform its climate advantage and strategic location into a global competitive advantage.

60 member companies of Turkish Food Exporters are in the ISO 500



TÜRKİYE'NİN
500 BÜYÜK SANAYİ
KURULUŞU
2024

60 companies affiliated to 6 Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Exporters' Associations under the umbrella of GAİB, İİB, AKİB, OAİB, EİB and KİB were included in the ISO 500 list.

Ranking	Name of the Company	City
25	Eti Gıda San. ve Tic. A.Ş.	Eskişehir
27	Unilever San. ve Tic. T.A.Ş.	İstanbul
56	Toros Tarım San. ve Tic. A.Ş.	İstanbul
57	Konya Şeker San. ve Tic. A.Ş.	Konya
58	Altınmarka Gıda San. ve Tic. A.Ş.	İstanbul
63	Abdi İbrahim İlaç San. ve Tic. A.Ş.	İstanbul
72	Abaloğlu Yağ San. ve Tic. A.Ş.	Denizli
87	Türkiye Şeker Fabrikaları A.Ş.	Ankara
90	Bunge Gıda San. ve Tic. A.Ş.	İstanbul
98	Doğuş Çay ve Gıda Maddeleri Üretim Pazarlama İth. İhr. A.Ş.	Ordu
101	Şölen Çikolata Gıda San. ve Tic. A.Ş.	Gaziantep
102	Cargill Tarım ve Gıda San. Tic. A.Ş.	İstanbul
112	Başhan Agro Gıda San. ve Tic. A.Ş.	Mersin
128	Anadolu Efes Biracılık ve Malt Sanayii A.Ş.	İstanbul
130	Tarım Kredi Yem San. ve Tic. A.Ş.	Ankara
134	Sofra Yemek Üretim ve Hizmet A.Ş.	İstanbul
151	Mutlu Makarnacılık San. ve Tic. A.Ş.	Gaziantep
152	Aves Enerji Yağ ve Gıda Sanayi A.Ş.	Mersin
194	Oba Makarnacılık San. ve Tic. A.Ş.	Gaziantep
197	Kadooğlu Yağ San. ve Tic. A.Ş.	Gaziantep
199	Memişoğlu Tarım Ürünleri Ticaret Ltd. Şti.	Mersin
206	Arbel Bakliyat Hububat San. ve Tic. A.Ş.	Mersin
215	Kent Gıda Maddeleri San. ve Tic. A.Ş.	Kocaeli
222	Reka Bitkisel Yağlar San. ve Tic. A.Ş.	Tekirdağ
242	Elita Gıda San. ve Tic. A.Ş.	Adana
246	S.S. Trakya Yağlı Tohumlar Tarım Satış Kooperatifleri Birliği	Edirne
258	Yayla Agro Gıda San. ve Tic. A.Ş.	Ankara
271	Tarım Kredi Tedarik ve Üretim A.Ş.	Ankara
274	As Ofis Damızlık Yumurta Yem Gıda San. ve Tic. A.Ş.	Ankara
281	Tadım Gıda Maddeleri San. ve Tic. A.Ş.	Kocaeli
287	Eksun Gıda Tarım San. ve Tic. A.Ş.	Tekirdağ
288	Ofis Yem Gıda San. Tic. A.Ş.	Ankara
298	Yonca Gıda Sanayi İşletmeleri İç ve Dış Tic. A.Ş.	Manisa
303	Detay Gıda San. ve Tic. A.Ş.	İstanbul
311	Nuh'un Ankara Makarnası San. ve Tic. A.Ş.	Ankara
315	Armada Gıda Tic. San. A.Ş.	Mersin
320	ADM Besin ve Tarım A.Ş.	Adana
328	Kervan Gıda San. ve Tic. A.Ş.	İstanbul
333	Omnia Nişasta San. ve Tic. A.Ş.	Adana

Ranking	Name of the Company	City
336	Kaanlar Gıda San. ve Tic. A.Ş.	İstanbul
338	Lesaffre Turquie Mayacılık Üretim ve Ticaret A.Ş.	Kırklareli
355	Akyem Adana Yem Yağ Biodizel Tarım ve San. Tic. A.Ş.	Adana
362	Teksüt Süt Mamülleri San. ve Tic. A.Ş.	Balıkesir
363	Beşler Makarna Un İrmik Gıda San. ve Tic. A.Ş.	Gaziantep
364	Staret Entegre Gıda San. ve Tic. A.Ş.	Gaziantep
376	Lidersan Sağlık ve Gıda Ürünleri A.Ş.	Gaziantep
378	Sayınlar Gıda Maddeleri San. ve Tic. A.Ş.	Gaziantep
397	Della Gıda San. ve Tic. A.Ş.	İstanbul
398	Sunar Mısır Entegre Tesisleri San. ve Tic. A.Ş.	Adana
402	Bifa Bisküvi ve Gıda Sanayi A.Ş.	Karaman
403	Kozlu Gıda İmalat San. Tic. ve Taşımacılık A.Ş.	Amasya
424	Ulusoy Un San. ve Tic. A.Ş.	Samsun
435	Sunrise Foods International Tarım Ürünleri Ticaret A.Ş.	Gaziantep
462	Durum Gıda San. ve Tic. A.Ş.	Mersin
471	TARFAŞ Tarımsal Faaliyetler Üretim San. ve Tic. A.Ş.	Bursa
473	Lider Petfood Yem San. ve Tic. A.Ş.	Manisa
478	Unat Yağ Gıda San. ve Tic. A.Ş.	Gaziantep
481	Pamyag Gıda San. Tic. A.Ş.	Gaziantep
485	Pier Agro Gıda San. ve Tic. A.Ş.	Adana
492	Enka Süt ve Gıda Mamülleri San. ve Tic. A.Ş.	Konya



39 of our
cereal exporter
members are in the
Fortune 500

The Fortune 500 Türkiye survey, which ranked Türkiye's 500 largest companies, revealed that food exporters' achieved growth and increase in terms of net sales, exports and profits in 2024. In the list announcement, attention was drawn to the rise of companies operating in the field of Industrial Food Manufacturing, and a total of 39 companies affiliated to our Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Exporters' Associations were included under the Industrial Food Manufacturing and Agricultural, Grains, Dairy, Meat and Aquaculture categories. Ülker Bisküvi, Tiryaki Agro, Ulusoy Un and Toros Tarım were among the companies that managed to enter the top 100.

77 cereals companies in Türkiye's Top 1000 Exporters Survey



The “Türkiye's Top 1000 Exporters Survey 2024”, which is conducted annually by the Türkiye Exporters Assembly (TİM) and in which companies are ranked according to their export performance, has been announced. This year, 77 companies from the Cereals, Pulses and Oil Seeds sector took part in the survey.

Sectoral Rank	Name of the Company
1	ŞÖLEN ÇİKOLATA GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.
2	İSTANBUL GIDA DIŞ TİC. A.Ş.
3	Oba Food Gıda San. Tic. A.Ş.
4	MUTLU MAKARNACILIK SAN. VE TİC. A.Ş.
5	ARBEL BAKLIYAT HUBUBAT SAN. TİC. A.Ş.
6	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
7	KADOĞLU YAĞ SAN. VE TİC. A.Ş.
8	PERFETTI VAN MELLE GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.
9	ABALIOĞLU YAĞ SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
10	TOPRAK MAHSULLERİ OFİSİ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ
11	ALTINMARKA GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.
12	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
13	YONCA GIDA SANAYİ İŞLETMELERİ İÇ VE DIŞ TİCARET A.Ş.
14	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
15	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
16	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
17	AVES ENERJİ YAĞ GI. SAN. A.Ş.
18	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
19	KONYA ŞEKER SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
20	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
21	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
22	ADM BESİN VE TARIM A.Ş.
23	FERRERO TÜRKİYE ÇİKOLATA VE TARIM ÜRÜN. SAN. VE DIŞ TİC. A.Ş.
24	MEMİŞOĞLU TARIM ÜRÜN. TİC. LTD. ŞTİ.
25	ULAŞ GIDA UN TEKSTİL NAKLİYE TİC. VE SAN A.Ş.
26	LESAFFRE TURQUIE MAYACILIK ÜR. TİC. A.Ş.
27	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
28	ELİTA GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.
29	DİCLE GIDA VE TARIM ÜRÜN. SAN. TİC. LTD. ŞTİ.
30	SELÇUK YEM GIDA SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
31	BAŞHAN AGRO GIDA SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
32	HACIŞAKIROĞULLARI UN GIDA TAR. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
33	SAYINLAR GIDA MAD. SAN. TİC. A.Ş.
34	TAYAŞ GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.
35	ULUSOY UN SANAYİ VE TİC. A.Ş.
36	UNAT YAĞ GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.

Sectoral Rank	Name of the Company
37	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
38	BUNGE GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.
39	ARMADA GIDA TİC. SAN. A.Ş.
40	DURUM GIDA SAN. TİC. A.Ş.
41	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
42	ACAĞSAN MAKARNA UN GIDA İNŞAAT SAN. VE TİC. A.Ş.
43	OMNİA NIŞASTA SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
44	TÖREN GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.
45	BEŞLER MAKARNA UN İRMİK GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.
46	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
47	ERİŞLER GIDA SANAYİ VE TİC. A.Ş.
48	TAT NIŞASTA SAN. TİC. A.Ş.
49	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
50	ZER YAĞ SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
51	CEREMONY GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.
52	ANİ BİSKÜVİ GIDA SAN. TİC. A.Ş.
53	NUR GIDA İTHALAT İHRACAT LTD. ŞTİ.
54	UNSAN-UN SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
55	ÜNİLEVER SAN. VE TİC. TÜRK A.Ş.
56	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
57	UNIPA DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.
58	EKSUN GIDA TARIM SAN. VE TİC. A.Ş.
59	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
60	EFOR İÇ VE DIŞ TİCARET LTD. ŞTİ.
61	AKANLAR ÇİKOLATA İÇECEK GIDA SANAYİ VE NAKLİYAT TİC. LTD. ŞTİ.
62	LİDER PETFOOD YEM SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
63	BEŞYEM TARIM HAYV. GIDA SAN. TİC. A.Ş.
64	PAKLAR GIDA SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
65	BEŞSAN MAKARNA GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.
66	DORUK UN SAN. A.Ş.
67	CARGILL TARIM SAN. VE TİC. A.Ş.
68	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
69	BOOMEX COMPANY KARGO VE TİC. İTH. İHR. SAN. LTD. ŞTİ.
70	AK NIŞASTA SAN. VE TİC. A.Ş.
71	BİFA BİSKÜVİ VE GIDA SAN. A.Ş.
72	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR

Sectoral Rank	Name of the Company
73	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
74	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
75	SUNAR PAZARLAMA VE DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.
76	ETSUN DIŞ TİC. A.Ş.
77	SUNAR MISIR ENTEGRE TESİSLERİ SAN. TİC. A.Ş.



tgigündem'in tüm sayılarına
web sitemizden ulaşabilirsiniz.



tgi TÜRKİYE GIDA
İHRACATÇILARI

tgi.org.tr

COMPASS

Compass Kurumsal İletişim ve Yönetim Danışmanlığı tarafından hazırlanmıştır.
www.compass.com.tr