

EGE YAŞ MEYVE SEBZE İHRACATÇILARI BİRLİĞİ SEKTÖREL İHRACAT RAPORU

2025 yılının ilk yarısına ait detaylı ihracat analizi ve sektörel değerlendirme



SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI

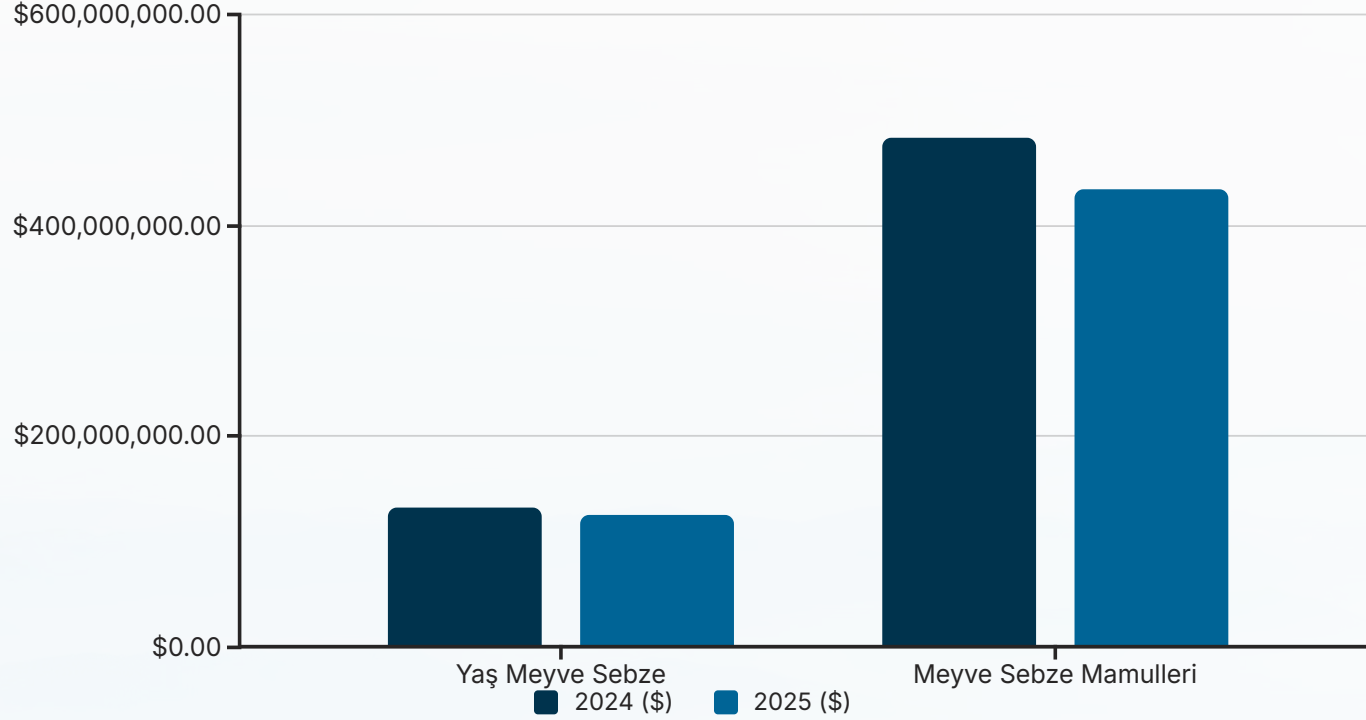
1 Ocak-30 Haziran 2025

SEKTÖRLER	2024 (1.000 \$)	2025 (1.000 \$)	DEĞİŞİM (%)	PAY 2025 (%)
I. TARIM	17.430.576	17.535.506	0,6	13,3
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	11.791.370	11.913.758	1,0	9,1
Yaş Meyve ve Sebze	1.716.638	1.692.579	-1,4	1,3
Meyve Sebze Mamulleri	1.286.317	1.238.804	-3,7	0,9
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	1.846.357	1.802.809	-2,4	1,4
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	3.792.848	3.818.939	0,7	2,9
II. SANAYİ	88.344.901	93.471.230	5,8	71,1
III. MADENCİLİK	2.840.076	2.865.819	0,9	2,2
TOPLAM (TİM)	108.615.553	113.872.554	4,8	86,6
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat	17.613.471	17.567.582	-0,3	13,4
GENEL İHRACAT TOPLAMI	126.229.023	131.440.136	4,1	100,0

Genel ihracatta %4,1'lik artış gözlenirken, yaş meyve sebze sektörü %1,4 ve meyve sebze mamulleri sektörü %3,7 oranında düşüş göstermiştir. Tarım sektörü genel ihracattan %13,3 pay almaktadır.

EYMSİB İHRACAT PERFORMANSI ANALİZİ

1 Ocak-30 Haziran 2025 Dönemi



-11%

Miktar Düşüşü

Toplam ihracat miktarında geçen yıla kıyasla bir azalma yaşanmıştır.

-9%

Değer Kaybı

İhracat değerinde dolar bazında 2024 yılının aynı dönemine göre azalma gerçekleşmiştir.

560M\$

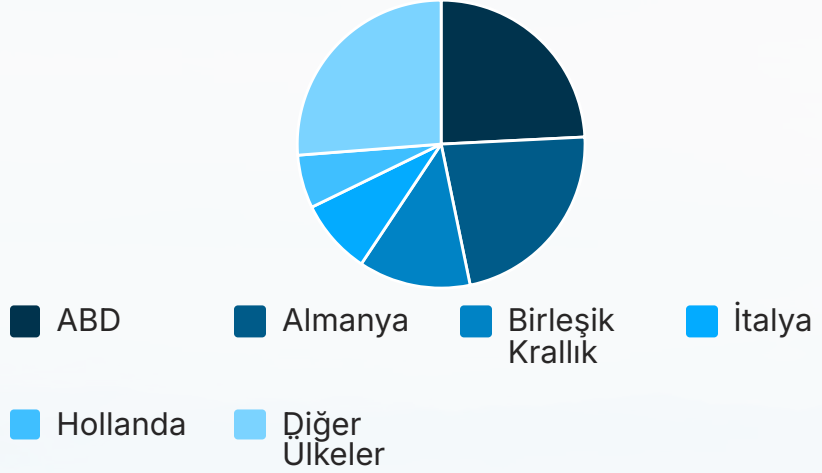
Toplam İhracat

2025 yılının ilk yarısında Ege Bölgesi'nden gerçekleştirilen toplam ihracat değeri.

EYMSİB ihracatında hem yaş meyve sebze hem de meyve sebze mamulleri kategorilerinde değer ve miktar açısından azalış gerçekleşmiştir. Bu düşüşün pazar analizleri ve sektörel stratejilerle değerlendirilmesi gerekmektedir.

MEYVE SEBZE MAMULLERİ İHRACATI

İlk 10 Ülke Analizi (Ocak-Haziran 2025)



- **Pazar Yoğunlaşması**

İhracatın %36,1'i ABD ve Almanya'ya yapılmakta olup, bu iki ülke önemli pazarlarımız arasında yer almaktadır.

- **Değer Artışının Olduğu Ülkeler**

KKTC (%27), Belçika (%17) ve Kanada (%25) pazarlarında değer artışı görülmektedir.

- **Değer Olarak**

Hollanda'ya ihracatta %32'lik bir değer kaybı yaşanmıştır.

- **Avustralya Pazarı**

Uzak pazarlarda %27'lik düşüş lojistik zorluklar ve pazar değişimlerini göstermektedir.

ABD ve Almanya en yoğun ihracatın gerçekleştiği pazarlarımız olurken, bazı önemli Avrupa pazarlarında azalışlar görülmektedir. Kuzey Amerika pazarlarında ise farklılıklar gösteren bir tablo mevcuttur.

YAŞ MEYVE SEBZE İHRACATI

İlk 10 Ülke Analizi (Ocak-Haziran 2025)

-4%

Değer Düşüşü

Yaş meyve sebze ihracatında 2024'e göre toplam değerde azalış

-11%

Miktar Azalışı

Toplam ihracat miktarında bir önceki yıla göre azalma

125.8M\$

Toplam İhracat

2025 ilk yarısında EYMSİB yaş meyve sebze ihracat değeri

Rusya Pazarı

En büyük pazarımız olmaya devam etmekte olup, %25,3 pay ile liderliğini sürdürmektedir. Ancak miktar bazında %27, değer bazında %9 düşüş yaşanmıştır.

Yükselen Pazarlar

Ukrayna (%45), Romanya (%27), ABD (%39), Hollanda (%53), Birleşik Krallık (%16) ve Norveç (%41) değer artışı göstermiştir.

Değer Olarak Azalan Ülke

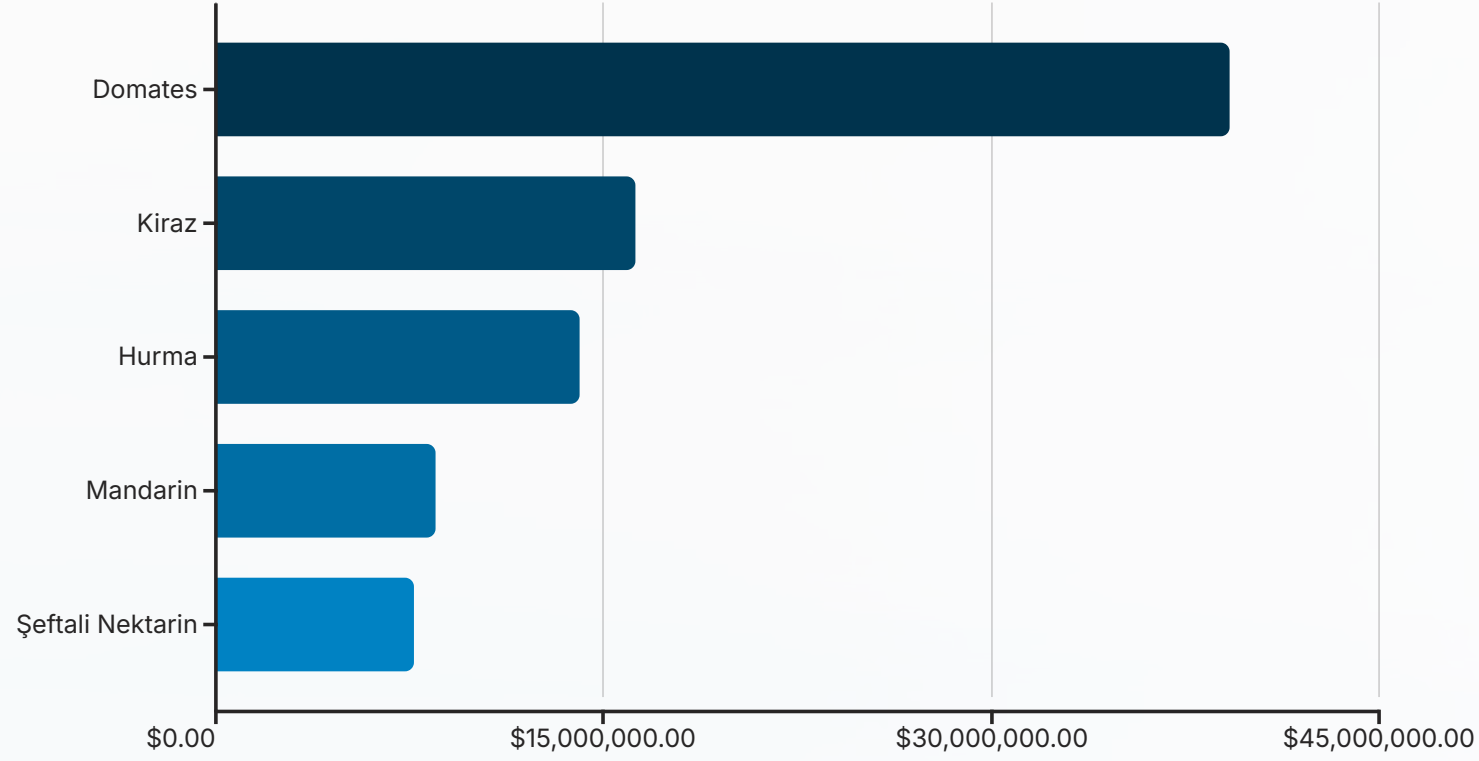
Almanya pazarında %51 değer kaybı yaşanmış olup, bu pazara yönelik çalışmalar gerçekleştirilmelidir.

Moldavya Başarısı

%162 değer artışı ile en yüksek büyüme kaydedilen pazar olmuştur. Bu başarının nedenleri incelenerek diğer pazarlara uygulanabilir.

YAŞ MEYVE SEBZE İHRACATINDA ÖNE ÇIKAN ÜRÜNLER

İlk 10 Ürün Analizi (Ocak-Haziran 2025)



Domates Başarısı

%19 değer ve miktar artışıyla en başarılı ürünlerden biri olmuştur. Toplam ihracatın %31,2'sini oluşturmaktadır.

Kiraz

%83 miktar, %57 değer kaybıyla azalışın en çok yaşandığı ürün olmuştur. Soğuk zararından kaynaklı ürün tedarik ve fiyatlar bu azalışın faktörlerinden biridir.

Nar Yükselişi

%112 değer artışı ile en yüksek büyüme oranına sahip ürün olmuştur. Katma değer ve pazarlama stratejileri başarılıdır.



Domates ve kiraz, Ege Bölgesi'nin en önemli yaş meyve sebze ihracat ürünleridir. Domates ihracatındaki artışın sektöre olumlu yönde katkı sağladığı ayrı görülmektedir.

MEYVE SEBZE MAMULLERİ İHRACATINDA ÖNE ÇIKAN ÜRÜNLER

İlk 10 Ürün Analizi (Ocak-Haziran 2025)

68.9M\$

Biber Turşuları

En yüksek ihracat değerine sahip mamul ürünümüz olup, toplam ihracatın %15,9'unu oluşturmaktadır.

58.6M\$

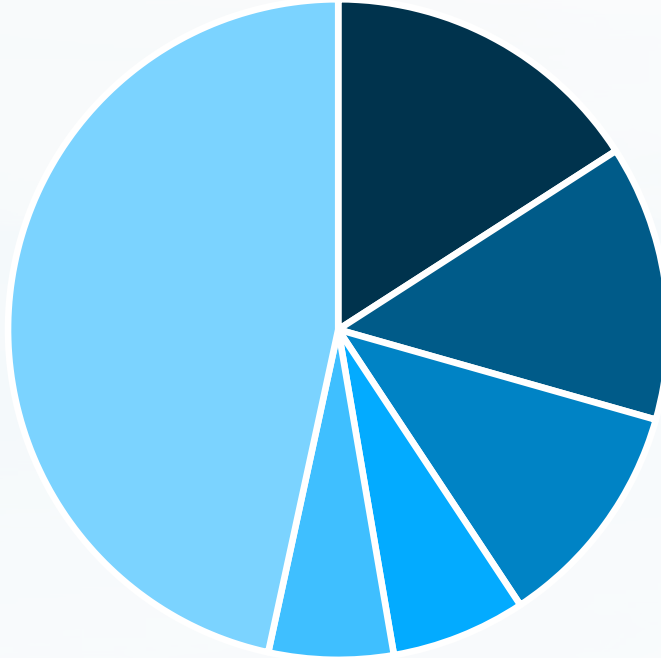
Kurutulmuş Domates

Yüksek katma değerli ihraç ürünü olup, toplam ihracatın %13,5'ini oluşturmaktadır.

+54%

Alkollü İçkiler

En yüksek değer artışı gösteren ürün grubu olmuştur. Yeni pazarlar ve yüksek katma değer fırsatı sunmaktadır.

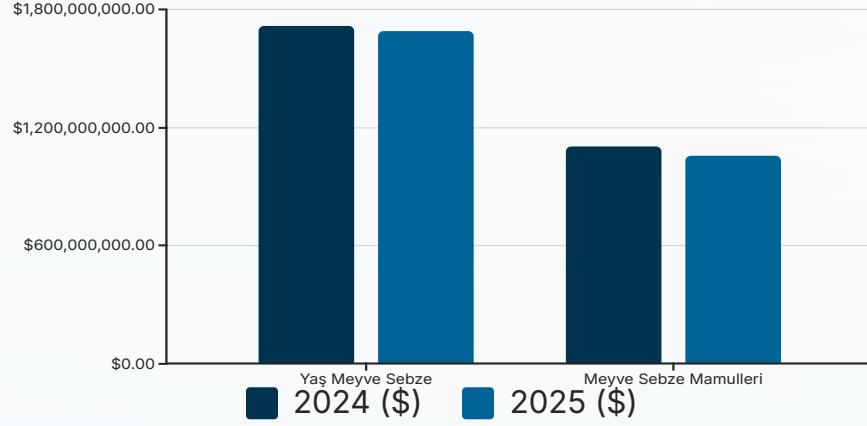


■ Biber Turşuları ■ Kurutulmuş Domates ■ Kornişon Turşuları ■ Dondurulmuş Domates ■ Sebze Konserveleri ■ Diğer Ürünler

Turşu ve kurutulmuş domates ürünleri ihracatta ilk sıralarda yer almaktadır. Domates salçası (%29) ve meyve konserveleri (%22) önemli değer artışı yaşanan ürünlerdir. Elma suyu ihracatındaki %41'lik azalma ve sebze konservelerindeki %19'luk azalma gerçekleşmiştir.

TÜRKİYE GENELİ İHRACAT PERFORMANSI

1 Ocak-30 Haziran 2025 Dönemi



Genel Olarak

Türkiye geneli yaş meyve sebze ihracatında değer bazında %1, meyve sebze mamullerinde ise %4 düşüş görülmektedir.

Miktar-Değer Farkı

Yaş meyve sebze ihracatında miktar %19 düşerken, değerdeki düşüşün sadece %1 olması, birim fiyatlarda artış olduğunu göstermektedir. Bu, katma değerli ürün stratejisinin başarısını işaret etmektedir.

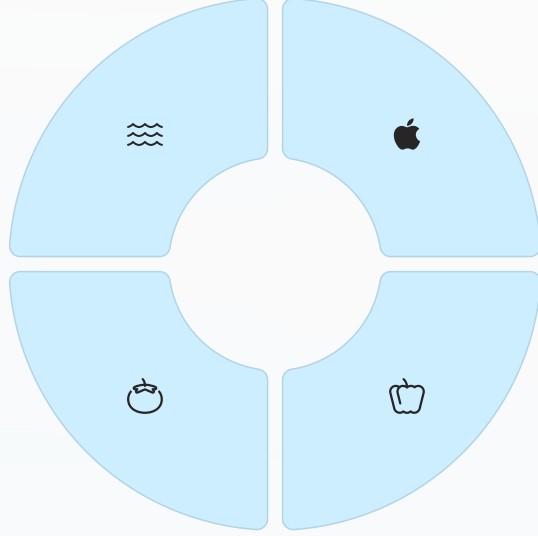
EYMSİB'in Payı

EYMSİB, Türkiye'nin yaş meyve sebze ihracatının %7,4'ünü, meyve sebze mamulleri ihracatının ise %41,1'ini gerçekleştirmektedir. Mamul ürünlerde güçlü konumumuz devam etmektedir.

Türkiye genelinde yaş meyve sebze ve mamul ürünleri ihracatında miktar bazında düşüş yaşanmakla birlikte, değer bazında sınırlı kayıplar görülmektedir. EYMSİB'in özellikle mamul ürünlerde Türkiye ihracatında önemli bir payı bulunmaktadır.

TÜRKİYE GENELİ MEYVE SEBZE MAMULLERİ İHRACATI

İlk 10 Ürün Analizi (Ocak-Haziran 2025)



Maden Suları ve Gazlı İçecekler

%27 miktar, %21 değer artışı ile 117,4 milyon \$ ihracat değerine ulaşmıştır.

Elma Suyu

%18 miktar, %6 değer düşüşüne rağmen 114,7 milyon \$ ile ikinci sırada yer almaktadır.

Biber Turşusu

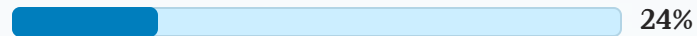
%9 miktar, %3 değer düşüşü yaşamış olup, 76,9 milyon \$ ihracat gerçekleştirmiştir.

Domates Salçası

%6 miktar artışına rağmen %16 değer kaybı ile 82,2 milyon \$ ihracat değerine sahiptir.

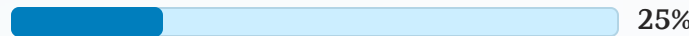


Maden suları ve gazlı içecekler kategorisi, ihracat artış oranı ve toplam değer açısından öne çıkmaktadır. EYMSİB'in bu ürün grubunda daha aktif stratejiler geliştirmesi önerilebilir.



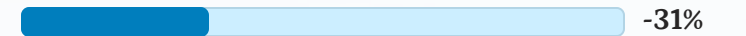
Dondurulmuş Sebzeler

Miktar artışı ile dikkat çeken bir ürün grubudur. Değer artışı %18 olmuştur.



Kurutulmuş Domates

Miktar artışına rağmen %7 değer kaybı yaşanmıştır. Birim fiyatlarda düşüş gözlenmektedir.



Sebze Konserveleri

En yüksek miktar düşüşü yaşanan ürün grubudur. Değer kaybı %23 olarak gerçekleşmiştir.

TÜRKİYE GENELİ YAŞ MEYVE SEBZE İHRACATI

İlk 10 Ürün Analizi (Ocak-Haziran 2025)

1

Mandarin

Miktar olarak %26 düşüş yaşamasına rağmen, değer olarak %11 artış göstermiştir. 224,6 milyon \$ ile en yüksek ihracat değerine sahip üründür. Birim fiyat artışı katma değer stratejisinin başarısını göstermektedir.

2

Domates

Miktar olarak %6 düşüş, değer olarak %2 artış göstermiştir. 259,8 milyon \$ ihracat değeri ile ikinci sıradadır. Türkiye'nin istikrarlı ihraç ürünlerinden biridir.

3

Limon

Miktar olarak %31 düşüş yaşamasına rağmen, değer olarak %20 artış göstermiştir. 185,6 milyon \$ değerinde ihracat gerçekleştirilmiştir.

Narenciye ürünlerinde birim fiyat artışları dikkat çekmektedir.

4

Biber

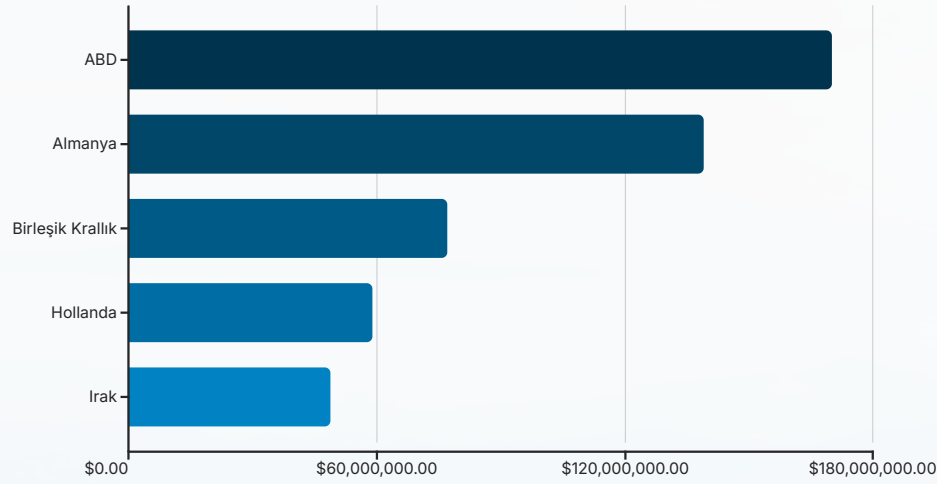
Miktar olarak %7 düşüş yaşamasına rağmen, değer olarak %13 artış göstermiştir. 181,1 milyon \$ değerinde ihracat gerçekleştirilmiştir.

Yüksek katma değerli biber çeşitlerine yönelim artmaktadır.

Türkiye'nin yaş meyve sebze ihracatında miktar düşüşlerine rağmen değer artışları dikkat çekmektedir. Şeftali-nektarin ve kiraz ürünlerindeki düşüşler, iklim koşulları ve üretim sorunlarından kaynaklanmaktadır. Kayısı ihracatındaki %49'luk değer artışı ise önemli bir başarıdır.

TÜRKİYE GENELİ MEYVE SEBZE MAMULLERİ İHRACATI

İlk 10 Ülke Analizi (Ocak-Haziran 2025)



Suriye Pazarı

%108 değer, %81 miktar artışı ile en hızlı büyüyen pazar olmuştur. Komşu ülkelere ihracat stratejisinin başarısını göstermektedir.



İtalya Pazarı

%42 miktar, %18 değer düşüşü ile dikkat çekmektedir. AB içindeki rekabet ve pazar kaybı incelenmelidir.



Almanya Pazarı

%8 miktar düşüşüne rağmen sadece %1 değer kaybı yaşanmıştır. Pazar istikrarı ve yüksek birim fiyatlar sağlanmıştır.

i ABD, Almanya ve Birleşik Krallık, Türkiye'nin meyve sebze mamulleri ihracatında en önemli pazarlar olmaya devam etmektedir. Ancak ABD'ye ihracatta %22 miktar, %12 değer düşüşü yaşanmıştır. Suriye ve KKTC gibi yakın pazarlarda ciddi artışlar gözlenmektedir.

TÜRKİYE GENELİ YAŞ MEYVE SEBZE İHRACATI

İlk 10 Ülke Analizi (Ocak-Haziran 2025)

Rusya Federasyonu

%20 miktar, %9 değer düşüşüne rağmen 397,4 milyon \$ ile en büyük pazar konumunu korumaktadır.

Irak

Miktar olarak %41 düşüş yaşamasına rağmen, değer olarak %35 artış göstermiştir. 269,3 milyon \$ ile ikinci büyük pazardır. Katma değerli ürünlere yönelim başarılıdır.

Romanya

Miktar olarak %4 düşüş yaşamasına rağmen, değer olarak %13 artış göstermiştir. 182,7 milyon \$ ile üçüncü büyük pazardır. AB içindeki başarılı pazarlama örneğidir.

Almanya Pazarında Gerileme

%19 değer azalışı gerçekleşmiştir.

1

2

Hollanda Pazarında Büyüme

%22 miktar, %14 değer artışı yaşanmıştır. Lojistik merkez olarak Avrupa'ya açılımda stratejik önem taşımaktadır.

Hindistan Pazarında Azalma

%41 miktar, %33 değer azalma yaşanmıştır. Uzak pazarlardaki lojistik zorluklar ve ticaret engelleri etkilidir.

3

4

Sırbistan Pazarında Değer Artışı

Miktar düşüşüne rağmen %17 değer artışı sağlanmıştır. Balkan pazarlarında katma değerli ürün stratejisi başarılıdır.

Türkiye'nin yaş meyve sebze ihracatında pazar çeşitliliği artmakla birlikte, Rusya Federasyonu, Irak ve AB ülkeleri ana pazarlar olmaya devam etmektedir. Komşu ülkelerle ticaret hacminin artırılması ve birim fiyatların yükseltilmesi, ihracat stratejisinin temel unsurlarıdır.