



Gıda ve Tarım Ürünleri İhracatı

GIDA VE TARIM ÜRÜNLERİ İHRACATI REHBERİ

1. Giriş

Gıda ve tarımın payı yıllar içinde Gayri Safi Milli Hasıla içinde azalsa da, politik önemi artıyor. Ülkeler geliştikçe tarımdan uzaklaşır gibi düşünmek hatalı. Uluslararası Ticaret Ağı Derneğinin hazırladığı görsel bunu çok iyi anlatıyor.



Türkiye, dünyanın önde gelen gıda ihracatçılarından biri. Yılda kabaca 30 milyar dolarlık gıda ve tarım ürünü ihracatı yapıyoruz. Özellikle pandemi döneminde gıda güvenliği en öne çıkan konulardan birisi oldu. Ticaret Bakanlığı, gıda ve tarım ürünleri ihracatını öncelikli sektör olarak belirledi.

Türkiye'nin İhracat Ajansı BAZ Girişim olarak gıda ve tarım ürünleri alanında ihracatçılarımıza yol göstermek üzere bir rehber hazırladık. Bu rehberin gıda ihracatına başlamak veya mevcut ihracatını büyütmek isteyen firmalar için pratik bir yol haritası sunmasını hedefliyoruz.

Rehberimizde aşağıdaki üç ana başlık ve alt başlıkları sizleri bekliyor.

1. Dünya Gıda Ürünleri İthalatı
2. Türkiye'nin Gıda Ürünleri İhracatı
3. Ticaret Bakanlığının Gıda Ürünleri İhracatı İçin Verdiği Destekler

Rehberin sonunda ise gıda ihracatı yapmak isteyenler için bir check-list hazırladık. Hazırsanız başlayalım.

2. Dünyada ve Türkiye’de Gıda ve Tarım Ürünleri İthalat/İhracat Görünümü

	Bölüm (Genel Ürün Kategorisi)	Dünyanın Toplam İthalatı	Dünyada İlk 5 İthalatçı/miktar		Türkiye'nin Toplam İhracatı	Türkiye'nin İlk 5 İhracat Yaptığı Ülke/miktar	
			Ülke	Miktar		Ülke	Miktar
Tarım ve Temel Gıda Ürünleri	07: Sebzeler	96.713.898 USD	ABD	15,444,295 USD	2,445,822 USD	Irak:	437,908 USD
			Almanya	8,727,287 USD		Cezayir:	170,566 USD
			İngiltere	4,891,800 USD		Almanya:	204,231 USD
			Fransa	4,659,605 USD		Romanya:	180,167 USD
			Kanada	3,746,911 USD		Rusya:	121,333 USD
	08: Meyveler kuruyemişler	159.704.307.000 USD	ABD	24,218,490 USD	5,368,161 USD	Rusya	933,637 USD
			Çin	18,749,705 USD		Almanya	649,016 USD
			Almanya	12,649,751 USD		İtalya	432,506 USD
			Hollanda	8,268,037 USD		Irak	375,126 USD
			Fransa	6,762,457 USD		Birleşik Krallık	220,137 USD
	10: Hububat	186.632.401 bin USD (2023)	Çin	20,544,534 bin USD	1,732,472 bin USD (2023)	Irak	320,041 bin USD
			Meksika	6,586,821 bin USD		Cezayir	131,548 bin USD
			Japonya:	8,149,365 bin USD		İtalya	313,245 bin USD
			İran:	7,641,747 bin USD		Suriye:	95,299 bin USD
			İspanya:	6,874,037 bin USD		Libya	44,325 bin USD

Tarım ve Temel Gıda Ürünleri	11: Un ve nişastalar	30.028.350.000 USD (2023)	ABD	2.827.673.000 USD	1.876.056.000 USD (2023)	Irak	605.025.000 USD
			Çin	2.074.039.000 USD		Suriye	105.776.000 USD
			Hollanda:	1.269.141.000 USD		ABD	105.841.000 USD
			Almanya	1.173.460.000 USD		Somali:	95.826.000 USD
			Brezilya	1.108.683.000 USD		Cibuti	92.385.000 USD
	12: Yağlı tohumlar	160.616,276 USD	Çin	69.751.934 USD	639.716 USD (2023)	Irak	61.250 USD
			Almanya	8.119.242 USD		ABD	55.660 USD
			Japonya:	5.785.850 USD		Suriye	50.487 USD
			Meksika	5.754.692 USD		Romanya:	29.234 USD
			Arjantin	5.728.952 USD		Ukrayna	26.987 USD
	20: Konserve meyve/sebze ve reçeller	83,651,277 USD	ABD	13,570,806 USD	3,118,864 USD	Almanya	606,489 USD
			Almanya	7,023,674 USD		ABD	431,072 USD
			Fransa	5,221,819 USD		Hollanda	175,839 USD
			Birleşik Krallık	5,197,614 USD		Irak	196,152 USD
			Japonya	4,048,014 USD		Birleşik Krallık	135,674 USD

Hayvansal Ürünler	02: Et ürünleri	161.750.990 USD	Çin	26.735.209 USD	846,241 USD	Irak	520.229 USD
			ABD	12.452.072 USD		Özbekistan	15.135 USD
			Japonya	9.902.394 USD		Mauritania	18.391 USD
			Almanya	8.456.516 USD		Kongo	25.959 USD
			Fransa	7.106.067 USD		Belarus	24.657 USD
	04: Süt ve Süt Ürünleri	114,434,354 USD	Almanya:	11,984,109 USD	759,287 USD	Irak:	147,079 USD
			Çin:	8,047,993 USD		Arap Emirlikleri:	148,452 USD
			Fransa:	6,276,270 USD		İran	27,696 USD
			Hollanda:	6,152,876 USD		Rusya	27,612 USD
			İtalya:	5,657,025 USD		ABD	33,517 USD
	15: Bitkisel ve hayvansal yağlar	158,537,237 USD	Hindistan	16,560,839 USD	2,978,874 USD	Irak	334,447 USD
			ABD	16,652,636 USD		Abd	249,598 USD
			Çin	15,210,876 USD		Djibouti	245,451 USD
			Hollanda	8,312,157 USD		Cezayir	150,845 USD
			İtalya	6,091,177 USD		İran	36,909 USD

İşlenmiş Gıda Ürünleri	16: Et/deniz ürünleri konserva	56,237,312 USD	ABD	6,814,862 USD	264,422 USD	Irak	40,008 USD
			Japonya	6,235,319 USD		Venezuela	19,509 USD
			Birleşik Krallık	5,406,020 USD		İtalya	16,186 USD
			Almanya	4,138,338 USD		Mısır	6,170 USD
			Fransa	3,190,059 USD		Suriye	14,780 USD
	17: Şeker ve şekerli mamuller	72,554,167 USD	ABD	6,938,019 USD	1,195,276 USD	ABD	209,868 USD
			Çin	3,858,268 USD		Irak	80,064 USD
			Endonezya	3,361,320 USD		Birleşik Krallık	101,705 USD
			Almanya	2,816,784 USD		Suriye	47,497 USD
			Birleşik Krallık	2,329,711 USD		Almanya	53,754 USD

İşlenmiş Gıda Ürünleri	19: Unlu mamuller/makarna	108,164,867 USD	ABD	14,836,798 USD	2,669,003 USD	Irak	528,814 USD
			Almanya	7,257,259 USD		Somali	145,191 USD
			Birleşik Krallık	6,934,133 USD		Almanya	104,974 USD
			Çin	6,549,122 USD		ABD	102,027 USD
			Fransa	5,573,496 USD		Suudi Arabistan	72,068 USD
	21: Çeşitli gıda müstahzarları	108,351,435 USD	ABD	11,932,595 USD	1,216,767 USD	Irak	137,208 USD
			Çin	6,123,314 USD		Almanya	68,929 USD
			Almanya	5,942,031 USD		ABD	67,011 USD
			Birleşik Krallık	4,758,471 USD		Çek Cumhuriyeti	64,396 USD
			Fransa	4,075,568 USD		Hollanda	43,516 USD
	22: İçecekler	153,383,275 USD	ABD	30,960,904 USD	518,176 USD	Almanya	62,786 USD
			Birleşik Krallık	10,599,208 USD		Kıbrıs	49,477 USD
			Almanya	9,910,434 USD		Birleşik Krallık	47,698 USD
			Fransa	6,572,308 USD		Irak	40,760 USD
			Hollanda	6,407,029 USD		Suriye	32,102 USD

Daha detaylı analiz için TradeMap'ten 4'lü ve 6'lı bazda GTİP'lere bakılması önerilir.

2.1 Dünyada Gıda ve Tarım Ürünleri İthalat Görünümü

Sebzeler (07):

- Dünyada en büyük ithalatçı ülke: ABD
- Türkiye'nin İhracat Durumu: Türkiye, sebzeler ihracatında 2.4 milyar USD ile güçlü bir oyuncu. ABD, Almanya ve Birleşik Krallık gibi büyük ithalatçılar Türkiye'nin hedef pazarlarıdır. Türkiye, bu pazarlarda daha fazla pay alabilir ve daha fazla ihracat

yapabilir.

- Potansiyel: Evet, Almanya, ABD ve İngiltere gibi pazarlar Türkiye için büyük fırsatlar sunmaktadır.

Meyveler ve Kuruyemişler (08):

- Dünyada en büyük ithalatçılar: ABD, Çin
- Türkiye'nin İhracat Durumu: Türkiye, bu alanda 5.3 milyar USD ihracatla güçlü bir konumda. ABD ve Çin gibi büyük pazarlarla büyümeye devam edebilir. Türkiye'nin, Çin gibi büyük ithalatçı pazarlarla ihracatını artırma potansiyeli var.
- Potansiyel: Evet, Çin ve ABD gibi büyük ithalatçı pazarlarında yüksek potansiyel mevcuttur.

Hububat (10):

- Dünyada en büyük ithalatçılar: Çin, Hindistan
- Türkiye'nin İhracat Durumu: Türkiye, hububat ürünleri konusunda büyük bir ihracat potansiyeline sahiptir. Irak, Suriye ve Cezayir gibi ülkelerde güçlü bir pazar payı bulunmaktadır.
- Potansiyel: Evet, Çin ve Hindistan gibi büyük ithalatçı pazarlarda Türkiye'nin pazar payını artırması mümkündür.

Yağlı Tohumlar (12):

- Dünyada en büyük ithalatçılar: Çin, Almanya, Japonya
- Türkiye'nin İhracat Durumu: Türkiye'nin 639 milyon USD civarında ihracatı bulunuyor ve Çin, Almanya gibi büyük pazarlar önemli fırsatlar sunuyor. Türkiye, bu pazarlarda daha fazla pay alabilir.
- Potansiyel: Evet, Çin, Almanya gibi pazarlarda büyüme potansiyeli vardır.

Konserve Meyve/Sebze ve Reçeller (20):

- Dünyada en büyük ithalatçılar: ABD, Almanya
- Türkiye'nin İhracat Durumu: Türkiye, konserve ürünler kategorisinde güçlü bir ihracat yapmaktadır. Özellikle ABD ve Almanya gibi gelişmiş pazarlarda Türkiye'nin pazar payı daha da artırılabilir.
- Potansiyel: Evet, ABD ve Almanya gibi büyük pazarlar Türkiye için fırsat alanları sunmaktadır.

Süt ve Süt Ürünleri (04):

- Dünyada en büyük ithalatçılar: ABD, Almanya, Japonya
- Türkiye'nin İhracat Durumu: Türkiye, süt ve süt ürünlerinde Irak, Özbekistan, Azerbaycan gibi pazarlarda güçlüdür. Ancak ABD, Almanya ve Japonya gibi büyük ithalatçılarla daha fazla pazar payı kazanılabilir.
- Potansiyel: Evet, ABD ve Almanya gibi ülkelerde yüksek potansiyel mevcuttur.

Et ve Et Ürünleri (GTP 02):

- Dünyada en büyük ithalatçılar: Çin, Japonya, Almanya
- Türkiye'nin İhracat Durumu: Türkiye, Irak, Birleşik Arap Emirlikleri ve Suriye gibi pazarlarda güçlüdür. Ancak, Çin, Japonya ve Almanya gibi büyük ithalatçılarda daha fazla pazar payı kazanılabilir.
- Potansiyel: Evet, Çin ve Japonya gibi büyük ithalatçı pazarlar Türkiye için büyük fırsatlar sunuyor.

Zeytinyağı ve Zeytin (15):

- Dünyada en büyük ithalatçılar: ABD, İspanya
- Türkiye'nin İhracat Durumu: Türkiye, zeytinyağı ve zeytin ihracatında güçlüdür. ABD ve İspanya gibi pazarlarla daha fazla ihracat yapılabilir.
- Potansiyel: Evet, ABD ve İspanya gibi pazarlar Türkiye için önemli fırsatlar sunmaktadır.

Konserve Et ve Balık (16):

- Dünyada en büyük ithalatçılar: ABD, Japonya, Almanya
- Türkiye'nin İhracat Durumu: Türkiye'nin konserve et ve balık ihracatı güçlü olmasına rağmen ABD ve Japonya gibi pazarlarda daha fazla potansiyel barındırmaktadır.
- Potansiyel: Evet, bu pazarlarda Türkiye'nin pazar payı artabilir.

Gıda Maddeleri ve Diğer Ürünler (21):

- Dünyada en büyük ithalatçılar: ABD, Almanya, İngiltere
- Türkiye'nin İhracat Durumu: Türkiye, gıda maddeleri ihracatında önemli bir rol oynamaktadır. Ancak ABD, Almanya ve İngiltere gibi ülkelerde daha fazla pay kazanılabilir.
- Potansiyel: Evet, bu pazarlarda daha fazla pay kazanılabilir.

Türkiye'nin gıda ve tarım ürünleri ihracatında yüksek potansiyel barındıran pek çok pazar bulunmaktadır. Almanya, ABD, Çin, Fransa gibi büyük ithalatçılar Türkiye'nin ihracatını artırdığı ana pazarlar olarak öne çıkmaktadır. Türkiye, özellikle bu pazarlarda stratejik hedefler belirleyerek ihracatını daha da artırabilir.

Ticaret Bakanlığı'nın sağladığı destekler, Türkiye'nin daha fazla pazar payı kazanmasına yardımcı olacaktır. Özellikle fuar katılımları, pazara giriş belgeleri, helal sertifikaları gibi unsurlar, Türkiye'nin gıda sektöründeki uluslararası rekabet gücünü artıracaktır.

3. Ticaret Bakanlığı Tarafından Gıda ve Tarım Ürünleri İhracatının Artırılması İçin Verilen Destekler

Gıda ve tarım ürünleri ihracatı Ticaret Bakanlığı tarafından öncelikli sektör olarak belirlenmiş durumda. Bu sayede, destek oranları yüzde 5 artırımlı uygulanıyor.

3.1. Gıda Firmaları İçin Pazara Giriş Belgeleri Destekleri

Gıda Sektörüne Özel Belgeler:

Özür dilerim, gıda ve tarım ürünleri ile ilgili olan tüm belgeleri net bir şekilde yazmamışım. İşte **gıda ve tarım ürünleri ile ilgili tüm belgeler** dosyada yer alanlar:

1. **HACCP Sertifikası** – Gıda güvenliği yönetim sistemi belgesidir.
2. **İyi Tarım Uygulamaları (İTU)** – Tarımsal ürünlerin güvenli ve sürdürülebilir şekilde üretildiğini belgeleyen sertifikadır.
3. **Helal Sertifikası** – Helal gıda üretimi için gerekli şartları sağladığını gösteren sertifikadır.
4. **Organik Ürün Sertifikaları** – Organik tarım ürünleri için verilen sertifikadır, organik üretim yöntemlerine uygunluğu gösterir.
5. **FAMI-QS Sertifikası** – Yemin güvenliği yönetim sistemi sertifikasıdır, özellikle hayvancılık ve tarımda kullanılan yemler için geçerlidir.
6. **GlobalGAP Sertifikası** – Tarımsal ürünlerde uluslararası kabul görmüş gıda güvenliği ve çevre yönetim sistemini onaylayan sertifikadır.
7. **ISO 22000 (Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi) Sertifikası** – Gıda güvenliği alanında uluslararası standartlara uygunluğu gösteren sertifikadır.
8. **FDA Sertifikası (Food and Drug Administration)** – ABD pazarına girecek gıda ve tarım ürünlerinin güvenliğini ve sağlığını onaylayan sertifikadır.

9. **BRC (British Retail Consortium) Sertifikası** – Gıda sektöründeki kalite yönetim standartlarını belirleyen ve perakende sektöründe kabul gören bir sertifikadır.
10. **GMP Sertifikası (Good Manufacturing Practices)** – İyi üretim uygulamaları belgesidir, gıda ve tarım ürünlerinin hijyenik ve güvenli bir şekilde üretildiğini gösterir.
11. **GMP+ FSA Sertifikası** – Yemin güvenliği yönetim sistemini onaylayan sertifikadır.
12. **Kosher Sertifikası** – Yahudi dini kurallarına uygun gıda üretimi için verilen sertifikadır.
13. **Fairtrade Sertifikası** – Ticaretin adil şekilde yapılmasını sağlayan bir sertifikadır, özellikle gıda ürünlerinde yaygındır.

Bu belgeler, gıda ve tarım ürünlerinin uluslararası pazarlara girişinde ve güvenliğinin sağlanmasında önemli rol oynamaktadır.

[Desteklenen tüm belgeler için tıklayın.](#)

Ticaret Bakanlığı Destekleri:

- Belgelerin alınması için %50 destek
- Test, analiz ve belgelendirme gider desteği



[İhracatta pazara giriş belgeleri rehberimiz için tıklayın.](#)

Ticaret Heyetleri yazımızı incelemeyi unutmayın.

3.2. Gıda Firmaları İçin Fuar Destekleri

1. MARCA BY BOLOGNAFIERE 2025

- **Tarih:** 15-16 Ocak 2025
- **Konu:** Gıda ve Gıda Teknolojileri
- **Şehir:** Bologna, İtalya
- **Organizatör:** BolognaFiere SPA
- **Açıklama:** Gıda ve gıda teknolojileri sektörüne odaklanan bu fuar, İtalya'nın Bologna şehrinde düzenlenmektedir. Gıda üreticileri, işleme ve paketlenme teknolojileri sergilenmektedir.
- **Web sitesi:** [BolognaFiere](#)

2. GRÜNE WOCHE - THE GLOBAL HUB FOR AGRIBUSINESS

- **Tarih:** 17-26 Ocak 2025
- **Konu:** Tarım, Hayvancılık, Tarım Teknolojisi
- **Şehir:** Berlin, Almanya
- **Organizatör:** Messe Berlin GmbH
- **Açıklama:** Berlin'de düzenlenen bu fuar, tarım, hayvancılık ve tarım teknolojileri alanındaki yenilikleri sergileyen bir etkinliktir. Dünyanın dört bir yanından katılımcılarla, sektöre dair geniş bir yelpazede ürün ve hizmet sunulmaktadır.
- **Web sitesi:** [Grüne Woche](#)

3. 49th WINTER FANCY FOOD SHOW

- **Tarih:** 19-21 Ocak 2025
- **Konu:** Gıda ve Gıda Teknolojileri
- **Şehir:** Las Vegas, ABD
- **Organizatör:** Specialty Food Association
- **Açıklama:** ABD'nin Las Vegas şehrinde düzenlenen bu fuar, gıda ve gıda teknolojileri alanındaki en büyük etkinliklerden biridir. Yenilikçi gıda ürünleri ve teknolojileri sergilenmektedir.
- **Web sitesi:** [Fancy Food Show](#)

4. DAIRYTECH 2025

- **Tarih:** 21-23 Ocak 2025
- **Konu:** Gıda ve Gıda Teknolojileri
- **Şehir:** Moskova, Rusya
- **Organizatör:** ITE Eurasian Exhibitions FZ-LLC
- **Açıklama:** Rusya'nın Moskova şehrinde düzenlenen bu fuar, süt ürünleri ve ilgili teknolojileri odak alır. Süt endüstrisindeki yenilikler ve teknolojiler sergilenmektedir.
- **Web sitesi:** [DairyTech](#)

5. AGROMASHEXPO

- **Tarih:** 22-25 Ocak 2025
- **Konu:** Tarım Makinaları
- **Şehir:** Budapeşte, Macaristan
- **Organizatör:** Hungexpo
- **Açıklama:** Macaristan'da düzenlenen bu fuar, tarım makineleri ve teknolojilerine odaklanmaktadır. Tarım sektörü profesyonelleri için önemli bir ticaret platformu sunmaktadır.
- **Web sitesi:** [Agromash Expo](#)

Bu fuarların tüm detaylarını ve web sitelerini inceleyerek, gıda ve tarım sektörüne dair en son yenilikleri ve teknolojileri keşfedebilirsiniz.

3.3. Gıda Firmaları İçin Tanıtım Destekleri

Gıda sektöründeki firmalar, uluslararası pazarlara açılmak için bir dizi **tanıtım desteğinden** faydalanabilirler. Bu destekler, ihracatçı firmaların **markalarını ve ürünlerini tanıtmalarına**, yeni pazarlara girmelerine ve daha fazla müşteri kazanmalarına yardımcı olmak amacıyla sağlanmaktadır.

Tanıtım Destekleri Kapsamında Sağlanan Yardımlar:

1. Fuar Katılım Desteği:

- Gıda firmalarının uluslararası **sektörel fuarlara katılımı** için sağlanan **fuvar destekleri** sayesinde, firmalar hedef pazarlarda tanınma fırsatı bulur. Bu tür fuvarlar, **potansiyel alıcılarla doğrudan görüşme**, iş bağlantıları kurma ve pazar araştırması yapma imkânı sunar.
- Türkiye, **gıda sektöründeki fuarlara katılımı teşvik etmek** için belirli bir bütçe ayırmaktadır ve bu destekler, **gıda firmalarına** uluslararası alanda daha görünür olmalarını sağlar.

2. Reklam ve Tanıtım Desteği:

- Gıda firmaları, ürünlerini tanıtmak için **reklam ve tanıtım faaliyetlerine** devlet desteği alabilir. Özellikle yeni pazarlara açılmak isteyen firmalar için bu destek çok önemli bir avantaj sağlar. **Dijital reklam, TV reklamları, radyo reklamları** gibi farklı platformlarda tanıtım yapılabilir.

3. Pazar Araştırması Desteği:

- **Pazar araştırması yapma** konusunda devlet desteği sağlanarak, firmaların **hedef pazarları daha iyi anlamalarına ve satış stratejilerini** buna göre belirlemelerine olanak tanınır. Bu araştırmalar, firmaların gireceği pazardaki tüketici eğilimlerini, rekabet ortamını ve potansiyel talep düzeylerini analiz etmelerine yardımcı olur.

4. Yurtdışı Tanıtım Faaliyetleri:

- Türkiye'nin **ticaret ataşelikleri, yurtdışındaki ticaret merkezleri ve ekonomik işbirliği projeleri** gibi yerlerde yapılan tanıtım faaliyetlerine katılım için firmalara destek sağlanır. **Yurt dışı tanıtım misyonları veya heyet organizasyonları** gibi etkinlikler, Türkiye'deki gıda firmalarının yurt dışında daha fazla tanınmasını sağlar.

5. Dijital Pazarlama Destekleri:

- Gıda firmaları, dijital kanallar üzerinden **e-ticaret platformları ve dijital reklam stratejileri** ile pazar paylarını artırabilir. Bu noktada, Türkiye'deki firmalar için sağlanan **dijital pazarlama ve e-ticaret destekleri**, küresel pazarda daha fazla görünürlük kazanmalarına yardımcı olur.

Potansiyel Fırsatlar:

Tanıtım destekleri, özellikle **yeni pazarlara giriş yapmak** isteyen firmalar için son derece önemlidir. Bu destekler sayesinde firmalar, büyük fuarlara katılım, dijital reklam stratejileri geliştirme ve sektörel tanıtımlar yaparak **daha fazla müşteri** kazanabilir. Türkiye'nin gıda ihracatında önemli pazarlar olan **ABD, Almanya, Çin ve Fransa** gibi ülkelere yönelik tanıtım faaliyetlerine katılım, Türkiye'nin gıda sektörü için önemli bir büyüme fırsatı oluşturabilir.



Abdullah Öskay

2025 Yılı İhracat Trendleri: Geleceğe Hazır Mısınız?

2025 Yılı İhracat Trendleri Türkiye'nin ihracat ajansı BAZ Girişim olarak ihracata ilişkin bilgilendirici içeriklere devam ediyoruz. Bu rehberimizde, dünyanın içinden geçtiği sert ve iniş çıkışlı bir dönem [...]

0

Şimdi Oku

[2025 Yılı İhracat Trendleri yazımız için tıklayın.](#)

3.4. Gıda Firmaları İçin Marka Tescili ve Korunması Destekleri

Marka tescili, gıda sektöründeki firmaların **markalarını hukuki açıdan koruma altına alması** için çok önemli bir adımdır. Türkiye’de gıda firmaları, uluslararası pazarlarda **marka haklarını korumak** ve **rekabet avantajı sağlamak** amacıyla çeşitli **marka tescili ve korunması desteklerinden** yararlanabilirler.

Marka Tescili ve Korunması Kapsamında Sağlanan Yardımlar:

1. Marka Tescil Desteği:

- Türkiye, gıda firmalarının **yurt dışında marka tescilini gerçekleştirmelerine** yardımcı olmak amacıyla çeşitli **finansal destekler** sunmaktadır. Yurt dışı pazarlarında **marka koruması** sağlamak için gerekli olan **marka tescil başvuruları** için finansal destek verilir.
- Özellikle **yeni pazarlar** hedefleyen firmalar için, **marka tescil başvurusu** büyük önem taşır ve Türkiye’deki **Marka Tescil Kuruluşları** ve **Uluslararası Marka Tescil Kurumları** üzerinden başvurular yapılabilir.

2. Patent ve Endüstriyel Tasarım Tescili:

- **Patent** ve **endüstriyel tasarımlar** da markaların korunması adına önemli unsurlardır. Gıda firmaları, **yenilikçi ürünler** geliştirdiklerinde, bu ürünlerin **patent haklarını** almak için destek alabilirler.
- Ayrıca **endüstriyel tasarımlar** üzerinden **gıda ürünlerinin tasarım hakları** korunarak, ürünlerin **taklit edilmesini önlemek** mümkündür.

3. Uluslararası Marka Koruma Programları:

- Yurt dışında **marka koruma** ve **fikri mülkiyet haklarını** sağlamak için, Türkiye'deki firmalar, **Uluslararası Fikri Mülkiyet Organizasyonları (WIPO)** gibi kuruluşlar aracılığıyla marka tescil işlemlerini gerçekleştirebilir.
- Türkiye, uluslararası markaların **daha güvenli bir şekilde** korunmasını sağlamak amacıyla firmalara **yurtdışı marka tescil başvurusu** konusunda yardımcı olur.

4. Marka Hırsızlığı ve Taklit Ürünlerle Mücadele:

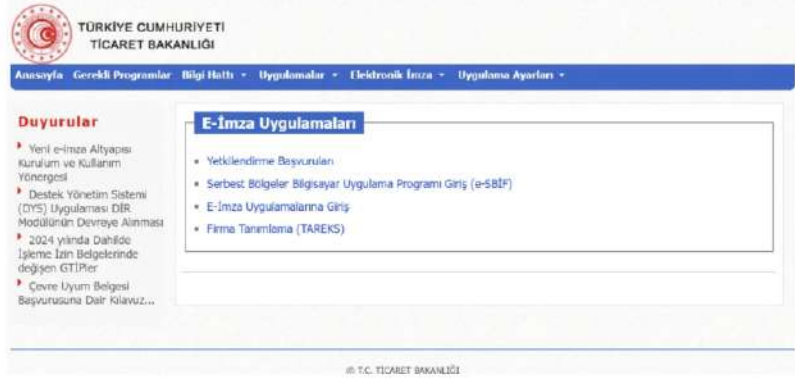
- Türkiye, gıda firmalarının marka hırsızlığını önlemelerine yönelik çeşitli yasal destekler sunmaktadır. Ürünler üzerinde yapılan taklitler ve haksız rekabet ile mücadele etmek için hukuki yollarla firmalar korunur.
- Ayrıca, gıda sektöründe güvenli ürünler ve marka doğrulama süreçleri firmaların uluslararası pazarlarda güven oluşturmalarına yardımcı olur.

Potansiyel Fırsatlar:

Marka tescili ve korunması, özellikle uluslararası pazarlara giriş yapan gıda firmaları için kritik bir adımdır. Marka tescili, firmaların fikri mülkiyet haklarını koruyarak marka değerini artırmalarını sağlar. Ayrıca, taklit ürünlerle mücadele ve rekabetin sağlanması, markaların güvenilirliğini artırarak daha fazla talep yaratır.

Türkiye'deki gıda firmaları, bu desteklerden faydalanarak yurt dışı pazarlarında daha sağlam bir yer edinebilir. ABD, Almanya, Çin gibi büyük pazarlarda marka tescili yapmak, firmaların güvenli bir şekilde ticaret yapmalarını sağlar. Bu süreçler, firmaların marka bilinirliğini artırmalarına ve uluslararası ticarete daha fazla başarı elde etmelerine yardımcı olur.

Tanıtım destekleri ve marka tescili destekleri, Türkiye'nin gıda sektöründeki firmalar için önemli stratejik araçlardır. Yurtdışı tanıtım faaliyetleri, fuarlar, reklam destekleri ve pazar araştırmaları gibi fırsatlar, firmaların daha fazla pazar payı kazanmasına yardımcı olur. Ayrıca, marka tescili ve korunması konusunda sağlanan destekler, firmaların fikri mülkiyet haklarını koruyarak daha güvenli bir şekilde uluslararası pazarlarda faaliyet göstermelerine olanak tanır. Türkiye, Ticaret Bakanlığı ve Marka Tescil Kuruluşları ile sağlanan desteklerle, gıda firmalarının uluslararası ticaretin getirdiği fırsatları en iyi şekilde değerlendirmelerini sağlar.



<https://www.bazgirisim.com/destek-yonetim-sistemi/>

3.5. Gıda Firmaları İçin Ticaret Heyetleri Ve Destekler

Ticaret Heyeti Türleri:

- Genel Ticaret Heyeti
- Sektörel Ticaret Heyeti (gıda odaklı)
- Alım Heyeti Programları

Destek Oranları:

- Konaklama, ulaşım, toplantı salonu giderlerinin %50'si
- Alım heyetlerinde yabancı alıcıların masraflarının karşılanması

Hedef Pazarlarda Heyet Örnekleri:

- Almanya (Gıda)
- Suudi Arabistan (Helal ürünler)
- ABD (Etnik market zincirleri)
- Çin (Perakende ve Horeca sektörü)

3.6. Gıda Firmaları İçin Yurtdışı Birim Destekleri

Yurtdışı birim desteği, gıda firmalarının yurt dışındaki pazarlarda daha etkin hale gelmelerini sağlamak amacıyla sağlanan önemli bir destek türüdür. Bu destek, firmaların yurtdışında ofis açmalarına, şube kurmalarına, ticaret ve lojistik ağlarını genişletmelerine yardımcı olur.

Yurtdışı Birim Destekleri Kapsamında Sağlanan Yardımlar:

1. Yurtdışı Ofis ve Şube Kurulum Desteği:

- Türkiye, gıda firmalarının yurt dışında ofis açmalarını ve şubeler kurmalarını teşvik etmek amacıyla finansal destekler sağlar. Bu destek, lojistik, personel maaşları, ofis giderleri ve yerel pazarda iş geliştirme faaliyetleri için kullanılabilir.
- Yurtdışı birimlerin kurulması, Türk gıda firmalarının daha yakın ilişkiler kurmalarına ve yerel pazara daha hızlı adaptasyon sağlamalarına yardımcı olur.

2. Ticaret Müşavirlikleri ve Ataşelik Desteği:

- Türkiye'nin ticaret müşavirlikleri ve ekonomik ataşelikleri, firmaların yurtdışındaki pazarlarla daha güçlü ilişkiler kurmalarına yardımcı olur. Bu birimler, firmaların yurtdışında ticaret faaliyetlerini izler, yerel iş ortamını analiz eder ve firmaların potansiyel iş ortaklarıyla tanışmalarını sağlar.

3. Yurtdışındaki Mağaza ve Distribütör Seçimi:

- Yurtdışındaki distribütör seçimi ve perakende mağazalarına giriş stratejileri konusunda Türk gıda firmalarına yardımcı olmak amacıyla sağlanan destekler, firmaların hedef pazara en uygun iş ortaklarını bulmalarını sağlar.

4. Yurtdışındaki Fuarlar ve Etkinlikler:

- Gıda firmalarının yurtdışındaki sektörel fuarlara katılmaları veya ticari etkinlikler düzenlemeleri için yapılan destekler, Türk gıda ürünlerinin global pazarda daha tanınabilir hale gelmesine olanak tanır. Bu tür etkinlikler, yurtdışı pazarlarda marka bilinirliğini artırma ve yeni iş fırsatları yaratma konusunda önemlidir.

5. Yurtdışı Eğitim ve Danışmanlık Desteği:

- Firmaların yurtdışındaki pazarları anlamaları ve yerel iş yapma kültürüne uyum sağlamaları amacıyla verilen eğitim ve danışmanlık hizmetleri de büyük destek sağlar. Bu destek, firmaların gelişen pazar trendleri hakkında bilgi edinmelerine ve daha stratejik kararlar almalarına yardımcı olur.

Potansiyel Fırsatlar:

Yurtdışı birim destekleri, Türk gıda firmalarının uluslararası alanda daha etkin hale gelmelerini sağlar. Özellikle Amerika, Almanya, Çin gibi büyük pazarlara açılmak isteyen firmalar için şube açma, distribütörlük ve yerel iş bağlantıları kurma imkânı yaratır. Bu destekler sayesinde firmalar, uluslararası ticarete daha güçlü bir varlık oluşturabilirler.



3.7. Yurtdışı Pazar Araştırması Desteği, Seyahat ve Konaklama Destekleri

Yurtdışı pazar araştırması, gıda firmalarının yeni pazarlara girmeden önce detaylı bir analiz yapmalarını sağlayan önemli bir adımdır. Türkiye'nin sağladığı bu destekler, firmaların potansiyel pazarları doğru bir şekilde değerlendirmelerine yardımcı olur.

Yurtdışı Pazar Araştırması Desteği Kapsamında Sağlanan Yardımlar:

1. Pazar Araştırması Finansmanı:

- Türkiye, gıda firmalarına yurtdışında pazar araştırması yapabilmeleri için finansal destek sağlar. Bu araştırmalar, hedef pazarın ekonomik durumu, tüketici eğilimleri, rekabet analizleri gibi önemli bilgileri içerir. Firmalar bu desteklerle, ihracat yapacakları pazarı daha iyi anlamalarına yardımcı olur.
- Ayrıca, firmalar potansiyel iş ortaklarını ve rakiplerini tanıyarak stratejik kararlar alabilir.

2. Yurtdışı Pazara Giriş Raporları:

- Türkiye'nin desteklediği bir diğer önemli araç ise yurtdışındaki pazara giriş raporlarıdır. Bu raporlar, belirli bir ülkeye ya da bölgeye yönelik pazar fırsatlarını ortaya koyar. Firmalar, bu raporlar sayesinde yeni pazarlara giriş stratejileri oluşturabilir.

3. Seyahat ve Konaklama Destekleri:

- Gıda firmalarının yurtdışında gerçekleştireceği iş görüşmeleri, fuarlara katılım veya bölgesel toplantılar için yapılan seyahat ve konaklama destekleri, firmaların yeni pazarlara daha kolay erişmesini sağlar.
- Bu destek, yurtdışı ziyaretler esnasında yapılacak b2b görüşmeler ve ticaret etkinlikleri için oldukça önemlidir.

4. Yerel Danışmanlık ve Rehberlik Desteği:

- Yerel danışmanlık ve rehberlik hizmetleri, firmaların yurtdışındaki pazarda daha verimli çalışabilmelerini sağlar. Bu hizmetler, yerel mevzuat, vergi yasaları, gümrük prosedürleri gibi konularda firmalara yardımcı olur. Ayrıca, yerel iş yapma kültürüne dair bilgi edinmelerini sağlar.

Potansiyel Fırsatlar:

Yurtdışı pazar araştırması desteği ve seyahat konaklama destekleri, Türk gıda firmalarının uluslararası pazarlara adım atarken daha bilinçli kararlar almasını sağlar. Yeni pazarlar ve iş fırsatları hakkında derinlemesine bilgi edinmek, firmaların rekabet avantajı elde etmelerini sağlar. Ayrıca Suriye, Irak, Birleşik Arap Emirlikleri gibi Orta Doğu ve Asya pazarlarında da bu destekler, Türkiye'nin pazar payını artırmasına yardımcı olabilir.



3.8. Diğer Destekler

- TURQUALITY ve Marka programı destekleri
- Yurt dışı marka tescil giderleri
- 5 yıl boyunca tanıtım ve danışmanlık desteği
- Dijital ve fiziksel mağaza dekorasyonu destekleri

Örnek: Peyman, TURQUALITY desteğiyle Avrupa pazarında büyüme sağladı.



4. Ek Kaynaklar

- [Ticaret Bakanlığı: www.trade.gov.tr](http://www.trade.gov.tr)
- [Türkiye İhracatçılar Meclisi \(TİM\): www.tim.org.tr](http://www.tim.org.tr)
- İlgili İhracatçı Birlikleri (OAİB, İHBİR vb.)
- UR-GE Proje Duyuruları
- GTIP ve ülke bazlı istatistikler için TÜİK ve Ticaret Bakanlığı veritabanları

5. Sonuç ve Eylem Planı

- Pazarlama ve pazar araştırması yap
- İhracat belgelerini hazırla
- Ticaret Bakanlığı desteklerine başvur
- Fuar ve ticaret heyetlerini planla
- Markalaşma ve tanıtım adımlarını uygula

6. Gıda İhracatçısı İçin Check-List

6.1. Ürün ve Pazar Hazırlığı

- Ürünüm hedef pazarın talep ve trendlerine uygun mu?
- Ürünüm için gerekli kalite belgeleri ve sertifikalar hazır mı?
 - Sağlık Sertifikası
 - Helal/Kosher Sertifikası (pazara göre)
 - HACCP / ISO 22000 / BRC vb.
- Hedef pazar(lar) ve müşteri profili belirlendi mi?
- Ürün GTIP kodları doğru tespit edildi mi?



Seyma Nur Duran

Helal Belgelendirme ve Dış Ticarete Helal Belgelendirmenin Önemi

İhracatta helal belgelendirmesi hakkında bilgilendirici
bir yazıdır.

11

Şimdi Oku

6.2. Resmi İhracat Evrakları ve Prosedürler

- Ticari Fatura hazırlandı mı?
- Çeki listesi düzenlendi mi?
- Menşe Şahadetnamesi alındı mı?
- ATR / EUR.1 Dolaşım Sertifikası hazırlandı mı?
- Gümrük müşaviri ve lojistik partneri belirlendi mi?

6.3. Ticaret Bakanlığı Destekleri Başvuruları

- Pazara giriş belgeleri için destek başvurusu yapıldı mı?
- Fuar katılım desteklerine başvuruldu mu?
- Tanıtım ve reklam harcamaları desteği planlandı mı?
- Pazara Giriş Projesi, İhracat İş Planı ve Pazar Araştırması Desteği Çalışıldı mı?

6.4. Pazarlama ve Tanıtım Hazırlıkları

- İhracat odaklı web sitesi hazırlandı mı?
- Yurt dışına yönelik dijital reklam bütçesi oluşturuldu mu?
- Hedef pazar dilinde katalog/broşür hazırlandı mı?
- E-ticaret / e-ihracat kanalları analiz edildi mi?
- Sosyal medya ve içerik stratejisi belirlendi mi?

6.5. Ticaret Heyeti ve Fuar Planlaması

- Hedef pazarlara yönelik ticaret heyetlerine katılım planlandı mı?
- Yurt dışı fuar katılım takvimi hazırlandı mı?
- Görüşme yapılacak potansiyel alıcı listesi oluşturuldu mu?
- Stand tasarımı, numune ve promosyon malzemeleri hazır mı?
- Fuar sonrası takip planı hazır mı? (teklif, numune gönderimi vb.)

6.6. Operasyon ve Lojistik Süreçleri

- Yurt dışı depo/mağaza ihtiyacı analiz edildi mi?
- Navlun ve sigorta süreçleri belirlendi mi?
- Lojistik partnerlerle fiyat teklifi alındı mı?
- Ürün ambalajları hedef pazar regülasyonlarına uygun mu?

6.7. Sürdürülebilirlik ve Uzun Vadeli Planlama

- Marka tescil ve koruma süreçleri başlatıldı mı?
- Yurt dışında şirket/şube kurma opsiyonu değerlendirildi mi?
- Finansal ve hukuki danışman desteği alındı mı?
- Yıllık ihracat ve büyüme hedefleri belirlendi mi?

7. Sonuç

Türkiye'nin gıda ve tarım ürünleri ihracatında büyük fırsatlar ve büyüme potansiyeli bulunmaktadır. Ticaret Bakanlığı'nın sunduğu çeşitli destekler ve stratejik planlamalar, Türkiye'nin bu fırsatları değerlendirmesine yardımcı olacak ve küresel pazarda daha güçlü bir yer edinmesini sağlayacaktır. Gıda ihracatı yapmak isteyen firmaların doğru adımları atarak, stratejik hedefler belirleyerek ve ihracat desteklerinden faydalanarak başarıya ulaşmaları mümkündür.

BAZ Girişim

İhracat Mentorunuz BAZ
Girişim, küresel pazarları
kazanmada devlet
destekleri, dijital
pazarlama ve ihracat
danışmanlığıyla yanınızda.

bazgirisim.com



info@bazgirisim.com



+90 312 418 46 58