

AKUA KÜLTÜR

AQUA 20 CULTURE 26

Türkiye

1. Uluslararası Su Ürünleri Yetiştiriciliği Fuarı
11. Su Ürünleri Yetiştiriciliği Çalıştayı

Konu: Türk Somonunda Küresel Pazarlara Açılan Yol

Tayfun DENİZER

Politek Su Ürünleri A.Ş. ve Grup Şirketler

Yönetim Kurulu Başkanı

politek 

karSom


AZUR
SU ÜRÜNLERİ


**AKUA
DENİZER**



BM VERİLERİNE GÖRE DÜNYA NÜFUSU TAHMİNLERİ

GÜNÜMÜZ (2024)



8 MİLYAR
DÜNYA NÜFUSU

2030 TAHMİNİ



8,5
MİLYAR
DÜNYA NÜFUSU

2050 TAHMİNİ



9,7
MİLYAR
DÜNYA NÜFUSU

GELECEK SAVAŞLARI

GIDA VE KAYNAK SAVAŞLARI



- Su ve Gıda Krizi

- Kaynaklar İçin Mücadele

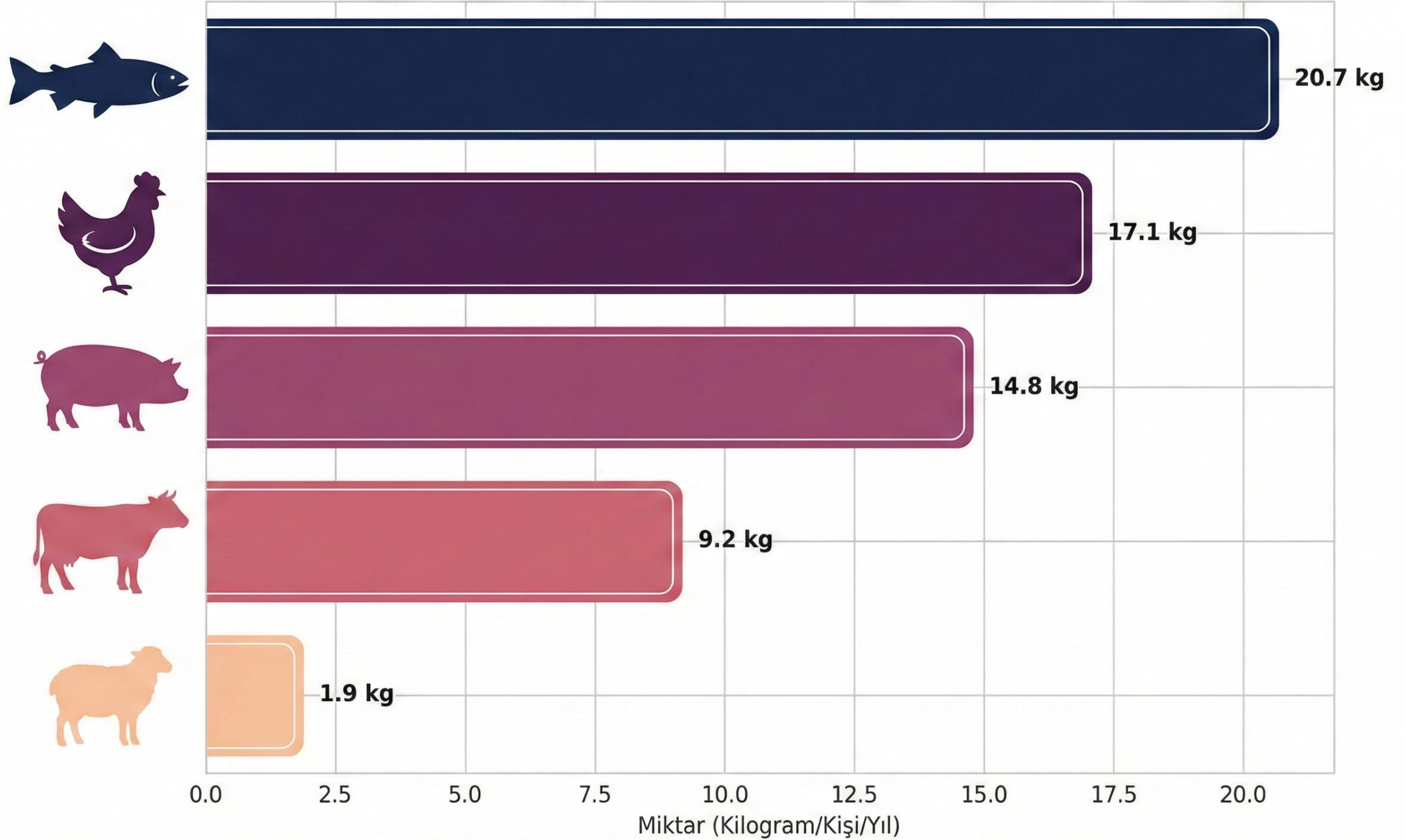
ENERJİ VE İKLİM SAVAŞLARI



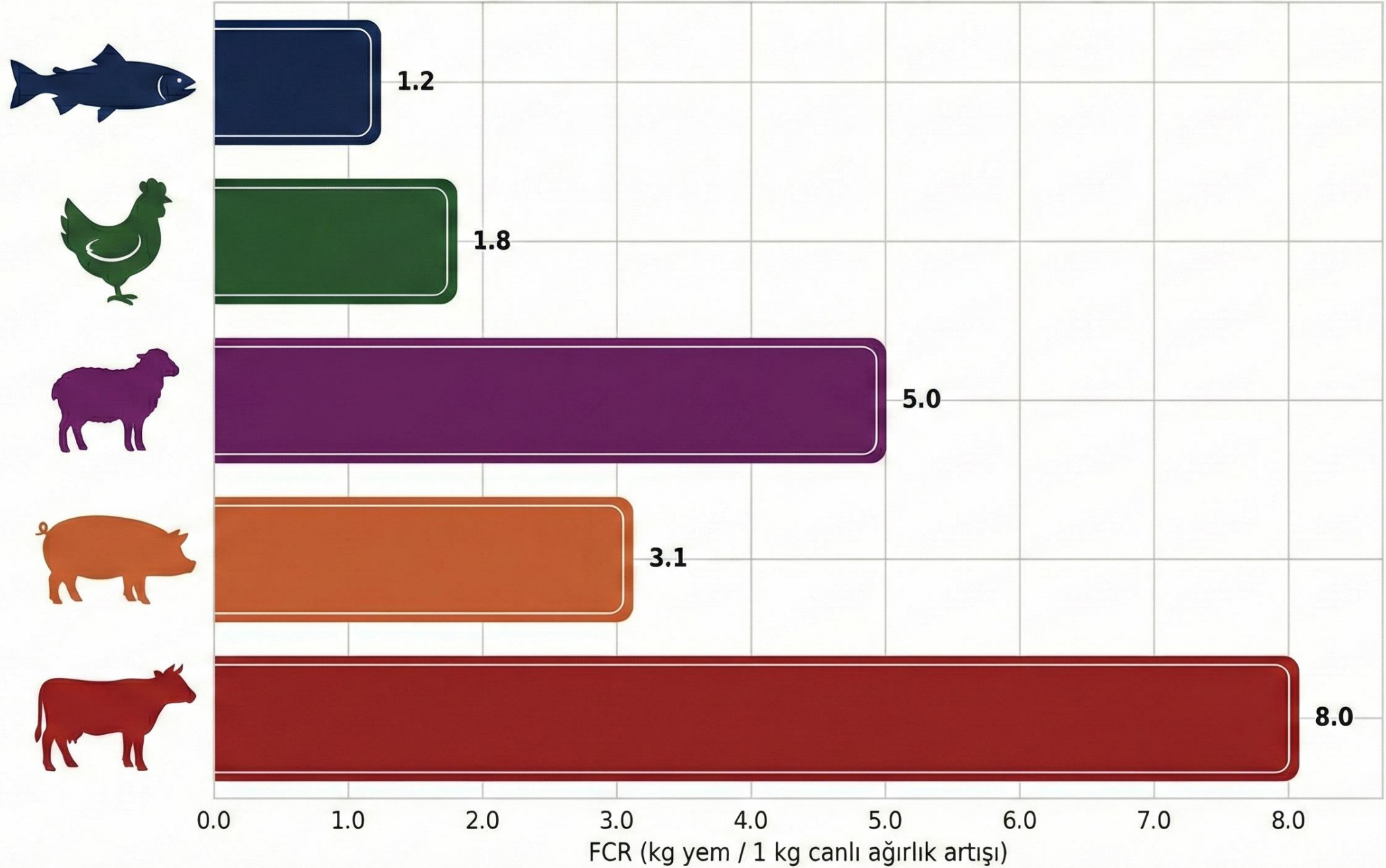
- Enerji Rekabeti

- İklim Krizi ve Felaketler

Dünya Kişi Başı Yıllık Tüketim/Arz (FAO Verileri ~2022)



Hayvan Türlerine Göre Ortalama FCR (Yem Dönüşüm Oranı)



DÜNYADA SU ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ

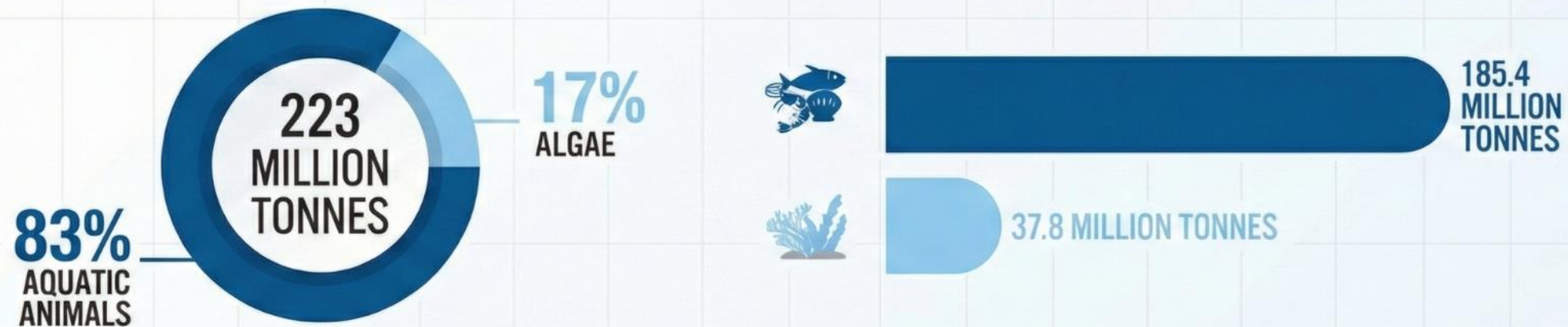
Dünya su ürünleri sektörü 2022 yılında tarihi bir rekor kırmıştır.
Yetiştiricilik üretimi %51 oranla avcılık üretimini geçmiştir.
Bu, Türk Somonu gibi yetiştiricilik ürünlerinin geleceğin gıdası olduğunu kanıtlayan en güçlü argümandır.

DÜNYADA SU ÜRÜNLERİ ÜRETİMİ

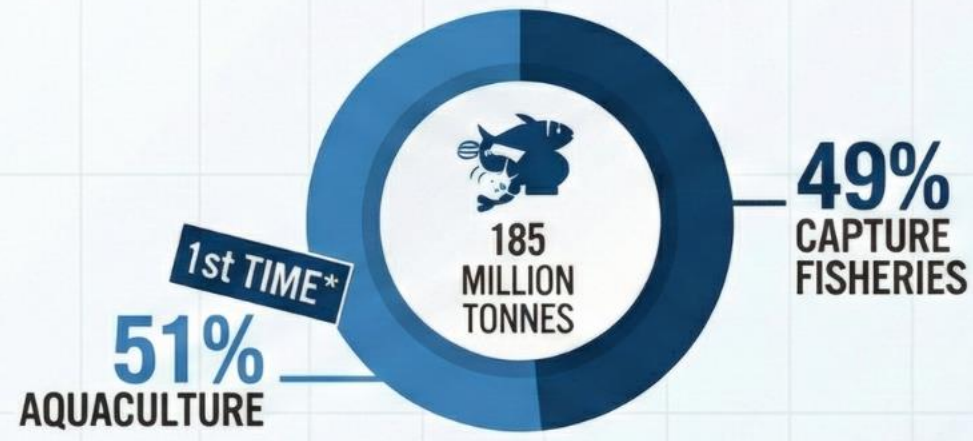
2022 YILINDA 185 Milyon Ton
Yetiştiricilik 94 milyon ton avcılık 91 milyon ton
Ekonomik değer 452 milyar USD

2023 yılı öngörülen FAO araştırmasında ise yetiştiricilik miktarlarının artarak toplamda 188,9 milyon ton üretim 90,4 milyon ton avcılık, 98,5 milyon ton yetiştiricilikle sonuçlanması beklenmektedir.

DÜNYA SU ÜRÜNLERİ ÜRETİMİ (YOSUNLAR VE ALGLER DAHİL)



WORLD AQUATIC ANIMAL PRODUCTION

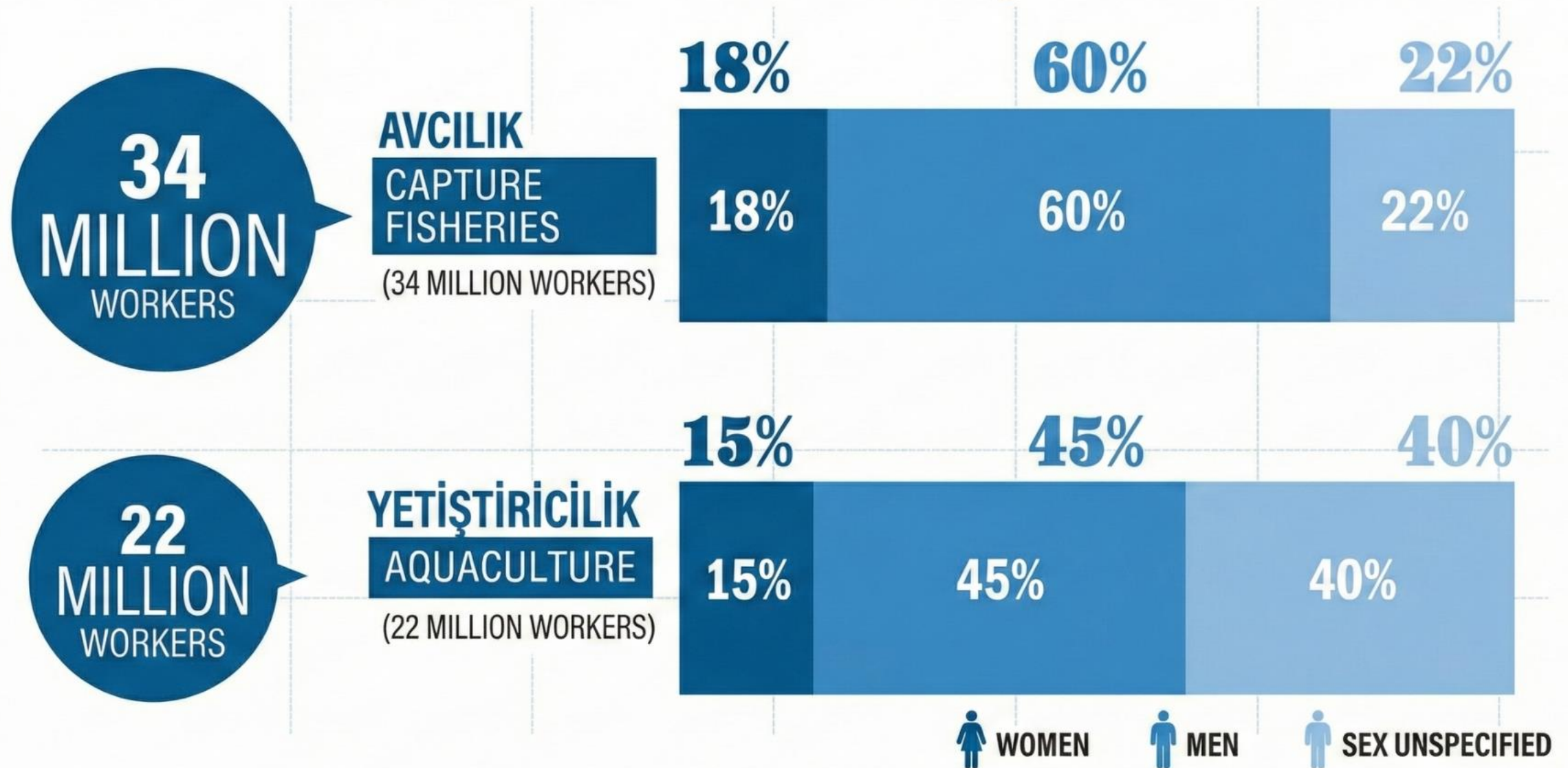


DÜNYA SU ÜRÜNLERİ ÜRETİMİ (YOSUNLAR VE ALGLER HARIÇ)



* Farmed aquatic animals for the first time ever exceeded captured aquatic animals by volume.

DÜNYA SU ÜRÜNLERİNDE İSTİHDAM (YETİŞTİRİCİLİK VE AVCILIK)



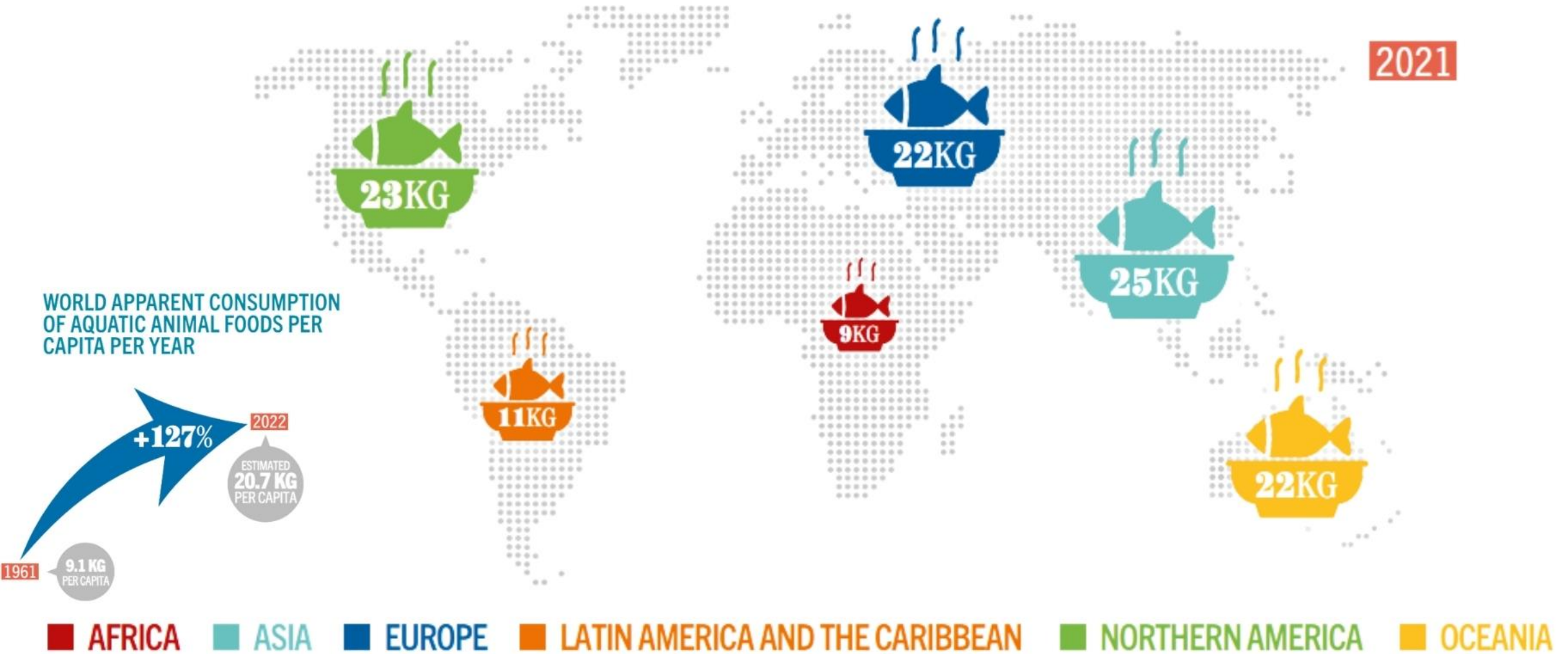
Kaynak: FAO, Duke University & WorldFish. 2023. Illuminating Hidden Harvests.

SU ÜRÜNLERİ EN BÜYÜK İHRACATÇI VE İTHALATÇILARI (MİLYAR USD)

TOP EXPORTERS AND IMPORTERS OF AQUATIC ANIMAL PRODUCTS (USD BILLION)



APPARENT CONSUMPTION OF AQUATIC ANIMAL FOODS PER CAPITA BY REGION



ÜLKELERE GÖRE KİŞİ BAŞI SU ÜRÜNLERİ TÜKETİMİ 2022

ÜLKE	KİŞİ BAŞI TÜKETİM (KG)
GÜNEY KORE	58,4
PORTEKİZ	57,7
NORVEÇ	51,3
JAPONYA	46,8
ÇİN	42,1
İSPANYA	40,5
FRANSA	33,3
İTALYA	31,2
DANİMARKA	22,5

ÜLKE	KİŞİ BAŞI TÜKETİM (KG)
ABD	22
KANADA	46,8
RUSYA	21,8
İNGİLTERE	19,8
ŞİLİ	15,8
MEKSİKA	14,2
ALMANYA	13,7
SUDİ ARABİSTAN	11,6
BREZİLYA	10,5

DÜNYA ORTALAMASI

20,7 kg

TÜRKİYE

7,2

NEDEN SOMON

Somon, iştah açıcı tadı, görünümü, dokusu ve rengiyle tüketicinin ilgisini çekmektedir.

Somonu birçok farklı durum için uygun kılan bir diğerk özellik ise çiğ, ızgara, pişmiş ve füme olmak üzere birçok şekilde servis edilebilmesidir.

Yaşlıların sağlık ihtiyaçlarını karşılarken, gençler için de aynı derecede çekici olması nedeniyle her yaştan insana hitap etmektedir.

Somon besleyici, mikro besinler, mineraller, deniz omega-3 yağ asitleri, yüksek kaliteli protein ve çeşitli vitaminler açısından zengindir ve çeşitli ve sağlıklı bir beslenmenin önemli bir parçasını oluşturur.

FAO şunları vurgulamaktadır: “Balık, yüksek kaliteli protein ve A ve D vitaminleri, fosfor, magnezyum, selenyum ve iyot dahil olmak üzere çok çeşitli vitamin ve mineraller sağlayan mükemmel besin değerine sahip bir besindir.” Kalp damar hastalıkları riskini azaltan uzun zincirli omega-3, EPA ve DHA açısından zengindir. Veriler ayrıca EPA ve DHA'nın çok sayıda başka sağlık sorununun riskini de azalttığını göstermektedir.

Küresel obezite oranları göz önüne alındığında, dünya genelindeki hükümetler ve gıda ve sağlık danışma organları, her yaştan insanı, özellikle somon gibi yağlı balık tüketimine odaklanarak, deniz ürünleri tüketimini artırmaya teşvik etmektedir.

ABD Sağlık Bakanlığı ve ABD Tarım Bakanlığı, Amerikalılar için genel olarak haftada en az 237 gram deniz ürünü tüketimini önermektedir. İngiltere Ulusal Sağlık Hizmeti, Norveç Sağlık Müdürlüğü ve diğer birçok ulusal sağlık kuruluşu, haftada en az iki kez balık yemeyi önermektedir.

2023 YILI ÜLKE BAZLI ÜRETİMLER

SALMONİD ÜRETİMİ

NORVEÇ	ATLANTİK- 1.540.000 GÖKKUŞAĞI - 90.000	1.630.000	RUSYA	GÖKKUŞAĞI - 130.000 ATLANTİK- 13.000 COHO- 13.000	156.000
ŞİLİ	ATLANTİK- 769.000 COHO - 276.000 GÖKKUŞAĞI 44.000	1.089.000	KANADA	ATLANTİK- 100.000	100.000
TÜRKİYE	İÇ SULAR - 155.000 DENİZ- 66.000	221.000	FAROE ADALARI	ATLANTİK- 98.000	98.000
İRAN	İÇ SULAR- 215.000	215.000	AVUSTRALYA	ATLANTİK- 75.000	75.000
BİRLESİK KRALLIK	ATLANTİK- 150.000 GÖKKUŞAĞI - 12.500	172.500	PERU	GÖKKUŞAĞI - 40.000	40.000

2023 YILI ÜLKE BAZLI ÜRETİMLER

ATLANTİK SOMON

NORVEÇ

1.540.000 ton

Pazarda lider konumda
Teknoloji ve fiyat belirleyici konumunda

KANADA

100.000 ton

Kuzey Amerika pazarında lider

ŞİLİ

769.000 ton

Pazarda 2.sırada
Amerika ve Japonya pazarında domino edici ülke

**FAROE
ADALARI**

98.000 ton

Yüksek kaliteli doğal üretim pazarı,premium

**BİRLESİK
KRALLIK**

150.000 ton

Premium ürünlerle ön plandadır.

AVUSTRALYA

75.000 ton

Asya pazarı satışı vardır.

KAYNAKLAR

2023 YILI ÜLKE BAZLI ÜRETİMLER

GÖKKUŞAĞI ALABALIĞI

TÜRKİYE	221.000 ton Pazarda lider konumda İÇ SU 155 BİN TON -DENİZ 66 BİN TON	NORVEÇ	90.000 ton Fjord alabalığı olarak denizde de yetiştirilir.Kalite ve fiyatta üst segmenttir.
İRAN	215.000 ton Sadece tatlı suda üretilip iç piyasada tüketilir.İhracat potansiyeli düşüktür	ŞİLİ	44.000 ton Daha önce 200 bin tonlar düzeyinde olan üretim Atlantik somonu kaydığı için düşmüştür.
RUSYA	130.000 ton Karelya,Osetya bölgesinde üretim yapılmaktadır.Üretim miktarını arttırmaya çalışmaktadırlar	PERU	40.000 ton Yüksek rakımlı göllerde üretim yaparlar

2023 YILI BÖLGE BAZLI

DOĞAL

DOĞAL YETİŞEN SOMONLAR

KUZEY PASİFİK

%90 KISIM

ALASKA-RUSYA-KANADA-JAPONYA

KUZEY ATLANTİK

%10 KISIM

NORVEÇ-İSKOÇYA-İRLANDA-KANADA

TÜR

YILLIK ORTALAMA (Ton)

Pink Salmon

600.000-700.000

Sockeye Salmon

150.000-200.000

Chum-Coho

200.000-250.000

TOPLAM

1.000.000-1.100.000

Doğal Somon Türleri

- Pink Salmon (*Oncorhynchus gorbuscha*)
- Sockeye (*Oncorhynchus nerka*)
- Chum (*Oncorhynchus keta*)
- Coho (*Oncorhynchus kisutch*)
- Chinook (*Oncorhynchus tshawytscha*)
- Atlantik (*Salmo salar*)

Kaynak:FAO -The State of World Fisheries and Aquaculture (SOFIA)
FAO GLOBEFISH

TÜİK VERİLERİNE GÖRE YILLARA GÖRE YETİŞTİRİCİLİK ÜRETİM MİKTARLARI

Tablo 11. Türlerine göre su ürünleri yetiştiricilik üretim miktarı (ton)

Türler	2020	2021	2022	2023	2024
Levrek	137.419	148.907	155.151	156.602	160.802
Alabalık (İçsu)	116.053	127.905	135.732	145.649	156.431
Çipura	99.730	109.749	133.476	152.469	154.011
Alabalık (Deniz)	9.411	18.182	31.509	45.454	66.055
Midye	4.168	4.037	4.585	5.469	8.738
Granyöz (Sarıağız)	3.375	7.428	5.913	4.771	6.149
Orkinos	2.327	4.338	4.952	3.879	3.674
Diğer	873	865	368	512	427
Toplam	373.356	421.411	471.686	514.805	556.287

Kaynak: TÜİK, 2025a

TÜRKİYE SU ÜRÜNLERİ KİŞİ TÜKETİM MİKTARI

Tablo 15. Su ürünleri tüketim miktarları

Yıllar	2020	2021	2022	2023	2024
Tüketim (ton)	559.932	554.291	620.229	614.449	622.264
Kişi Başına Tüketim (kg)	6,7	6,5	7,3	7,2	7,7

Kaynak: TÜİK, 2025a

Küresel somon yetiştiriciliği riskler

Küresel somon yetiştiriciliği, şu anda "Biyolojik Sınırlar" ve "Çevresel Sürdürülebilirlik" anlamında kapasitelere bakıldığında, özellikle Norveç ve Şili gibi dev üreticilerde geleneksel üretim kapasiteleri neredeyse dolmuştur. Bu ülkeler artık "daha fazla alan" değil, "daha iyi teknoloji" arayışındadır.

Deniz Biti (Sea Lice): Sektörün 1 numaralı düşmanıdır. Norveç'te üretim maliyetlerinin yaklaşık %20'si sadece bu parazitle mücadeleye harcanmaktadır. Balıkların büyümesini durdurur ve ölümlere yol açar.

Norveç, dünyanın en büyük üreticisidir ancak devlet, kapasiteyi "Trafik Işığı Sistemi" ile dondurmuştur. Norveç kıyıları 13 üretim bölgesine ayrılmıştır.

- Yeşil Işık: Deniz biti oranı düşükse, o bölgedeki üreticiler kapasitelerini %6 artırabilir (Bunun için devlete milyonlarca dolar lisans parası öderler).
- Sarı Işık: Kapasite artışı yasaktır, mevcut üretim korunur.
- Kırmızı Işık: Deniz biti oranı yüksekse, devlet o bölgedeki üreticilere kapasitelerini zorunlu olarak %6 düşürtür.

Norveç'in birçok bölgesi şu an "Sarı" veya "Kırmızı" bölgededir. Yani Norveç, kıyılarında fiziksel ve biyolojik kapasitesinin sınırına ulaşmıştır. Bu yüzden artık açık denizlere (off-shore) veya karaya (kapalı devre sistemler) yatırım yapmaktadırlar.

Şili, geçmişte çok hızlı ve kontrolsüz büyüdüğü için büyük çevre felaketleri yaşamış ve şimdi frene basmıştır.

Yeni Lisans Yasağı, Şili'nin güneyindeki (Patagonya) bazı bölgelerde yeni somon çiftliği lisansı verilmesi durdurulmuştur.

Antibiyotik Sorunu, Şili, hastalıkları kontrol altına almak için Norveç'e göre çok daha fazla antibiyotik kullanmak zorunda kalmıştır.

Kapasite Durumu, Şili de kıyı şeridindeki uygun koyları büyük ölçüde doldurmuştur. Yeni alan açmaktan ziyade, mevcut alanlardaki verimliliği artırmaya odaklanmışlardır.

Hastalıklar (ISA ve VHS): Infectious Salmon Anemia (ISA) virüsü, Şili'de 2007-2009 yıllarında sektörü neredeyse yok etmiştir. Biyolojik riskler, üretim yoğunluğu arttıkça katlanarak artar.

İklim Değişikliği ve Su Isınması: Somon için ideal su sıcaklığı 8-14°C arasındır. Su sıcaklıklarının artması balığı strese sokar, yem alımını durdurur ve oksijen seviyesini düşürür

Alg Patlamaları (Algal Blooms): Isınan sularda zehirli alglerin çoğalması, kitlesel balık ölümlerine (Şili'de 2016'da yaşandığı gibi) neden olmaktadır.

Küresel somon yetiştiriciliği riskleri, Türkiye için ne anlama geliyor?

- ✓ Rakiplerin kapasitelerinin dolmuş olması Türkiye için tarihi bir fırsattır
- ✓ Dünya nüfusu artarken, Norveç ve Şili üretimlerini eskisi gibi hızlı artıramamaktadır. Oluşan arz açığını Türkiye gibi gelişmekte olan üreticiler doldurabilir.
- ✓ Norveçli ve Japon firmalar, kendi ülkelerinde kapasite dolduğu için Türkiye gibi yeni ve bakir sahalara yatırım yapmaya başlamıştır.
- ✓ Kendi kıyılarında büyüemeyen teknoloji devleri, ekipmanlarını Türkiye'ye satmaya daha isteklidir.
- ✓ Dünya devleri biyolojik sınırlara takılmışken, Türkiye henüz potansiyelinin başındadır

NEDEN TÜRK SOMONU

- Dünya su ürünleri tüketimi 20 kg üzerine çıkmışken ve yetiştiricilik avcılığı geçmiştir.
- Türk Somonu, Rusya gibi kişi baři tüketimi yüksek (22 kg) pazarlarda, Norveç somonuna karşı en güçlü ve sürdürülebilir alternatif değil, ana oyuncu haline gelmiştir.
- Balık tüketimi kişi baři 7 kg seviyelerinde seyreden iç piyasa tüketim potansiyeli yüksektir.
- Türk Somonu ihracatı, lojistik avantajı ve Rusya fırsatıyla 'Altın ağı'nı yaşamaktadır.



TÜRK SOMONU NEDİR

Türk Somonu (Turkish Salmon), Gökkuşığı Alabalığı (Oncorhynchus mykiss) türüdür. Tatlı suda belirli bir boya (genellikle 300-500 gr) ulaştıktan sonra Karadeniz'deki deniz kafeslerine taşınan, burada tuzlu suya adapte edilerek 3 kg ve üzeri ağırlığa ulaşana kadar yetiştirilen, eti pembeleşen ve lezzeti okyanus somonuna yaklaşan özel bir üründür.



TÜRK SOMONU TARİHÇESİ

- Türkiye uzun yıllardır alabalık üreticilerinden biridir. Katma değeri artırmak amacıyla 1990'ların sonu ve 2000'lerin başında denizde alabalık yetiştirme denemeleri başlamıştır.
- 2017-2018 yıllarında sektör, porsiyonluk balıktan "büyük balık" üretimine geçiş stratejisini deneyerek başarılı olmuştur.
- 2019 yılında Tarım ve Orman Bakanlığı ile ihracatçı birliklerinin ortak çalışmasıyla, Karadeniz'de yetiştirilen bu ürüne resmen "Türk Somonu" adı verildi ve bir marka kimliği oluşturuldu. Bu hamle, ürünün Norveç Somonu (Atlantik Somonu) ile rekabet edebilir bir "Salmon Trout" olarak konumlanmasını sağladı.



TÜRK SOMONU
EXPORT

TÜRK SOMONU
EXPORT

TÜRK SOMONU
EXPORT

KARADENİZ'DEN
DÜNYAYA BEREKET

TÜRK SOMONU
EXPORT

TÜRK SOMONU
EXPORT

KARADENİZ'DEN
DÜNYAYA BEREKET

MİLLİ GURUR

TÜRKİYE'NİN İHRACAT GÜCÜ

TÜRK SOMONU

MİLLİ GURUR

TÜRK SOMONU 8 YILLIK İHRACAT VERİLERİ

ALABALIK İHRACATI

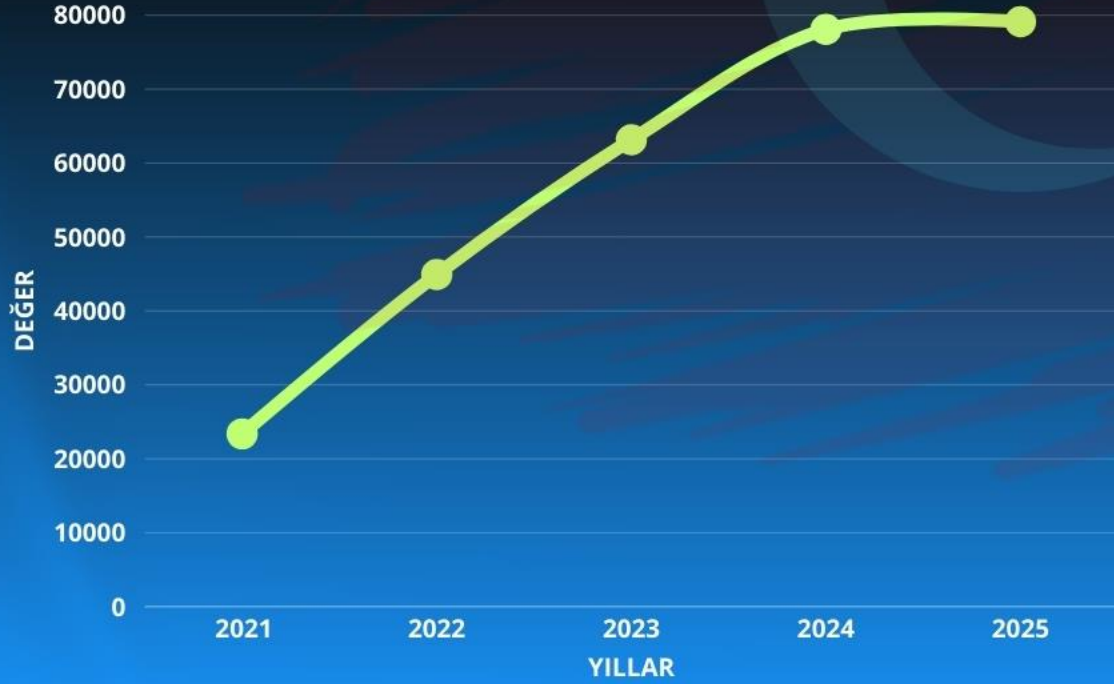
2024 YILI 20.765 TON
117 MİO USD

2025 YILI 18.930 TON
121 MİLYON USD

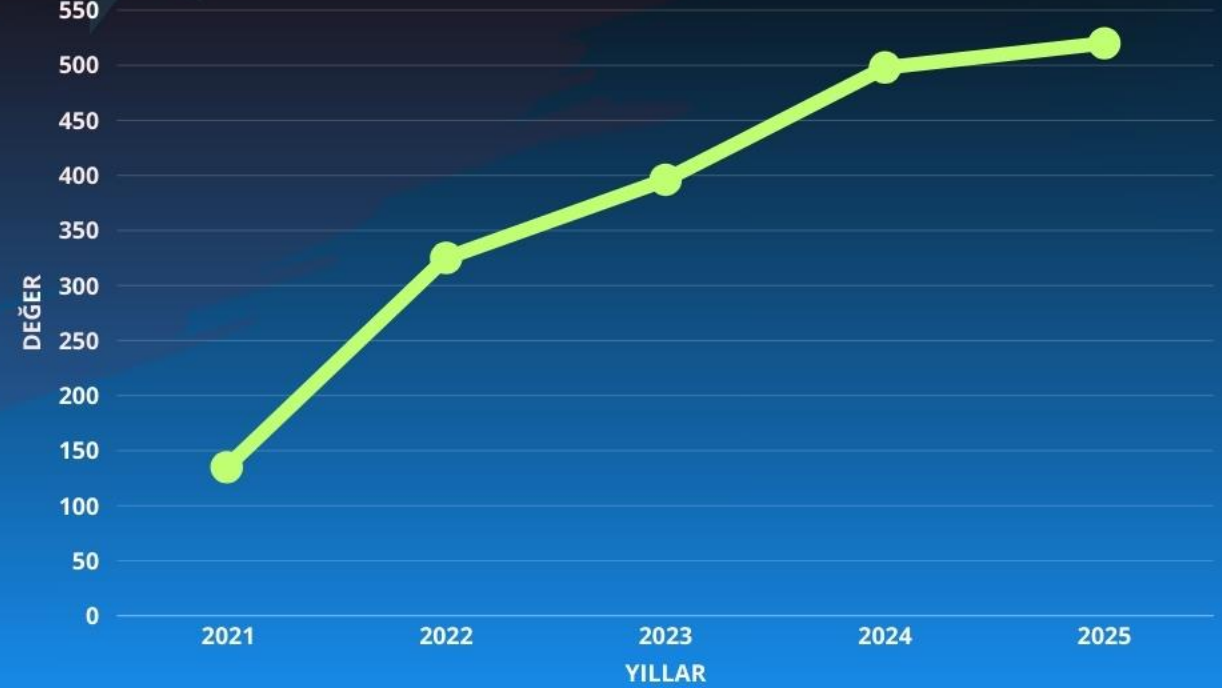
YIL	MİKTAR	DEĞER	AÇIKLAMA
2018	4.800 TON	28 MİO USD	Deneme üretimleriyle belirgin bir başlangıç
2019	4.870 TON	29 MİO USD	Markalaşma senesi
2020	12.400 TON	57 MİO USD	Pandemi dönemi başlangıcı ivmelenme
2021	23.375 TON	136 MİO USD	Sıçrama yılı
2022	44.932 TON	325 MİO USD	Rusya pazarı rüzgarının etkisi
2023	63.158 TON	396 MİO USD	Rekor yıl
2024	74.832 TON	458 MİO USD	Pazarın oturmaya başlaması
2025	79.112 TON	520 MİO USD	Daha kontrollü ve verimli bir yıl
TOPLAM	307.479 TON	2 MİLYAR USD	TİM ve DKİB (Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği)

TÜRK SOMONU İHRACATI 5 YILLIK MİKTAR VE DEĞER GRAFİĞİ

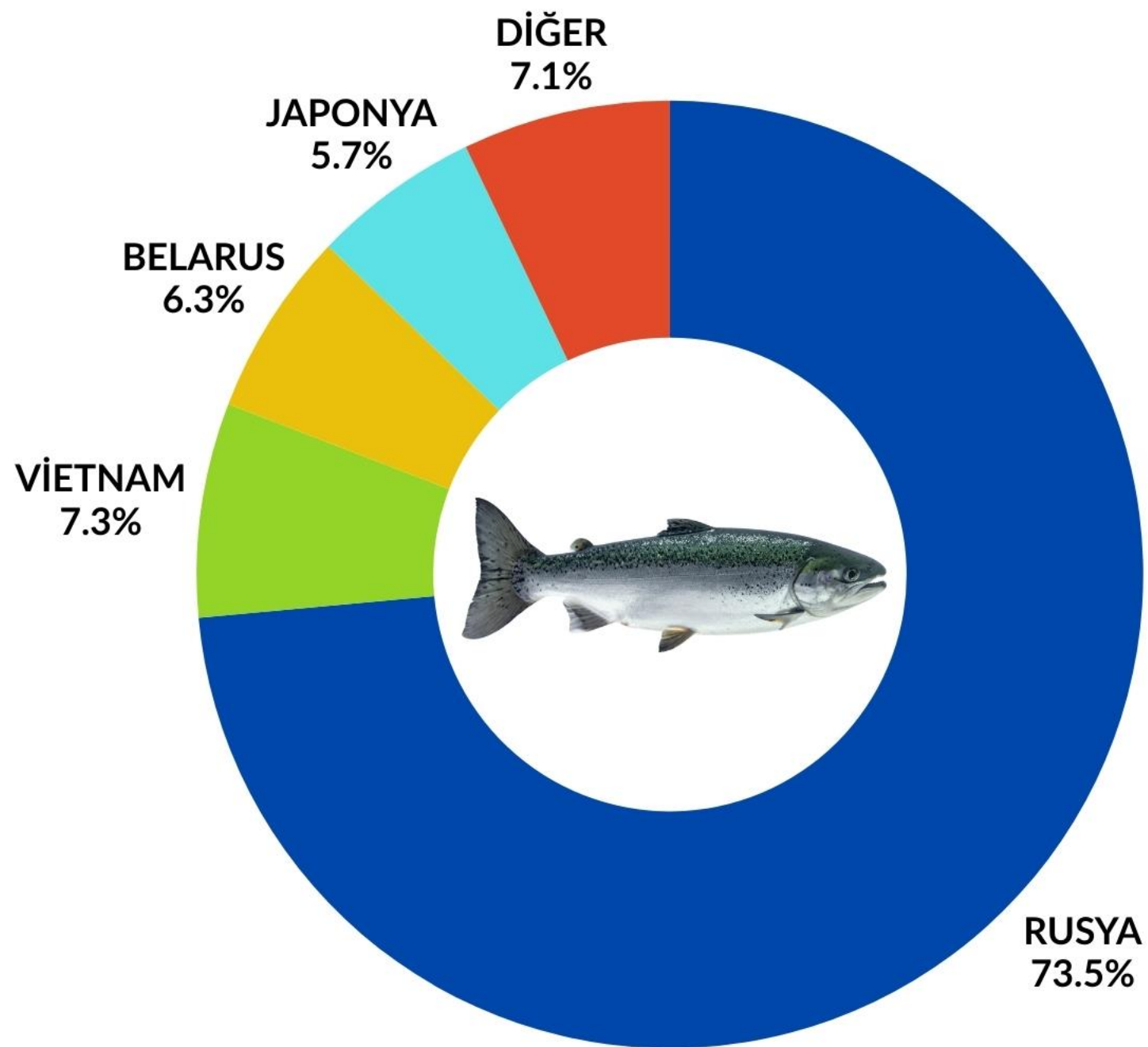
MİKTARI BAZINDA 5 YILLIK GRAFİK



DEĞERİ BAZINDA 5 YILLIK GRAFİK



PAZZARI ANALIZI



RUSYA PAZARI

NÜFUS :146 milyon

% 70 YOĞUNLUK

Türkiye'ye en yakın lojistik bölgeleri
Moskova, St. Petersburg, Krasnodar

KİŞİ BAŞI TÜKETİM - 22 kg

Hedef 28 kg

Dünya ortalaması üzeri ve Türkiye ortalamasının 3 katı

ŞİLİ
DONDURULMUŞ SOMON
60 BİN TON

TÜRKİYE
TAZE-DONDURULMUŞ
45 BİN TON

ÇİN
İŞLENMİŞ ÜRÜNLER
5 BİN TON

Rusya'da yıllık somon ve alabalık pazarının toplam büyüklüğü yaklaşık 250.000 tondur.

Bu talebin yarısı yerli üretimden, diğer yarısı ise ithalattan karşılanmaktadır.

İthalat miktarı 100-115 bin ton arasındır.

2023 yılında Rusya'nın toplam somon ve alabalık ithalatı bir önceki yıla göre miktar bazında %22 artış göstermiştir. Bu artışın en büyük motoru Türk Somonu'dur.

Gelecek Beklentisi (Projeksiyon)

Rusya'nın toplam somon/alabalık ithalatının iç üretim yetersizliği dolayısıyla 120.000 tona yaklaşması beklenmektedir.

Rusya yerli somon üretimini (Murmansk bölgesinde) artırmaya çalışsa da, yem ve yavru balık tedariğindeki ambargolar nedeniyle hedeflerine ulaşamamaktadır. Bu durum, Türkiye'den yapılan ithalatın zorunlu ve kalıcı olduğunu göstermektedir.

Taze ve donuk pazarda önceki yıllara göre Norveç ülkesinin boşluğunu Türkiye doldurmuştur. Taze pazarda Türkiye'nin lojistik üstünlüğü yüksektir.

2025 yılı itibarıyla Türk Somonu ihracatının 520 Milyon Doları aşmış ve bunun %70'inin Rusya pazarına yöneliktir.

TÜRK SOMONU PAYI

Rusya pazarında son yıllarda artan trendlere bakıldığında,
Dondurulmuş Alabalık/Somon ithalatı %40,
Taze/Soğutulmuş ithalat ise %80 artış göstermiştir.

Rus tüketicisi, yüksek enflasyon nedeniyle daha pahalı olan Atlantik somonu yerine, fiyat/performans ürünü olan Türk Somonu'na (Gökkuşluğu Alabalığı) yönelmiştir.

JAPONYA PAZARI

NÜFUS :123 milyon

% 30 ORANI 65 YAŞ ÜZERİ

KİŞİ BAŞI TÜKETİM - 46kg

TOPLAM DÜNYADAN
SU ÜRÜNLERİ İTHALATI
2,2 MİLYON TON

TÜRKİYE İHRACAT DEĞERİ
115 MİLYON USD

AĞIRLIKLIL
ORKİNOS
ALABALIK
SALYANGOZ

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ve Ege Su Ürünleri
ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği
(ESUHİMİB)

En Çok Tüketilen Balık Türleri

1. **Somon (Salmon):** Özellikle Şili ve Norveç'ten ithal edilen somon, hem suşide hem de ızgarada en çok tercih edilen balıktır. Gençler arasında favoridir.
2. **Orkinos (Tuna):** Geleneksel suşi/saşimi kültürü nedeniyle değerini korumaktadır.
3. **Sarıkuyruk (Yellowtail / Buri):** Yerel üretimde güçlüdür.
4. **Karides ve Kalamar:** Hazır yemeklerde sıkça kullanılır.

Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries (MAFF) - Japan Fisheries Agency

Japon tüketicisi (özellikle gençler), "Sürdürülebilir Su Ürünleri" (MSC/ASC sertifikalı) konusunda giderek daha bilinçli hale gelmektedir.

Japon tüketicisinin su ürünlerine bakışı
"Geleneksel"den "Modern/Pratik"e kaymıştır

Yen'in değer kaybı ve enflasyon nedeniyle tüketiciler fiyat konusunda geçmişe göre daha hassastır. Uygun fiyatlı donuk ürünlere talep artmaktadır.

Kaynaklar: Japonya İçişleri ve Haberleşme Bakanlığı (MIC), Japonya Ulusal Nüfus ve Sosyal Güvenlik Araştırmaları Enstitüsü (IPSS Medium-Variant Projections).

Satın Alma Trendleri

"Kirimi" (Dilimlenmiş Balık): Tüketiciler bütün balık almaktan kaçınmaktadır. Kılçığı alınmış, dilimlenmiş ve vakumlanmış ürünler standart hale gelmiştir.

Hazır Yemek (Ready-to-Eat): "Bento" (yemek kutusu) kültürü nedeniyle, süpermarketlerin pişmiş ürün reyonları, çiğ balık reyonlarından daha hızlı büyümektedir.

Japonya'nın en büyük tedarikçileri şunlardır:

1. **Çin:** İşlenmiş ürünlerde liderdir (Özellikle yılan balığı ve işlenmiş fileto).
2. **Şili:** Somon ve Alabalık (Trout) pazarının hakimidir.
3. **ABD:** Surimi (balık kıyması), Somon havyarı ve Alaska mezgiti.
4. **Rusya:** Yengeç ve dondurulmuş balıklar.
5. **Norveç:** Özellikle Uskumru ve Atlantik Somonu.
6. **Vietnam:** Karides ve işlenmiş ürünler.

Karadeniz'de yetiştirilen Türk Somonu'nun (büyük boy alabalık) rengi ve dokusu, Japonların "Sashimi" ve "Sushi" dışındaki pişmiş balık yemekleri (ızgara, tava) için oldukça uygun bulundu.

NORVEÇ EKONOMİSİ

NÜFUS :5,5 milyon

**SU ÜRÜNLERİ
İHRACAT GELİRİ
17 MİLYAR USD
% 70 SOMON**

Norveç somonu yaklaşık 150 ülkeye gitmektedir. En büyük alıcı Avrupa Birliği'dir.

Avrupa Birliği (%55-60): Polonya (işleme üssü olarak), Fransa, Danimarka.

Asya (%15-20): Çin, Japonya, Güney Kore.

Kuzey Amerika (%10-15): ABD pazarı (Şili'den pay kapmaya çalışıyorlar).

**Petrol ve doğalgazdan sonra
ülkenin en büyük ihracat ürünü**

Norveç Modeli: Nüfus az,
üretim yüksek.
%95 ihracat.

**Petrol ve doğalgazdan sonra ülkenin en büyük ihracat
ürünü**

44.000 den fazla istihdam (doğrudan ve dolaylı)

Kaynak:
Norwegian Seafood Council (Norges sjømatråd) Annual Export Reports.
<https://www.fao.org/in-action/globefish/country-briefs/en>

Sadece balığın satışı değil; yem
üretimi, teknoloji, aşı, lojistik ve
ekipman satışı da eklendiğinde;
Norveç'teki somon kümelenmesinin
(cluster) toplam ekonomik büyüklüğü
20 Milyar Dolar'ı aşmaktadır.

**KİŞİ BAŞI TÜKETİM
51,3 kg**

ŞİLİ EKONOMİSİ

NÜFUS
19,6
MİLYON

KİŞİ BAŞI TÜKETİM - 15 kg

Ürettiğini yemeyen ülke...Üretilenin % 90 ihracat

SU ÜRÜNLERİ
İHRACAT GELİRİ
9 MİLYAR USD

Bakır madeninden sonra ülkenin en büyük
ihracat ürünü
Dünya ikincisi

ANA PAZARLAR

- ABD
- JAPONYA-(donuk somon ve Coho)
- BREZİLYA

70.000 den fazla istihdam

UZAK PAZARLAR

- Avrupa
- Rusya

SOMON
İHRACAT GELİRİ
6,6 MİLYAR USD

SWOT

TÜRK SOMONU

Strengths (Güçlü Yönler)

Uluslararası Rekabet Gücüne Sahip Altyapı: Türkiye'deki mevcut kafes sistemleri ve modern işleme tesisleri, küresel standartlarda olup uluslararası pazarlarda rekabet üstünlüğü sağlayan bir seviyededir.

Operasyonel Çeviklik ve Esnek Üretim: Pazar dinamiklerine hızla uyum sağlayan üretim modelimiz sayesinde, talebe göre anında "taze" veya "dondurulmuş" ürün arzına geçiş yapabilme kabiliyeti mevcuttur.

Güçlü Yavru Balık Entegrasyonu: İç sulardaki baraj göllerinde kurulan sağlam altyapı ile yüksek kapasiteli ve sürdürülebilir yavru balık üretim gücüne sahibiz.

Yükselen İç Pazar Potansiyeli: Sektörün en stratejik avantajlarından biri iç tüketimdeki büyüme potansiyelidir. Özellikle 2023 yılı sonrasında iç talepte fark edilir ve istikrarlı bir ivmelenme kaydedilmiştir.

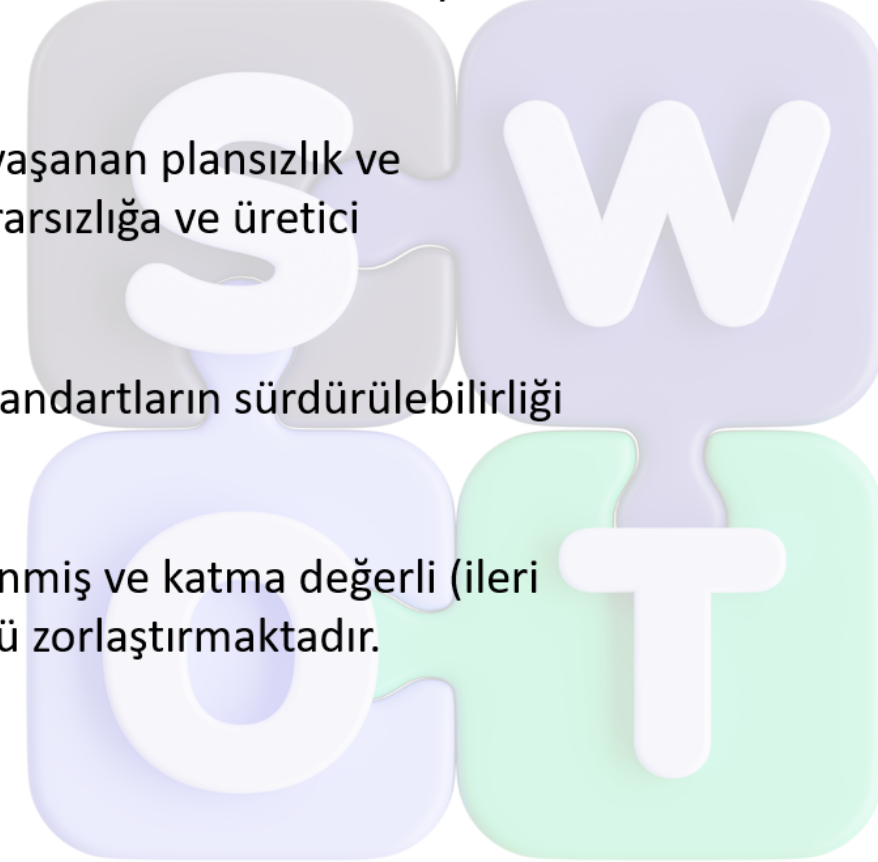
Weaknesses (Zayıf Yönler)

Küresel Marka Konumlandırması: "Turkish Salmon" markası, küresel pazarda henüz "Norwegian Salmon" kadar baskın bir marka gücüne ulaşamamıştır. Tüketici algısında ürünün hala "Somon" yerine "Büyük Alabalık" olarak konumlanması, katma değeri sınırlamaktadır.

Üretim Planlaması ve Arz Dengesi: Stoklama süreçlerinde zaman zaman yaşanan plansızlık ve kontrolsüz yavru balık girişleri, arz fazlası yaratarak pazar fiyatlarında istikrarsızlığa ve üretici karlılığında düşüşe neden olmaktadır.

Kalite Standardizasyonu: İç ve dış pazara sunulan ürünlerin kalitesinde, standartların sürdürülebilirliği konusunda yaşanan dalgalanmalar marka güvenini etkileyebilmektedir.

Finansal Engeller ve Vergi Yüğü: Hedeflenen yeni pazarlarda, özellikle işlenmiş ve katma değerli (ileri işleme) ürünlere uygulanan yüksek gümrük vergisi oranları rekabet gücünü zorlaştırmaktadır.



Opportunities (Fırsatlar)

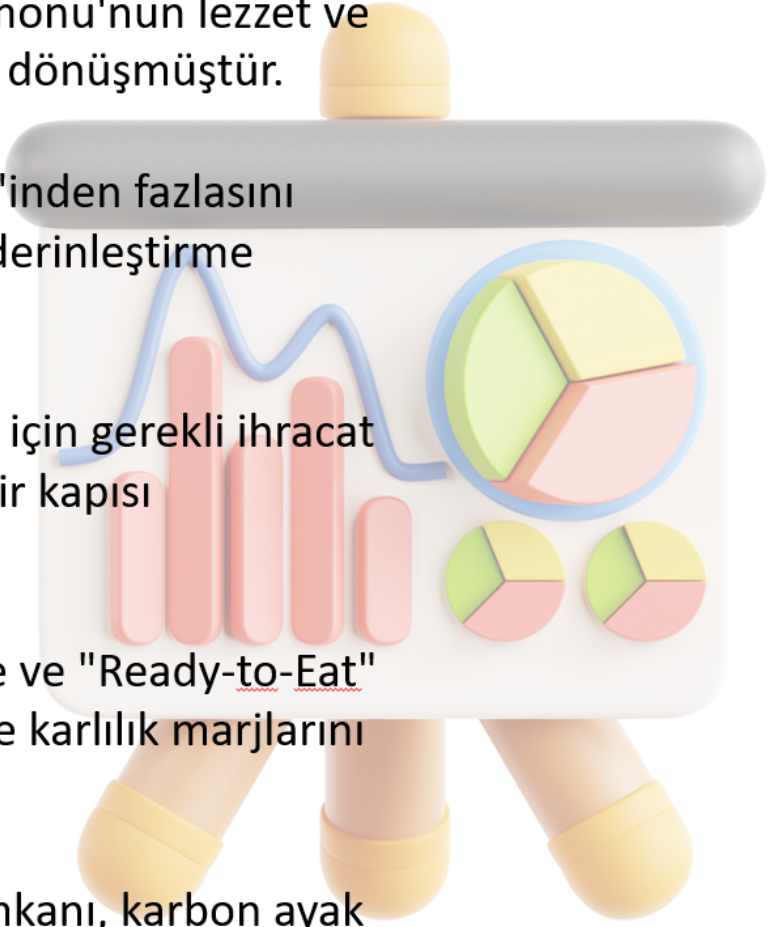
Rusya Pazarında Kalıcı Hakimiyet: Ambargolarla doğan pazar boşluğu, Türk Somonu'nun lezzet ve tazelik avantajıyla birleşerek geçici bir fırsattan "kalıcı ve sadık bir pazar payına" dönüşmüştür.

Pazar Derinleşmesi ve Büyüme: 2025 yılında 520 Milyon Dolarlık ihracatın %70'inden fazlasını (yaklaşık 378 Milyon Dolar) oluşturan Rusya pazarında, mevcut hacmi daha da derinleştirme potansiyeli yüksektir.

Asya Pazarına Stratejik Giriş: Dünyanın en büyük su ürünleri ithalatçısı olan Çin için gerekli ihracat izinlerinin (2023-2024) tamamlanmasıyla, küresel ölçekte yeni ve devasa bir gelir kapısı aralanmıştır.

Katma Değerli Ürün Dönüşümü: Dökme (bütün) balık ihracatından; fileto, füme ve "Ready-to-Eat" (Yemeye Hazır) ürünlere geçiş stratejisi, Avrupa'daki talep artışını karşılayacak ve karlılık marjlarını %30-40 oranında yukarı taşıyacaktır.

Lojistik ve Yeşil Mutabakat Avantajı: Avrupa pazarına karayolu ile hızlı erişim imkanı, karbon ayak izimizi Şili ve Norveç'e kıyasla düşürmektedir. Bu durum, Türkiye'yi Avrupa Yeşil Mutabakatı uyumlu "Tercih Edilen Yeşil Tedarikçi" konumuna yükseltmektedir.



Threats (Tehditler)

Küresel Isınma ve Karadeniz Suyu Isınması (En Kritik Tehdit):

Suyun ısınması, hasat süresini (balığın denizde kalma süresini) kısaltmakta ve büyümeyi engellemektedir. Bu durum yaz aylarında erken hasada zorlamakta, bu da balığın istenen ağırlığa (3-4 kg) ulaşmadan satılmasına neden olmaktadır.

Pazar Bağımlılığı (Tek Pazar Riski):

İhracat hacminin %70'inden fazlasının tek bir pazara (Rusya) odaklanmış olması, şirketi jeopolitik ve ekonomik dalgalanmalara karşı kırılgan hale getirmektedir. Ambargo durumlarının değişmesi veya yerel pazarın daralması, gelir akışında ciddi risk oluşturabilir.

Hammadde Fiyatları ve Kur Riski:

Üretimin ana girdisi olan balık yemi ve hammaddelerin ithalata dayalı olması, maliyet yapısını döviz kurlarına karşı hassaslaştırmaktadır. Kur artışlarının yarattığı maliyet enflasyonu, ihracat gelirleri üzerindeki baskıyla birleştiğinde karlılık marjlarını erozyona uğratma riski taşımaktadır.

TÜRK SOMONU SWOT ÖZETİ (2025-2030)

➤ Türk somonu sektörü, Rusya pazarındaki liderliğini korurken bir yandan da Asya pazarına açılarak risk dağıtmayı ve küresel ısınma tehdidine karşı açık deniz (off-shore) yetiştiricilik teknolojilerine geçiş yapmayı hedeflemektedir. 1 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşmak için küresel somon pazarındaki ilk üç oyuncudan biri olmak kritik bir öneme sahiptir.

➤ Sağlıklı bir ihracat modelinde tek bir pazarın payının %20-25 bandını geçmemesi gerekirken, Türk somonunda bu oran günümüzde %73 seviyelerindedir. Bu durum, pazarın çok daha yakından takip edilmesini ve stratejik bir odaklanmayı zorunlu kılmaktadır. Mevcut liderliği korumak adına politik risklerin yanı sıra ürün kalitesini ve müşteri tercihlerini de hassasiyetle yönetmek gerekmektedir.

➤ Dünyanın en büyük alıcısı olan Çin'den gerekli ihracat izinleri alınmıştır. Temel strateji; Rusya'nın payını %50'nin altına çekerek ihracatı Asya, Avrupa, Çin ve Japonya arasında dengeli bir şekilde dağıtmaktır.

➤ Dış ticaret kadar, iç piyasada balık tüketimini artırmak da sektörün en stratejik hamlelerinden biri olacaktır. Bu hedefe ulaşılması için devletin, üreticilerin, birliklerin ve ilgili tüm kurumların ortak bir seferberlik içinde hareket etmesi gerekmektedir.

İÇ PİYASA İZLENİMİ

Türkiye'de kişi başı su ürünleri tüketimindeki düşüklüğün temel nedenleri ve Türk Somonu özelindeki durum şöyledir:

A. Tüketici Algısı ve "Renk" Sorunu:

- Türk tüketicisi, balık etinin "beyaz" olmasına (Levrek, Çupra, Hamsi) alışkındır. Türk Somonu'nun eti, doğal bir antioksidan olan astaksantin içeren yemlerle beslendiği için pembe/kırmızıdır. Halk arasında bu rengin "boya" olduğu veya balığın yapay/GDO'lu olduğu yönünde yanlış bir şehir efsanesi vardır. Bu durum, önemli bir gıda tüketicisini uzak tutmaktadır.

B. "Hamsi Kültürü" ve Mevsimsellik:

- Türk halkı için balık = Hamsi'dir. Kışın hamsi bol ve ucuz olduğunda, tüketici başka balığa yönelmez. Türk Somonu hasadı ile Hamsi sezonu çakıştığında, iç pazarda rekabet etmek zorlaşır. Türkiye'deki toplam balık tüketiminin miktar bazında yaklaşık %40-50'sini tek başına Hamsi oluşturur.

C. Fiyat İstikrarsızlığı:

- İhracat kapıları açıkken iç piyasaya balık verilmez ve fiyat yükselir. Rusya kapısı kapandığında veya hasat yığıldığında balık iç piyasaya sürülür ve fiyat çakılır. Bu fiyat dalgalanması, tüketicinin ve marketlerin ürüne "standart bir raf fiyatı" biçmesini engeller.

D. Soğuk Zincir Lojistiği:

- Kıyı şeridi dışında (İç Anadolu, Doğu Anadolu), taze balığa erişim zordur. Türk Somonu'nu taze olarak Ankara'nın doğusuna taşımak maliyetlidir. Zincir marketler dışında balıkçı tezgahı kültürü iç bölgelerde zayıftır.

En Büyük Fırsatlar

A. "Kırmızı Et" Enflasyonu (İkame Ürün Etkisi):

- Türkiye'de kırmızı et (Kıyma/Kuşbaşı) fiyatları 2023-2024 döneminde rekor kırmıştır (700-1000 TL/kg bandı).
- Türk Somonu (fileto veya bütün), kırmızı etin neredeyse yarısı veya üçte biri fiyatına satılmaktadır. Yüksek protein kaynağı arayan aileler için kırmızı etin en güçlü alternatifi haline gelmiştir.
- Perakende sektöründe balık reyonlarının cirosu, kırmızı et fiyat artışlarıyla paralel yükselmektedir.

B. İndirim Marketleri (Zincir Market) Devrimi:

- Zincir marketler, Türk Somonu'nu (özellikle donuk fileto veya taze bütün olarak) 81 ilin en ücra ilçesine kadar götürmektedir. Bu marketler sayesinde balık, "lüks restoran yemeği" olmaktan çıkıp "ev yemeği" kategorisine girmiştir.

C. Genç Nüfus ve Sağlık Trendi:

- Türkiye'nin genç nüfusu ve beyaz yakalı kesimi, "Omega-3", "Sporcu Beslenmesi" ve "Sağlıklı Yaşam" konularına duyarlıdır. Bu kitle, ayıklaması zor ve kokulu olan hamsi/istavrit yerine; pişirmesi pratik (kılçıksız fileto) ve kokusuz olan Türk Somonu'nu tercih etmektedir.

D. HORECA (Otel, cafe ve Restoran) Sektörü:

- Türkiye devasa bir turizm ülkesidir (Yıllık 50+ Milyon Turist). Antalya ve Ege otelleri, maliyeti çok yüksek olan ithal Norveç somonu veya kırmızı et yerine, açık büfelerinde yerli Türk Somonu'nu kullanmaya başlamıştır. Bu, devasa bir iç tüketim hacmi yaratmaktadır.

İç Piyasa FIRSATLAR

Türkiye iç pazarında Türk Somonu'nun önündeki en büyük engel 'Tüketici Algısı' (Boya efsanesi), en büyük fırsat ise 'Kırmızı Et Fiyatlarıdır'. Türk halkı, pahalı kırmızı et yerine uygun fiyatlı ve pratik olan Türk Somonu'nu keşfetmeye başlamıştır. Bu süreç, doğru bir iletişim stratejisiyle desteklenirse iç pazar tüketimi ihracat kadar değerli hale gelebilir.

Norveç'te nüfus az, üretim devasa. Mecburen %95 İhracat. Türkiye'de nüfus büyük üretim büyümekte. Türkiye'nin avantajı, ihracat tıkanıldığında balığı yiyebilecek güçlü bir iç pazara sahiptir.

Türk Somonu'nun geleceği için "İç pazar bir sigortadır, ama asıl hedef Norveç gibi küresel ihracat olmalıdır"

TÜRKİYE

İHRACATTA FIRSATLAR

Türkiye'nin ihracattaki en büyük avantajı "Coğrafya" ve "Konjonktür"dür.

- **A. Rusya Pazarındaki (Jeopolitik Fırsat):**

- Türkiye, Rusya'ya ambargo uygulamayan ve lojistik olarak en yakın ülke olduğu için bu pazarın tek hakimi konumuna geldi. İhracatın %70'inden fazlasının bu sebeple Rusya'ya kayması tesadüf değildir.

- **B. "Yeşil Lojistik" ve Navlun Avantajı (Coğrafi Fırsat):**

- Şili, Avrupa ve Rusya pazarına taze balığı uçakla (çok pahalı) veya dondurulmuş balığı gemiyle (40-50 gün) göndermek zorundadır. Norveç ise Asya'ya uçakla gönderim yapar.
- Türkiye, Avrupa ve Rusya pazarına TIR ile 3-4 günde taze balık indirebilmektedir.
- Yeşil Mutabakat: Karbon ayak izi açısından uçak kargosuna göre çok daha çevreci olması, AB pazarında gelecekte bir "Tercih Sebebi" olacaktır.

- **C. Çin Pazarının Açılması (Pazar Çeşitliliği):**

- Uzun süren diplomatik ve teknik müzakereler sonucu Çin'e su ürünleri ihracat izni alınmıştır.
- Dünyanın en büyük su ürünleri alıcısı olan Çin, Rusya riskini dengelemek (hedge etmek) için devasa bir potansiyeldir.

- **D. İşleme Maliyetleri ve Esneklik:**

- Türkiye'deki işçilik maliyetleri ve modern tesis altyapısı, Avrupa'ya göre daha rekabetçidir. Müşteri isteğine göre (fileto, füme, takoz kesim) hızlı üretim yapılabilir.

TÜRKİYE

İHRACATTA ZORLUKLAR

- **A. Tek Pazara Yoğunlaşması (Ticari Risk):**

- İhracatın %70'inin sadece Rusya'ya yapılmasıdır. Rus rublesinin değer kaybetmesi veya politik bir kriz anında , sektör önemli ölçüde etkilenebilir.. Alternatif pazarlar (AB, Japonya) henüz Rusya'nın hacmini karşılayacak büyüklükte değildir. Fakat iç piyasa bir sigortadır.

- **B. İklim Değişikliği ve Su Sıcaklığı (Biyolojik Risk):**

- Karadeniz, küresel ısınmadan en çok etkilenen denizlerden biridir. Su sıcaklığı yaz aylarında 24-25°C'ye çıkmaktadır.
- Bu durum üreticileri "Erken Hasat"a (Mayıs-Haziran'da balığı mecburen satmaya) zorlar.

- **C. Gümrük Tarife Engelleri:**

- Belirttiğimiz gibi; AB, Türkiye'den hammaddeyi (bütün balık) vergisiz alırken, katma değerli (füme/fileto) ürüne ~%14 vergi uygular.
- Bu durum Türkiye'nin "Fason Üretici" (Hammadde sağlayan ülke) olarak kalmasına neden olmakta, markalı ürün ihracatını engellemektedir.

- **D. Yem Hammaddesinde Dışa Bağımlılık (Maliyet Riski):**

- Balık yeminin ana maddesi olan balık unu ve balık yağı dövizle ithal edilir.
- Döviz kurları arttığında üretim maliyeti artar. Eğer ihracat fiyatı aynı oranda artmazsa, üreticinin kar marjı erir.
- Aynı zamanda 24 aylık bir faaliyet döngüsü içerisinde yem vadeleri kısa olması finansman giderlerini şişirmektedir.

İHRACAT VERGİ ORANLARI

GTİP	GTİP AÇIKLAMASI		AB Ülkeleri		Rusya Federasyonu	Belarus	Japonya	Vietnam	ÇHC	Ukrayna	İngiltere	Singapur	Güney Kore	Avustralya	Kanada	ABD	Suudi Arabistan	BAE	Tayland	Tayvan
			1,2 kg <	1,2 kg >																
0302.11.20.00.00	TAZE SOĞUTULMUŞ TÜRK SOMONU	CIF BEDEL (%'si)	4,4	0	3	3	3,5	10	10	0	0***	0	20	0	0	0	0	0	0	15
0303.14.20.00.00	DONDURULMUŞ TÜRK SOMONU		4,4	0	3	3	3,5	10	12	5	0***	0	7	0	0	0	5	0	0	15
0304.42.10.00.00	TAZE SOĞUTULMUŞ FİLETO		4,4*		4	4	3,5	15	7	0	0***	0	0	0	0	0	5	0	5	20
0304.82.10.00.00	DONDURULMUŞ FİLETO		4,4**		4	4	3,5	15	7	5	0***	0	0	0	0	0	5	0	5	15
0305.43.00.00.11	İŞLENMİŞ, TÜTÜSÜLENMİŞ MARİNE		4,4		3	3	10	20	14	5	0***	0	0	0	0	0	5	0	5	15

* 0304.42.10.00.00 GTİP'li "Oncorhynchus mykiss türünden adedinin ağırlığı 400 gr.dan fazla olanlar" için vergi oranı sıfır iken, 0304.42.90.10 GTİP'li "Oncorhynchus mykiss türlerinden" için %4,4 Damping vergisi vardır

** 0304.82.10.00.00 GTİP'li "Oncorhynchus mykiss türünden adedinin ağırlığı 400 gr.dan fazla olanlar" için vergi oranı sıfır iken, 0304.82.90.10 GTİP'li "Oncorhynchus mykiss türlerinden" için %4,4 Damping vergisi vardır

*** 0301919011, 0302118011, 0303149011, 0304429010, 0304829010, 0305430011 GTİP'li ürünler için %1,5-%9,5 aralığında anti damping vergisi uygulanmaktadır

FİNANSAL ZORUKLAR

Faaliyet döngüsünün 20-24 ay olduğu bir sektörün finansmanının yönetilmesi oldukça güç.

Krediye erişimde zorluklar (Dövizde büyüme sınırının ihracatçıda kapsam dahilinde olması)

Sübvansiyonel limitlerdeki yetersizlik.

İhracat rekabetindeki kur baskısı (Dövizde büyüme sınırının ihracatçıda kapsam dahilinde olması)

Alternatif kredi kaynakları (Yurt dışı kaynaklı uzun vadeli ve uygun maliyetli krediler)

Alternatif teminat yapıları (Kafes,lisans,balık,lisanslı depoculuk ELÜS teminatı vb.)

Yem alım vadeleri ve faaliyet döngüsü uyumsuzluğu

Faaliyet döngüsüne göre kredi değerlendirilmesindeki tahsis skorlamalarında düzenlemeler

Sözleşmeli üretim modellerinin hayata geçirilmemesi

Yatırım projeleriyle ilgili finansal kaynakların yetersiz olması

Teşekkürler

Tayfun DENİZER

Politek Su Ürünleri A.Ş. ve Grup Şirketler

Yönetim Kurulu Başkanı

