



Değerli TÜKSIAD Üyeleri ve Kıymetli Okuyucular,

Tüm Kuruyemiş Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TÜKSIAD) olarak, 2025 yılı itibarıyla kuruluşumuzun 17. yılını kutlamanın mutluluğunu ve gururunu yaşıyoruz. Kuruyemiş sanayisinin ortak sesi olma misyonuyla kurulan derneğimiz, bugün 6 milyar dolarlık hacme sahip sektörde önemli bir temsil gücüne sahiptir.

Sektör içi iş birliklerini geliştirmek ve üyelerimiz arasında güçlü bir dayanışma ortamı oluşturmak amacıyla kurulan derneğimizin üye sayısı da her geçen yıl istikrarlı bir şekilde artmaktadır. 2008 yılında 111 olan üye sayımız, bugün itibarıyla 300'e ulaşmıştır. Bu büyüme, derneğimizin sektördeki temsil gücünü daha da pekiştiriyor. Önümüzdeki dönemde de bu birlikteliği güçlendirerek, faaliyetlerimizi artırmayı ve daha geniş bir üye ağına ulaşmayı hedefliyoruz.

Bu hedefler doğrultusunda, hem derneğimizin faaliyetlerini daha görünür kılmak hem de siz değerli üyelerimizle daha sıkı bir iletişim kurmak amacıyla, 2023 yılında 15. yılımıza özel yayımladığımız dergimizin üçüncü sayısını 2025 yılı itibarıyla sizlerle buluşturmuş bulunmaktayız. Yeni sayımızda; 2025 yılına ilişkin rekolte değerlendirmeleri, sektör analizleri ve sektörümüzün önde gelen temsilcileriyle gerçekleştirdiğimiz istişarelere yer verdik. Bununla beraber, sektörümüzün ithalat ve ihracat avantajlarını ele alırken, sektörel yatırımlarımızı yapay zeka ile nasıl entegre edebileceğimizle ilgili içerikler hazırladık. Yayın sürecine katkı sağlayan tüm hocalarımıza, çalışma arkadaşlarımıza ve üyelerimize bilgi, görüş ve önerileri için teşekkür ederim.

2025 yılına ne yazık ki, özellikle sektörümüzdeki ağaç ürünlerinde beklenmeyen ve Türkiye genelinde etkili olan bir zirai don afetiyle başladık. En çok etkilenen ürünlerimiz sırasıyla kuru kayısı, üzüm çeşitleri, fındık, ceviz ve badem oldu. Bu durum, ürün fiyatlarında ciddi artışlara yol açarken, tüketici tarafında ise alım gücünün düşmesine neden oldu. Her zaman dile getirdiğim gibi, sürdürülebilir verimlilik için planlı üretimi, don risklerine karşı önlemleri ve katma değeri yüksek ürünler üretmeyi önceliklendirmeliyiz.



Dear TÜKSIAD Members and Readers,

As the Association of All Nut Industrialists and Businessmen, we are incredibly happy and proud to be in our 16th year as of 2024. Established to be the collective voice of the nut industry, TÜKSIAD represents a significant portion of the nut sector, which boasts a market volume of \$6 billion. Alongside the institutional growth of our Association, which was founded to foster and develop collaborations within the sector, our membership has also steadily increased. While we had 111 members in 2008, today we have reached 280. We are determined to continue working towards elevating our sector's

representation to the highest level, and in the coming periods, we aim to further increase our activities and, through collective effort, grow our membership even more.

In this regard, to make our Association's activities more visible and to increase beneficial engagements with you, our members, we are delighted to present the second issue of our magazine, following the special 15th-anniversary edition we published in 2023. With these publications, we aim to stay in tune with the dynamics of the sector and to act with shared knowledge and expertise. Additionally, we wish to reach a wider audience with the activities of our Association. I highly value any members who wish to contribute to our magazines, which serve as the common voice of our sector, and who are willing to share their suggestions and opinions regarding potential topics and content. We welcome your input and encourage you to get in touch with us.

As is well known, thanks to its climatic zone and geographical characteristics, our country is fortunate to grow a wide variety of nuts and dried fruits and has maintained its position as one of the leading nations in nut production and trade for many years. According to reports from the International Nut and Dried Fruit Council, our country, with an average 11% share over the last five seasons, ranks second globally in nut production, following the United States. In the global dried fruit market, we are again among the leaders,

TÜM KURUYEMİŞ SANAYİCİLERİ
VE İŞ ADAMLARI DERNEĞİ
TÜKSIAD
2025

Bu doğrultuda, ülkemizdeki ay çekirdeği üretimini geliştirmek ve daha planlı, ihracata uygun standartlarda üretim gerçekleştirmek amacıyla yeni bir projeyi faaliyet planlarımız arasına aldık. Ay çekirdeği üretim kalitesini artırmak ve fire oranlarını minimuma indirmek hedefiyle, 2025 yılı içerisinde düzenlemeyi planladığımız konferans ve eğitim videolarının haberini de bu vesileyle sizlerle paylaşmak isterim. Umuyorum ki dernek olarak yürüttüğümüz bu çalışmalar sektörümüzde verimliliği ve kaliteyi artıracak, bizleri ürünlerimizde global piyasalarda her zaman rekabetçi bir zeminde tutacaktır.

2025 yılı, kuruyemiş sektörü açısından finansal dengelerin zorlandığı, maliyet baskısının yoğun hissedildiği bir yıl olmuştur. Artan üretim ve işleme maliyetleriyle birlikte, yüksek finansman giderleri yatırım iştahını ciddi ölçüde azaltmış; birçok firma yeni yatırımlarını ertelemek zorunda kalmıştır. Aynı dönemde döviz kurlarının uzun süre baskı altında tutulması, ihracat yapan firmaların rekabet gücünü zayıflatmış; iç piyasada yükselen maliyetlere rağmen dış pazarda fiyat tutturmak her zamankinden daha güç hâle gelmiştir. Kâr marjlarının daraldığı bu dönemde sektör oyuncularını kısa vadeli riskleri yönetmeye odaklanırken, uzun vadede sürdürülebilirlik için verimlilik artışı, katma değerli üretim ve dijitalleşme gibi stratejilere yönelmenin kaçınılmaz olduğu bir kez daha ortaya çıkmıştır.

Bu bağlamda, işletmelerin sürdürülebilirliğini koruyabilmesi adına sabit ve değişken giderlerini gözden geçirmesi, maliyet kontrolü konusunda daha proaktif adımlar atması büyük önem taşımaktadır. Enerji verimliliği, hammadde tedarik optimizasyonu, iş gücü planlaması ve dijital çözümlerle operasyonel maliyetlerin azaltılması; bu zorlu ekonomik dönemde firmalara nefes aldıracak stratejik adımlar arasında yer almaktadır.

Unutmayalım ki en zorlu dönemler, birlikte hareket ettiğimizde en güçlü adımların atıldığı zamanlardır. Karşılaştığımız her engel, bizi daha dirençli kılmakta; ortak akılla ve kararlılıkla ilerlediğimiz sürece sektörümüzü daha güçlü bir geleceğe taşıma yolunda umut verici fırsatlara dönüşmektedir. Hep birlikte üretmeye, gelişmeye ve büyümeye devam edeceğiz.

Saygılarımla,

Murat YILDIRIM
TÜKSİAD Yönetim Kurulu Başkanı

alongside the U.S. Moreover, with approximately \$3 billion in exports, Turkey ranks as the second-largest exporter globally. Along with global trade, nut products are also traditionally consumed in large quantities in the domestic market, and with the increasing awareness of their nutritional value, their consumption has continued to grow over the years. As of 2023, our sector has reached a size of \$3.2 billion in the domestic market. Once again, I would like to highlight the significant contribution our sector makes with billions of dollars in business volume and the employment of thousands of people.

As we reflect on the end of 2023 and the beginning of 2024, the deceleration in price increases and the stabilization of market conditions provide us with a more positive outlook for the future. In our magazine, we address crop estimates and quality analyses for the 2024-2025 season, aiming to prevent the manipulation of crop pricing. Price stability is crucial both for our producers and for our industrial businesspeople. In these challenging years of fierce global competition, I firmly believe that achieving price stability is essential. Furthermore, I am confident that we can become more competitive by developing value-added products and utilizing food quality management systems effectively. Our magazine not only provides information on new crops but also features interviews discussing the future development of our sector.

In this context, I would like to express my gratitude to all those who have contributed to our magazine, especially our former president, Mr. Muammer Çaputçu, as well as everyone who has enriched it with their articles.

Murat YILDIRIM
Chairman of the board, TÜKSİAD



TÜKSİAD HAKKINDA



2008
Yılında
Kuruldu



\$7,5 Milyar
Dolar Ticaret
Hacmi

Kuruyemiş
Sanayisinin
Ortak Sesi
Olmak
Amacıyla
Kuruldu



Yaklaşık \$3,5
Milyar Dolar
İhracat

Türkiye'de
Kuruyemiş
Sektörünü Temsil
Eden Tek Sivil
Toplum Örgütü



Yaklaşık 600
Milyon Dolar
İthalat

301 Üye



Yaklaşık \$4,1
Milyar
Dolarlık
Sektörel İç
Pazar
Büyükliği

37 İlden Üye



Dernek
Üyeleri,
Sponsorlar ve
Sektör
Temsilcilerinin
Katıldığı Yıllık
Genel Kurul
Toplantıları



Established
in 2008



\$ 7.5 billion
dollars Trade
Volume

Established to
be the
Common Voice
of the Nuts and
Dry Fruit
Industry



Approximately
3.5 Billion
dollars Export

The Only Civil
Society
Organization
Representing the
Nuts and Dry
Fruit Sector in
Turkey



Approximately
600 Million
dollars Imports



Sectoral
Domestic
Market Size of
Approximately
4.1 Billion
Dollars

301
Members



Annual General
Assembly
Meetings
Attended by
Association
Members,
Sponsors and
Sector
Representatives

Members
from 37
provinces



Murat Yıldırım
Yönetim Kurulu Başkanı



Yunus Emre Kaşıkçı
1. Başkan Yardımcısı



Mehmet İştahlı
2. Başkan Yardımcısı



Mehmet Sadi Binboğa
3. Başkan Yardımcısı



Yakup İpek
Muhasip Üye



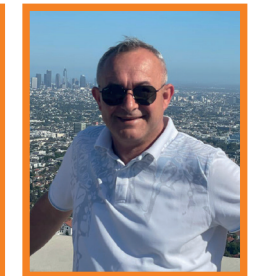
Bekir Korkmaz
Yönetim Kurulu
Üyesi



**Muhammet
Burak Çiğdem**
Yönetim Kurulu
Üyesi



Hamit Yıldırım
Yönetim Kurulu
Üyesi



Hasan Çalık
Yönetim Kurulu
Üyesi



Ahmet Aydın
Yönetim Kurulu
Üyesi



**Muhammet Ömer
Akın**
Yönetim Kurulu Üyesi



Cihan Korkmaz
Yönetim Kurulu
Üyesi



Ertuğrul Bozhüyük
Yönetim Kurulu Üyesi



1

Tüm Kuruyemiş Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TÜKSİAD); ülkemizin kuruyemiş sektörünün gelişmesine katkı sunmak amacıyla 17.03.2008 tarihinde kurulan bir “İş Adamları” derneğidir.

The Association of All Nut Industry Producers and Businessmen (TÜKSİAD) is a “Businessmen’s” association established on March 17, 2008, with the aim of contributing to the development of our country’s nut sector.

2

TÜKSİAD Yönetim Kurulu ve üyeleri, hızla değişen ithalat ve ihracat koşullarında Türk kuruyemiş sektörünün, üretimden yurtdışı ticarete varıncaya değin her aşamada karşı karşıya kaldığı problemlere çözüm önerileri sunma gayretindedir.

The TÜKSİAD Board of Directors and its members are committed to offering solutions to the challenges faced by the Turkish nut industry at every stage, from production to international trade, amid rapidly changing import and export conditions.

3

Üyelerimizin sosyal ve mesleki donanımlarının geliştirilmesi ve firmalarının kurumsallaşması için katkı sunmak öncelikli misyonumuzdur.

Our primary mission is to enhance the social and professional capacities of our members and contribute to the institutionalization of their companies.

4

Bu bağlamda TÜKSİAD olarak üyelerimize özel yurtiçi ve yurtdışında fuar organizasyonlarının yanısıra, bilgilendirme toplantıları ile sektörel eğitim ve danışmanlık programları düzenliyoruz.

In this context, as TÜKSİAD, we organize domestic and international trade fairs, as well as informational meetings, sectoral training, and consultancy programs specifically tailored for our members.

5

Kuruyemişte güvenli ve sürdürülebilir pazar koşullarının sağlanması için sektörel ölçekte kurumsallaşmayı teşvik ediyoruz.

We encourage sectoral-level institutionalization to ensure safe and sustainable market conditions in the nut industry.

6

TÜKSİAD olarak 17. yılımızı geride bırakırken kapsamını sürekli genişlettiğimiz faaliyetlerimizle sektörde her geçen gün daha da etkili bir yapı olmak için çalışıyoruz.

As we celebrate our 17th year, we continue to expand the scope of our activities, striving to become an increasingly influential entity within the sector each day.

Tüm Kuruyemiş Sanayici ve İş Adamları Derneği (TÜKSİAD) tarafından geleneksel hale getirilen Üye Buluşması, bu yıl 25-27 Nisan 2025 tarihleri arasında yoğun katılım ve güçlü içerikleriyle bir kez daha sektörün nabzını tuttu. 2008 yılından bu yana aralıksız olarak her yıl düzenlenen etkinlik, bu yıl da üyeler arasında iş birliğini güçlendirmek, sektörel gelişmeleri değerlendirmek ve gelecek vizyonunu tartışmak adına önemli bir platform sundu.

The Members Meeting, traditionally organized by the All Nuts and Dried Fruits Industrialists and Businessmen Association (TÜKSİAD), once again took the pulse of the industry this year with strong participation and rich content between April 25-27, 2025. Since 2008, the event has been held annually without interruption, providing an important platform for strengthening cooperation among members, evaluating sectoral developments and discussing the vision for the future.



Bu yılki buluşmaya Türkiye'nin dört bir yanından gelen 402 katılımcı ile birlikte yaklaşık 200 firmadan temsilciler katıldı. Kuruyemiş ve kuru meyve sektörünün önde gelen isimlerini bir araya getiren etkinlik, yalnızca sosyal bağları kuvvetlendirmekle kalmadı; aynı zamanda bilgi ve deneyim paylaşımını da teşvik etti.

This year's meeting hosted 402 participants from across Türkiye, along with representatives from approximately 200 companies. Bringing together leading figures of the nuts and dried fruits sector, the event not only reinforced social bonds but also encouraged the exchange of knowledge and experience.



Etkinliğin en dikkat çeken bölümlerinden biri, gazeteci ve tarım yazarı İrfan Donat'ın moderatörlüğünde gerçekleşen panel oturumu oldu. "İhracatın Yeni Rotası: Krizler, Fırsatlar ve Teknoloji" başlıklı panelde; iş dünyasının deneyimli isimlerinden Nilüfer Arıak, Feyza Dereli, Murat Yıldırım ve Hasan Hüseyin Karapınar değerli görüşlerini katılımcılarla paylaştı. Panelde küresel ticarete yaşanan dönüşümler, yeni pazar arayışları, teknolojinin ihracattaki yeri ve sektörel risk yönetimi konuları derinlemesine ele alındı.

One of the most notable segments of the event was a panel session moderated by journalist and agricultural writer İrfan Donat. In the panel titled "The New Route of Exports: Crises, Opportunities, and Technology", prominent business figures Nilüfer Arıak, Feyza Dereli, Murat Yıldırım and Hasan Hüseyin Karapınar shared their valuable insights with the audience. The panel addressed in depth the transformations in global trade, new market explorations, the role of technology in exports, and sectoral risk management.





Yönetim Kurulu Üyelerimizden Sektör Değerlendirmeleri Industry Assessments From Our Board Members

Taptaze Bir Başarı Hikâyesi

Sağlıklı atıştırmalıkları en taze haliyle dünyanın dört bir yanına ulaştırma hedefiyle 2010 yılında temelleri atılan “Antikkuruyemis.com”, yalnızca iki yıl içinde Türkiye’nin en büyük kuruyemiş sitesi oldu.

Antik Kuruyemiş 2014’te Türkiye’de ilk kez kitli açılır-kapanır ambalaj sistemini tüketicilere sundu ve bu bağlamda kuruyemiş sektörünün standartlarını değiştirdi. Aynı yıl kuru meyve, lokum, baharat, draje, çikolata, krema ve ezme çeşitleri kendi markasıyla raflarda yerini aldı.

2018 yılında e-ihracat altyapısını güçlendiren şirket artık İstanbul’un kalbi Eminönü’ndeki modern depolarından Türkiye’nin dört bir yanına ve ayrıca 70’ten fazla ülkeye taptaze lezzetler gönderiyor.

Online Satışın Geleceği: Yapay Zekâ ile Daha Kişisel, Daha Hızlı, Daha Global

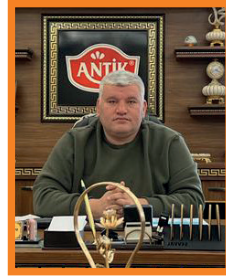
Antik Kuruyemiş e-ticaret dünyasının hızlı değişimini yakından takip ederek bu alanda da öncü olmayı hedefliyor. Yapay zekâ, bu dönüşümün en güçlü motoru olacak. Müşterilerin tüketim alışkanlıkları ve mevsimsel tercihlerinin etkin analiziyle online alışveriş artık sadece bir “satın alma süreci” olmanın ötesine geçecek.

Akıllı Stok Yönetimi sayesinde hangi ürünün ne zaman daha çok talep göreceğini tahmin edip stok dengesini optimum seviyede tutmak kolaylaşacak. Ayrıca yapay zekâ destekli lojistik sistemleri, siparişlerin en kısa sürede en doğru noktadan gönderilmesini sağlayacak.

Antik Kuruyemiş’in Dijital Vizyonu

Antik Kuruyemiş online mağazasını önümüzdeki yıllarda sağlıklı beslenme önerilerinden kişiye özel kampanyalara uzanan geniş bir yelpazede Artırılmış Gerçeklik (AR) ile destekle interaktif bir platform haline dönüştürmeyi hedefliyor.

Global Pazar Entegrasyonu ile dünyanın dört bir yanındaki tüketicilerin yerel para birimleri ve yerel kargo çözümleri ile Antik Kuruyemiş ürünlerine ulaşabilmesi de şirketin kısa vadeli hedefleri arasında.



Ahmet Aydın
Yönetim Kurulu
Üyesi

A Fresh Success Story

Founded in 2010 with the goal of delivering healthy snacks in their freshest form to every corner of the world, Antikkuruyemis.com became Turkey’s largest nut site within just two years.

In 2014, Antik Kuruyemiş introduced Turkey’s first resealable packaging system, reshaping industry standards. That same year, dried fruits, Turkish delights, spices, dragees, chocolates, creams, and spreads appeared on shelves under its own brand.

By 2018 the company had strengthened its e-export infrastructure and began shipping fresh flavors not only across Turkey but also to more than 70 countries from its modern warehouses in Istanbul’s historic Eminönü district.

The Future of Online Sales: More Personal, Faster, More Global with Artificial Intelligence

Antik Kuruyemiş aims to be a pioneer in e-commerce by closely following its rapid transformation. Artificial intelligence is set to become the strongest driver of this change. With effective analysis of customer consumption habits and seasonal preferences, online shopping will move beyond being just a “purchase process.”

Smart Stock Management will make it easier to forecast demand and maintain optimal inventory balance. AI-powered logistics systems will ensure that orders are dispatched from the right location in the shortest time possible.

Antik Kuruyemiş’s Digital Vision

In the coming years, Antik Kuruyemiş plans to transform its online store into an interactive platform supported by Augmented Reality (AR), offering a wide spectrum from healthy nutrition recommendations to personalized campaigns.

Through Global Market Integration, one of the company’s short-term goals is to ensure that consumers worldwide can access Antik Kuruyemiş products with local currencies and local delivery solutions.

Kabak Çekirdeğinde Rekolte Tahmini 50 bin ton

Kabak çekirdeği ekiminde geçen yıla oranla yüzde 50-60 civarı bir artış oldu. Ancak iklim koşulları, bilinçsiz tarım teknikleri ve sulama konusundaki dengesizlikler rekolteyi olumsuz etkiledi. Su kaynaklarına yakın bölgelerde gereğinden üç kat fazla sulama yapılırken, suya uzak bölgeler yağış yetersizliğinden dolayı ciddi yanma, kök kuruması, ürün çatlaması ve mantar hastalıkları gibi sorunlarla karşılaştı.

Konya Çumra, Nevşehir, Niğde, Afyon’un bazı bölgeleri ve Kayseri Yeşilhisar hariç diğer üretim alanlarında kaliteli ürün beklentisi düşük. Sulanmayan bölgelerin büyük ölçüde yandığı, sulanan bölgelerde ise kısmi yanmalar olduğu bildiriliyor.

2025 yılı için rekolte tahmini 50 bin ton civarında. Ancak ürünün önemli bir kısmının hektolitresi düşük, zayıf kalite olacağı öngörülüyor. Döviz kurunun düşük seyretmesi ve yabancı menşeli ürün girişinin sürmesi, fiyatlarda belirgin bir artış ihtimalini zayıflatıyor.

Üreticiler, kabak çekirdeğinin değerini korumak için planlı ekim yapılmasını, ata tohumlarının ekilebilir hale getirilmesini, ihracatın desteklenmesini ve hibrit tohum girişinin sınırlandırılmasını talep ediyor.

Siyah Ayçekirdeğinde Umutlu Beklenti

2025 Mayıs–Haziran döneminde yüksek hava sıcaklıklarına rağmen samyelinin esmediği ve böylece nemin korunabildiği iklim koşulları siyah ayçekirdeğinde bitki yapısını güçlendirdi. Bu durumun ayçekirdeğinde hektolitre değerlerini ve tane kalitesini yükseleteceğine dair bir beklenti var.

Bu bağlamda tahminen 580 bin dekar ekili siyah ayçekirdeğinden dekar başına 300 kg gibi bir ortalama verim bekleniyor. 175.000 ton civarı olması beklenen toplam ürünün 130.000 tonunun iç piyasaya sürüleceği kalan miktarın 30.000 tonunun çiğ ve 15.000 tonunun da paketli olarak ihraç edileceği tahmin ediliyor.



Mehmet İştahlı
2. Başkan
Yardımcısı

Pumpkin Seed Harvest Estimate: 50,000 Tons

Pumpkin seed cultivation increased by around 50–60 percent compared to last year. However, climate conditions, unplanned farming practices, and imbalances in irrigation negatively affected the harvest. While areas near water sources were overirrigated up to three times more than needed regions farther from water suffered from insufficient rainfall, leading to burning, root drying, cracking and fungal diseases.

Except for certain areas in Konya Çumra, Nevşehir, Niğde, Afyon, and Kayseri Yeşilhisar, expectations for high quality yields remain low. Nonirrigated lands have largely burned, while irrigated areas report partial burning.

The 2025 harvest is estimated to be around 50,000 tons. However, a significant portion of the crop is expected to be low quality with weak hectoliter values. The low exchange rate and continued influx of foreign products weaken the likelihood of notable price increases.

Producers call for planned cultivation, the reintroduction of heirloom seeds, export support, and restrictions on hybrid seed imports to preserve the value of pumpkin seeds.

Hopeful Outlook for Black Sunflower Seeds

In May-June 2025, despite high temperatures, the absence of dry winds helped preserve humidity, strengthening the plant structure of black sunflower seeds. This is expected to improve hectoliter values and kernel quality.

From an estimated 580,000 decares of cultivated black sunflower seeds, an average yield of 300 kg per decare is anticipated. The total harvest is expected to be around 175,000 tons, of which 130,000 tons will be supplied to the domestic market, 30,000 tons exported raw and 15,000 tons exported packaged.



Hamit Yıldırım
Yönetim Kurulu
Üyesi

Kuruyemiş Sektöründe Yükselen Dalga: Türkiye'nin Gücü, Geleceğin Stratejisi

Anadolu'nun bereketli topraklarında binlerce yıldır yetişen fındık, Antep fıstığı, badem ve ceviz... Yalnızca mutfağımızın değil, kültürümüzün de vazgeçilmezleri. Bugün bu geleneksel lezzetler, modern üretim teknikleriyle birleşerek Türkiye ekonomisinin stratejik tarım ve gıda ürünleri arasında yerini koruyor. Sofralardan dünya pazarlarına uzanan bu yolculuk, hem köklü bir mirasın hem de yenilikçi vizyonun hikâyesi.

İç Pazarda Dönüşen Tüketici Alışkanlıkları

Türkiye'de kuruyemiş tüketimi son on yılda büyük bir değişim yaşadı. Eskiden yalnızca bayramlarda, düğünlerde ya da özel misafir sofralarında baş köşeye oturan kuruyemiş, bugün günlük beslenmenin ayrılmaz bir parçası.

Sağlıklı yaşam trendi, tuzsuz, kavrulmamış ve katkısız ürünlere ilgiyi artırıyor.

Paketli ve hijyenik seçenekler, özellikle büyük şehirlerde öncelikli tercih hâline geldi.

Markalı ürünler, tüketici nezdinde güvenin en güçlü teminatı konumuna yükseldi.

Bu değişim, artık yalnızca lezzetin değil; tazelik, kalite, sürdürülebilirlik ve güvenilir marka imajının da rekabette belirleyici olduğu yeni bir dönemi işaret ediyor.

Tarımsal Üretimin Zorlu Sınavı

Kuruyemiş üretimi, doğanın ritmine en duyarlı tarımsal faaliyetlerden biri. Türkiye, fındıkta dünyada lider; Antep fıstığında ilk üçte; kayısıda ise tartışmasız bir numara. Ancak son yıllarda yaşanan don olayları ve kuraklık, özellikle Karadeniz ile Güneydoğu Anadolu'da ciddi rekolte kayıplarına yol açıyor. Benzer şekilde yağış rejimindeki düzensizlikler ürün kalitesini olumsuz etkiliyor. Bunların yanı sıra artan girdi maliyetleri de, üreticinin kar marjlarını daraltıyor.

Sektör temsilcileri, çözümün iklim değişikliğine uyumlu tarım teknikleri, modern sulama yatırımları, kuraklığa dayanıklı çeşitlerin yaygınlaştırılması ve üretici kooperatiflerinin güçlendirilmesinden geçtiği görüşünde.



Muhammet Burak Özçiğdem
Yönetim Kurulu Üyesi

Rising Wave in the Nut Sector: Turkey's Strength, Tomorrow's Strategy

For thousands of years, hazelnuts, pistachios, almonds and walnuts have been cultivated in the fertile lands of Anatolia. They are not only staples of Turkish cuisine but also integral to our cultural heritage. Today, these traditional flavors combined with modern production techniques remain among Turkey's strategic agricultural and food products. Their journey from local tables to global markets reflects both a deep rooted legacy and an innovative vision.

Evolving Consumer Habits in the Domestic Market

Nut consumption in Turkey has undergone a major transformation over the past decade. Once reserved for holidays, weddings or special guests, nuts are now a daily staple.

The healthy living trend has boosted demand for unsalted, raw and additive-free products.

Packaged and hygienic options have become the top choice, especially in big cities.

Branded products have risen as the strongest guarantee of consumer trust.

This transformation marks a new era where not only taste but also freshness, quality, sustainability and brand reliability determine competitiveness.

Agricultural Production's Tough Test

Nut cultivation is one of the most climate sensitive agricultural activities. Turkey leads the world in hazelnuts, ranks in the top three for pistachios and is the undisputed leader in apricots. However, recent frosts and droughts have caused major harvest losses, particularly in the Black Sea and Southeastern Anatolia regions. Irregular rainfall patterns also affect product quality, while rising input costs continue to shrink producer margins.

Industry representatives agree that solutions lie in climate adapted farming techniques, modern irrigation investments, the promotion of drought resistant varieties and stronger producer cooperatives.

Küresel Arenada Türkiye

Dünya kuruyemiş pazarının hacmi her yıl artış gösteriyor ve talep giderek çeşitleniyor. Türkiye, fındık ve kayısıda liderliğini korusa da badem, ceviz ve kaju gibi bazı ürünlerde ithalatçı konumda.

Küresel rekabette öne çıkmak için:

- Markalaşma ve coğrafi işaret tescillerinin yaygınlaştırılması,
- Katma değerli ürünlerin (paketli atıştırmalıklar, kaplamalı kuruyemişler, enerji barları vb.) geliştirilmesi,
- ABD, Çin ve Körfez ülkeleri gibi yüksek alım gücüne sahip ülkelerde tanıtım faaliyetlerinin artırılması gibi stratejik konulara öncelik verilmeli.

Yarın İçin Yeni Vizyon

Önümüzdeki 5-10 yıl, kuruyemiş sektöründe dijitalleşme, inovasyon ve sürdürülebilirliğin hiç olmadığı kadar belirleyici olacağı bir dönem olacak. Örneğin:

- E-ticaret ve e-ihracat, üreticinin aracısız şekilde dünya pazarlarına ulaşmasını kolaylaştıracak.
- AR-GE yatırımları, hem raf ömrü uzun hem de özel beslenme trendlerine uygun yeni ürünlerin önünü açacak.
- Sürdürülebilirlik sertifikaları, özellikle Avrupa pazarında ihracatın vazgeçilmez koşulu hâline gelecek.

Türkiye güçlü üretim potansiyeli, zengin ürün çeşitliliği ve artan küresel talep ile geleceğe umutla bakıyor. Ancak elbette kuruyemiş sektörünün başarısı yalnızca üretim miktarına değil; markalaşmaya, sürdürülebilirliğe ve yenilikçi pazarlama stratejilerine de bağlı olacak. Anadolu'nun bereketinden doğan bu lezzetler, doğru adımlarla dünyanın dört bir yanında daha güçlü bir şekilde var olmaya devam edecek.

Turkey on the Global Stage

The global nut market continues to grow in both size and variety of demand. While Turkey maintains leadership in hazelnuts and apricots, it remains an importer of almonds, walnuts and cashews.

To stand out in global competition, Turkey must prioritize:

- Expanding branding and geographical indication registrations
- Developing value added products (packaged snacks, coated nuts, energy bars, etc.)
- Increasing promotional activities in high purchasing power markets such as the US, China, and Gulf countries

A New Vision for Tomorrow

The next 5-10 years will be defined by digitalization, innovation and sustainability in the nut sector. For example:

- E-commerce and e-export will allow producers to reach global markets directly.
- R&D investments will pave the way for products with longer shelf life and alignment with special nutrition trends.
- Sustainability certifications will become a non-negotiable requirement for exports, particularly to the European market.

With its strong production potential, product diversity and growing global demand, Turkey looks to the future with confidence. Yet the success of the nut sector will depend not only on production volume but also on branding, sustainability and innovative marketing strategies. Born from the abundance of Anatolia, these flavors will continue to strengthen their presence across the globe with the right steps.



Antep Fıstığında “Yok Yılı” Fiyatları İkiye Katladı

Bu yıl Güneydoğu’da yaşanan kuraklık, Antep fıstığında “yok yılı”na neden oldu. Rekolte düşüklüğü fiyatları ikiye katladı. Geçen yıl kilosu 100-110 TL arasında olan Yaş Boz Antep Fıstığı, bu yıl 230-250 TL’den işlem gördü. Düşük rekolte nedeniyle baklavalık ve iç fıstığın kilogram fiyatı ise 2.000 TL yaklaştı. Kırmızı Kabuklu Antep Fıstığı için geçen yıl 200-220 TL aralığında olan fiyat bu yıl 480-530 TL’ye kadar çıktı. Kavrulmuş Antep Fıstığı fiyatları 800-900 TL arasında seyretti. Kırmızı iç fıstığın kilogram fiyatı ise 1.100-1.200 TL’ye yükseldi.

Çiftçiler bu seneki şiddetli kuraklıktan dolayı fıstık ağaçlarında yeterince “karagöz” açmadığını söylüyor. Bir sonraki yılın mahsulünü belirleyen karagözlerin az oluşu 2026 yılı için de Antep fıstığında rekolte beklentisini düşürüyor.



**Ertuğrul
Bozhüyük**
Yönetim Kurulu
Üyesi

A “Low-Yield Year” Doubled Pistachio Prices

This year’s severe drought in Southeastern Turkey led to a “low-yield year” for pistachios, doubling prices. While last year fresh pistachios sold for 100–110 TL per kilo, this year they reached 230–250 TL. Due to the reduced harvest, pistachios for baklava and shelled pistachios neared 2,000 TL per kilo. Red-shelled pistachios, which were 200–220 TL last year, rose to 480–530 TL. Roasted pistachios ranged from 800–900 TL, while red kernel pistachios reached 1,100–1,200 TL per kilo.

Farmers report that the drought prevented pistachio trees from producing enough “karagöz” buds, which determine the following year’s harvest. The low number of buds suggests that yield expectations for 2026 are also declining.



Tohum ve Kuruyemiş Temizleme ve İşleme Teknolojilerinde Yapay Zekânın Önemi

Gıda güvenliğinin ve tarımsal kalite standartlarının her geçen gün daha da önem kazandığı günümüzde, tohum ve kuruyemiş sektörleri teknolojiyle yakın bir iş birliği içerisinde dönüşüm geçiriyor. Bu dönüşümün merkezinde ise **yapay zekâ (YZ) teknolojileri** yer alıyor. Özellikle temizleme ve işleme aşamalarında yapay zekâ destekli sistemler, ürün kalitesini artırmakla kalmıyor, aynı zamanda verimliliği, sürdürülebilirliği ve müşteri memnuniyetini de üst seviyeye taşıyor.

Geleneksel Yöntemlerin Sınırları

Tohum ve kuruyemişlerin temizlenmesi ve işlenmesi sürecinde geleneksel makineler, genellikle sınırlı görsel tanıma sistemleri ve manuel ayarlamalarla çalışır. Bu da homojen olmayan ürün ayrımı, düşük hata tespiti, zaman kaybı ve insan hatasına açık üretim süreçlerine yol açar. Özellikle yüksek hacimli üretim yapan firmalar için bu durum ciddi kalite kayıplarına neden olabilir.

Yapay Zekânın Sürece Entegre Edilmesi

Yapay zekâ teknolojileri, bu sorunlara çözüm olarak yüksek çözünürlüklü kameralar, görüntü işleme algoritmaları ve makine öğrenmesi modelleriyle donatılmış sistemleri kullanıma sunar. Bu sistemler, tohum veya kuruyemişlerin fiziksel özelliklerini (renk, şekil, boyut, yüzey kusurları) saniyeler içinde analiz ederek sınıflandırma, ayıklama ve yönlendirme kararları alabilir.

Öne Çıkan Kullanım Alanları:

- Renk ve Yüzey Ayrımı:** YZ destekli renk ayırıcı makineler, fındık, badem, ay çekirdeği, leblebi, ceviz gibi kuruyemişlerde ve çeşitli tohumlarda renk farklılıklarını yüksek doğrulukla ayırabilir.
- Yabancı Madde Tespiti:** Taş, kabuk, plastik, metal, zararlı böcek kalıntıları gibi istenmeyen maddeler yapay zekâ algoritmaları ile tespit edilerek ürün hattından otomatik olarak çıkarılır.
- Kusurlu Ürün Ayıklama:** Küf, çürük, yanık, kırık ya da deformasyon içeren taneler hızlı ve hassas bir şekilde elenir.

The Importance of Artificial Intelligence in Seed and Nut Cleaning and Processing Technologies

In today’s world, where food safety and agricultural quality standards are becoming increasingly important, the seed and nut industries are undergoing a transformation in close collaboration with technology. At the heart of this transformation lies artificial intelligence (AI) technologies. Especially in the cleaning and processing stages, AI powered systems not only improve product quality but also enhance efficiency, sustainability, and customer satisfaction.

Limitations of Traditional Methods

In the cleaning and processing of seeds and nuts, traditional machines often operate with limited visual recognition systems and require manual adjustments. This results in inconsistent product separation, low defect detection rates, time loss, and production processes prone to human error. For companies engaged in largescale production, this can lead to significant quality losses.

Integrating Artificial Intelligence into the Process

AI technologies address these issues through systems equipped with high-resolution cameras, image processing algorithms, and machine learning models. These systems can analyze the physical properties of seeds or nuts (such as color, shape, size, and surface defects) within seconds, enabling classification, sorting, and routing decisions.

Key Applications

- Color and Surface Sorting:** AI-powered color sorters can accurately separate color variations in nuts such as hazelnuts, almonds, sunflower seeds, chickpeas, and walnuts, as well as in various seeds.
- Foreign Object Detection:** Undesirable materials such as stones, shells, plastics, metals, and harmful insect residues are detected by AI algorithms and automatically removed from the product line.
- Defective Product Removal:** Moldy, rotten, burnt, broken, or deformed pieces are quickly and precisely eliminated.

- **Sınıflandırma:** Ürünler kaliteye göre sınıflandırılarak farklı pazarlara, fiyat aralıklarına ve kullanım alanlarına göre yönlendirilir.
- **Gerçek Zamanlı Adaptasyon:** Makine öğrenimi algoritmaları, üretim sırasında gelen verileri analiz ederek sistemin zamanla daha doğru çalışmasını sağlar.

Sektöre Sağladığı Avantajlar

Yapay zekâ destekli tohum ve kuruyemiş işleme sistemleri, üreticilere önemli avantajlar sunar:

- ✓ %98'in üzerinde doğrulukla ürün ayıklama
- ✓ İş gücü maliyetlerinde ciddi azalma
- ✓ Daha kısa sürede daha yüksek üretim kapasitesi
- ✓ İzlenebilirlik ve dijital raporlama
- ✓ İhracata uygun yüksek kaliteli ürün tespiti
- ✓ İnsan sağlığına uygun güvenli gıda üretimi

Sürdürülebilirlik ve Gelecek Perspektifi

Yapay zekâ teknolojileri yalnızca kaliteyi değil, aynı zamanda enerji verimliliğini ve atık yönetimini de optimize eder. Gereksiz ayıklamaların önlenmesi, daha az enerji kullanımıyla işlenmiş ürün elde edilmesini sağlar. Bu da hem doğaya hem de üreticiye kazanç olarak döner.

Gelecekte, yapay zekânın nesnelerin interneti (IoT), robotik sistemler ve büyük veri analitiği ile daha da entegre olması bekleniyor. Böylece, çiftlikten sofraya kadar olan sürecin her aşaması akıllı sistemlerle yönetilecek.

Sonuç

Tohum ve kuruyemiş sektöründe yapay zekânın kullanımı, sadece teknolojik bir yenilik değil, aynı zamanda kalite, güvenlik ve sürdürülebilirlik açısından da büyük bir gereklilik hâline gelmiştir. Bu sistemler sayesinde, üreticiler küresel rekabet ortamında öne çıkarken tüketicilere de güvenli ve yüksek kaliteli ürünler sunulmaktadır.

- **Grading:** Products are classified by quality and directed to different markets, price ranges, and usage areas.
- **Real Time Adaptation:** Machine learning algorithms analyze incoming production data, enabling the system to operate more accurately over time.

Advantages for the Industry

AI-powered seed and nut processing systems offer significant benefits for producers:

- ✓ Product sorting accuracy above 98%
- ✓ Significant reduction in labor costs
- ✓ Higher production capacity in less time
- ✓ Traceability and digital reporting
- ✓ Identification of high-quality products suitable for export
- ✓ Safe food production that meets health standards

Sustainability and Future Outlook

AI technologies not only improve quality but also optimize energy efficiency and waste management. By preventing unnecessary sorting, they enable processed products to be obtained with lower energy consumption benefiting both the environment and producers.

In the future, AI is expected to become even more integrated with the Internet of Things (IoT), robotics, and big data analytics. This will allow every stage of the process, from farm to table, to be managed by intelligent systems.

Conclusion

The use of AI in the seed and nut industry is not just a technological innovation it has become a necessity in terms of quality, safety, and sustainability. Thanks to these systems, producers can stand out in the global competitive environment while offering consumers safe and high quality products.

Kaliforniya Cevizleri: Türkiye'nin Büyüyen Ceviz Pazarı İçin Güvenilir Bir Ortak

Kaliforniya onlarca yıldır, dünya genelindeki seçici pazarlara üstün kaliteli ceviz tedarikinde altın standart konumunu korumaktadır. Besleyici içeriklere yönelik artan tüketici talebi ve dinamik gıda sektörüyle Türkiye, perakende, fırıncılık ve şekerleme, gıda hizmetleri ve gıda işleme alanlarında güvenilir kalite sunan Kaliforniya cevizlerine her geçen gün daha fazla yönelmektedir.

Yaklaşık 70 tedarikçi ve çoğu nesillerdir bu işi yapan aile çiftliklerinden oluşan 3.700'den fazla üretici tarafından temsil edilen Kaliforniya ceviz endüstrisi; yenilikçilik, mükemmellik, titiz kalite kontrol, gıda güvenliği ve müşteri memnuniyetine derin bağlılık konularında güçlü bir itibar inşa etmiştir. Türk alıcılar, yalnızca üstün lezzet ve doku değil, aynı zamanda tüketicilerin talep ettiği sağlık ve beslenme faydaları açısından da Kaliforniya cevizlerine güvenebilir.

2024/25 sezonu için küresel ceviz üretimi kabuklu bazda 2,6 milyon metrik ton olarak gerçekleşmiş olup, 2025/26 sezonunda bu miktarın 2,76 milyon metrik tona ulaşması beklenmektedir. Büyümenin Kaliforniya ve diğer ülkelerden kaynaklanacağı öngörülmektedir. Kaliforniya (ABD) %22'lik payıyla hâlâ dünyanın ikinci büyük üreticisidir ve son birkaç yılın en düşük stok devrini beklemektedir. Bu yılki hasat Eylül ayında başlayacak olup, ilk tahminler 2024'teki daha küçük hasat ile 2023'teki rekor hasat arasında, orta büyüklükte bir ürün beklentisini göstermektedir. Resmî ürün tahmini 4 Eylül 2025'te açıklanacaktır.

Bu toparlanma; ideal ilkbahar ve yaz koşulları, yenilenmiş toprak nemi ve Chandler gibi ana çeşitlerde güçlü çiçeklenme ile desteklenmektedir. Kaliforniya'nın sıcak, kuru yazlar ve serin, yağışlı kışlarla karakterize Akdeniz iklimi, ceviz yetiştiriciliği için biçilmiş kaftandır. Eyaletin verimli ve iyi drene edilmiş toprakları, derin köklü ceviz ağaçlarının gelişmesi için mükemmel koşullar sunar. Son üç yıldaki elverişli yağış ve kar örtüsü sayesinde, Kaliforniya ceviz bahçeleri 2025 sezonuna yenilenmiş su rezervleri ve erken gelişim için ideal sıcaklıklarla girmiştir. Sektör uzmanları, güçlü verim ve mükemmel ceviz kalitesi öngörerek iyimser bir tablo çizmektedir. Bu, küresel dalgalanmalar karşısında güvenilir kalite ve tedarik arayan Türk alıcılar için sevindirici bir haberdir.



California Walnuts: A Trusted Partner for Türkiye's Growing Walnut Market

For decades, California has stood as the gold standard in supplying premium-quality walnuts to discerning markets around the globe. Türkiye, with its dynamic food industry and growing consumer demand for nutritious ingredients, has increasingly turned to California walnuts as a dependable source for the retail, baking and confectionery, foodservice, and food processing sectors, delivering reliable quality year after year.

The California walnut industry, represented by approximately 70 handlers and over 3,700 growers of which many are multi-generational family farms, has built a reputation for innovation and excellence, backed by rigorous quality control, food safety, and a deep commitment to customer satisfaction. Turkish buyers can rely on California walnuts to deliver not only for their superior taste and texture but also the health and nutritional benefits that consumers demand.

For the 2024/25 season, global walnut production was 2.6 million metric tons on an in-shell basis, with the 2025/26 season anticipated to reach 2.76 million metric tons, with growth coming from California and other nations. California (USA) continues to be the second largest producer (22%) and anticipates the smallest carry out from the prior season in several years. This year's harvest begins in September with an initial forecast to deliver a mid-sized crop somewhere between this year's smaller 2024 harvest and the 2023 record setting one. The official crop estimate is scheduled to be announced on September 4, 2025.

This resurgence is driven by ideal spring and summer conditions, replenished soil moisture, and a strong bloom across key varieties like Chandler. California's Mediterranean climate—characterized by warm, dry summers and cool, wet winters—is tailor-made for walnut cultivation. The state's fertile, well-drained soils provide optimal conditions for deep-rooted walnut trees to thrive. Following three years of favorable rainfall and snowpack, California walnut orchards entered the 2025 season with replenished water reserves and ideal temperatures for early development. Industry experts are optimistic, predicting a strong yield and excellent nut quality. This is welcome news for Turkish buyers seeking reliable quality and supply amid global fluctuations.



Son yıllarda Türkiye'nin gıda sektörü, süt ürünleri içermeyen, et içermeyen, daha sağlıklı atıştırmalıklar ve glutensiz ürünler gibi tüketici trendlerini takip eden yeni ürünlerde Kaliforniya cevizi heyecan verici şekillerde kullanmaya başlamıştır. Bu yeniliklerden bazıları şunlardır:

- Ceviz bazlı soslar (chutney'ler, sirke ve domates bazlı soslar dahil),
- Mini köfteler ve soslar gibi bitki bazlı et alternatifleri,
- Taşınabilirlik ve atıştırmalık amacıyla çeşitli tek porsiyon şekillerinde ceviz içeren kahvaltılık gevrek ve enerji barları.

Bu yenilikler, Türkiye'nin değişen tüketici tercihlerinin bir yansımasıdır ve Kaliforniya ceviz endüstrisi, cevizin sağlık ve beslenme faydalarını ve mutfaktaki çok yönlülüğünü aktif şekilde tanıtmaktadır.

Türkiye, küresel pazarda kabuklu cevizlerin önemli bir ithalatçısı olmaya devam ederken, Kaliforniya tutarlı kalite ve hizmetiyle öne çıkan en önemli tedarikçilerden biridir.

2025 yılı için umut vadeden ürün beklentisi, ideal yetiştirme koşulları ve mükemmellik mirası ile Kaliforniya cevizleri, Türkiye'nin bugünkü ve gelecekteki ihtiyaçlarını karşılamak için güçlü bir konumdadır. Hasat sezonu öncesinde Türk ithalatçıları, tedarikçilerle şimdiden iletişime geçmeye davet ediyoruz.



Türkiye's food industry has embraced California walnuts in exciting new ways over recent years with product introductions embracing consumer trends such as dairy-free, meat-free, healthier snacks and gluten-free. A few examples include:

- Walnut-based sauces including chutneys, vinegars and tomato-based,
- Plant-based meat alternatives such as mini "meat"balls and sausages,
- Cereal and energy bars featuring walnuts in a variety of single serve shapes for portability and snacking.

These innovations reflect Türkiye's evolving consumer preferences, and the California walnut industry actively promotes the health and nutritional benefits of walnuts and their culinary versatility.

As Türkiye continues to be a key importer of in-shell walnuts in the global marketplace, California remains a top supplier, valued for its consistent quality and service.

With a promising 2025 crop, ideal growing conditions, and a legacy of excellence, California walnuts are well-positioned to meet Türkiye's needs—today and into the future. We encourage Turkish importers to contact suppliers today, ahead of the harvest season.



2025–2026 Sezonu Kaliforniya Badem Sektörü için Olumlu Seyrediyor

Son birkaç yıldır yaşanan zorluklar karşısında Kaliforniya'daki badem üreticileri ne dirençli olduklarını gösterdi ve bu ürün yılında da olumlu gelişmeler devam ediyor.

Aralık ayında Sacramento'da düzenlenen 52. Badem Konferansı, sektördeki umutlu havayı yansıtıyordu. Üreticilerin, sektör temsilcilerinin ve Kaliforniya Badem Kurulu'nun (ABC) çabaları sonuç veriyor; büyüme, yeni fırsatlar ve daha güçlü bir gelecek ortaya çıkıyor.

ABC Başkanı ve CEO'su Clarice Turner konuşmasında şunları söyledi:

"Yönetim kurulu, komitelerimiz ve ABC ekibi olarak dört stratejik önceliğe odaklanıyoruz; Küresel talebi artırmak, ticaret ve mevzuat açısından uygun bir ortam sağlamak, sektörün değerini en üst düzeye çıkarmak ve Badem Kurulu'nun değerini güçlendirmek."

10–12 Aralık 2025 tarihlerinde yine Sacramento'da yapılacak olan 53. Badem Konferansı'na dünyanın dört bir yanından alıcılar ve işlemeciler davetli.

Ekonomik Durum

Sektör hâlâ tamamen rahatlamış olmasa da talep artmaya başladı. 2023-2024 ürün yılında, üretilenden yaklaşık 300 milyon pound daha fazla badem satıldı. Stok miktarı 2019'dan beri görülmeven seviyelere, 500 milyon poundun altına düştü.

2025 yılında ise piyasa, ABD'nin ticaret ve ekonomi politikalarındaki değişimlerden ve tüketici harcamalarındaki hareketlerden etkileniyor.

Piyasa Koşulları

Talep artıyor ancak ekim alanı küçülüyor. 2025 Land IQ raporuna göre verimli arazilerde küçük bir artış var ama toplam badem ekim alanı üst üste üçüncü yılda da azaldı. Ayrıca üretim giderek kuzeye kayıyor; en yüksek verimin alındığı Güney Vadisi'nde hasat daralmaya devam ediyor.



California Almond Industry Sees Positive Momentum in 2025–2026 Crop Year

The resilience of California almond growers has shined through over the last few years of hardship, and this crop year is continuing to bring favorable changes pointing in the right direction.

Industry events, including the 52nd Annual Almond Conference held in Sacramento in December, reflected a renewed sense of optimism. The collective grassroots efforts of growers, industry members, and the Almond Board of California (ABC) are showing results — creating growth, opportunity, and a stronger outlook for California almonds.

"The board, our committees, and our team at the Almond Board are very focused on our four strategic priorities: Driving global demand, supporting a favorable trade and regulatory environment, maximizing our industry's value and optimizing the Almond Board's value," said Clarice Turner, president and CEO of ABC, in her State of the Industry address. The 53rd Annual Almond Conference will be held in Sacramento from December 10-12, 2025. Buyers and processors from around the globe are welcome to attend.

Today's Economic Landscape

While the industry is not completely out of the woods, healthy demand is on the rise. In the 2023–2024 crop year, the industry sold roughly 300 million pounds more than what was produced. Carryout levels fell below 500 million pounds — a number not seen since 2019.

Now in 2025, market conditions are influenced by shifting federal trade and economic policies and analysts expect changes in personal spending and more.

Market Conditions

Demand continues to improve, but almond acreage is trending downward. The 2025 Land IQ Initial Acreage Estimate showed a small bearing acreage increase, yet a third consecutive year of an overall almond acreage decrease. Regionally, production is shifting north as harvest in the South Valley — traditionally home to the highest yields — continues to shrink.



Ticaret İlişkileri

Jeopolitik belirsizliklere rağmen ihracat pazarlarında talep güçlü. Geçen yılın başında Orta Doğu ve Güneydoğu Asya'ya yapılan ihracat hızla arttı ve Türkiye artık Kaliforniya bademleri için en büyük beş pazardan biri haline geldi.

Bu ilişkileri sürdürmek ve diğer bölgelerde yaşanan ticaret sorunlarını çözmek ABC için öncelikli. Kuruluş, hem uluslararası ortaklarla ilişkileri geliştirmek hem de karar vericilere doğru veriler sunmak için küresel bir ticaret stratejisi hazırladı.

ABC, son iki yıldır Antalya'daki Tüksiad Konferanslarını destekledi ve gelecekte bu iş birliğini daha da güçlendirmeyi planlıyor.

Yenilik ve Pazarlama

Badem hâlâ çok yönlü ve talep gören bir ürün. 2024 yılında dünya genelinde 14.000'den fazla yeni gıda ürünüde badem kullanıldı.

ABC, bademleri gıda sektörünün gündeminde tutmak için şefler, eğitimciler ve gastronomi okullarıyla birlikte çalışıyor. Sağlık odaklı tüketim artmaya devam ediyor ve yeni araştırmalar, bademlerin spor sonrası kas onarımına yardımcı olduğunu gösteriyor.

Rekabet Gücü

Kaliforniya badem sektörü 170 yılı aşkın süredir değişimlere uyum sağlıyor. Zorluklar devam etse de, ABC üreticilere kârlılığı ve sürdürülebilirliği koruyacak veriler, araçlar ve pazar bağlantıları sunuyor.

Turner şöyle diyor:

“Doğru ürüne, doğru yerde ve doğru zamanda sahibiz. Yeni ürünler, yeni pazarlar, yenilikler ve ortaklıklarla Kaliforniya bademlerinin dünya çapındaki talebini artırmaya hazırız.”

Fostering Relationships on the Trade Front

Even with ongoing geopolitical uncertainty, demand has remained strong in key export markets. Early in last year's crop year, shipments climbed sharply in the Middle East and Southeast Asia, and Turkey has now risen to a top five market for California almonds.

Maintaining these relationships — and addressing trade and technical issues in other key regions — remains a top priority for ABC. The organization has developed a global trade strategy to strengthen ties with international partners and equip policymakers with the data they need to make informed decisions.

ABC supported Tüksiad's Annual Conferences in Antalya for the past two years and looks forward to developing an even stronger relationship with Tüksiad members going into the future!

Expanding Innovation and Marketing Programs

Almonds remain a versatile and in-demand ingredient. In 2024, almond ingredients were included in more than 14,000 new food products worldwide.

To keep almonds top of mind with food industry leaders, ABC is partnering with chefs, educators, and culinary institutions to explore new applications. Health remains the top driver for almond consumption, and ABC is leveraging new research showing almonds aid muscle recovery after exercise.

Staying Competitive

For more than 170 years, California's almond industry has proven its adaptability. While challenges will persist, ABC is equipping growers with data, tools, and market connections to ensure almond farming remains profitable and sustainable.

“I firmly believe that we have the right product in the right place at the right time, and we are well positioned to grow demand around the world for California almonds with new products, new markets, new innovations, and new partnerships,” Turner said.

Bademin Sağlığımıza Faydaları

Karşınızda güçlü badem: lezzetli, cıtır cıtır ve üstelik sağlıklı! Yüksek oranda E vitamini içerir, bu da hücreleri oksidatif strese karşı korumaya katkıda bulunur. Ayrıca tekli doymamış yağ içerir, bu da kardiyovasküler sağlığı iyileştirebilir. Badem; lif, B2 vitamini, kalsiyum, magnezyum, fosfor, potasyum, çinko, bakır ve manganaz açısından da zengindir. Aynı zamanda protein, B1 vitamini, B3 vitamini ve demir kaynağıdır.

Kaliforniya Badem Kurulu'na göre, bu kuruyemişin kalp sağlığı, kilo yönetimi, diyabet hatta cilt sağlığı gibi çeşitli faydalarla bağlantısını gösteren 200'den fazla bilimsel yayın bulunmaktadır. Bu da bademi en sağlıklı ve en çok araştırılmış gıdalardan biri yapmaktadır. Dünyanın önde gelen sağlık ve beslenme uzmanlarının hazırladığı hakemli yeni bir konsensüs raporunda, neredeyse 30 yıllık badem araştırmaları incelenmiş ve günlük badem tüketiminin kalp sağlığını, kilo yönetimini ve bağırsak mikrobiyotasını destekleyen kanıtlanmış bir strateji olduğu konusunda fikir birliğine varılmıştır ki bunların hepsi genel sağlığın temel bileşenleridir.

Kalp Sağlığı

Kanıtların detaylı incelenmesinin ardından bilim insanları, günlük badem tüketiminin LDL kolesterolü ve diyastolik kan basıncını düşürerek kalp sağlığını olumlu etkileyebileceği sonucuna varmıştır. 2016'da yayınlanan bir meta-analiz, toplam 837 katılımcıyla yapılan 18 randomize kontrollü çalışmayı incelemiş ve badem tüketiminin toplam kolesterol, düşük yoğunluklu lipoprotein kolesterol (damarlarda biriken “kötü” kolesterol) ve trigliseritlerde önemli bir düşüşle ilişkili olduğunu, yüksek yoğunluklu lipoprotein kolesterol (“iyi” kolesterol) seviyelerinde ise değişiklik olmadığını bulmuştur.

2020'de yapılan bir randomize kontrollü çalışma, tipik atıştırmalıklar yerine bütün badem tüketmenin kalp atış hızı değişkenliğini ve dolayısıyla zihinsel stres dönemlerinde kardiyovasküler hastalık riskini azaltıp azaltmadığını incelemiştir. Araştırmacıların, kardiyovasküler hastalık geliştirme riski ortalamasının üzerinde olan 30-70 yaş arası 105 kadın ve erkek katılımcıyla yaptıkları çalışmada, katılımcılar enerji ihtiyaçlarının yüzde 20'sini muffinlerden veya bademlerden sağlamışlardır. (2000 kcal'lık bir diyet için günde 5 muffin veya 63 gr badem). Yatar pozisyonunda kalp atış hızı ve değişkenliği, başlangıçta ve altı hafta



*Elena Hemler
Beslenme
Araştırma
Programı Lideri*

Health Benefits of Almonds

Behold the mighty almond: tasty, crunchy... and healthy! It is high in vitamin E, which contributes to the protection of cells from oxidative stress, and monounsaturated fat, which may improve cardiovascular health. Almonds are also high in fiber, vitamin B2, calcium, magnesium, phosphorus, potassium, zinc, copper and manganese, and are a source of protein, vitamin B1, vitamin B3 and iron.

According to the Almond Board of California, there are over 200 scientific publications linking these nuts to various health benefits, in areas such as heart health, weight management, diabetes —and even skin health! This makes almonds one of the healthiest, most researched foods.

In a new peer-reviewed consensus paper a group of the world's leading health and nutrition experts reviewed nearly 30 years of almond research and unanimously agreed that eating almonds daily is a proven strategy to support overall heart health, weight management, and the gut microbiome – all of which are key components of overall health.

Heart Health

After a thorough review of the evidence, the scientific experts concluded that eating almonds daily may positively impact heart health by reducing LDL-cholesterol and reducing diastolic blood pressure. A meta-analysis published in 2016 looked at 18 randomized controlled trials with a total of 837 participants and found that almond consumption was associated with a significant reduction in total cholesterol, low-density lipoprotein cholesterol (the “bad” cholesterol that builds up in the arteries) and triglycerides, with no change in levels of high-density lipoprotein cholesterol (the “good” cholesterol that may protect the heart).

A randomized controlled trial from 2020 examined whether snacking on whole almonds instead of typical snacks could improve heart rate variability —and thus reduce the risk of cardiovascular disease— during periods of mental stress. Researchers recruited 105 men and women (30-70 years-old) with above-average risk of developing cardiovascular disease and provided them with 20% of their estimated energy requirements from muffins or almonds, which for a 2,000 kcal diet equates to five muffins or 63 g of almonds per day. Supine heart rate and heart rate

sonra hem dinlenme hem de zihinsel stres sırasında ölçülmüştür. Bulgular, muffin yerine bütün badem tüketmenin kalp atış hızı değişkenliği parametrelerini iyileştirdiğini ve dolayısıyla kalp fonksiyonunu geliştirebileceğini göstermiştir.

Kilo Kontrolü

Araştırmalar, beslenme diyetlerine badem eklenen kişilerin fazladan kilo almayabileceklerini ve ayrıca bademin kalori kısıtlamalı kilo verme diyetlerine de uygun olduğunu göstermektedir. Hatta daha yüksek badem tüketimi (günde en az 50 gr) hafif kilo kaybıyla ilişkili olabilir. Ayrıca badem, tokluk hissini artıran özelliklere sahiptir, bu da öğün aralarında açlığı bastırmaya yardımcı olabilir.

Daha yakın zamanda, 2023'te yapılan randomize kontrollü bir çalışmada, fazla kilolu veya obez 140 yetişkinin badem tükettikten sonraki iştah düzenleyici hormonları ve öznel iştah puanları incelenmiştir. Bulgular, badem tüketenlerin yüzde 47 daha düşük C-peptid yanıtına (insülin duyarlılığını artırabilir), yüzde 39 daha yüksek glukagon ve yüzde 44 daha yüksek pankreatik polipeptid yanıtına sahip olduğunu göstermiştir, bunlar beyne tokluk sinyalleri gönderen ve sindirimi yavaşlatan hormonlardır.

Diyabet

2020'de yapılan bir randomize kontrollü çalışma, badem bazlı düşük karbonhidratlı bir diyetin, tip 2 diyabetli 45 hastada depresyon ve glikometabolizma üzerine etkilerini incelemiştir. Son 2-3 aydaki ortalama kan şekeri düzeyi ile ölçülen depresyon göstergeleri ve glikolize hemoglobin (HbA1c) badem tüketen katılımcılarda önemli ölçüde iyileşmiştir. Daha yakın tarihli araştırmalar, büyük öğünlerden önce küçük bir porsiyon badem yemenin, prediyabeti olan ve fazla kilolu/obez kişilerin kan şekeri seviyelerini kontrol etmeye yardımcı olabileceğini ve hatta bazı hastalarda prediyabeti tersine çevirebileceğini öne sürmektedir.

Bademin Sağlığımıza Diğer Faydaları

Bademin, bağırsak sağlığı dahil olmak üzere birçok daha az bilinen faydası bulunmaktadır. Cilt bakımı alanında badem tüketimi, kırıksıklık şiddetinin azalması ve UVB fotohasarına karşı daha iyi koruma ile ilişkilendirilmiştir. Spor beslenmesi araştırmaları, bir ay boyunca günlük badem tüketiminin egzersiz sonrası toparlanmayı desteklediğini, egzersiz sonrası yorgunluk ve gerginliği azalttığını, bacak/sırt gücünü artırdığını, ruh halini iyileştirdiğini ve kas hasarını azalttığını öne sürmektedir.

variability were measured at rest and during mental stress, at the beginning of the study and six weeks later. The findings showed that snacking on whole almonds instead of muffins improved heart rate variability parameters, and therefore may improve cardiac function.

Weight Management

Research has shown that almonds can be added to a person's diet without the risk of weight gain and are also suitable for inclusion in calorie-restricted weight loss diets. In fact, higher almond consumption (at least 50g or 1.8 oz. per day) may be associated with slight weight loss. Moreover, almonds have satiating properties that promote feelings of fullness, which may help keep hunger at bay between meals.

More recently, a randomized controlled trial from 2023 involving 140 overweight or obese adults examined how appetite-regulating hormones and self-reported appetite ratings change after consuming almonds versus a calorie-matched carbohydrate-rich snack bar. The findings showed that those who consumed almonds experienced 47% lower C-peptide responses, which can improve insulin sensitivity, as well as 39% higher glucagon and 44% higher pancreatic polypeptide responses —hormones responsible for sending satiety signals to the brain and slowing digestion.

Diabetes

A randomized controlled trial from 2020 explored how an almond-based low-carbohydrate diet may affect depression and glycometabolism in 45 type 2 diabetic patients. Indicators for depression and glycosylated hemoglobin (HbA1c) —a measure of average blood sugar levels over the past 2 to 3 months— were significantly improved for participants in the almond group. More recently, research has suggested that eating a small serving of almonds before major meals may help to control blood sugar levels in people with prediabetes and overweight/obesity and even reverse prediabetes in some patients.

Additional Health Benefits of Almonds

Almonds are also associated with numerous lesser-known benefits, including in the area of gut health. In the realm of skin care, almond consumption has been associated with decreased wrinkle severity and improved protection against UVB photodamage. Sports nutrition research has suggested that daily ingestion

Bademler

ANAHTAR GERÇEKLER
SAĞLIKLI HÜCRELER Badem, oksidatif strese karşı hücrelerin korunmasına katkıda bulunan E vitamini açısından zengindir.
SAĞLIKLI KALP Bu lezzetli kuruyemiş aynı zamanda tekli doymamış yağ açısından da zengindir bu da kardiyovasküler sağlığı iyileştirebilir.
YÜKSEK ORANDA Lif, B2 vitamini, kalsiyum, magnezyum, fosfor, potasyum, çinko, bakır ve mangan
İÇERİR Protein, B1 vitamini, B3 vitamini ve demir

BADEMLİ TARİFLER

Bal Kabağı, Badem ve Kuru Kayısı Çorba

Malzemeler:

- 4 yemek kaşığı zeytinyağı
- 1 diş sarımsak
- 140 g soğan
- 1 tatlı kaşığı toz tarçın
- ½ tatlı kaşığı toz zerdeçal
- 740 g bal kabağı
- 50 gr kuru kayısı (geceden ıslatılmış)
- 84 g beyaz badem (geceden ıslatılmış)
- 150 ml su
- 1 yemek kaşığı deniz tuzu

Yapılışı:

- Sarımsağı soyup dörde bölün.
- Soğanı ve bal kabağını soyup küp şeklinde doğrayın.
- Kuru kayısı ve bademleri yıkayıp süzün.
- Bir tencerede yağı ısıtın, sarımsak ve soğanı 2-3 dakika soteleyin.
- Baharatları ekleyip karıştırın.
- Bal kabağı, badem, kuru kayısı, su ve tuzu ekleyin.
- Kapağını kapatıp orta ateşte 35 dakika pişirin.
- Ocaktan alıp pürüzsüz bir kıvam elde edene kadar blenderdan geçirin.
- Üzerine karabiber ve doğranmış badem ekleyerek sıcak servis yapın.

of almonds for one month is associated with better recovery after exercise including reduced post-exercise fatigue and tension, higher levels of leg/back strength, improved mood and decreased muscle damage.

Almonds

KEY FACTS
HEALTHY CELLS Almonds are high in vitamin E, ¹ which contributes to the protection of cells from oxidative stress. ²
HEALTHY HEART This tasty nut is also high in monounsaturated fat, ¹ which may improve cardiovascular health. ³
HIGH IN Fiber, vitamin B2, calcium, magnesium, phosphorus, potassium, zinc, copper and manganese
SOURCE OF Protein, vitamin B1, vitamin B3 and iron

Butternut Squash, Almond and Dried Apricot Soup Ingredients:

- 4 tbsp olive oil
- 1 garlic clove
- 140 g onion
- 1 tsp ground cinnamon
- ½ tsp ground turmeric
- 740 g butternut squash
- 50 g dried apricots, soaked overnight
- 84 g white almonds, soaked overnight
- 150 ml water
- 1 tbsp sea salt

Method:

- Peel the garlic and cut into quarters.
- Peel the onion and butternut squash and cut into cubes.
- Wash and drain the dried apricots and almonds.
- In a pot, heat the oil and sauté the garlic together with the onion for 2-3 minutes.
- Add the spices and stir.
- Add the butternut squash, almonds, dried apricots, water and salt.
- Cover and cook over medium heat for 35 minutes.
- Turn off the heat and blend until you get a fine consistency.
- Serve hot with pepper and chopped almonds on top.

Kuruyemişler ve Sağlık:

Neden her gn 1 avu kuruyemiş tkettmeliyiz?

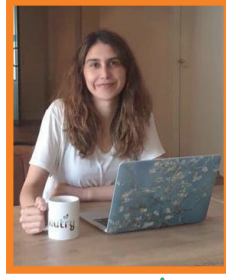
Kuruyemişler (badem, antep fıstığı, ceviz, kaju, fındık, vb.) kalp hastalığı riskini azaltmada, bağışıklık sistemini desteklemede rolü olan bir besin grubudur. İçerisinde bulunan diyet posası (lif), antioksidan, vitamin ve mineraller, sağlıklı yağlar ve protein içeriğiyle sağlık etkisini göstermektedir. Her bir kuru yemişin kendine ait yapısı, aroması ve besin profili vardır ve bu özelliklere göre tüketiciler beslenme alışkanlıklarına dahil ederler.

Beslenme programlarında kuru yemişler, beslenme profilleri ve karakteristik özelliklerine göre baklagiller ile aynı grupta kabul edilir. İçeriğindeki posa, bitkisel protein ve yağ içerikleri benzerdir. Kuru yemiş tüketiminde dikkat edilmesi gereken besin ögesi yağdır; ağırlık yönetiminde porsiyonu kişiye göre dikkat edilmelidir. Buna rağmen, günlük rutine doğru miktarda kuru yemiş eklemek, kuru yemişin posa miktarının fazla olması sebebiyle aynı zamanda sindirim faaliyetlerine de iyi gelmesini sağlıyor ve dolaylı olarak ağırlık kaybına da yol açabiliyor. Bu konuya yönelik badem tüketimi ile ilişkili yapılan bir çalışmada, 1 porsiyon (28 gram) badem 160-170 kalori sağlarken; içerdiği posa sebebiyle vücudun absorbe edebildiği (sindirebildiği) kalori miktarının 129 olabileceği belirtiliyor.

Buna karşın içerdiği magnezyum, E vitamini ve selenyum gibi ne çıkan vitamin ve mineraller ile sağlıklı bir ara öğün kaynağıdır.

Buna ek olarak kuru yemişler, vücutta hücre hasarı oluşmasını engelleyen ve buna yönelik vücutta üretilen maddelere (Serbest radikaller) karşı vücudu koruyan antioksidanları içerirler. Örneğin yapılan bir çalışmaya göre, ceviz veya badem yiyen kişiiler, yemeyenlere göre vücutlarındaki polifenol seviyesini artmış ve oksidatif hasarı azaltmıştır.

Kuru yemişlerin kolesterol değerlerini iyileştirdiğine dair çalışmalar da mevcuttur. Örneğin, antep fıstığı tüketimi ile trigliserid seviyelerinde azalma görülmüştür. Bu etkisinin, içerdiği tekli ve çoklu doymamış yağ örüntüsü sebebiyle oluşabildiği bilinmektedir. Bir başka çalışmaya göre, pekan cevizi tüketen kişiilerde, kötü kolesterol olarak bilinen LDL kolesterol seviyesi azalmıştır. Bu seviyenin azalması, kalp hastalığı riskini de azaltmaktadır. İçeriği sağlıklı yağlar, yüksek posa miktarı ile diyabet hastalığı (şeker hastalığı) zerinde de etkisi bulunur. Yine bu şekilde, kan şekeri ve kan basıncı seviyesini dzenleyebileceği belirtilmektedir.



Uzm. Dyt. İrem Yakışıklı
Genel Sekreter
Beslenme Enstits/
Gıda, İecek ve
Tarım Politikaları
Araştırmaları
Merkezi (GIFT)

Nuts and Health:

Why Should We Consume a Handful of Nuts Every Day?

Nuts (almonds, pistachios, walnuts, cashews, hazelnuts, etc.) are a food group that plays a role in reducing the risk of heart disease and supporting the immune system. With their content of dietary fiber, antioxidants, vitamins and minerals, healthy fats, and protein, they provide significant health benefits. Each type of nut has its own structure, flavor, and nutritional profile, and consumers incorporate them into their diets based on these features.

In nutrition programs, nuts are considered in the same group as legumes due to their nutritional profiles and characteristic properties. Their fiber, plant based protein and fat content are similar. The nutrient to pay particular attention to in nut consumption is fat; portion size must be carefully adjusted depending on individual weight management goals. However, adding the right amount of nuts into a daily routine can also improve digestion due to their high fiber content, which may indirectly support weight loss. In one study on almond consumption, a portion (28 grams) of almonds provides 160–170 calories, yet because of their fiber, the actual absorbable calorie amount by the body was reported to be around 129.

At the same time, nuts are a healthy snack source thanks to their outstanding vitamins and minerals such as magnesium, vitamin E and selenium. They also contain antioxidants that protect the body against free radicals, which cause cellular damage. For example, a study showed that individuals consuming walnuts or almonds had higher polyphenol levels and reduced oxidative damage compared to those who did not consume them.

Research also indicates that nuts improve cholesterol values. Pistachio consumption, for instance, has been associated with a decrease in triglyceride levels, a result attributed to their monounsaturated and polyunsaturated fat content. Another study found that consuming pecans reduced LDL cholesterol, commonly known as “bad cholesterol.” This reduction in LDL is directly linked to a lower risk of heart disease. With their healthy fats and high fiber content, nuts are also beneficial in managing diabetes. Similarly, they are reported to help regulate blood sugar and blood pressure levels.

Sonuç olarak, kuru yemişleri günlük beslenme planınıza dahil etmek, içerdiği zengin besin örüntüsü sayesinde birçok hastalık için önleyici bir besin grubunu oluşturmaktadır. Tüketiminde kolaylık, birçok farklı ara ve ana öğün alternatifinde yer alabilmesi sebebiyle de dengeli bir diyetin vazgeçilmezidir.

Kaynakça

1. Am J Clin Nutr. 2012 Jul 3;96(2):296–301. doi: 10.3945/ajcn.112.035782
2. Clin Interv Aging . 2007;2(2):219-36.
3. J Hum Nutr Diet . 2009 Feb;22(1):64-71.
4. J Nutr . 2008 Sep;138(9):1741S-1745S. doi: 10.1093/jn/138.9.1741S.
5. J Am Coll Nutr . 2010 Jun;29(3):198-203.
6. Nutr J . 2014 Jan 10;13:4. doi: 10.1186/1475-2891-13-4.
7. Rev Diabet Stud . 2014 Summer;11(2):190-6.
8. CMAJ . 2014 Nov 18;186(17):E649-57.

In conclusion, incorporating nuts into your daily nutrition plan makes them a preventive food group against many diseases thanks to their rich nutritional composition. Their ease of consumption and ability to be included in various snacks and meals also make them an indispensable part of a balanced diet.

References

- Am J Clin Nutr. 2012 Jul 3;96(2):296–301. doi: 10.3945/ajcn.112.035782
- Clin Interv Aging. 2007;2(2):219-36.
- J Hum Nutr Diet. 2009 Feb;22(1):64-71.
- J Nutr. 2008 Sep;138(9):1741S-1745S. doi: 10.1093/jn/138.9.1741S.
- J Am Coll Nutr. 2010 Jun;29(3):198-203.
- Nutr J. 2014 Jan 10;13:4. doi: 10.1186/1475-2891-13-4.
- Rev Diabet Stud. 2014 Summer;11(2):190-6.
- CMAJ. 2014 Nov 18;186(17):E649-57.



Kurutulmuş Meyve Pazarı ve Türkiye'nin İhracat Olanakları

Kurutulmuş meyve pazarı için 2030 yılı öngörüsü 15.5 milyar ABD dolarıdır. Pazarın 2024'den 2030'a kadar bileşik yıllık büyüme hızı %5,7 olarak hesaplanmaktadır.

Sağlıklı yaşam tercihi özellikle gençler arasında besleyici atıştırmalıklara olan talebi artırmaktadır. Kurutulmuş meyvelerin tercih edilmesindeki neden; doymamış yağlar, proteinler, vitaminler, lifler gibi özelliklerdir.

Pazardaki ana eğilim organik ve temiz etiketli ürünlere olan talebin özellikle Kuzey Amerika ve Avrupa'daki yükselişidir. Kurutulmuş meyve pazarı, sağlıklı trendler ve yenilikçi ürünlerle sürekli bir büyüme vaat etmektedir. Örneğin, Türkiye'nin kuruyemiş ihracatındaki önemli yer tutan kuru üzüm segmentinin 2030 yılında 3.5 milyar ABD dolarına ulaşacağı tahmin edilmektedir. Gelişmiş ülkelerde kuru üzüm, kuru kayısı, sofralık hurmaya yönelik artan talep bu ürünlerin katma değerli atıştırmalıklara dönüştürülmesi ile bölgedeki pazar büyümesini hızlandırmıştır. Pazarda önde gelen firmalar ürün yelpazesini genişletmek için Ar-Ge'ye ciddi yatırımlar yapmaktadır. Ar-Ge'nin yanı sıra maliyetleri düşürmek için yerel üretim sahaları ve miktarları artırılmaktadır. National Reusin (ABD), Kiantama (Finlandiya), Red River Foods (ABD), Traina Foods (ABD), Sunbeam Foods (Avusturalya) Ar-Ge ile tıp sektörüne de sağlık takviyesi ve kozmetik bakım ürünleri vermektedirler. Sunny Fruit Türkiye prebiyotik ve probiyotik takviyeli ürünlerle Çin pazarına girmiş olup, organik kuru meyve pazarında büyümektedir.

Birleşmiş Milletler'in 2050 yılı için dünya nüfus öngörüsü 9.6 milyardır. Artan dünya nüfusunu beslemek için yeterli gıda bulunamayacağı endişesi vardır. Foodbank verilerine göre dünyada yetiştirilen sebzelerin yüzde 45'inden fazlası telef olmaktadır, bu kaybın parasal değeri 1 trilyon ABD dolarıdır. Bu kayıpları, kurutarak ve/ya dondurarak pazarda fırsata döndürme imkanı bulunmaktadır.

Türkiye Ne Yapmalı?

Türkiye'nin kuru meyve pazarı, doğal ve organik, daha sağlıklı atıştırmalıklar için artan talep ile karşı karşıyadır. Tüketiciler katkı ve koruyucu içermeyen kuru meyvelere yönelmektedir. Artan tüketici bilinci, kuru meyve pazarındaki tercihlerde kalite, lezzet, etik ve çevre unsurlarını ön plana çıkarmaktadır. Türkiye'nin kuru meyve pazarında uluslararası bilinirliği ve marka



Nilüfer Arıak
Akdan Damışmanlık

The Dried Fruit Market and Turkey's Export Opportunities

The global dried fruit market is projected to reach 15.5 billion USD by 2030, with a compound annual growth rate of 5.7% from 2024 to 2030. The trend toward healthy lifestyles, particularly among younger consumers, is increasing demand for nutritious snacks. Dried fruits are favored for their content of unsaturated fats, proteins, vitamins, and fibers.

A key market trend is the growing demand for organic and clean label products, especially in North America and Europe. The dried fruit sector promises continuous growth through health driven trends and innovative products. For example, Turkey's raisin segment, which holds a significant place in the country's nut exports, is expected to reach 3.5 billion USD by 2030. Rising demand in developed countries for raisins, dried apricots, and table dates, along with their transformation into value added snacks, has accelerated market growth in these regions. Leading companies are investing heavily in research and development (R&D) to expand their product ranges. In addition to R&D, they are increasing local production sites and volumes to reduce costs. National Reusin (USA), Kiantama (Finland), Red River Foods (USA), Traina Foods (USA), and Sunbeam Foods (Australia) also supply the medical sector with health supplements and cosmetic care products. Sunny Fruit Turkey has entered the Chinese market with prebiotic and probiotic-enriched products and is expanding in the organic dried fruit segment.

The United Nations projects the global population to reach 9.6 billion by 2050, raising concerns over insufficient food supplies to feed this growing population. According to Foodbank data, more than 45% of vegetables grown worldwide are lost, with a financial value of 1 trillion USD. These losses present opportunities to turn waste into marketable products through drying and/or freezing processes.

What Should Turkey Do?

Turkey's dried fruit market is facing rising demand for natural, organic and healthier snacks. Consumers are shifting toward dried fruits free of additives and preservatives. Increasing consumer awareness is bringing quality, taste, ethics, and environmental considerations to the forefront of purchasing decisions. Turkey enjoys international recognition and brand value in the dried fruit sector. However, challenges such

değeri bulunmaktadır. Ancak ürün verimini etkileyen hava koşullarının yanı sıra üretim maliyetlerindeki artış ile döviz kurlarındaki artış arasındaki farkın getirdiği rekabet dezavantajı sektörün karşı karşıya kaldığı zorluklardır. Bu zorluklar benzer ürünleri üreten diğer ülkelerle fiyatta rekabet edememe ve pazar kaybı sonucunu doğurmaktadır. Karlılık; tedarik zinciri boyunca ürünlerin kalitesini ve güvenilirliğini sağlayarak, tüketici sadakatini korumak ve marka değerini yitirmemek için, pazardaki sürdürülebilirlik açısından önem taşımaktadır. Mevcut durumdaki ekonomik istikrarsızlıklar, enflasyon ve baskılanmış kur politikaları ihracatçı firmalar için fiyatlandırma ve karlılık açısından zorluk yaratmaktadır.

Hükümet Politikalarının Rolü ve Önemi

Hükümetin sürdürülebilir tarım uygulamalarını teşvik etmek üzere tarımdaki üretim maliyetlerini düşürecek mali destek ve teşvik politikalarını etkin olarak uygulaması gerekmektedir. Kentli, tarımsal üretime kaynak aktarmak ve bu üretimleri sübvans etmek zorundadır.

Kuruyemiş Üreticisi Firmalar Dünya Pazarından Daha Çok Pay Almak İçin Neler Yapmalıdır?

Dünya ticaretinden daha fazla pay almak için öncelik güçlü bir marka çalışması yapılmalıdır. Marka çalışması; sürdürülebilirlik, ürün kalitesi, hikaye anlatımları ve uluslararası stratejik pazarlama planı ve bu planın uygulaması olan eylem programları ile desteklenmelidir. Türkiye kuruyemişinin uluslararası ününden faydalanarak örneğin "Türkiye topraklarından gelen doğal ve sağlıklı ürünler" marka sloganımız olabilir. Kurgumuzu bu sloganın üstüne inşa edebiliriz. Üreticiden- tüketiciye uzanan değer zincirimizdeki izlenebilirlik sürecimizi anlatarak marka güvenini yaratabiliriz. Ürünümüzün yetiştiği coğrafi yöre ile, üreten çiftçilerle, üretim yöntemleri ile duygusal bağ kurabiliriz.

Uluslararası sertifikasyon ve kalite belgelerimiz ihracat için hem bir zorunluluk hem de tüketici güven unsuru açısından pazarın olmazsa olmaz ön koşuludur. BRC, IFS, ISO22000, USDA Organic, EU Organic, Halal, Kosher, Fair Trade gibi sertifikalar tüketicilerin güvenini sağladığı gibi satın alma sebebidir. Ürünün QR kod ile izlenebilirliği dijital şeffaflık sağlamaktadır. Ürün ambalajımız mutlaka doğa dostu olmalıdır. Firmamızın ve ürünün karbon ayak izi raporu web sayfasında yayınlanmalıdır. Kadın üreticileri, kadın emeğini eşit fırsatların ötesinde pozitif ayrımcılıkla destekleyen projeleri uyguladığımız kamuoyunun ve tüm paydaşlarımızın bilgisine sunulmuş olmalıdır.

as weather conditions affecting yields, rising production costs, and the gap between increasing exchange rates and cost increases create competitive disadvantages. These challenges can lead to price competition losses and market share declines compared to other producing countries. Profitability is crucial for maintaining consumer loyalty and brand value by ensuring product quality and reliability across the supply chain, which is key to sustainability in the market. Current economic instabilities, inflation, and currency suppression policies create difficulties in pricing and profitability for exporters.

The Role and Importance of Government Policies

The government must effectively implement financial support and incentive policies aimed at reducing production costs in agriculture to promote sustainable farming practices. Urban areas must allocate resources to agricultural production and subsidize these efforts.

What Should Nut Producers Do to Gain a Larger Share of the Global Market?

To increase their share in global trade, companies must prioritize strong brand building. This involves sustainability, product quality, storytelling and the implementation of international strategic marketing plans supported by actionable programs. Leveraging the global reputation of Turkish nuts, a slogan such as "Natural and Healthy Products from the Lands of Turkey" could form the foundation of this brand identity. Trust can be built by showcasing traceability from producer to consumer, telling the story of the growing region, the farmers and production methods to create emotional connections.

International certifications and quality standards are essential for exports and for building consumer trust. Certifications such as BRC, IFS, ISO22000, USDA Organic, EU Organic, Halal, Kosher and Fair Trade not only guarantee consumer confidence but also serve as purchase motivators. QR code enabled traceability provides digital transparency. Packaging must be environmentally friendly and the company's and product's carbon footprint report should be published on its website. Initiatives supporting women producers and promoting gender equity should be actively communicated to the public and stakeholders. Support for sustainable farming practices must be highlighted across communication channels.

Sürdürülebilir tarım uygulamalarını desteklediğimizi ve tedarik yaptığımızı iletişim kanallarımızda duyurmalıyız.

Katma değerli ürünler geliştirmeliyiz. Sade ürünlerin yanısıra, aromalı, protein takviyeli, çikolata kaplamalı granola formundaki ürünleri ürün gamımıza katmalıyız. Tek porsiyonluk ürünler, özel diyetlere uygun, glutensiz, şekerli, keto ürünler geliştirmeliyiz. Ürünlerimiz küresel e-ticaret platformlarının tamamında özel markaları ile yer almalı (Amazon, AliBaba, Etsy vb.) Dijital görünürlüğümüz sektör yıldızları ile aynı seviyede olmalıdır. Influencer pazarlaması, sosyal medyadaki hikayelerimiz, tariflerimiz, kullanıcı yorumları ve diğer tüm dijital reklam mecraları için iyi bir tanıtım bütçesi ayrılmalıdır.

Hedef pazarlar için özel markalar yaratmalı, bu pazarlara uygun etiket ve ambalajlama yapmalıyız. Yerel tat profillerini değerlendirmeliyiz. Pazarın sağlık algısına yönelmeliyiz. Private label yerine kendi markamız ile tutundurma çalışması yapmalıyız. Uluslararası fuarlarda güçlü ve etkin bir tanıtım ile yer almalıyız. Özenli stantlarımız, tanıtım için promosyon ürünlerimiz, yabancı dilde yetkin, iletişimi güçlü ve bizi mükemmel temsil eden personelimiz ile kalıcı etki bırakmalıyız.

Güçlü bir marka ile “ürün kendi kendini pazarlar” “biz satmayız, müşteri alır” İyi bir marka için yalnızca ürün kalitesi yetmez, tüketicide yaratılan güven, bağlılık ve hikayelerle büyür ve sağlamlaşır. Kuruyemiş ve kurutulmuş meyvede marka değeri topraktan/tarımdan başlayan ve tüketiciye kadar uzanan değer zincirinin tamamında Birleşmiş Milletler’in 17 sürdürülebilirlik ilkesi için verilen taahhütler ve çevre sosyal yönetim (ESG) raporları ile kamuoyunun bilgisine sunulması ve rapordaki bilgilerin güvence veren akredite kuruluşlarla doğrulanması gerekmektedir.

Producers should develop value-added products alongside plain options, including flavored varieties, protein enriched products, chocolate coated granola forms, single serve packs, and special diet options such as glutenfree, sugarfree and keto friendly items. Products should be available on all major global e-commerce platforms (Amazon, Alibaba, Etsy, etc.) with strong digital visibility matching that of industry leaders. Budgets should be allocated for influencer marketing, social media storytelling, recipe sharing, user reviews and other digital advertising channels.

Brands should create private labels for target markets with customized labeling and packaging tailored to local taste profiles. However, the ultimate focus should be on promoting products under their own brand rather than relying solely on private labels. Participation in international trade fairs should feature strong, impactful presentations, with well-designed booths, promotional items and foreign language proficient, highly communicative staff to leave lasting impressions.

A strong brand allows the product to “sell itself” the consumer buys rather than the company selling. A successful brand is not built on product quality alone but also on consumer trust, loyalty and stories that grow and solidify over time. In the nut and dried fruit industry, brand value is shaped along the entire value chain, from soil and farming to the consumer. Public commitments to the United Nations’ 17 Sustainable Development Goals, along with Environmental, Social and Governance (ESG) reports verified by accredited organizations, must be transparently shared with the public.

AKÇAY, “SOMFOOD GIDA SEKTÖRÜNDEKİ ÜRETİCİLERİN KALİTE KONTROL SÜREÇLERİNİ TEKNOLOJİ İLE İYİLEŞTİRİYOR”

La Recolte Du Monde Dergisi 28. Sayısında yeni ve değerli markaları tanımayı sürdürüyoruz:

Somfood Bölge Satış Müdürü Samet Ziya Akçay, “SomFood olarak, gıda sektöründeki üreticilerin kalite kontrol süreçlerini iyileştirmelerine yardımcı olacak geniş bir ürün yelpazesine sahibiz. Ürün gamımızda Sorter Sistemleri, Metal Dedektör Sistemleri, X-ray Kontrol Sistemleri, Mıknatıs Sistemleri, Paketleme Sistemleri ve Checkweigher Sistemleri gibi kritik kontrol noktalarında kullanılan çözümler bulunuyor.” dedi. Röportajımız başlıyor.

Sizi tanıyabilir miyiz?

Ben Samet Ziya Akçay, Gasrtonomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı’nda Yüksek lisansımı takiben, Türkiye’nin ilk ve tek Turizm Araştırmaları Enstitüsü’de Doktora eğitimime devam etmekteyim. Tarladan sofraya gıdanın yolculuğunun her adımında en hassas yaklaşımları benimsiyorum. SomFood’da Bölge Satış Müdürü olarak görev yapıyorum. Sorting süreçlerinde toplam 14 yıllık tecrübemle birlikte, yaklaşık 6 yıldır bu şirketin bir parçasıyım ve gıda endüstrisinde edindiğim deneyimle, müşterilerimize en iyi çözümleri sunmak için çalışıyorum. Sektördeki yenilikleri yakından takip ederek, iş ortaklarımıza daha verimli ve güvenilir üretim süreçleri sağlamak en büyük önceliğim.

SomFood’un kuruluş hikayesini sizden öğrenebilir miyiz?

1979- Türkiye’nin en eski mümessillik firmalarından olan Somteks Pazarlama Ticaret A.Ş. 1979 yılında Orhan Torfilli tarafından kurulmuştur. Halihazırda Somteks Pazarlama Ticaret A.Ş. Ahmet Torfilli tarafından yönetilmektedir.

2008- Ahmet Torfilli 2008 yılında Somplast Plastik Dış Tic. Ve San Ltd. Şti grup firmasını kurarak tecrübesini plastik sektöründe de kullanmıştır ve bu alanda dünyaca tanınmış makine üreticilerinin mümessilliğini yapmaktadır.

2018 yılında ise büyüyen ve gelişen gıda sektöründeki müşterilerimizin ihtiyaçlarına daha hızlı ve doğru cevap verebilmek adına SOMPLAST bünyesinde SOMFOOD şubesi kurulmuştur. Ben de firmaya gıda departmanının temellerini atarak katıldım.



Samet Ziya Akçay
Somfood

AKÇAY: “SOMFOOD IMPROVES QUALITY CONTROL PROCESSES OF PRODUCERS IN THE FOOD INDUSTRY THROUGH TECHNOLOGY”

In the 28th issue of La Recolte Du Monde magazine, we continue to introduce new and valuable brands.

Samet Ziya Akçay, Regional Sales Manager of SomFood, said, “At SomFood we offer a wide range of products to help producers in the food industry improve their quality control processes. Our product range includes solutions used at critical control points such as Sorter Systems, Metal Detector Systems, X-ray Inspection Systems, Magnet Systems, Packaging Systems and Checkweigher Systems.” Our interview begins.

Can you tell us about yourself?

I am Samet Ziya Akçay. After completing my master’s degree in the Department of Gastronomy and Culinary Arts, I am continuing my PhD at Turkey’s first and only Tourism Research Institute. I adopt the most meticulous approaches at every stage of food’s journey from field to table. I serve as the Regional Sales Manager at SomFood. With a total of 14 years of experience in sorting processes and having been part of this company for about 6 years, I work to offer our clients the best solutions by leveraging my experience in the food industry. Closely following innovations in the sector, my top priority is to provide our business partners with more efficient and reliable production processes.

Could you tell us the story behind the founding of SomFood?

Somteks Pazarlama Ticaret A.Ş., one of Turkey’s oldest representation companies, was founded in 1979 by Orhan Torfilli. Today, it is managed by Ahmet Torfilli.

In 2008 Ahmet Torfilli established Somplast Plastik Limited Firm, a group company, using his experience in the plastics sector and representing world renowned machine manufacturers in this field.

In 2018, to respond more quickly and accurately to the needs of our growing and developing food industry clients, the SOMFOOD branch was established within SOMPLAST. I joined the company at that time, laying the foundations of the food department.



2024- Gıda Sektöründe; Metal Ayırıştırıcı Sistemler, X-Ray Dedektörleri, hat üstü otomatik ağırlık kontrol terazi sistemleri, Miknatıs Sistemleri, Renk ayırıcılar (Sorter), Robot ve Otomasyon Sistemleri ile ve iş ortaklarımıza özel çözümler üreterek faaliyetlerini sürdürmektedir.

Ürün gamınızdan bahseder misiniz? En popüler ürününüz nedir?

SomFood olarak, gıda sektöründeki üreticilerin kalite kontrol süreçlerini iyileştirmelerine yardımcı olacak geniş bir ürün yelpazesine sahibiz. Ürün gamımızda

3U Vision Sorter Sistemleri,
Multiscan ve Weco Özel Uygulama Sorting Sistemleri
Sesotec Metal Dedektör Sistemleri, X-ray Kontrol Sistemleri ve Miknatıs Sistemleri,
Niverplast Hat Sonu Otomasyon ve Paketleme Sistemleri
Nemesis Checkweigher Sistemleri gibi kritik kontrol noktalarında kullanılan çözümler bulunuyor.

Satış Ağıınızdan ve bayilik sisteminizden bahseder misiniz? Dünyanın hangi noktalarında temsilcilikleriniz var?

SomFood olarak, güçlü satış ağıımız ve geniş bayi yapımız sayesinde Türkiye genelinde ve uluslararası pazarda faaliyet gösteriyoruz. Müşterilerimize hızlı, etkin ve kaliteli hizmet sunabilmek için hem doğrudan satış hem de iş ortaklarımız aracılığıyla yaygın bir erişim ağı oluşturduk. Şu anda Türkiye’de birçok bölgede aktif satış ve teknik destek hizmeti sunarken, uluslararası alanda da gıda güvenliği ve kalite kontrol çözümlerimizle farklı pazarlarda büyümeye devam ediyoruz. Türkiye dışında 20 farklı ülkede aynı markaları temsil etmekle beraber, Azerbaycan, Özbekistan gibi dış ofislerimizle doğrudan sektörün en yenilikçi teknolojilerini müşterilerimizle buluşturuyor, onların üretim süreçlerini daha güvenli ve verimli hale getirmelerine yardımcı oluyoruz.

Özetle, SomFood olarak sadece satış yapmakla kalmıyor, müşterilerimize uzun vadeli çözümler ve teknik destek sağlayarak işlerinde sürdürülebilir başarı elde etmelerine katkı sunuyoruz. Biz daha çok makine veya teknolojiyi değil, bizi tercih etmeleri durumunda elde edecekleri faydayı satıyoruz firmalara.

Since 2024 in the food sector, we continue our activities by offering customized solutions to our business partners with Metal Separation Systems, X-Ray Detectors, in-line automatic weight control scale systems, Magnet Systems, Color Sorters (Sorters), Robot and Automation Systems.

Could you tell us about your product range? What is your most popular product?

At SomFood we have a wide range of products designed to help producers in the food industry improve their quality control processes. Our product range includes:

3U Vision Sorter Systems
Multiscan and Weco Special Application Sorting Systems
Sesotec Metal Detector Systems, X-ray Inspection Systems and Magnet Systems
Niverplast End-of-Line Automation and Packaging Systems
Nemesis Checkweigher Systems

Could you tell us about your sales network and dealership system? In which parts of the world do you have representatives?

At SomFood we operate across Turkey and in international markets thanks to our strong sales network and extensive dealer structure. To provide our customers with fast, efficient and high quality service, we have established a wide reaching network through both direct sales and our business partners. While we currently offer active sales and technical support services in many regions of Turkey, we are also growing in various markets worldwide with our food safety and quality control solutions.

In addition to representing the same brands in 20 different countries, we have direct offices in Azerbaijan and Uzbekistan, where we introduce our customers to the most innovative technologies in the industry, helping them make their production processes safer and more efficient.

In short, at SomFood we do not just sell machines or technology. We sell the benefits companies will gain when they choose us.

2025 yılında hayata geçirmeyi planladığınız bir projeniz var mı?

2025 yılı, SomFood için büyüme ve yeniliklerle dolu bir yıl olacak. Gıda sektöründeki gelişmeleri ve müşteri ihtiyaçlarını yakından takip ederek daha akıllı, verimli ve sürdürülebilir üretim çözümleri sunmayı hedefliyoruz. Katılacağımız ulusal ve uluslararası çok sayıda etkinlik ve fuar ile tüm ağıımızdaki müşterilerimize temas edeceğiz.

Son olarak eklemek istediğiniz bir şey var mı?

Büyüyen ve gelişen sektörümüzle birlikte, teknolojik yenilikleri yakından takip ediyor, iş ortaklarımıza en iyi çözümleri sunmak için sürekli kendimizi geliştiriyoruz.

Her zaman müşteri odaklı yaklaşımımızı güçlendirerek daha geniş bir ağa hizmet vermeyi, sektöre yön veren çözümler üretmeyi ve müşterilerimizle uzun vadeli iş birlikleri kurmayı hedefliyoruz. Şunu net olarak söylemek istiyorum ki, ne yediğinizi gerçekten bir anne hassasiyetiyle kontrol ediyor ve önemsiyoruz.

Bize bu fırsatı sunduğunuz için teşekkür ederim. SomFood olarak her zaman daha iyisini sunmak için çalışmaya devam edeceğiz.

Do you have any projects planned for 2025?

The year 2025 will be full of growth and innovations for SomFood. By closely following developments in the food industry and customer needs, we aim to offer smarter, more efficient and more sustainable production solutions. We will participate in numerous national and international events and fairs to connect with customers across our entire network.

Lastly, is there anything you would like to add?

Along with our growing and developing sector, we closely follow technological innovations and continually improve ourselves to provide our business partners with the best solutions.

By strengthening our customer oriented approach, we aim to serve a wider network, produce solutions that lead the sector and establish long term business partnerships with our customers. I can say with certainty that we check and care about what you eat with the sensitivity of a mother.

Thank you for giving us this opportunity. At SomFood we will always continue to work to offer the best.



Kuruyemiş Sektöründe Yapay Zekâ: Üretimden Raflara Uzanan Dönüşüm

Kuruyemiş sektörü uzun yıllardır geleneksel yöntemlerle büyüyen, ama aynı zamanda teknolojiye de açık olan dinamik bir alan. Özellikle son birkaç yılda yapay zekâ uygulamalarıyla birlikte bu alanda çok ciddi gelişmeler yaşandı. Bugün artık üretim hattında işlenen bir bademin ya da fındığın, tarladan rafa kadar olan yolculuğunda yapay zekâ doğrudan rol oynuyor. Hem kaliteyi artırmak hem de rekabette öne çıkmak isteyen markalar bu teknolojilere yatırım yapmaya başladı.

Yapay zekâ artık büyük firmaların değil, vizyonu olan herkesin ulaşabileceği bir araç haline geldi. Kuruyemiş gibi geniş hacimli, kalite hassasiyeti yüksek bir sektörde ise bu dönüşüm adım adım değil, koşar adım gerçekleşiyor.

Üretimde Akıllı Gözler: Hatalı Ürünler Satır Arasında Kalmıyor

Üretimin en kritik kısmı olan kalite ayıklama ve sınıflandırma süreçleri artık tamamen yapay zekâ destekli sistemlerle yönetiliyor. Özellikle görüntü işleme teknolojileri sayesinde kırık, çürük, aflatoksin riski taşıyan ya da nem oranı dengesiz ürünler daha insan eli değmeden ayrılıyor.

Eskiden bu işler, üretim hattındaki çalışanların gözle kontrolüyle yapılıyordu. Hızlı üretimde hatalı ürünlerin araya karışması kaçınılmazdı. Şimdi kameralar ve algoritmalar, saniyede binlerce parçayı tarayıp anında karar veriyor. Makine öğrenmesiyle sürekli kendini geliştiren sistemler, kaliteyi tek bir standarda bağlı kalmadan gerçek zamanlı analiz ediyor.

Bu sadece kaliteyi artırmakla kalmıyor, üretimdeki fire oranını da ciddi şekilde düşürüyor.

Perakendede YZ Dalgası: Satışlar Artıyor, Müşteri Sadakati Güçleniyor

Artık sadece iyi ürün üretmek yeterli değil. Tüketicinin ne istediğini anlayan, ne zaman istediğini tahmin edebilen markalar öne çıkıyor. Yapay zekâ tam da bu noktada devreye giriyor.

Online satış platformlarında kullanıcı davranışlarını analiz eden algoritmalar sayesinde, müşterilere birebir öneriler sunuluyor. Kimisi fıstık seviyor, kimisi tuzlu badem... YZ, geçmiş alışverişlerine



Feyza Dereli
Chief Business
Officer
Bixcod Technology

Artificial Intelligence in the Nuts and Dried Fruits Sector: Transformation from Production to Shelves

The nuts and dried fruits sector has long grown through traditional methods yet remains a dynamic field open to technology. Especially in recent years, artificial intelligence applications have brought remarkable progress. Today AI directly plays a role in the journey of an almond or a hazelnut from the field to the shelf. Brands seeking to improve quality and stand out in competition have begun investing in these technologies.

AI is no longer a tool exclusive to large corporations but one accessible to anyone with vision. In a high volume, quality sensitive industry like nuts and dried fruits, this transformation is happening not step by step but in leaps and bounds.

Smart Eyes in Production: No Defective Products Slipping Through

The most critical stage in production, quality sorting and classification, is now managed entirely by AI powered systems. With image processing technologies, broken, rotten, aflatoxin risk products or those with unstable moisture levels are separated before human hands ever touch them.

In the past, this work relied on visual inspection by production line workers. In fast paced production, defective products inevitably slipped through. Now cameras and algorithms scan thousands of pieces per second and make instant decisions. Machine learning allows these systems to continuously improve, analysing quality in real time without being tied to a single fixed standard.

This not only improves quality but also significantly reduces waste in production.

The AI Wave in Retail: Sales Rise and Customer Loyalty Strengthens

Producing a good product is no longer enough. Brands that understand what consumers want and can predict when they will want it are the ones that stand out. AI steps in exactly here.

On online sales platforms, algorithms analysing user behaviour offer personalised recommendations. Some customers prefer pistachios, others salted

göre tüketicilere tam aradığı ürünü gösteriyor. Bu da satış oranlarını doğrudan yukarı çekiyor.

Ayrıca talep tahminleme sistemleriyle hangi ayda ne kadar ürün stoklanması gerektiği, hangi bölgeye hangi ürün grubunun sevk edileceği önceden biliniyor. Eskiden sezgisel yapılan bu işler, artık veriye dayalı ve sistematik hale geldi.

E-ticarete ise Amazon ve Alibaba gibi devlerin uyguladığı dinamik fiyatlandırma, kuruyemiş satışında da fark yaratıyor. Talep arttığında fiyat otomatik güncelleniyor, stoklar azaldığında sistem uyarı veriyor. Küçük ve orta ölçekli işletmeler için bile bu sistemleri kullanmak artık mümkün hale geldi.

Dünya Örnekleri İlham Veriyor: Amazon, Alibaba, eBay

Amazon, “Fresh” kategorisinde yer alan gıda ürünlerinde müşterinin alışveriş alışkanlıklarını analiz edip sipariş önerilerinde bulunuyor. Örneğin bir müşteri her hafta tuzsuz badem alıyorsa, sistem otomatik hatırlatma yapıyor.

Alibaba ise yapay zekâyı sadece satışta değil, ürün izlenebilirliğinde de kullanıyor. Ürünün tarladan eve kadar geçirdiği yol blockchain destekli YZ sistemleriyle kayıt altına alınıyor. Bu da özellikle gıda güvenliği açısından büyük önem taşıyor.

eBay gibi platformlar ise yapay zekâyı görsel arama, ürün etiketleme ve müşteri hizmetlerinde kullanarak kullanıcı deneyimini iyileştiriyor.

Türkiye’de de bu örneklerden yola çıkılarak benzer adımlar atılmaya başlandı. Özellikle yerli e-ticaret platformları artık kullanıcıya özel kampanyalar, ürün önerileri ve dinamik stok yönetimi sistemlerini entegre ediyor.

Türkiye’de Fırsatlar Çok Net: Yerli Teknoloji, Global Vizyon

Türkiye dünyanın en büyük fındık, Antep fıstığı ve ceviz üreticilerinden biri. Ama bu avantajı tam anlamıyla değerlendirebilmek için artık klasik üretim anlayışının ötesine geçmemiz gerekiyor.

Kuruyemiş sektöründe yapay zekâ kullanımını yaygınlaştırmak için en büyük fırsat, yerli üretim hattı sistemlerinin geliştirilmesi. Örneğin YZ destekli ayıklama makineleri ve kalite kontrol yazılımları yerli firmalar tarafından geliştirilebilir. Bu, sadece iç piyasaya değil, ihracat potansiyeline de büyük katkı sağlar.

almonds. Based on previous purchases, AI shows consumers exactly what they are looking for, directly increasing sales rates.

Demand forecasting systems also predict how much stock is needed in which month and which product groups should be shipped to which regions. Tasks once done by intuition are now systematic and data driven.

In e-commerce, dynamic pricing systems used by giants like Amazon and Alibaba are making a difference in nuts and dried fruits sales too. When demand rises, prices update automatically and when stocks run low, the system sends alerts. Even small and medium sized businesses can now access these systems.

Global Examples Inspire: Amazon, Alibaba, eBay

Amazon, in its “Fresh” category, analyses customers’ shopping habits and makes order suggestions. For example, if a customer buys unsalted almonds every week, the system sends an automatic reminder.

Alibaba uses AI not only in sales but also in product traceability. The journey from the field to the customer’s home is recorded with blockchain backed AI systems, which is crucial for food safety.

Platforms like eBay use AI for visual search, product tagging and customer service to improve user experience.

In Turkey, similar steps are now being taken inspired by these examples. Local e-commerce platforms are integrating personalised campaigns, product recommendations and dynamic stock management systems.

Clear Opportunities in Turkey: Local Technology, Global Vision

Turkey is one of the world’s largest producers of hazelnuts, pistachios and walnuts. To fully take advantage of this position, we must move beyond the classic production mindset.

The biggest opportunity for expanding AI use in the nuts and dried fruits sector lies in developing locally produced production line systems. For example, AI powered sorting machines and quality control software can be developed by Turkish companies, boosting not

Ayrıca üretici kooperatifleri ve küçük işletmeler için yapay zekâ destekli mobil uygulamalar geliştirilebilir. Çiftçi, ürününü ilk çıkardığı andan itibaren kalite analizi yaptırabilir, pazardaki talep eğilimlerini görebilir. Bu da daha stratejik fiyatlandırma ve pazarlama anlamına gelir.

Ve en önemlisi: YZ ile desteklenen izlenebilirlik ve kalite belgeleri, Avrupa ve Amerika gibi gıda güvenliğine duyarlı pazarlarda Türk ürünlerine kapı açar. Bu sadece ürün satmak değil, marka yaratmak anlamına gelir.

Son Söz: Kuruyemişte Teknolojiyi Tüketen Değil, Üreten Taraf Olmalıyız

Kuruyemiş sektörü için yapay zekâ bir trend değil, artık oyunun kuralını belirleyen temel unsur. Kaliteyi artırmak, verimliliği yükseltmek, müşteriyi daha iyi anlamak ve küresel pazarda güçlü bir yer edinmek için teknolojiyi sadece izleyen değil, geliştiren taraf olmamız gerekiyor.

Bugün teknolojiyi kullanan değil, yön veren markalar öne çıkıyor. Sektörün içinden biri olarak artık şunu net bir şekilde görebiliyoruz: Yapay zekâyâ yatırım yapan üretici, sadece bugünün değil, geleceğin pazarını da inşa ediyor.

only domestic market performance but also export potential.

AI supported mobile applications could also be developed for producer cooperatives and small businesses. Farmers could analyse product quality from the moment of harvest and see market demand trends. This would allow for more strategic pricing and marketing decisions.

Most importantly, AI backed traceability and quality certifications can open doors for Turkish products in markets like Europe and the United States, where food safety is a priority. This is not just about selling products but about building a brand.

Final Word: We Must Be Producers, Not Just Consumers of Technology

For the nuts and dried fruits sector, AI is not a passing trend but a fundamental element shaping the rules of the game. To improve quality, increase efficiency, better understand customers and secure a strong position in global markets, we must not only follow technology but also develop it.

Today, the brands that lead, not just use technology, are the ones that succeed. As an industry insider, it is now clear that producers who invest in AI are not only building today's market but also creating the market of the future.



KURUYEMİŞ DIŞ TİCARETİ (2019-2025*) Nuts Foreign Trade (2019-2025*)

Kuruyemiş Dış Ticareti (2019-2025*) Nuts Foreign Trade (2019-2025*)				
Yıl Year	İhracat Miktarı Export Amount (Ton)	İthalat Miktarı Import Amount (Ton)	İhracat Değeri Export Value (\$)	İthalat Değeri Import Value (\$)
2019	324.499	204.914	1.985.686.602	420.763.575
2020	306.359	272.463	1.474.873.935	282.296.340
2021	349.259	176.421	2.035.076.797	325.292.233
2022	380.398	118.442	1.774.127.618	377.765.020
2023	371.553	175.208	2.222.417.966	489.555.348
2024	468.404	188.161	3.118.656.229	572.316.766
2025*	229.528	96.863	1.460.691.636	364.893.753

Kaynak TÜİK Dış Ticaret İstatistikleri

Antep fıstığı, ay çekirdeği, badem, ceviz, fındık, kabak çekirdeği, kaju, leblebi ve yer fıstığı ürünleri dahil edilmiştir.

* 2025 yılı sadece ilk altı aylık verilerdir

Source: TUIK Foreign Trade data.

Pistachios, sunflower seeds, almonds, walnuts, hazelnuts, pumpkin seeds, cashews, roasted chickpeas and peanuts are included.

* 2025 data is only for the first 6 months

Kuruyemiş dış ticareti: Yıllara göre değişim ve 2025'in ilk yarısı değerlendirmesi

Uzun dönem eğilim (2019-2024)

- İhracat değeri 2019'dan 2024'e yıllık bileşik %9,4 büyüdü. 2024'te ihracat 3,12 milyar \$, 2023'e göre %40,3 artış.
- İthalat değeri aynı dönemde yıllık bileşik %6,3 arttı; 2024'te 572,3 milyon \$.
- Miktar tarafı: İhracat tonajı 2019-2024 arasında yıllık bileşik %7,6 arttı; ithalat tonajı hafifçe azaldı. Bu, katma değerli ürünlerle birim fiyatların da desteklendiğine işaret etmektedir.

2025 ilk 6 ay (Ocak-Haziran)

- İhracat: 1,461 milyar \$ (229,5 bin ton). Bu tutar, 2024 yılının toplamının %46,8'i.
- İthalat: 364,9 milyon \$ (96,9 bin ton). 2024 toplamının %63,8'i.
- Dış ticaret dengesi: +1,096 milyar \$

Yorum: Yılın ilk yarısında ithalatın görece hızlı gerçekleşmesine rağmen (miktar da 2024'ün %51'i), ihracat da güçlü seyrediyor. İlk yarı gerçekleşmesi, sezon etkileri de düşünülünce yıl sonu için 2024'e yakın (hatta bir miktar üzeri) bir ihracat rakamının mümkün olduğuna işaret ediyor.

Nuts Trade: Yearly Trends and 2025 First Half Evaluation

Long-term trend (2019-2024)

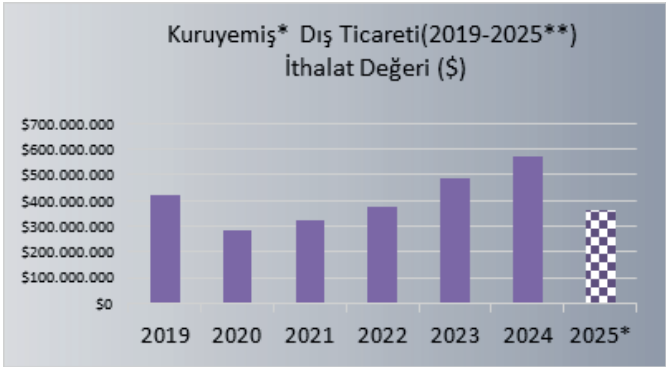
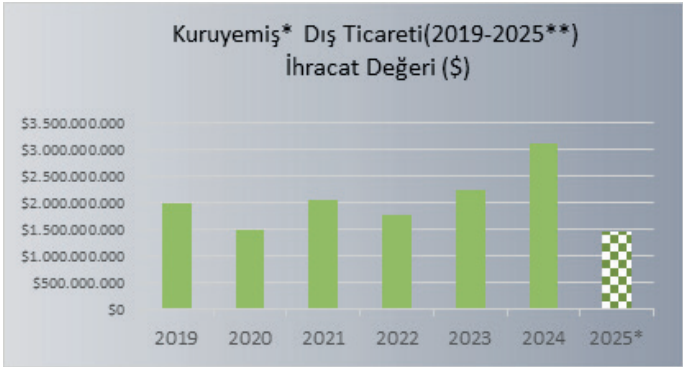
- Exports (value): Grew at a compound annual rate of 9.4%. In 2024, exports reached \$3.12 billion, up 40.3% compared to 2023.
- Imports (value): Increased at a 6.3%, reaching \$572.3 million in 2024.
- Volume: Export tonnage rose steadily 7.6%, while import tonnage slightly decreased. This indicates higher unit prices and more value-added products in exports.

First half of 2025 (Jan-Jun)

- Exports: \$1.461 billion (229.5k tons), equal to 46.8% of 2024's full-year figure.
- Imports: \$364.9 million (96.9k tons), already 63.8% of the 2024 total.
- Trade balance: Surplus of \$1.096 billion

Comment: Despite imports frontloading during H1, exports remained strong. The trajectory suggests that full-year exports in 2025 could match or slightly exceed 2024 levels.





KURUMEYVE DIŞ TİCARETİ (2019-2025*) Dried Fruit Foreign Trade (2019-2025*)

Kuru Meyve Dış Ticareti (2019-2025*) Dried Fruit Foreign Trade (2019-2025*)				
Yıl Year	İhracat Miktarı Export Amount (Ton)	İthalat Miktarı Import Amount (Ton)	İhracat Değeri Export Value (\$)	İthalat Değeri Import Value (\$)
2019	401.937	40.674	1.003.986.954	47.838.922
2020	315.360	36.168	762.168.625	44.131.952
2021	386.459	50.656	1.041.091.239	59.913.208
2022	398.910	47.235	1.082.295.832	61.156.880
2023	394.053	59.091	1.141.673.884	87.400.716
2024	317.916	68.114	1.275.021.980	116.492.342
2025*	121.541	42.442	536.609.190	85.478.686

Kaynak TÜİK Dış Ticaret İstatistikleri

Kuru kayısı, kuru incir, kuru üzüm, kuru erik ve hurma ürünleri dahil edilmiştir.

* 2025 yılı sadece ilk altı aylık verilerdir

Kuru meyve dış ticareti: yıllara göre değişim ve 2025'in ilk yarısı değerlendirmesi Uzun dönem eğilim (2019–2024)

- İhracat değeri 2019–2024'te yıllık bileşik %4,9 büyüdü; 2024'te 1,275 milyar \$ (2023'e göre %11,7 artış).
- İthalat değeri daha hızlı arttı %19,5; 2024'te 116,5 milyon \$.

2025 ilk 6 ay (Ocak–Haziran)

- İhracat: 536,6 milyon \$ (121,5 bin ton) > 2024 yılının %42,1'i.
- İthalat: 85,5 milyon \$ (42,4 bin ton) > 2024'ün %73,4'ü.

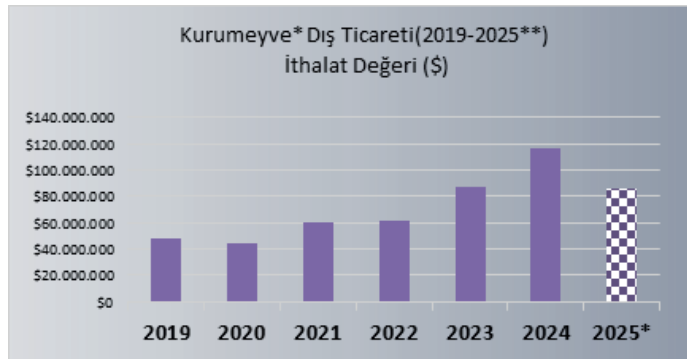
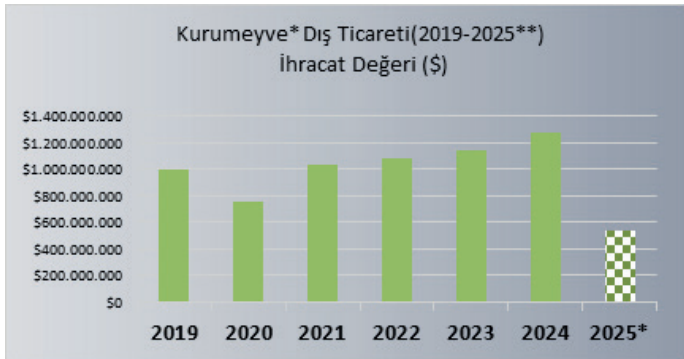
Dried Fruit Trade: Yearly Trends and 2025 First Half Evaluation

Long-term trend (2019–2024)

- Exports (value): CAGR of 4.9%; reached \$1.275 billion in 2024 (+11.7% vs 2023).
- Imports (value): Grew faster at 19.5%; reached \$116.5 million in 2024.

First half of 2025 (Jan–Jun)

- Exports: \$536.6 million (121.5k tons), equal to 42.1% of 2024's full-year level.
- Imports: \$85.5 million (42.4k tons), already 73.4% of 2024's total.



Kuruyemiş ve Kuru Meyve 2025 ilk 6 Ay Dış Ticareti Nuts and Dried Fruit Forreing Trade (First 6 months of 2025)

KURUYEMİŞ VE KURU MEYVE DIŞ TİCARET (2025 ilk 6 Ay) NUTS AND DRIED FRUIT FOREIGN TRADE (First 6 months of 2025)				
Ürünler / Products	İHRACAT / EXPORT		İTHALAT / IMPORT	
	İhracat Miktarı Export Amount (Ton)	İhracat Değeri Export Value (\$)	İthalat Miktarı Import Amount(Ton)	İthalat Değeri Import Value (\$)
Antep fıstığı / Pistachios	6.466.707	\$117.368.744	208.924	\$5.373.379
Ay çekirdeği / Sunflower seeds	62.107.351	\$85.336.768	5.289.114	\$9.526.435
Badem / Almond	5.513.109	\$42.347.878	24.270.239	\$115.936.785
Ceviz / Walnuts	1.248.092	\$8.549.566	42.961.882	\$122.632.992
Fındık / Hazelnut	143.111.685	\$1.182.747.280	3.961.045	\$11.034.322
Kaju / Cashew	34.258	\$265.103	11.429.008	\$81.606.826
Kabak çekirdeği / Pumpkin seeds	47.781	\$489.105	36.520	\$2.960.613
Leblebi / Roasted chickpea	7.525.556	\$15.554.576	0	\$0
Yer fıstığı / Peanuts	3.473.718	\$8.032.616	8.706.756	\$15.822.401
Kuruyemiş Ara Toplam	229.528.257	\$1.460.691.636	96.863.488	\$364.893.753
Kuru kayısı / Dried apricots	29.836.070	\$151.342.085	150.082	\$841.182
Kuru erik / Prune	691.973	\$2.156.983	1.619.889	\$3.608.724
Kuru incir / Dried figs	19.588.085	\$128.730.896	548.506	\$3.968.402
Kuru üzüm / Raisins	65.213.269	\$237.504.728	668.033	\$2.329.862
Hurma / Dates	6.211.616	\$16.874.498	39.455.972	\$74.730.516
Kuru Meyve Ara Toplam Dried Fruit Subtotal	121.541.013	\$536.609.190	42.442.482	\$85.478.686
Kuruyemiş ve Kuru Meyve Toplam Nuts and Dried Fruit Total	351.069.270	\$1.997.300.826	139.305.970	\$450.372.439

Kaynak: Ocak 2025 - Haziran 2025 arası TÜİK Dış Ticaret verileri kullanarak hazırlanmıştır.

Source: Prepared using 2025 January - 2025 June TUIK Foreign Trade data.

Kuruyemiş + Kuru meyve (2025) – İlk 6 Ay: toplam değerlendirme Toplam (İlk 6 Ay 2025)

- İhracat: 1,997 milyar \$ (351,1 bin ton)
- İthalat: 450,4 milyon \$ (139,3 bin ton)
- Toplam ihracatın yarıya yakın bölümü yılın ilk 6 ayında gerçekleşti (Kuruyemiş'te %46,8; Kuru meyvede %42,1).
- İthalat tarafı, her iki grupta da yıllık toplamın yarısından yukarıda paylar gösteriyor (özellikle kuru meyvede %73,4). Bu durum, yılın ikinci yarısında ihracatın hızlanması beklentisiyle dış ticaret fazlasının sürme olasılığını güçlendiriyor.
- 2019–2024 dönemindeki kuruyemiş'te yüksek tempolu değer büyümesi (%9,4) ile kuru meyvede daha ılımlı ama istikrarlı büyüme (%4,9) 2025'in ilk yarısında da devam ediyor.

Nuts + Dried Fruit (2025) – First Half: Combined Outlook Aggregate (Jan–Jun 2025)

- Exports: \$1.997 billion (351.1k tons)
- Imports: \$450.4 million (139.3k tons)
- Nearly half of annual exports were realized in the first half of the year (46.8% for nuts, 42.1% for dried fruit).
- Imports, however, are already at a higher share of last year's totals (over 60% for nuts and 73% for dried fruit), suggesting a frontloaded import pattern.
- The strong growth of nuts exports (+9.4%) and the steady but moderate increase in dried fruit exports (+4.9%) from 2019–2024 remain visible in the first half of 2025.



İSTATİSTİKLER - İç Pazar Tüketim STATISTICS - Domestic Market

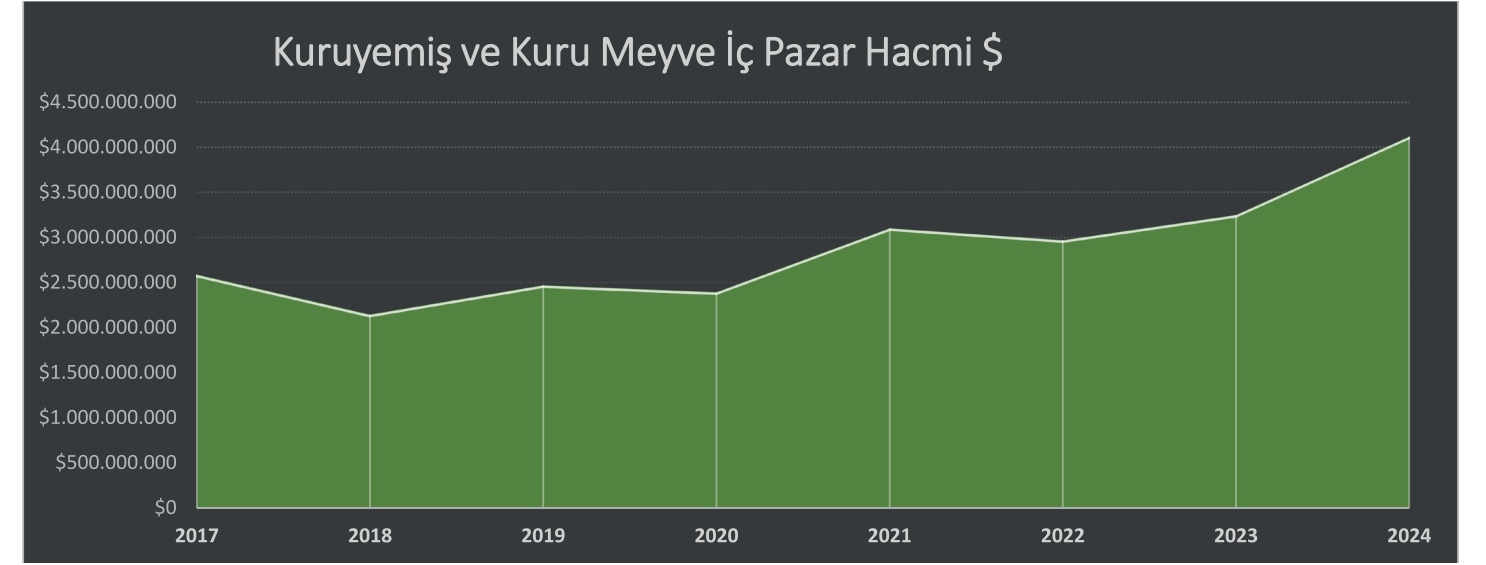
KURUYEMİŞ SEKTÖRÜ YAKLAŞIK İÇ PAZAR BÜYÜKLÜĞÜ 2024 Nuts and Dried Fruits Industry Domestic Market Size 2024

Ürünler / Product	Miktar Quantity (kg)	TL/kg	Değer Value (TL)	Değer Value (\$)
Ceviz Kabuklu Walnuts in Shell	45.000.000	₺130	₺5.850.000.000	\$177.272.727
Fındık (İç-Çiğ) Hazelnuts (Raw)	70.000.000	₺250	₺17.500.000.000	\$530.303.030
Antep fıstığı (Kavrulmuş) Pistachios (Roasted)	30.000.000	₺480	₺14.400.000.000	\$436.363.636
Yer fıstığı (Kabuklu) Peanuts (In Shell)	280.000.000	₺40	₺11.200.000.000	\$339.393.939
Badem (İç) Almond (Inside)	40.000.000	₺220	₺8.800.000.000	\$266.666.667
Kabak çekirdeği Pumpkin seeds	30.000.000	₺200	₺6.000.000.000	\$181.818.182
Ay çekirdeği Sunflower seeds	130.000.000	₺45	₺5.850.000.000	\$177.272.727
Leblebi Roasted chickpea	190.000.000	₺100	₺19.000.000.000	\$575.757.576
Soslu mısır Corn with sauce	15.000.000	₺68	₺1.020.000.000	\$30.909.091
Patlak mısır Popcorn	85.000.000	₺23	₺1.955.000.000	\$59.242.424
Kaju Cashew	15.000.000	₺280	₺4.200.000.000	\$127.272.727
Hurma Dates	85.000.000	₺200	₺17.000.000.000	\$515.151.515
Kuru kayısı Dried apricots	35.000.000	₺150	₺5.250.000.000	\$159.090.909
Kuru incir Dried figs	25.000.000	₺210	₺5.250.000.000	\$159.090.909
Kuru erik Prune	25.000.000	₺60	₺1.500.000.000	\$45.454.545
Kuru üzüm Raisins	80.000.000	₺110	₺8.800.000.000	\$266.666.667
Diğer Others	30.000.000	₺80	₺2.400.000.000	\$72.727.273
TOPLAM	1.210.000.000		₺135.975.000.000	\$4.120.454.545

Kaynak: Kaynak: Tükciad derneği (Değerler yıl ortalaması baz alınarak hesaplanmıştır).
Source: TUKSIAD (Values are calculated using average yearly prices).

Derneğimiz tarafından tahmini yapılan iç Pazar tüketim istatistikleri incelendiğinde 2024 yılı için toplamda yaklaşık 1.210 bin ton tüketime karşılık 136 milyar Türk Lira (4,1 milyar Dolar) değer söz konusu olmuştur. Ürün bazlı incelendiğinde kuruyemiş ürünlerinden en çok yer fıstığı, leblebi ve ay çekirdeği; kuru meyvelerde ise hurma ve kuru üzüm tüketilmiştir.

When the domestic market consumption statistics estimated by our Association are examined, it is seen that a total of approximately 1,210 thousand tons of consumption for the year 2024, corresponding to a value of 136 billion Turkish Lira (4.1 billion USD). When analyzed on a product basis, peanuts, chickpeas and sunflower seeds were consumed the most among dried fruits, while dates and raisins were consumed the most among dried fruits.



SPONSORLARIMIZ

SPONSORSHIPS



Notlar
Notes



Yayın Sahibi

TÜKSİAD (Tüm Kuruyemiş Sanayicileri ve İş Adamları Derneği)
M. Necmettin Gözlüklü İş Merkezi No: 372760 Macunköy-Yenimahalle/ANKARA
Tel : (0312) 397 39 79 - E-posta : info@tuksiad.org

www.tuksiad.org

Yönetim Kurulu Başkanı

Murat YILDIRIM

Program ve Yayın Koordinatörü

Özer DİNÇ

Tasarım & Baskı

Emrah ÖZGİRAY - emrahozgiray@gmail.com

Ağustos 2025



TÜKSİAD (Tüm Kuruyemiş Sanayicileri ve İş Adamları Derneği)
M. Necmettin Gözlüklü İş Merkezi No: 372760 Macunköy-Yenimahalle/ANKARA
Tel : (0312) 397 39 79 - E-posta : info@tuksiad.org
www.tuksiad.org