



Tarsus Ticaret Borsası
MUAMELAT



TARSUS TİCARET BORSASI

Tarih :
Servis /Sayı : -050.02-
Konu : Yönetim Kurulu Kararları 72-24 KAYDIYE
17.05.2024 60

Yönetim Kurulunun 17/05/2024 tarihli ve 83 sayılı oturumunda Kayıt Kararı alınan üyelerimize bilginin verilmesi, aşağıdaki kararların Akreditasyon Sisteminde değerlendirilerek işlem tesisi edilmesi gereğini rica ederim.

- 4- URGE projesine destek sağlanması ve Yurt dışı Pazar Faaliyetlerinin incelenmesi kapsamında Paris ve Brüksel Raporu hakkında bilgi verilmesi,
5- Mersin İl Tarım ve Orman Müdürlüğü ile Akdeniz Havzası Sınır Ötesi İş birliği (Interreg NEXT MED) projesinde ortaklık teklifinin görüşülmesi hk,

Hasan ŞANLI
Genel Sekreter

DAĞITIM
GENEL SEKRETER YARDIMCISI'NA
MUAMELAT
TESCİL

06-09 Mayıs 2024

TARSUS TARIM SEKTÖRÜNÜN İHRACAT YÖNETİMİ VE KAPASİTESİNİN GELİŞTİRİLMESİ KÜMELENME PROJESİ (21.URGE.025)URGE projesine destek sağlanması kapsamında Yurt dışı Pazar Faaliyeti için Proje Yetkilisi, Proje Yürütücüsü ve Proje Koordinatörü 'nden oluşan Genel Sekreter Hasan Şanlı, Genel Sekreter Yardımcısı Ezgi Fındık Güngör ve Dış Ticaret Uzmanı Pınar Alegöz 'den oluşan ÖN HEYET "ÖN HEYET" Yönetim Kurulu Başkanı, Mustafa Teke ile Meclis Başkanı Murat Kaya 06-09 Mayıs Tarihlerinde Paris Ticaret Baş Müşavirimiz Murat Gören ve Ticaret Müş. Gonca Köksal Ensari ile Brüksel de ise Brüksel Ticaret Müşavirimiz, Mehmet Kayış, EUROCHAMBRES TEBD Proje Direktörü Oya ERSÖZ ve TOBB Brüksel Temsilcisi Haluk Nuray ile Yurtdışı pazarlama faaliyetlerinin başarı ile uygulanabilmesi ve hedeflenen sonuçlara ulaşılabilmesi, firmaların dış pazarlar hakkında bilgi edinmeleri, potansiyel alıcılarla iş görüşmeleri yapmaları, uluslararası rekabet ve ihracat potansiyellerini artırmaları, Avrupa Ülkelerine dış ticaretin yaygınlaştırılması amacıyla heyet ziyaretleri gerçekleştirilmiştir.

Paris Ticaret Baş Müşavirimiz Murat Gören ve Ticaret Müşaviri Gonca Köksal Ensari ile yapılan görüşmede;

Türkiye Fransa ile dış ticaretinde 2019 yılına kadar net ithalatçı iken 2019 yılı ve sonrasında net ihracatçı konuma geçmiştir. İki ülke arasındaki dış ticaret hacmi 15 – 16 milyar USD seviyesindedir.

Fransa ile yaş meyve-sebze ve gıda sektöründe ihracatımız istenilen düzeyde değildir. Fransa'nın meyve ve sebze ithal ettiği ülkelere baktığımızda Türkiye; meyvede 7. Sırada, sebzedeki 11. sıradadır.

İthalatçı olduğu ülkelerin başında ise İspanya, Fas, Belçika ve İtalya gelmektedir.

Bu duruma neden olan faktörler ise şöyle özetlenebilir;

Ticareti Etkileyen Faktörler

Fransa'da ticari ilişkiler uzun vadeli plan ve programlar hedef alınarak kurulmaktadır.

Fransızların iş ilişkilerini uzun zamana yaymaktadırlar. Fransız firmalarla temasa geçmek için uzun süre önceden randevu almak gerekmekte olup planlı hareket edilmesi iş ilişkisinde güven sağlamaktadır.

Fransızlar ticari ilişkilerde olduğu gibi iş akış sürecinde ve iş yerlerinde iyi organize edilmiş ve planlanmış şekilde çalışmayı tercih etmektedirler.

Fransa'daki iş adamları ticari ilişkilerinde risk almak istememektedirler. Fransız iş adamlarının belirsizlikten kaçınma eğilimi içinde olduklarını göstermektedir. Fransızlar işbirliği içerisine girecekleri iş ortaklarını tanıyıp güvenmeleri için zamana ihtiyaç duyarlar. İş birliğine girmeyi planladıkları muhtemel ortaklarının çalışma ortamını ve koşullarını yerinde görüp izlemek ise güven kazanılması ve pekiştirilmesinde ayrıca önemli bir rol oynamaktadır.

Ayrıca, firmalar / müşteriler ile yakın ilişki ve temas içerisinde olunması Fransızların tercih ettiği bir davranıştır. Fransızlar ölçülü olmak kaydıyla samimiyete değer vermektedir. Ancak, iş görüşmeleri analitik, eleştirel ve mantıklı konuşma ve fikirler paralelinde geçmektedir. Uygulanması planlanan bir proje tüm ayrıntıları ile birlikte incelenmektedir.

Fransız iş kültüründe ticari ilişkiler ancak otoriteye sahip en yüksek mevkideki kişilerin onay vermesi halinde başlayabilmektedir. İş görüşmelerinin aracı kimseler ile yapılmadığının bilinmesi ticari ilişkilerin gerçekleşmesi açısından önemlidir.

Ayrıca, ülkede yerleşmiş kültürel normlardan sapılması ticari hayatta kabul görmeyen bir davranıştır. Fransa'da fuarlara devamlı katılım da gerek yeni iş bağlantılarını yapılması gerekse mevcut ilişkilerin pekiştirilmesinde verimli sonuçlar vermektedir.

Buna ek olarak Fransa'nın Afrika bağlantılarının da, özellikle fuarlar aracılığıyla firmalarımıza fırsatlar sunduğu gözlenmektedir.

Ticaret Müşavirliğimizin bu konuda yardımcı olabilecek faaliyetleri de bulunmaktadır.

BİLGİ NOTU

Fransa; Yüksek Kaliteli Ürün Talebi istiyor,

Fransız tüketiciler kaliteli ürünleri tercih eder ve bunun için daha fazla ödeme yapmayı göze alır. Dolayısıyla, kaliteli ürün sunabilen şirketler için bu pazarda talep bulunabilir.

Bazı dış ticaret engelleri (vergiler, düzenlemeler vb.) olabilir ve rekabet yoğun olabilir. Bu nedenle şirketlerin yerel yasalara uyum sağlamaları önemlidir.

Her ne kadar Fransa gibi büyük bir pazara giriş cazip olsa da her firma için farklı sonuçlar doğurabileceğini unutmamak önemlidir. Bu nedenle her firma kendi durumunu değerlendirmek adına kapsamlı araştırma yapmalıdır. Dış ticaret uzmanları bu noktada firmalara danışmanlık hizmeti vererek daha detaylı bilgilendirme sağlayabilir.

Bu sadece genel bilgi olarak verilmiştir. Firmalar detaylı analiz yapabilmek adına ilgili mercilere başvurmalılardır

Türkiye'nin Fransa'ya yaş meyve sebze ihracatında bazı engellerle karşılaşması mümkündür. Bunun birkaç nedeni olabilir:

1. Fitosaniter (Bitki Sağlık Sertifikası) Engeller: Fransa gibi ülkeler, giriş yapacak yaş meyve sebzelerin sağlık ve güvenlik standartlarına uygun olduğunu belirlemek için fitosaniter düzenlemelere tabidir. Türkiye'nin bu düzenlemelere uygunluk sağlaması gerekmektedir. Hasta bitki materyali, zararlı organizmaların varlığı veya pestisit kalıntıları gibi faktörler de engel oluşturabilir.
2. Rekabet: Fransa, kendi iç pazarında ve diğer ülkelerden gelen tedarikçilerle rekabet eden yerli üreticilere sahiptir. Bu da Türk ihracatçılarının rekabet etmesini zorlaştırabilir. (Kuzey Afrika Ülkeleri)
3. Lojistik Sorunlar: Yaş meyve sebze gibi hızlı bozulan ürünlerin taşınması zorlu bir süreçtir ve lojistik sorunlar yaşanabilir. Uygun soğutma sistemleri ve hızlı teslimat süreleri gereklidir.
4. Tüketici Tercihleri: Fransız tüketiciler bazen yerli ürünleri tercih edebilir veya daha önce alışık oldukları markalara sadık kalabilirler. Yabancı markaların bilinirliğini arttırmak adına pazarlama stratejileri geliştirilmelidir.

Bu engelleri aşmak için Türk ihracatçıların fitosaniter standartlara uyum sağlaması, kalite kontrol sistemlerini güçlendirmesi, lojistik ağını iyileştirmesi ve pazarlama stratejilerini geliştirmesi önemlidir. Ayrıca Türkiye ile Fransa arasında ekonomik işbirliği anlaşmalarının yapılması da ticareti kolaylaştırabilir. Fransız alıcıları ticaret odaklı görüşmelere devam ederek sorunların çözülmesine yönelik adımlar atılmalıdır.

Bu konuda daha detaylı bilgi almak için dış ticaret uzmanlarından ya da Ticaret Bakanlığı gibi ilgili kurumlardan destek almak faydalı olacaktır.

Brüksel Görüşmeleri

Brüksel Ticaret Müşavirimiz, Mehmet Kayış,

Ülkemiz Dünya yaş meyve sebze üretiminde ilk sıralarda yer almasına rağmen yaklaşık 54 milyon tonluk yaş meyve sebze üretiminin ancak yüzde 9'u ihraç edilmektedir. Yaş sebzede % 5 olan üretimin ihracata oranı, yaş meyvede % 4'tür.

Avrupa Birliği ülkeleri üçüncü ülkelerden yapılan ithalatta Avrupa Topluluğu Ortak Birleştirilmiş Gümrük Tarifesi 'ne (TARIC) göre gümrük vergisi uygulanmakta, ithalatta alınan vergiler, KDV oranları dışında, tüm Birlik üyelerince yapılan ithalatta aynıdır. AB'nin pek çok ülke ile serbest ticaret anlaşması mevcut olup bu kapsamdaki ülkelere yapılan ithalatta diğer ülkelere kıyasla tercihli gümrük rejimi uygulanmaktadır.

Belçika ile yaş meyve-sebze ve gıda sektöründe ise durum daha vahimdir. ihracatımız istenilen düzeyde hiç değildir. Belçika'nın meyve ve sebze ithal ettiği ülkelere baktığımızda Türkiye; meyvede 16. Sırada, sebzede 11. Sıradadır. Net ithalatçı olduğu ülkeler ise, Hollanda ve İspanyadır.

Ticareti Etkileyen Faktörler

Belçika'da Flaman ve Alman toplumları Valon kesimine kıyasla daha içe dönük olup, Brüksel Bölgesinin Fransızca konuşan toplumu ise nispeten daha resmidir.

Muhatabınızın ana dilinde görüşmeyi gerçekleştirmek oldukça sıcak karşılanır, ancak iş hayatında ve toplantılarında İngilizcenin yeterli olması kuvvetle muhtemeldir.

Yüz yüze görüşmeler tercih edilir, ancak uluslararası faaliyetlerin yoğunlaşması ve teknik imkânlarının da yaygınlaşmasıyla beraber görüşmelerin niteliği ve içeriğine göre zaman zaman video konferans yöntemi de kullanılmaktadır.

İş görüşmelerinde, kartvizit bulundurmak, masa etrafında yer alan herkes ile tokalaşmak ve muhataplar ile konuşurken göz teması kurmak önemlidir.

Toplantılar, üst yönetimin katılımı olsun veya olmasın daha ziyade ekip odaklıdır. Bu çerçevede, proje bazlı ekipler ile görüşmeler oldukça daha sık yapılmakta olup, üst yönetimin programının yoğun olması nedeniyle kendileriyle toplantı yapabilmek için erkenden randevu almak gerekebilmektedir.

Sunum planlandırırsa, toplantıdan önce bilgisini vermek gerekir, zira toplantı yerinin uygun ekipman ile hazırlanması söz konusu olabilir. Toplantı sürelerine uyulması önemlidir, ayrıca belirli veya somut teklif varsa bilgilerinin önceden verilmesi de uygundur.

Belçika'da alışverişler, AVM'lerden ziyade şehir merkezlerinden yapılmaktadır. Belçika'da yabancı markalar pazarda önemli bir yere sahiptir, ancak ulusal veya Avrupa menşeli ürünler tercih sebebi olabilmektedir. Diğer yandan, tüketicileri bilgilendirmek amacıyla sosyal medya da oldukça sık kullanılan

araçlar arasında olup, toplumun yaklaşık %65'i sosyal medyayı aktif olarak kullanmaktadır. Ülkede toplumu çevreye oldukça duyarlıdır ve çevre bilinci yüksektir. Gerek bu sebepten, gerekse son yıllarda Avrupa'da meydana gelen gıda skandalları ve artan sağlık kaygısı nedeniyle organik, sürdürülebilir, yerel, taze, vegan, izlenebilir, vb. ürünlere rağbet artmaktadır.

Belçika'nın üç bölgesinin kültürel, dilsel ve ekonomik farklılıkların, ülkede bölgelere göre ticaretin nasıl yürütüleceğinin belirlenmesinde önemli etkidir. Tüm ülkeyi hedef alan bir ithalatçının / distribütörün her üç bölgede de faaliyet göstermesi gerekmektedir. Belçikalı distribütörler küçük ve uzmanlaşmış olma eğilimindedir.

İki Ülke de Avrupa Birliği Ülkeleri ile ticarete daha sıcak bakıyor.

EUROCHAMBRES TEBD Proje Direktörü Oya ERSÖZ

Yapılan görüşmede, Tarsus Ticaret Borsasının Avrupa Odaları ile ikili iş birliği çerçevesinde yer alması özellikle istendi.

Borsanın fiziki ve teknik alt yapılarının sunulduğu görüşmede;

Tarsus Ticaret Borsası 2 URGE Projesi yürüten bir ilçe borsası olduğu, Ticaret Bakanlığı tarafından URGE Projesi iyi Uygulama Örneği Kurumu ve Proje Yürütücüsü seçilerek ödül aldığı,

İhracat destek ofisi ve Dış Ticaret İstihbarat Merkezi bulunduğu

TEBD projelerinde 5 defa yer aldığı,

Akreditasyon Sisteminde Türkiye 1. Olduğu,

30 dönüm yerleşkesinde 40 bin tonluk Lisanslı Deposu, 2500 tonluk Soğuk Hava tesisi, Yeşil Enerji Kullandığı, GES sistemi ile elektriğini ürettiği, elektrikli araç şarj istasyonu olduğu, Tarsusta 6 farklı mahalde erken uyarı sistemi kurarak iklimsel verileri yayınladığı, bitkisel hastalıkları önceden takip ettiği bilgileri verildi.

Ayrıca TEBD projesinde Letonya ile yakın zamanda iş birliği protokolü imzalandığı bilgileri de verildi.

TEBD Proje Direktörü Oya ERSÖZ ile Borsamız adına bölgesel, ulusal, odalar, borsalar ve birlikler ile iş dünyası diyaloglarının artırılmasına yönelik ortaklaşa yürütülebilecek projeler ile TOBB 'nin projeler konusuna verdiği önem değerlendirildi.

TOBB Brüksel Temsilcisi Haluk Nuray

Türk iş dünyasının çatı kuruluşu olan TOBB'nin Avrupa Ticaret ve Sanayi Odaları – Eurochambres nezdinde temsil etmek ve Eurochambres faaliyetlerine aktif katılımını sağlamak amacıyla kurulan TOBB Brüksel Temsilciliğinde TOBB Brüksel Temsilcisi Haluk Nuray ve ekibi ile yapılan görüşmelerde ;

Borsa üyelerimizin lobi ve bilgilendirme faaliyetleri çerçevesinde AB kurumları ve etkin kuruluşları ile irtibat, diyalog ve koordinasyonunun sağlanması, AB içindeki gelişmeleri yakından takip ederek bilgi akışını sağlayacak konulara değinilerek, üyelerimizin ikili görüşmelerinde ev sahibi olarak temsilciliğin kullanılmasında yardımcı olabilecekleri konular değerlendirildi.

SONUÇ ve ÖNERİ

TARSUS TİCARET BORSASI'NIN, BÖLGEDEN YAPILAN İHRACATTA AB ÜLKELERİNİN PAYININ ARTIRILMASI İÇİN GERÇEKLEŞTİRECEĞİ ÇALIŞMALARA KATKILAR HAKKINDA NOT

Bölgenin tarımsal ürünler üretiminde ağırlıklı bir yere sahip olan Tarsus'un ihracatında Rusya pazarı birinci sırada yer almaktadır.

Ancak Rusya, özellikle son yıllarda artan şekilde, ithalat kısıtlamalarını bir dış politika yaptırım aracı olarak kullanmaktadır. Bu da Tarsuslu ihracatçılar açısından en önemli pazarın istikrarsızlaşması anlamına gelmektedir ve belli ürünlerin ihracatında, umulmadık zamanlarda çeşitli zorluklar yaşanmaktadır. (Örnek; nar ve biber ihracatına getirilen yasaklama sonrası satışlar Belarus üzerinden yapılmak zorunda kalmıştır). Üstelik Rusya bu tür önlemleri, Avrupa pazarına göre çok daha hızla alarak uygulamaya koyabilmektedir.

Bu durum karşısında, Tarsus Ticaret Borsası, bölge ihracatında Avrupa Birliği pazarının payını artırmak üzere çalışmalarını iki soru etrafında yoğunlaştırmıştır.

- 1) Avrupa pazarına uygun üretim nasıl yaparız? [AB Mevzuatı ve kuralları]
- 2) Bu ürettiklerimizi Avrupa'ya nasıl satarız? [AB Pazarı / pazara giriş]

Rusya pazarı, AB piyasasına göre daha "istikrarsız" olsa dahi kastedilenin "Rusya pazarını bırakıp AB'ye yönelmek değil", Rusya pazarına ilaveten AB pazarını da değerlendirmek olduğu açıktır.

Öte yandan AB piyasasının da bir başka açıdan, mevzuat ve kurallar bakımından çok da kolay bir Pazar olmadığı muhakkaktır. Ancak, bir kez kurallar yerine getirilip mevzuata uyum sağlandıktan sonra işlerin çok daha kolay ve pazarın uzun vadede çok daha istikrarlı olacağı muhakkaktır. Altyapı ve kurallara uymak ve bunu sürekli kılmak ilk ve en önemli koşuldur.

Bu çerçevede keyfiyet önce AB Nezdindeki TOBB Temsilciliğimizin Ticaret ve Tarım Müşavirleri ile bilahare İKV'nin tarım sektöründen sorumlu uzmanları ile enine boyuna tartışılmış ve şu an için aşağıda belirtilen şekilde bir başlangıç yapılabileceği değerlendirilmiştir.

AB pazarına uygun üretim

AB tarım piyasasında ürün bazında önemli değişiklikler gösteren mevzuat ve uygulamalar (yasak, kota, takvim, vergi, kontrol zorunluluğu, standartlar gibi) hakkında çok detaylı bilgiler Tarım Bakanlığımızda mevcuttur. Ayrıca, ihtiyaç duyulan her noktada AB Komisyonu Tarım Genel Müdürlüğünden (ve Ticaret Bakanlığı AB Genel Müdürlüğünden) ek güncel bilgi temin edebiliriz. Çünkü, AB'nin en eski ve önemli ortak politikalarından birisi olan Ortak Tarım Politikası çok kapsamlı ve detaylı olmasının yanı sıra ihtiyaçlara bağlı olarak sürekli güncellenmektedir de.

Öneri 1: İlk aşamada mevcut üretimin AB'nin tarım ürünleri ithalatında aradığı koşullara uyum derecesini, eksiklikleri ve bunların giderilmesi için neler yapılması gerektiğini tespit eden bir TARAMA çalışması yapılması en uygun başlangıç noktası olacaktır.

AB pazarına giriş

- a) Resmi boyut

Ne yazık ki AB ile aramızdaki tercihli anlaşma (Gümrük Birliği Kararı) tarım ürünlerini kapsamamaktadır. Yani tarım ürünleri açısından AB için neredeyse bir üçüncü ülke konumundayız. AB'den tarım ürünleri

ile ilgili olarak 1/98 sayılı karar başta olmak üzere Ortaklık Konseyi Kararları ile alınan tavizleri ise, tüm detayları (tarihler, oranlar, miktarlar) ile Ticaret Bakanlığı'mızdan (AB Genel Müdürlüğü) hızla temin edebiliriz. Ancak söz konusu tavizlerin son derece az üründe ve kısıtlı olduğunu baştan bilinmelidir.

Öte yandan, sahadaki uygulama en az mevzuat kadar hatta daha da önemlidir. Bu konuda İhracatçı Birliklerimizde çok ciddi bir bilgi ve tecrübe birikimi olmalıdır. En önemlisi bu bilgi ve tecrübeyi hızlı ve güncel olarak kullanabilmeliyiz.

Öneri 2: Bu tür bilgilerin, Borsa içinde sahiplenip biriktirilmesi ve değerlendirilerek üyelere/üreticilere aktarılması son derece önemlidir. Bunu sağlamak üzere TTB bünyesinde bir kapasite yaratma (eğer halihazırda bir kapasite varsa onu artırma) projesi hazırlanarak hızla hayata geçirilebilir. Eğer kaynak sorunu varsa AB fonlarından ya da TOBB/Eurochambres aracılığıyla sağlanan AB kaynaklarından yararlanmak için başvuru yapılabilir.

Öneri 3:

İhracatçı üyelerin küçük gruplar halinde Avrupa Ülkelerine sadece ticari faaliyet kurabilmesi önceliğinde ticari seyahatler düzenlenmelidir. Bunun için ihracatçı üyenin kesin istekli ve maddi sıkıntı gütmeden kabul etmesi gerekmektedir. Bu ülkelere yapılacak ticari seyahatler Borsa tarafından temsilcilikler, ticaret müşavirlikleri ,le paydaş planlama olanakları yapılarak sağlanacaktır.

Ayrıca, Hollanda inceleme ülkesi olarak ilk ülke düşünülebilir.

b) İhracat

Şu an dahi, bölgenin tarım ürünlerinin hiç olmazsa bir bölümünün AB standartlarını karşıladığı muhakkaktır, bu oranını nispeten kısa sürede artırılması da mümkündür. Ancak piyasanın güvenilir ve istikrarlı satış kanallarına erişmek ve satışı gerçekleştirmek bir başka beceri gerektirecektir. Bu hususta iki kanaldan yardım sağlanması mümkündür.

- Hemen her ülkede mevcut Ticaret Müşavirliklerimizde söz konusu ürünlerin başlıca alıcıları ve pazarın durumu hakkındaki spesifik bilgi (en azından kağıt üzerinde) mevcuttur (Brüksel Ticaret Müşavirimiz Mehmet Kayış bu konuda bize örnek olmuştur.) ve kendilerine erişim için TOBB Brüksel Temsilciliğimizle aracılığıyla hızla erişim mümkündür. İhracat Genel Müdürlüğü'nün Pazara Giriş Dairesi de bu konuda yardımcı olacağı kanısındayız.

- Yine bu konuda yardımcı olacak bir diğer kanal ise, söz konusu ürünlerin üretici ve tüccarlarını Avrupa çapında bir araya getiren sektör kuruluşlarıdır. Borsa olarak Avrupa ülkelerinden alım heyeti daveti yapılmalıdır.

Borsa olarak, bunların en fazla yarar getireceği düşünülenlerle mümkün olan şekilde (üyelik, ortak üyelik ya da gözlemci gibi) bir resmi ilişki kurulmasında yarar olduğu düşünülmektedir.

Avrupada olduğu gibi EUFEL (European Union of the Fruit and Vegetable Wholesale, Import and Export Trade) benzeri bir kuruluşun veya kooperatiflik sisteminin kurulması öneri olarak değerlendirmemiz içindedir. Bu kurum AB ülkeleri içinde tarım ürünlerinin öncelikli olarak birlik üyelerince karşılanması amacıyla faaliyet yürütmektedir.

NOT: ÖNERİ OLARAK DİLE GETİRİLEN KONULARDA TOBB VE İKV BRÜKSEL TEMSİLCİLİKLERİ HER TÜRLÜ TEKNİK KATKIYI SAĞLAMAYA HAZIRDIR.

Diğer konular

AB'ye yönelik tarım ürünleri ihracatımızda avantaj getirecek diğer hususlar başlıkları itibarıyla şunlardır

Organik ürünlere özel dikkat.

Organğin kuralları çok sert ise "iyi tarım uygulamasını" değerlendirmeye çalışmakta yarar var.

Sertifikalı tohum ve fidan konusuna itina gösterilmeli

Yeşil tarım (ve yeşil tarım yatırımlarının finansmanı) yakın geleceğin kilit kavramları olacak

Yaş meyve sebze sektörünün gelişimi için aşağıdaki önerilerin dikkate alınması önemlidir;

Meyve alanlarının hedef pazarların tüketici eğilimlerine göre belirlenen güncel çeşitlerle yapılandırılması

Coğrafi işaretleme, markalaşma ve tanıtım faaliyetlerine önem verilmesi

Yaşlanmış ve verimden düşmüş bahçelerin çağdaş meyvecilik ilkelerine uygun olarak yenilenmesi

Standardizasyona ve ambalajlamaya önem verilmesi, soğuk hava depolarının modernizesi ve kapasitelerinin kontrollü kullanılması,

Çoğu küçük ölçekli işletmelere sahip olan meyve ve sebze üreticilerinin örgütlenmesinin desteklenmesi, kooperatifleşmeye yönlendirilmesi (KOOPERATİFÇİLİK YASASININ DEĞİŞTİRİLMESİ)

Analiz laboratuvarlarının sayılarının artırılması

Rekabet şansının yükseltilebilmesi için destek ve kredi miktarlarının artırılması

Dış pazarlarda tercih edilen yerel ürünlerin ıslah yoluyla kaliteleri artırılması