



HİNDİSTAN



KURU MEYVE SEKTÖRÜ (Antep Fıstığı, Kuru Kayısı ve İncir) PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih : 31 Ekim 2025

Raporu Hazırlayan: Yeni Delhi Ticaret Müşavirliği

KURU MEYVELER SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

1. Hindistan Pazarında Sektörün Durumu

Hindistan’da kuru meyve sektörü 2024 yılında 9,3 milyar Dolar pazar büyüklüğüne ulaşmış olup 2029 yılında Pazar büyüklüğünün 12,7 milyar Dolara erişmesi beklenmektedir. Hâlihazırda, Hindistan dünyanın en büyük kuru meyve ithalatçılarından biri konumundadır. Özellikle kaju, yer fıstığı, badem, kuru üzüm, incir, ceviz ve hurma tüketimi büyük miktarlara ulaşmaktadır.

Kuru meyve sektörünün gelişimi ağırlıklı olarak sağlıklı beslenme bilincinin yükselmesi, kolay hazırlanabilir besinlere ulaşma ihtiyacı ve harcanabilir gelirin yükselmesi ile ilişkilendirilmektedir. Bilhassa büyükşehirlerde tüketicinin kuru meyvelerin besin değerlerine yönelik farkındalığının artması ilgili ürünlere talebi artırmaktadır.

Global covid-19 salgınından sonra kuru meyve başta olmak üzere sağlıklı beslenme talebi tüm dünyada olduğu gibi Hindistan’da da artış göstermiştir.

Öte yandan, ülkede hızla büyüyen e-ticaret ve hızlı e-ticaret platformlarının varlığı da kuru meyve ürünlerine erişimi ülke genelinde kolaylaştırmaktadır. Bu platformların varlığı özellikle küçük şehirlerde yaşayan tüketiciler için ilave erişim kaynağı sağlamaktadır.

1.1 İlgili Sektörde Üretim

Ülkede kuru meyve üretimi söz konusu olunca kaju, yer fıstığı, badem, ceviz ve kuru üzüm ön plana çıkmaktadır.

Öte yandan, Hindistan’da bu rapora konu ürünlerin (antep fıstığı, kuru kayısı ve incir) üretimi iklim koşulları nedeniyle oldukça düşük seviyelerde bulunmaktadır.

Antep fıstığı özelinde, Rajasthan, Haryana ve Gujarat gibi bölgelerde diğer bölgelere nazaran daha elverişli şartlar olsa da üretim ihmal edilebilir seviyelerde kalmaktadır.

Kayısı üretimi de yalnızca Ladakh, Kashmir ve Himachal Pradesh gibi ülkenin kuzey ve yükselteli bölgelerinde gerçekleştirilmektedir. Toplam üretime ilişkin resmi bir istatistik olmasa da yıllık üretimin 33 bin metrik ton civarında olduğu değerlendirilmektedir.

İncir üretiminde ise Maharashtra, Gujarat, Karnataka ve Tamil Nadu bölgeleri ön plana çıkmakta olup yıllık üretimin 16 bin metrik ton civarında olduğu tahmin edilmektedir.

Öte yandan, Hindistan ilgili ürünler bazında sınırlı miktarlarda yaş meyve üretimi gerçekleştiriyor olsa da kuru meyve türünde bu ürünlerin ithalatına bağımlı konumda olmaya devam etmektedir.

1.2 Ortalama Fiyatlar

Rapora konu ürünlerin Hindistan’da üretimi düşük ve dağınık olduğu için net üretici fiyatlarına erişmek mümkün bulunmamaktadır.

Öte yandan, kalite, özellik ve menşei ülkeye göre farklılık arz etse de piyasa bulunan ürünlerin ortalama ithalat ve perakende satış fiyatları aşağıda yer almaktadır.

Kabuklu Antep Fıstığı: İthalat fiyatı kg başına 8 ile 9,25 Dolar, perakende fiyatı kg başına 12 ile 13 Dolar

Kabuksuz Antep Fıstığı: İthalat fiyatı kg başına 10 ile 25 Dolar, perakende fiyatı kg başına 13 ile 35 Dolar

Kuru İncir: Ürünlerin büyük çoğunluğu Afganistan'dan gümrük vergisiz olarak gelmektedir. Diğer ülkelerden (Türkiye, İran ve BAE) az da olsa gelen incirlerde fiyatlar göreceli olarak yüksek seyretmektedir.

İthalat fiyatı 5 ila 8,5 Dolar, perakende fiyatı 8 ila 22-23 Dolar

Kuru Kayısı: Ağırlıklı olarak Afganistan'dan ithal edilen ürün rakip ülke ürünlerine göre fiyat avantajı bulundurmaktadır.

İthalat fiyatı 3 ila 4,5 Dolar, perakende fiyatı 9 ila 18 Dolar

1.3 İlgili Sektörde Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler

Hint Gıda İthalatçıları Forumu (FIFI), Hindistan'da ithal edilen yiyecek ve içecekleri desteklemeye ve tanıtmaya yönelik faaliyet gösteren önemli bir platformdur.

Öte yandan, yakın dönemde kurulmuş olan Kuruyemiş ve Kuru Meyve Konseyi (Nuts and Dry Fruit Council) de sektörde iş dünyasını bir araya getiren önemli bir kuruluş konumundadır.

1.4 Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

İlgili ürün grubunda gourmet gıda distribütörleri, süpermarketler ve çevrim içi pazar yerleri tarafından ithalat gerçekleştirilmektedir.

Modern perakende, çevrim içi platformlar ve yemek hizmeti segmentlerinde Hindistan'da büyüyen bir pazar trendi görülmektedir. Hindistan'da son dönemde büyüme trendi artan dijital platformlar daha fazla pazara nüfuz etmeyi ve tüketici erişilebilirliğini kolaylaştırmaktadır.

2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti

2.1 2024 Yılında Seçili Kuru Meyvelerde Hindistan'ın En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği Ülkeler (Trademap verilerine göre)

Kabuklu Antep Fıstığı (080251)				
	Ülke Adı	İthalat Değeri (1.000\$)	Miktar (ton)	Oran (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1	Amerika Birleşik Devletleri	102.842	15.835	55,5
2	İran	48.787	9.088	26,3

3	BAE	28.997	5.324	15,7
4	Türkiye	2.804	549	1,5
5	Çin	1.092	137	0,6
6	Ürdün	385	78	0,2
7	Afganistan	168	20	0,1
8	Kanada	141	19	0,1

Kabuksuz Antep Fıstığı (080252)				
	Ülke Adı	İthalat Değeri (1.000\$)	Miktar (ton)	Oran (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1	Afganistan	31.306	3.900	36,7
2	İran	30.838	2.668	36,1
3	BAE	20.322	2.137	23,8
4	Amerika Birleşik Devletleri	2.129	299	2,5
5	Türkiye	818	100	1

İncir (080420)				
	Ülke Adı	İthalat Değeri (1.000\$)	Miktar (ton)	Oran (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1	Afganistan	160.225	27.115	99,6
2	Türkiye	333	173	0,2
3	İran	164	226	0,1
4	BAE	123	138	0,1
5	Pakistan	78	42	0
6	Yunanistan	2	0	0

Kuru Kayısı (081310)				
	Ülke Adı	İthalat Değeri (1.000\$)	Miktar (ton)	Oran (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1	Afganistan	14.163	4.563	89
2	Türkiye	1.593	945	10
3	BAE	91	68	0,6
4	İran	66	53	0,4

2.2 2024 Yılında Seçili Kuru Meyvelerde Hindistan'ın En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği Ülkeler (Trademap verilerine göre)

Rapora konu kuru meyve ürünlerinde Hindistan önemli ölçüde ithalata bağımlı konumda olup bu ürünler bakımından ülkede kayda değer bir üretim faaliyeti bulunmamaktadır.

Kabuklu Antep Fıstığı (080251)				
	Ülke Adı	İhracat Değeri (1.000\$)	Miktar (ton)	Oran (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat)
1	BAE	153	20	48,1
2	Sri Lanka	58	14	18,2
3	Singapur	47	4	14,8
4	Nepal	9	1	2,8
5	Gambiya	8	1	2,5
6	Seyşeller	7	1	2,2
7	Bhutan	6	0	1,9
8	Yeni Zelanda	6	0	1,9
9	Filipinler	5	1	1,6
10	Senegal	4	0	1,3
	Türkiye	0	0	0

Kabuksuz Antep Fıstığı (080252)				
	Ülke Adı	İhracat Değeri (\$)	Miktar(ton)	Oran (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat)
1	Sri Lanka	62	5	41,1
2	Nepal	26	3	17,2
3	Nijerya	20	1	13,2
4	Filipinler	4	0	2,6
5	Singapur	4	0	2,6
6	Tanzanya	4	0	2,6
7	Fransa	3	0	2
8	Malezya	3	0	2
9	Morityus	3	0	2
10	Birleşik Krallık	3	0	2
	Türkiye	0	0	0

İncir (080420)				
	Ülke Adı	İhracat Değeri (1.000\$)	Miktar (ton)	Oran (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat)

1	Nepal	393	86	40,4
2	Amerika Birleşik Devletleri	242	15	24,9
3	Kanada	67	4	6,9
4	Singapur	59	8	6,1
5	Bahreyn	42	96	4,3
6	Birleşik Krallık	26	2	2,7
7	Sri Lanka	21	2	2,2
8	BAE	20	47	2,1
9	Malezya	15	1	1,5
10	Maldivler	15	9	1,5
	Türkiye	0	0	0

Kuru Kayısı (081310)				
	Ülke Adı	İhracat Değeri (1.000\$)	Miktar (ton)	Oran (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat)
1	Nepal	166	47	38,2
2	Türkiye	103	23	23,7
3	Amerika Birleşik Devletleri	104	11	24
4	BAE	27	3	6,2
5	Kanada	12	1	2,8
6	Yeni Zelanda	5	1	1,2
7	Birleşik Krallık	4	0	0,9
8	Butan	3	0	0,7
9	Malezya	3	0	0,7
10	Avustralya	2	0	0,5

3. Sektörde Ülkemizden İhracat (Değer ve Miktar)

Rapora konu kuru meyve ürünlerinde Hindistan'ın kamuya açık ithalat verilerinin ülkemiz ihracat verilerinin oldukça altında kalabildiği görülmektedir. Bu kapsamda, pazar büyüklüğü ve Hindistan'ın başlıca tedarikçileri gibi parametreler bakımından yukarıda yer alan Hindistan ithalat verilerinin takip edilmesinde fayda bulursa da ülkemizin Hindistan'la bu alandaki ticaretinin büyüklüğünü değerlendirmek için ülkemiz ihracat verilerinin baz alınmasının daha doğru olduğu düşünülmektedir.

3.1 Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (1.000\$, TÜİK verileri)

	Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024
1	080251	Kabuklu Antep Fıstığı	127	0	175	2.272	3.668

2	080252	Kabuksuz Antep Fıstığı	345	1.871	1.718	2.724	945
3	080420	İncir	66	99	216	1.186	336
4	081310	Kuru Kayısı	3.068	3.596	5.380	3.565	5.479

3.2 Sektörde Ülkemizin Hindistan’a İhracatı (Gümrük kg, TÜİK verileri)

	Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024
1	080251	Kabuklu Antep Fıstığı	21.785	0	24.025	136.076	713.008
2	080252	Kabuksuz Antep Fıstığı	30.000	138.720	136.030	155.015	56.508
3	080420	İncir	17.005	21.802	45.324	341.449	134.690
4	081310	Kuru Kayısı	889.413	833.864	898.035	647.696	1.011.642

4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

4.1 Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Tüm metro şehirleri – Delhi, Mumbai, Chennai, Kalküta, Bengaluru, Haydarabad, Ahmedabad ve Pune.

4.2 Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

- Ministry Of Nuts
- Nutraj
- Solimo and Vedaka (Amazon Brands)
- Farmley
- Happilo
- True Elements
- Urban Platter
- Tulsi
- Nutty Gritties

4.2.1 İlgili Oda/Birlik/Dernek/STKlar ve İletişim Bilgileri

The Forum of Indian Food Importers (FIFI)

63. Paschimi Marg.

near Tagore International School.

Block B. Vasant Vihar.

New Delhi-110057 India

Web: <https://mail.fifi.in/>

Nuts and Dry Fruits Council (India)
208. Second Floor Antriksh Bhawan
KG Marg Connaught Place
New Delhi-110001 India
Mob: +91-70420-09241
Email: ceo@ndfci.org
Web: <https://ndfci.org/>

Indian Chamber of Food and Agriculture
B-Wing. 2nd Floor Naurang House
KG Marg. New Delhi 110001 INDIA
Email: info@icfa.org.in
Web: <https://icfa.org.in/>

The Federation of Hotel & Restaurant Associations of India
B-82. 8th Floor Himalaya House 23
K. G. Marg. New Delhi-110 001
E-mail: fhrai@fhrai.com
Web: <https://www.fhrai.com/>

4.2.2 Varsa İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

Hindistan'da ithalatçı bulmak için kullanılabilecek bazı açık kaynaklar aşağıda belirtilmektedir.

Çevrim içi Açık Kaynaklar: FIEO, IndiaMart, Trade India, Justdial

Diğer taraftan, Delhi'de bulunan Khari Baoli Market ile Mumbai'de bulunan Masjid Bunder ve Vashi AMPC Market Hindistan'da önemli kuru meyve ithalatçı ve toptancılarının yer aldığı bölgeler olarak göze çarpmaktadır.

4.2.3 Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

Sektörde ithalatın gerçekleştirilmesi için Giriş Belgesi, Ticari Fatura, Paketleme Listesi, Menşe Şahadetnamesi ve Bitki Sağlığı Sertifikası dahil olmak üzere çeşitli zorunlu belgeler gereklidir. Ek olarak; gıda işletmecileri için ithalatçıların FSSAI (Hindistan Gıda Güvenliği ve Standartları Kurumu) lisansı alması şarttır. Diğer önemli belgeler arasında Konşimento, İthalat İhracat Kodu (IEC) ve potansiyel olarak menşe ülkeden Analiz Sertifikası yer alır.

4.3 Sektörde sevk öncesi inceleme zorunluluğu var mıdır? Varsa yetkilendirilmiş gözetim şirketleri hangileridir?

Hindistan'da kuru meyveler genellikle belirli sevkiyat öncesi denetim gerekliliklerine tabi değildir.

4.4 Sektördeki Önemli Fuarlar (milli katılım olup olmadığı) ve Tarihleri

1) AAHAR

Hindistan Ticaret Tanıtım Örgütü (ITPO) tarafından düzenlenen yiyecek, içecek ve misafirperverlik ürünleri ve hizmetlerini sergileyen uluslararası bir etkinliktir. Her yıl

Delhi’de düzenlenmektedir. Önümüzdeki yıl etkinliğin 10-14 Mart 2026’da düzenlenmesi öngörülmektedir.

2) SIAL India

Mumbai ve Yeni Delhi’de düzenlenen yiyecek ve içecek yeniliklerini, trendlerini ve ürünlerini sergileyen önemli bir yiyecek ve içecek ticaret fuarıdır. SIAL Hindistan, dünyanın en büyük gıda inovasyon fuarı olan SIAL Paris’i de içeren daha büyük SIAL Ağı’nın bir parçasıdır. SIAL, 26-28 Haziran 2025 tarihleri arasında Mumbai’de düzenlenecektir. 2024 yılında Yeni Delhi’de düzenlenen edisyona milli katılım gerçekleştirilmiştir.

3) MEWA India

Hindistan’da yakın geçmişte kurulan Nuts and Dry Fruits Council (INDIA) bu alanda önemli üretici ve ithalatçıların bünyesinde yer aldığı bir sektör kuruluşu olup ilgili kuruluş tarafından düzenlenen MEWA Fuarı da sektörün önemli oyuncularını bir araya getiren bir platform konumundadır. İlgili etkinliğe muhtelif ülkelerce de katılım sağlanmaktadır. Fuar üçüncü kez 23-25 Ocak 2026 tarihleri arasında Yeni Delhi’de gerçekleştirilecektir.

4) World Food India

Son yıllarda, Hindistan Gıda İşleme Sanayileri Bakanlığı (Ministry of Food Processing Industries) ve FICCI tarafından organize edilen fuar üst düzey devlet yetkililerinin, yatırımcıların, büyük yerli ve uluslararası gıda şirketlerinin iş dünyası liderlerinin ve tüm ilgili paydaşların bir araya geldiği bir fuar olarak planlanmaktadır. Fuar son olarak 25-28 Eylül 2025 tarihleri arasında Delhi’de düzenlenmiş olup bir sonraki edisyonun tarihleri henüz netleşmemiştir.

5) Indusfood

Hindistan’ın yiyecek ve içecek endüstrisine yönelik bir ticari fuar olmakla birlikte AAHAR ve SIAL fuarları ile karşılaştırıldığında daha küçük düzeyde uluslararası katılım sağlanmaktadır. Etkinlik her yıl Hindistan Ticareti Geliştirme Konseyi (TPCI) tarafından düzenlenmektedir. 8 - 10 Ocak 2026 tarihleri arasında Delhi’de düzenlenecektir.

4.5 Varsa Sektörde İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler

Hindistan’da şu an için Kuru Meyveler teminine yönelik bir ihale sistemi bulunmamaktadır.

4.6 Ülkenin. Ülkemiz ve Diğer Ülkelerle STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları Hakkında Bilgi

Hindistan diğer ülkelerle 14 serbest ticaret anlaşması (STA) ve 6 tercihli ticaret anlaşması (PTA) imzalamış durumdadır. Hindistan’ın Türkiye ile FTA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları bulunmamaktadır.

STA’lar: India – UK CETA, Sri Lanka, Güney Asya Serbest Ticaret Bölgesi SAFTA), Butan, Tayland, Singapur, ASEAN-Hindistan Serbest Ticaret Bölgesi (AIFTA), Güney Kore, Japonya, Malezya, Mauritius, Nepal, BAE, Avustralya ve Hindistan EFTA Ticaret ve Ekonomik Ortaklık Anlaşması (İzlanda, Lihtenştayn, Norveç ve İsviçre)

Tercihli Ticaret Anlaşmaları (PTA): Asya Pasifik Ticaret Anlaşması (APTA – Bangladeş, Çin, Hindistan, Güney Kore, Lao ve Sri Lanka), gelişmekte olan ülkeler arasında Küresel

Ticaret Tercihleri Sistemi (GSTP). Afganistan. Mercosur. Şili ve SAARC Tercihli Ticaret Düzenlemesi Anlaşması (SAPTA – Bangladeş, Butan, Maldivler, Nepal. Pakistan ve Sri Lanka).

4.7 Varsa Tercihli Tarifeden Yararlanmak İçin Gereken Belgeler

Yukarıda belirtildiği gibi Türkiye'nin Hindistan ile STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları bulunmamaktadır. Hindistan'daki STA ülke ortaklarının tercihli tarifelerinden yararlanmak için Menşe Şahadetnamesi (CoO) veya Menşe Kanıtı gereklidir. Bu belge, malların menşeyini doğrular ve serbest ticaret anlaşmaları (STA'lar) kapsamında vergi indirimi talebinde bulunmak için zorunludur. Konşimento, ticari fatura ve diğer destekleyici belgeler de gereklidir.

4.8 Sektörde Standartlar

Kuru Meyveler için Hindistan'da standartlar, Hindistan Gıda Güvenliği ve Standartları Otoritesi (FSSAI) ve Gıda Güvenliği ve Standartları (Gıda Ürünleri Standartları ve Gıda Katkı Maddeleri) Düzenlemeleri 2011'de tanımlanmıştır. Hindistan gıda güvenliği standartlarına ve düzenlemelerine uygunluğun sağlanması için ürünlere yönelik Hindistan Gıda Güvenliği ve Standartları Kurumu (FSSAI) Sertifikası gereklidir. Bitki Karantinası (Hindistan'a İthalat Yönetmeliği) Emri, 2003 zararlı zararlıların ve hastalıkların girişini ve yayılmasını önlemek için Hindistan'da bitki ve bitkisel ürünlerin ithalatını düzenleyen yasal bir çerçevedir. İthalatlara menşe ülkeden alınan bitki ve ürünlerin zararlılardan ve hastalıklardan arı olduğunu belgeleyen bir Bitki Sağlık Sertifikası eşlik etmelidir.

4.9 Sektörde Etiketleme

Hindistan Gıda Güvenliği ve Standartları Otoritesi (FSSAI) gıda ürünleri için özel etiketleme gerekliliklerini zorunlu kılmaktadır. Gıda Güvenliği ve Standartları (Ambalaj ve Etiketleme) Yönetmeliği, 2011'de özetlenen bu düzenlemeler tüketiciler için netlik ve şeffaflık sağlamaktadır.

Temel hususlar arasında "Üretim veya paketleme tarihi" ve "Son Kullanma Tarihi", Net miktar, üreticinin adresi, satıcının/distribütörün adı ve adresi, içerik listesi, besin bilgileri vb. gibi zorunlu beyanlar yer alır. Bu düzenlemeler kapsamında etikette belirtilmesi gereken beyan ayrıntıları İngilizce veya Hintçe olmalıdır.

Bu kapsamda, detaylı etiketleme kurallarına aşağıdaki bağlantı adresinden ulaşılabilmektedir.

https://fssai.gov.in/upload/uploadfiles/files/Comp_Labelling.pdf

4.10 Sektörde Ambalajlama

Tüm gıda ürünlerinin ithalatında zorunlu paketleme ve etiketleme kuralları bulunmaktadır. Hindistan'a kuru meyve ithal etmek isteyen firmaların Hindistan Gıda Güvenliği ve Standartları Kurumu'na (FSSAI) kayıt yaptırıp sertifika alması gerekmektedir. FSSAI logosu ve lisans numarası ambalajın üzerine basılmalıdır.

4.11 Lojistik

Hindistan ile Türkiye arasındaki ticaretin lojistiği daha hızlı geçiş için Süveyş Kanalı ve Kızıldeniz güzergahlarıyla gerçekleştirilmektedir. İkili ticarete önemli limanlar arasında

Hindistan'daki Nhava Sheva ve Mundra ile Türkiye'deki Ambarlı, Evyap, Aliğa ve Mersin gibi çeşitli limanlar yer almaktadır.

Mundra ve Nhava Sheva'dan Hindistan'ın büyük iç merkezlerine uzanan entegre demiryolu bağlantıları tedarik zincirinin verimliliğini artırmaktadır. Halihazırda ülkemiz ile Hindistan arasındaki navlun süresi Süveyş Kanalı kullanılan hatlarda 10-15 gün iken son 2 yılda zaman zaman gemilerin taşımacılıkta Afrika'yı dolanarak taşımacılık yapmak zorunda kaldığı biliniyor. Kızıldeniz geçişlerinde sorun yaşandığı senaryolarda ilgili taşımacılık sürelerinin 30-40 günü bulduğu durumlar yaşanmaktadır.

4.12 Dağıtım Kanalları

Hindistan'da kuru meyveler hem geleneksel hem de çevrim içi kanallar aracılığıyla dağıtılmaktadır. Geleneksel kanallar geniş erişim alanları ve çeşitli ürün teklifleri nedeniyle süpermarketleri, hipermarketleri içerirken çevrimiçi kanalla; e-ticaret platformlarını ve Amazon, Flipkart, Blinkit, Big Basket vb. gibi pazar yerlerini kapsamaktadır. Hindistan'da gıda perakendesine yönelik hipermarketler ülkemizdeki kadar yaygın olmasa da bu tip marketlerde ithal ürünlerin raflarda yerini artırdığı görülmektedir. Hindistan'da e-ticaretin perakende pazarından aldığı pay her yıl büyümekte olup ülkenin bazı büyük şehirlerinde çevrim içi alışveriş önemli paya sahip olmaya başlamaktadır.

4.13 E-Ticaret (Sınır Ötesi E-Ticaret/E-İhracat)

E-ticaret platformları ürün tedariki açısından son derece popülerdir ve Hint tüketicilerin uluslararası tedarikçilerden satın almaları için uygun ve erişilebilir bir yol sağlar. Sınır ötesi e-ticaretin gümrükleme, nakliye maliyetleri ve gecikmeler gibi zorlukları vardır. Özellikle gıda ürünlerinde çokça tercih edilmediği söylenebilir.

4.13.1 Ülkedeki Pazaryerleri

Kuru meyveler Amazon, Flipkart gibi çeşitli çevrim içi pazar yerlerinden satın alınabilmektedir. IndiaMART ayrıca toptan alımlar için alıcıları kuru meyveler tedarikçileriyle buluşturmaktadır.

4.13.2 Özel Günler, Bayramlar v.b.

Hindistan'da birçok resmi tatil bulunmaktadır. Ulusal olarak Holi, Diwali, Bhai Duj gibi festivaller; Maha Shivaratri, Ram Navami, Mahavir Jayanti, Good Friday, Buddha Purnima, Ramazan Bayramı, Janmashtami, Hazreti Muhammed'in doğum günü, Guru Nanak'ın Doğum günü gibi dini bayramlar; Yılbaşı tatili, Christmas'ın yanı sıra, Mahatma Gandhi'nin doğum günü de resmi bayram olarak kutlanmaktadır. Bunun haricinde eyaletler arasında farklı resmi tatiller de mevcuttur.

4.13.3 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Hindistan'da en çok kullanılan sosyal medya platformları WhatsApp, YouTube, Facebook ve Instagram'dır. Diğer popüler platformlar arasında X/Twitter ve LinkedIn bulunmaktadır.

4.13.4 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

İthalatçı malları geleneksel kanallardan mı yoksa e-ticaret yoluyla mı satın aldığına bakılmaksızın aynı ithalat vergilerini ödemek zorundadır. Geçerli vergiler satın alma yöntemine değil malların değerine, menşesine ve sınıflandırmasına bağlıdır.

4.13.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

Hindistan'da e-ticaret tüketicileri korumayı ve adil uygulamaları sağlamayı amaçlayan bir dizi yasa ve politikayla düzenlenmektedir. Temel düzenlemeler arasında Tüketicii Koruma Yasası, 2019; Bilgi Teknolojileri Yasası, 2000 ve Rekabet Yasası, 2002 yer alır. Bu yasalar, tüketici hakları, veri koruma ve rekabete aykırı uygulamalar gibi alanları ele alır.

Tüketicii korumak için Hindistan Hükümeti'nin e-Ticaret hakkındaki Kılavuzları

<https://consumeraffairs.nic.in/sites/default/files/file-uploads/latestnews/Guidelines%20on%20e-Commerce%20date%20extend.pdf>

4.13.6 E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri (Hızlı kargo ve sipariş karşılama hizmetleri (fulfillment) sunan firmalar v.b.)

Hindistan'daki e-ticaret işletmeleri için her biri farklı güçlü yönler sunan ve tedarik zincirinin çeşitli yönlerinde uzmanlaşmış birçok şirket lojistik hizmetleri sağlamaktadır. Anahtar oyuncular arasında Delhivery, Ecom Express, Blue Dart, DTDC, Ekart Logistics ve Xpressbees yer almaktadır Shadowfax. Gati ve Mahindra Logistics gibi diğerleri de önemli roller oynuyor. Bu şirketler depolama ve envanter yönetiminden nakliye ve son kilometre teslimatına kadar her süreci ele almaktadır.

4.14 Tanıtım ve Pazarlama

Hindistan'da yabancı menşeli gıda/içecek ürünlerinin pazara giriş stratejilerinde kısa, orta ve uzun vadede pek çok önemli sürecin olması gerektiği değerlendirilmektedir.

Önemli ithalatçı/distribütör ve çevrim içi perakendecilerin belirlenmesi ve bu firmalarla iş ortaklığı kurulması, süpermarket veya gurme marketlerde pilot satış ve tanıtım yapılması, dijital mecralarda tanıtım yapılması önerilmektedir. Ayrıca, Hindistan'da gıda fuarlarına katılım sağlamak da iş bağlantıları kurmak açısından kritik öneme sahiptir.

Özellikle gıda ürünleri tanıtımında şefler ve beslenme uzmanlarıyla tanıtım, mağaza içi tadım etkinlikleri oldukça yaygındır.

Orta ve uzun vadede ise Hindistan'da popüler yerel markalarla işbirliği başta olmak üzere B2B kanallarına yoğunlaşılmasının faydalı olacağı değerlendirilmektedir. Ayrıca, ürünün çeşitlendirme yöntemiyle katma değerli hale getirilerek satılmasının da yararlı olacağı değerlendirilmektedir.

4.15 Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

Hindistan'da geçmişte daha ziyade kuzey eyaletlerde yoğunlaşan kuru meyve tüketimi son dönemlerde ülkenin geneline yayılmış durumdadır. Ülkede kuru meyve tüketimi ve talebinin artmasında ürünlerin besin değerinin yüksek olmasının yanı sıra kolay hazırlanıp tüketilmesi de etkili olmaktadır. Özellikle, şehirleşmenin artması, orta ve yüksek gelir seviyesine sahip hane halklarının toplumdaki payının artması, sağlıklı tüketim talebinin artması gibi faktörler pazarın önümüzdeki dönemlerde de hızlı büyüme trendine devam edeceğini göstermektedir.

4.16 Sektörde Vergiler

Sektörde uygulanan vergiler aşağıdaki gibidir:

Taxes	GTIP– 080251	GTIP - 080252	GTIP – 080420	GTIP – 081310
BCD	10	10	30	30
AIDC	10	10	30	30
SWC	10	10	10	10
IGST	5	5	5	5

BCD - Basic Customs Duty (Temel Gümrük Vergisi)

AIDC - Agricultural Infrastructure and Development Cess (Tarımsal Altyapı ve Kalkınma Vergisi)

SWC - Social Welfare Surcharge (Sosyal Refah Ek Ücreti)

IGST - Integrated Goods and Services Tax (KDV)

Not: AIDC ve SWC ürünün ithalat değeri üzerinden değil gümrük vergisi değeri üzerinden hesaplanmaktadır.

4.17 Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller

Kuru meyveler ithalat politikası serbesttir. Ancak kalite ve saflık gerekliliklerini karşılamayı gerektirir. Ek olarak, paketleme ve etiketlemeye yönelik özel gereklilikler. Hindistan mevzuatına aşına olmayan ihracatçılar için potansiyel olarak engeller yaratmaktadır.

5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

Kuru meyvelerin Hindistan’da kullanım tarzı ilgili ürünlerin satışı için önemli bir fırsat yaratmaktadır. Kuru meyveler, Hindistan’da refah ve sağlığın sembolleri olarak önemli bir kültürel değere sahiptir. Düğünlerde, Diwali gibi festivallerde ve diğer kutlamalarda iyi şans ve bereketi simgelemek amacıyla hediye olarak verilirler. Ayrıca, kheer ve halwa gibi tatlılara lezzet, doku ve tatlılık katan birçok geleneksel Hint yemeğinde temel bir malzeme olarak kullanılırlar.

Hindistan ekonomisinin düzenli olarak en hızlı büyüyen ekonomiler arasında yer alması, orta sınıfın her geçen yıl büyümesi, yüksek harcanabilir gelirse sahip kesimlerde ithal ve gurme ürünlere yönelik talebin yüksek olması, büyük metropollerde dünya mutfağı sunan restoran ve kafelerin sayısının düzenli olarak artması da önemli fırsatlar olarak öne çıkmaktadır.

Kuru meyveler Hindistan’ın ithalata bağımlı olması ilgili ürünlerde ihracatçılarımız açısından fırsat olarak görülebilir. Bununla birlikte, Türk kuru meyveler düşük miktarlarda da olsa pazara satılsa da tüketici nezdinde Türk ürünlerinin bilinirliği yüksek değildir.

Öte yandan, yine büyük metropollerde Türk yemeklerine olan ilginin son dönemde arttığı görülmektedir. Bu durum da ihracatçılarımız açısından fırsat olarak değerlendirilebilir.

Ayrıca, e-ticaret ve hızlı e-ticaretin son dönemde gıda alışverişinde payının büyük oranda artması kolay ulaşılabilir ve kolay hazırlanabilir besin kaynaklarının satışı için de fırsat sunmaktadır.

6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler

Hindistan ekonomisinin potansiyel büyüme oranının yüksek seyrinin devamı, pek çok kuru meyve ürününde ithalata bağımlı olması, orta gelirli hanelerin payının artması gibi faktörler kuru meyvelerin ithalatının genel seyrinde olumsuz bir trend olmayacağı düşündürmektedir.

Bununla birlikte, Hindistan pazarının genel olarak yoğun fiyat rekabeti olan bir pazar olması, kuru meyve sektöründe rakip ülke ürünlerinin genel olarak daha uygun fiyatlarla ülkeye ithal edilebilir olması ülkemiz ihracatının artması noktasında başlıca tehdit olarak öne çıkmaktadır. Örnek olarak, antep fıstığı, kuru kayısı ve kuru üzüm ürünlerinde hem üretim fiyatlarının uygun olması hem de gümrük vergisiz ithalat imkanı nedeniyle Afganistan menşeli ürünler rekabette önemli avantaj elde etmektedir.

Ayrıca, zaman zaman dalgalanan lojistik maliyetler de Hindistan kuru meyve pazarına ihracat için dezavantaj yaratabilmektedir. Son dönemlerde, jeopolitik gelişmelerle bağlantılı olarak Kızıldeniz geçişlerinin zaman zaman aksaması gıda başta olmak üzere fiyat hassas ürünlerin ithalatında navlun fiyatı uygun olan ürünlerin tercih edilmesine neden olabilmektedir. Bilhassa, pek çok kuru meyve ürününde İran ve Afganistan'ın Hindistan pazarındaki etkisi düşünüldüğünde lojistik maliyetlerin toplam talepteki etkisinin yüksek olabileceği görülmektedir.

7. Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

Hindistan'da kuru meyve halihazırda tüketiciler tarafından bilinen ve düzenli olarak tüketilen bir ürün konumundadır. Bu bakımdan, firmalarımızın genel olarak ürün tanıtımından ziyade Türk kuru meyvelerinin kalite ve besin özelliklerinin ön plana çıkaran bir ürün konumlandırma stratejisi geliştirmelerinde fayda bulunmaktadır.

Rapora konu ürünler bakımından incelendiğinde de, fıstık, kayısı ve incir halihazırda yüksek miktarlarda ithalata konu olmaktadır. Öte yandan, gerek ürün görünürlüğü ve özelliği farklılığı gerekse de tüketici fiyatları nedeniyle ülkemiz ürünleri potansiyelinin altında pazar payı almaktadır. Bu bakımdan, Türk kuru meyvelerinin rakiplerine nazaran kalite ve lezzetini ön plana çıkaran promosyon faaliyetlerinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

Ayrıca, Hindistan piyasasına girmeye istekli olan ihracatçılar Hindistan'da birçok tanıtım faaliyetinde bulunmaya, modern marketlerde/ticaret pazarlarında numuneler dağıtmaya, tadım etkinlikleri yapmaya ve B2Blerde aktif yer almaya hazırlıklı olmalıdırlar.

Pazar konumlandırma ve markalama stratejisi; benzersiz lezzetleri, üstün kaliteyi ve geleneksel üretim tekniklerini vurgulamak, tüketicilere sağlık odaklı mesajlar vermek ve benimsenmeyi artırmak için tariflerinden yararlanmak olacaktır.

8. Genel Değerlendirme

Genel olarak gıda sektörü Hindistan'da yüksek yerli üretimin yanı sıra ithalatın da düzenli olarak büyüdüğü bir sektördür. Kuru meyve sektörü de aynı şekilde birçok ürün bazında ithalata dayalı olarak büyümeye devam etmektedir. Toplumunun önemli bir kısmının vejetaryen beslendiği Hindistan'da halkın kolay ulaşılabilir ve kolay tüketilebilir sağlıklı protein kaynaklarına talebi de kuru meyve ürünlerinin tüketiminin artmasında önemli bir faktördür. Ülkemiz kuru meyve ürünleri ithalatçı ve toptancılar tarafından detaylı olarak bilinmekte iken tüketici nezdinde Türk ürünlerinin kalite ve lezzet üstünlüğünün bilinirliğine yönelik çalışmalar yapılmasında fayda

olacağı değerlendirilmektedir. Özetle, Hindistan'ın kuru meyve ihracatımız için önemli bir Pazar olabileceği ve bu bakımdan ihracatçılarımızın Hindistan pazarındaki fırsatları yakinen takip etmesinde fayda bulunduğu değerlendirilmektedir.

9. Yararlı Adresler

Devlet Kuruluşları

<https://www.dgft.gov.in/CP/>

<https://fssai.gov.in/>

<https://ppqs.gov.in/>

<https://www.agriwelfare.gov.in/>

Gümrük uygulamaları ve gümrük vergisi için aşağıdaki linkten "Trade-Guide-on-Imports" sekmesine ilgili GTIP kodunu girip ülkeyi seçiniz:

<https://www.old.icegate.gov.in/Webappl/index.jsp>

www.indiantradeportal.in

Ticaret Odaları

<https://www.ficci.in/>

<https://www.cii.in/>

<https://www.phdcci.in/>

<https://www.assochem.org/>

10. Kaynakça :

<https://www.maximizemarketresearch.com/market-report/india-dried-apricots-market/40274/#:~:text=India%20Dried%20Apricots%20Market:%20Industry%20Analysis%20and.of%20around%206%25%20during%20a%20forecast%20period.>

<https://ndfci.org/>

<https://www.megagrain.com/blog/import-dry-fruits-in-india-a-profitable-venture/#:~:text=The%20process%20of%20importing%20dry.and%20complying%20with%20l egal%20requirements.>

<https://inc.nutfruit.org/wp-content/uploads/2025/01/Statistical-Yearbook-2024.pdf>
<https://ministryofnuts.in/blogs/blogs/top-9-dry-fruits-brands-to-look-forward-to-in-2024?srsltid=AfmBOop0yTOrfRUUrETLutNWvWFPxA4wCjcCNe119gqS1sym bWCHvL>

<https://agriexchange.apeda.gov.in/Production/India/Index>

<https://www.tractorjunction.com/web-stories/largest-apricot-producing-states-in-india/>

<https://www.kashmirica.com/blog/where-is-anjeer-grown-in-india/?srsltid=AfmBOoriIv-dR02OlVVsp9t0tsQTtol5p5IfR8Mmp5fgbg28zaTcbffw>