



İTALYA



**ZEYTİNYAĞI SEKTÖRÜ
PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU**

Tarih: Şubat 2025

Raporu Hazırlayan: **Roma Ticaret Müşavirliği**

İÇİNDEKİLER

1. İtalya Pazarında Zeytinyağı Sektörü	4
1.1 Zeytinyağı Sektöründe Üretim	4
1.2 Ortalama Üretici Fiyatları	6
1.3 Zeytinyağı Sektöründe Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler.....	8
2. Ülkenin Zeytinyağı Dış Ticareti	8
2.1 Zeytinyağı Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke	8
2.2 İtalya'nın Zeytinyağı Sektöründe En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke.....	9
2.1 Zeytinyağı Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (10 ürün)	10
2.2 Zeytinyağı Sektöründe İtalya'nın Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler	10
3. Sektörde Ülkemizden İhracat.....	11
3.1 Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (1.000 \$).....	11
4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş.....	12
4.1 Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler.....	12
4.2 Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı.....	13
4.2.1 İlgili Oda/Birlik/Dernek/STK'lar ve İletişim Bilgileri	13
4.2.2 Varsa İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar	14
4.3 Sektörde Standartlar	14
4.3.1 Zeytinyağı Kategorileri	15
4.4 Sektörde Etiketleme.....	18
4.5 Sektörde Ambalajlama	19
4.6 Lojistik (nakliye süresi, en fazla tercih edilen taşıma modları, güzergahlar v.b.) ...	20
4.6.1 Nakliye Süreleri.....	21
4.6.2 En Fazla Tercih Edilen Taşıma Yöntemleri.....	21
4.6.3 Güzergahlar	21
4.6.4 Zeytinyağının Depolanması ve Dağıtımı	21
4.6.5 Zeytinyağı Lojistiğinde Karşılaşılan Zorluklar	22
4.7 Dağıtım Kanalları.....	22
4.8 E-Ticaret (Sınır Ötesi E-Ticaret/E-İhracat).....	25
4.8.1 Ülkedeki Kullanılan Başlıca Elektronik Pazaryerleri	25
4.8.2 Özel Günler, Bayramlar vb.	27
4.8.3 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları.....	27

4.8.4	E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri	27
4.9	Tanıtım ve Pazarlama	29
4.10	Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler.....	30
4.11	Sektörde Vergiler (Gümrük Vergisi, KDV, ÖTV, vb.).....	30
4.12	Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller	31
5.	Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar	32
6.	Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler ve İhracatın Artırılması için Öneriler	32
7.	Genel Değerlendirme	33
8.	Kaynaklar ve Yararlı Linkler	35

ZEYTİNYAĞI SEKTÖR RAPORU

1. İtalya Pazarında Zeytinyağı Sektörü

1.1 Zeytinyağı Sektöründe Üretim

İtalya, zeytinyağı üretimi ve ticaretinde dünyanın önde gelen ülkelerinden biridir. Akdeniz iklimine sahip olması ve zeytin ağaçlarının yetişmesine uygun geniş alanlarıyla İtalya, hem zeytinyağı üretiminde hem de kalite açısından önemli bir yere sahiptir. İtalya'da zeytin üretimi genellikle güney bölgelerinde yoğunlaşmıştır. Puglia, Calabria, Sicilya ve Campania en önemli üretim alanlarıdır. Ancak, Toskana ve Umbria gibi kuzeydeki bölgeler de yüksek kaliteli zeytinyağlarıyla ünlüdür. İtalya, özellikle yüksek kaliteli sızma zeytinyağı (Extra Virgin Olive Oil - EVO) üretimiyle bilinmekte olup, ülkede farklı bölgelerde yetişen zeytin türlerinden kaynaklanan çeşitlilikle zengin bir ürün yelpazesi sunmaktadır.

Dünya zeytinyağı rekoltelemeleri dikkate alındığında, 2024-2025 zeytinyağı üretiminin, geçen yılki 2,5 milyon tonluk üretime kıyasla bu yıl artış göstereceği tahmin edilmektedir. 2024/25 sezonuna ilişkin 3,3 milyon tonluk tahmin, son iki yılın düşük üretiminden etkilenmiş olan önceki altı sezonun ortalamasıyla uyumlu bir seviyeye gelmektedir. Her ne kadar dünyada bu yıl iyi bir rekolte beklense de, İtalya'daki durum dünya ile aynı seviyede değildir.

İtalya, dünya üretimiyle ters yönde bir eğilim gösteren tahminlerle karşı karşıyadır. Bunun başlıca nedeni, kuraklıkla ilgili sorunların doğal üretim dalgalanmalarını kötüleştirmesidir. Henüz ilk tahminler olmasına rağmen, zeytin sıklığı ve verim hakkında daha fazla bilgi geldikçe güncellenip netleşmesi muhtemeldir. 2024-25 sezonu için 224 bin tonluk üretim tahmini (215 bin tondan 235 bin tona kadar değişen bir aralıkta ortalama değer), İtalya'yı dünya sıralamasında beşinci sıraya yerleştirmektedir.

2024-2025 sezonunda, Uluslararası Zeytin Konseyi rakamlarına göre, İspanya'nın 1 milyon 290 bin ton, Türkiye'nin 450 bin ton (Türkiye'de açıklanan verilere göre 475 bin ton), Tunus'un 340 bin ton, Yunanistan'ın 250 bin ton ve İtalya'nın 225 bin ton zeytinyağı üretmesi beklenmektedir.

Zeytinyağı üretiminde verimlilik göstergesi, 1 kg zeytinden elde edilen zeytinyağı miktarı (gram) olarak ifade edilmektedir. Bu kapsamda, oran %16'nın altındaysa düşük verimlilik, %16 ile %20 arasındaysa orta verimlilik, %20'yi geçerse yüksek verimlilik olarak tanımlanmaktadır. İtalya'da verimlilik; bölgelere göre iklim, ağaç çeşidi, soğuk sıklık derecesi (genellikle 27 derece veya bazı yerlerde 26 derece), erken hasat olup olmaması gibi faktörlere bağlı olarak değişmektedir.

İtalya'da yetişen zeytin çeşitleri çoğunlukla yağ üretimi için yetiştirilmekte olup, başlıca çeşitler şunlardır: Coratina, Frantoio, Leccino, Carolea, Ogliarola ve Cellina di Nardò.

Puglia

Zeytin yağı üretiminde ilk sırada yer alan Puglia'daki zeytin yetiştiricileri için referans zeytin çeşidi Ogliarola Barese ve Coratina'dır. Ogliarola Barese çeşidi ağaçtan %20 civarında verim elde edilmekte, Coratina çeşidi ağaçtan ise %20'nin üzerinde verim elde edilebilmektedir.

Calabria

Calabria, İtalya'da zeytinyağı üretimi için ikinci bölgedir. Bölge, Carolea ve Tonda di Filogaso gibi yüksek verimli farklı çeşitlere sahiptir. Özellikle Carolea çeşidi ağaçlardan %20'nin üzerinde verim elde edilebilmektedir.

Sicilya

Sicilya'da yüksek yağ verimine sahip en yaygın üç çeşit vardır: Cerasuola (%20'ye yakın), Ogliarola Messinese (%20 üzerinde) ve Santagatese (%20 üzerinde).

Campania

Campania'da zeytin yetiştiriciliğini karakterize eden yüksek verimliliğe sahip farklı çeşitler vardır: Ogliarola della Campania (%20 ve üzeri), Sessana (%20'nin üzerinde) Pisciotana, (%20'ye yakın) çeşitleri bulunmaktadır.

Sardunya

Sardunya'da Bosana, (%16 ve üzeri) Nera di Oliena ve Tonda di Cagliari gibi birçok verimli çeşit bulunmaktadır.

Liguria

Liguria bölgesinde, küçük boyutlu zeytinlerle karakterize edilen ancak her yıl yüksek ve sabit bir yağ verimi sağlayan Taggiasca zeytini yetiştirilir. Taggiasca, yüksek oranda yağ içeren küçük bir zeytindir. Lezzetli ve aromatik bir türdür. Genetik olarak Toscana bölgesindeki Frantoio'ya yakın bir çeşittir. Ağaç kuvvetli, kendi kendine doğurgan çiçeklere sahiptir. Meyveleri geç olgunlaşır. Düşük sıcaklıklardan ve su stresinden çabuk etkilenmekte olup, tavus kuşu gözü adı verilen mantar hastalığına karşı hassastır.

Tablo 1. İtalya’da Bölgelere Göre Zeytinyağı Üretimi (Ton)

Bölgeler	2019-2022	2021	2022	2023	Değişim (%)
Piemonte	15	10	22	14	-36,4
Lombardia	609	157	916	234	-74,5
Trentino-Alto Adige	320	90	509	219	-57,0
Veneto	1.453	420	2.009	1.010	-49,7
Friuli-Venezia Giulia	99	74	143	85	-40,6
Liguria	2.594	1.517	2.744	1.729	-37,0
Emilia Romagna	1.263	1.165	1.577	994	-37,0
Toscana	14.684	10.918	17.759	10.229	-42,4
Umbria	4.898	3.178	5.629	2.860	-49,2
Marche	3.248	3.682	3.243	1.452	-55,2
Lazio	14.011	12.166	15.780	7.707	-51,2
Abruzzo	8.340	11.037	5.480	8.746	59,6
Molise	2.867	3.158	2.610	2.947	12,9
Campania	12.610	10.853	11.519	7.492	-35,0
Puglia	151.699	177.407	99.348	201.800	103,1
Basilicata	4.635	5.919	2.179	5.408	148,2
Calabria	39.922	44.792	30.459	33.300	9,3
Sicilia	344.366	38.870	31.873	37.292	17,0
Sardegna	4.776	3.613	7.125	4.943	-30,6
İtalya Genel	285.888	329.026	240.922	328.961	36,5

Kaynak <https://www.ismeamercati.it/olio-oliva>

1.2 Ortalama Üretici Fiyatları

2024 yılının Ocak-Eylül döneminde, sızma zeytinyağı (EVO) fiyatları İtalya ve İspanya’da, 2023’ün aynı dönemine kıyasla %30’dan fazla artmıştır. Bu artış, 2023 yılında tüm büyük üretici ülkelerde fiyatların rekor seviyelere ulaşmasından kaynaklanmıştır. Ancak yaz sonunda, özellikle İspanya’nın üretimiyle ilgili iyimser tahminlerin ardından, fiyatlarda genel bir düşüş kaydedilmeye başlanmıştır. Bu durum, piyasalarda arzın artacağına dair beklentilerin etkisiyle oluşan bir gevşeme olarak değerlendirilmektedir.

Yüksek seyreden uluslararası fiyatların etkileri, İtalya’nın dış ticaret verilerinde de açıkça görülmektedir. Nitekim, 2024 yılının ilk altı ayında İtalya’nın zeytinyağı ihracatı hacim olarak %7 artmasına rağmen, değer olarak %63 yükselmiş ve 1,6 milyar Avro’nun üzerine çıkmıştır. Öte yandan, ithalat miktar olarak %16 düşmesine rağmen, değer olarak %33 artarak 1,7 milyar Avro olarak gerçekleşmiştir.

İtalya’da süpermarketlerde satılan zeytinyağları, "AB zeytinyağı" ve "İtalyan zeytinyağı" olarak iki kategoriye ayrılmaktadır. AB zeytinyağı fiyatları, İtalyan zeytinyağı fiyatlarına göre %10-20 daha düşük olabilmektedir. 2025 yılı Ocak ayı itibarıyla, Roma bölgesinde market

raflarında bulunan ve cam şişede sunulan Extra Virgin Sızma Zeytinyağı'nın litre fiyatı, indirimli fiyatlar da dikkate alındığında, 8 Avro – 20 Avro/Litre arasında değişmektedir.

Diğer taraftan, Tablo 1’de İtalya’daki toptan satış ortalama fiyatları sunulmaktadır.

Tablo 2. İtalya’da Zeytinyağı Kg. Toptan Satış Fiyatları (KDV Hariç)

Ürün	Değer Birim	2024-6	2024-7	2024-8	2024-9	2024-10	2024-11	2024-12
İthal sızma zeytinyağı	€/Kg	8,08	7,45	7,12	7,40	7,17	6,00	5,00
İthal lampante zeytinyağı	€/Kg	7,16	6,43	6,33	6,73	6,21	4,98	3,82
Rafine zeytinyağı	€/Kg	7,24	6,82	6,43	6,62	6,28	5,67	4,87
Rafine prina yağı	€/Kg	4,25	3,97	3,84	3,84	3,67	3,35	2,94
Sızma zeytinyağı	€/Kg	8,13	7,98	7,79	7,74	7,65	7,10	6,83

Kaynak: <https://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/654>

İtalya’nın iklimi elverişli olduğundan ve pek çok bölgesinde zeytinyağı üretildiğinden dolayı bölgelere göre de coğrafi işarete sahip zeytinyağı fiyatları Tablo 3’te sunulmaktadır.

Tablo 3. İtalya’da Zeytinyağı Kg. Toptan Satış Fiyatları Coğrafi İşaretle Ürün (KDV Hariç)

Ürün	Değer Birim	2024-06	2024-07	2024-08	2024-09	2024-10	2024-11	2024-12
Aprutino Pescarese	€/Kg	11,00	11,00	11,00	11,00	11,60	12,00	12,00
Brisighella	€/Kg	25,00	25,38	25,30	24,50	23,40	22,00	21,00
Bruzio	€/Kg	9,60	9,45	9,38	9,30	9,30	8,63	9,53
Canino	€/Kg	9,60	9,60	9,60	9,60	9,78	10,50	10,50
Chianti Classico	€/Kg	15,00	15,00	15,00	15,00	15,20	16,00	16,00
Colline teatine	€/Kg	11,00	11,00	11,00	11,00	11,60	12,00	12,00
Dauno	€/Kg	9,29	9,10	9,08	0,00	9,31	8,95	9,55
Garda	€/Kg	17,25	17,00	17,00	17,13	17,00	16,50	16,50
Lametia	€/Kg	9,70	9,55	9,48	9,40	9,40	8,74	9,80
Monte Etna	€/Kg	11,89	12,30	12,72	12,83	12,90	13,30	13,35
Monti Iblei	€/Kg	11,50	11,50	11,50	11,50	11,70	12,50	12,50
Riviera dei fiori	€/Kg	15,50	15,50	15,50	15,25	14,70	14,00	14,38
Riviera Ligure	€/Kg	15,50	15,50	15,50	14,88	14,30	14,00	14,38
Terra di Bari	€/Kg	9,55	9,50	9,17	9,15	9,15	8,85	9,53
Umbria	€/Kg	11,10	11,10	11,10	11,10	11,28	12,00	12,00
Val di Mazara	€/Kg	9,40	9,40	9,40	9,40	9,61	9,90	10,14
Valli Trapanesi	€/Kg	9,25	9,25	9,25	9,25	9,55	9,90	9,90

Kaynak: <https://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/3495>

Tarım ve Gıda Pazarı Hizmetleri Enstitüsü (ISMEA), İtalya’da tarım-gıda sektörüne yönelik bir kamu kuruluşudur. Bu kurum, **Tarım, Gıda ve Orman Politikaları Bakanlığı**’nın denetimi altında faaliyet göstermektedir. Bahse konu kurumun raporuna göre, 2024 yılı Aralık ayında,

İspanya’da sızma (EVO) zeytinyağı fiyatı 4,62 avro/kg iken, Yunanistan’da 5,50 avro/kg, Tunus’ta ise 4,13 Avro/kg seviyesinde seyretmektedir.

1.3 Zeytinyağı Sektöründe Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler

Zeytin ve Zeytinyağı Sektörüne ilişkin **pazar analizlerinin** yapıldığı Tarım ve Gıda Pazarı Hizmetleri Enstitüsü’nün (ISMEA) zeytinyağı sektörüne ilişkin gelişmelere ve haberlere yer verdiği sayfasının yer aldığı link aşağıda sunulmaktadır.

<https://www.ismeamercati.it/olio-oliva>

Diğer taraftan, İtalya’da sektörel haberlerin takip edilebileceği genel linkler de aşağıdaki gibidir.

<https://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/633>

<https://olivonews.it/>

<https://olivoelio.edagricole.it/news/>

<http://unapol.fcs.it/>

<http://www.aipo.it/index.htm>

<https://assoprol.it/>

<https://www.crea.gov.it/>

Ayrıca, AB Komisyonu Zeytinyağı Sektörüne İlişkin Bilgi Sayfası AB üyesi üretici ülkelere ilişkin son ve güncel bilgileri ilgili sayfasından sunmaktadır.

[Olive oil and table olives - European Commission](#)

Son olarak, AB düzeyinde ayrıntılı veri setlerine aşağıdaki linkten ulaşılabilecektir.

<https://agridata.ec.europa.eu/extensions/DataPortal/olive-oil.html>

2. Ülkenin Zeytinyağı Dış Ticareti

2.1 Zeytinyağı Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

Tablo 4’te İtalya’nın 2023 yılında “1509 Zeytin ağacının meyvesinden sadece mekanik yolla elde edilen zeytinyağı ve fraksiyonları” GTİP kodundan TradeMap veri tabanı üzerinden yapılan incelemede, İtalya’nın zeytinyağı ithalatının %44’ünün İspanya ve %34,9’unun Yunanistan’dab yapıldığı görülmektedir. Yine Tablo 4’ten görülebileceği üzere, İtalya’nın zeytinyağı ithalatında ülkemizin payı %1,8 iken, İtalya’nın Türkiye’den ithalatı 46,8 milyon dolar seviyesindedir.

Tablo 4. İtalya'nın GTİP 1509 Zeytinyağı İthalatında İlk 10 Ülke

Sıra		2023 (Bin Dolar)	İtalya'nın İthalatında Ülke Payı %	Miktar 2023 (Ton)	Birim Değer (USD/Ton)	Ort. Tarife %
	<i>İtalya'nın Toplam İthalatı</i>	2.571.955	100	405.150	6.348	
1	İspanya	1.134.045	44.1	168.813	6.718	0
2	Yunanistan	896.401	34.9	150.552	5.954	0
3	Tunus	282.318	11	44.256	6.379	35.8
4	Portekiz	118.382	4.6	16.927	6.994	0
5	Türkiye	46.892	1.8	8.673	5.407	32.5
6	Suriye	30.193	1.2	5.560	5.430	35.8
7	Arnavutluk	24.259	0.9	4.838	5.014	0
8	Şili	9.842	0.4	1.253	7.855	35.8
9	Fransa	9.534	0.4	1.304	7.311	0
10	Arjantin	7.802	0.3	1.001	7.794	35.8

Kaynak: TradeMap

2.2 İtalya'nın Zeytinyağı Sektöründe En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

Tablo 5. İtalya'nın GTİP 1509 Zeytinyağı İhracatında İlk 10 Ülke

Sıra	Ülkeler	2023 (Bin Dolar)	İtalya'nın İhracatında Ülke Payı %	Miktar 2023 (Ton)	Birim Değer (USD/Ton)	Ort. Tarife %
	<i>İtalya'nın Toplam İhracatı</i>	2.203.006	100	286.267	7.696	7.696
1	ABD	720.324	32.7	92.953	7.749	7.749
2	Almanya	268.292	12.2	34.876	7.693	7.693
3	Fransa	160.203	7.3	21.590	7.420	7.420
4	İspanya	104.241	4.7	17.240	6.046	6.046
5	Japonya	103.682	4.7	14.196	7.304	7.304
6	Kanada	102.659	4.7	13.059	7.861	7.861
7	İngiltere	97.111	4.4	11.515	8.433	8.433
8	İsviçre	67.444	3.1	7.465	9.035	9.035
9	Brezilya	36.137	1.6	4.499	8.032	8.032
10	Hollanda	34.567	1.6	3.962	8.725	8.725
11	Güney Kore	33.414	1.5	3.970	8.417	8.417

Kaynak: TradeMap

Tablo 5'ten görülebileceği üzere, İtalya'nın 2023 yılında "1509 Zeytin ağacının meyvesinden sadece mekanik yolla elde edilen zeytinyağı ve fraksiyonları" GTİP kodundan TradeMap veri tabanı üzerinden yapılan incelemede, İtalya'nın zeytinyağı ihracatının %32'si ABD'ye ve %12,2'si Almanya'ya ve %7,3'ü Fransa'ya yapılmaktadır.

2.1 Zeytinyağı Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (10 ürün)

Tablo 6. İtalya'nın GTİP6 Bazında Zeytinyağı İthalatında Ürünler ve Türkiye

GTİP6	Ürün Adı	2023 (Bin Dolar)	Türkiye'den İthalatı (2023)	Türkiye'den İthalatının Payı %
150920	Ekstra saf zeytinyağı (EU cat. 1)	2.054.807	2.648	0,1
150990	Diğer zeytinyağı ve zeytinyağı fraksiyonları	239.158	15.592	6,5
150930	Saf zeytinyağı (EU cat. 2)	46.283	0	0,0
150940	Diğer saf zeytinyağı (EU cat. 3)	231.708	28.652	12,4

Kaynak: TradeMap

Tablo 6'dan görülebileceği üzere, İtalya'nın GTİP6 bazında, en fazla zeytinyağı ithalatını 150920 kodundan Ekstra Saf Zeytinyağı (EU cat 1) ürün grubundan yaptığı görülmektedir. Söz konusu grupta Türkiye'den sağlanan tedarik çok düşüktür. İtalya'nın GTİP6 bazında ithalat yaptığı 150940 ürün kodundan "Diğer Saf Zeytinyağı (EU Cat 3) ürününde ise Türkiye'den yapılan ithalatın payı toplam ithalatın %12,4'üne tekabül etmektedir.

2.2 Zeytinyağı Sektöründe İtalya'nın Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler

Tablo 7. İtalya'nın GTİP6 Bazında Zeytinyağı İthalatında Ürünler ve Türkiye

GTİP6	Ürün Adı	2023 (Bin Dolar)	Türkiye'ye İhracatı	Türkiye'ye İhracatının Payı
150920	Ekstra saf zeytinyağı (EU cat. 1)	1.860.139	197	0.01
150990	Diğer zeytinyağı ve zeytinyağı fraksiyonları	316.602	66	0.02
150930	Saf zeytinyağı (EU cat. 2)	14.242	0	0
150940	Diğer saf zeytinyağı (EU cat. 3)	12.023	0	0

Kaynak: TradeMap

Tablo 7'den görülebileceği üzere, İtalya'nın GTİP6 bazında, en fazla zeytinyağı ihracatını 150920 kodundan Ekstra Saf Zeytinyağı (EU cat 1) ürün grubundan yaptığı görülmektedir. Söz konusu grupta Türkiye'ye yapılan ihracat çok düşüktür. İtalya'nın GTİP6 bazında ithalat yaptığı 150920 kodundan Ekstra Saf Zeytinyağı (EU cat 1) ülkenin toplam zeytinyağı ihracatının %85'ine tekabül etmektedir.

3. Sektörde Ülkemizden İhracat

3.1 Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (1.000 \$)

Sıra	GTİP6 Kodu	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024
1	150920	Ekstra saf zeytinyağı (eu cat. 1)	0,0	0,0	0,1	0,8
2	150930	Saf Zeytinyağı (eu cat. 2)	0,0	1,8	38,0	33,6
3	150990	Diğer Zeytinyağı ve Zeytinyağı Fraksiyonları	0,4	2,3	17,9	15,9
	Genel Toplam		0,4	4,1	56,0	50,3

Kaynak: TÜİK

Ülkemizden İtalya'ya yapılan zeytinyağı ihracatının genel olarak 150930 GTİP6 Kodunda Saf Zeytinyağı (EU Cat2) ürün grubunda yapıldığı görülmektedir. 2024 yılı itibariyle, İtalya'ya zeytinyağı ihracatının, %66'sı bu ürün grubundadır. Diğer taraftan 150990 GTİP6 Kodundan Diğer Zeytinyağı ve Zeytinyağı Fraksiyonları ürün grubundan da ihracat yapıldığı görülmekle birlikte, İtalya'ya zeytinyağı ihracatının son birkaç yılda ciddi şekilde arttığı görülmektedir.

4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

4.1 Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Küresel iklim değişikliği nedeniyle orta ve uzun vadede İtalya'nın kuzey bölgelerinde zeytinyağı üretiminin arttığı, ancak ülke genelindeki üretimin büyük bölümünün hâlâ güney bölgelerinden geldiği açıkça görülmektedir. ISMEA raporlarına göre, kuzey İtalya'daki zeytinyağı şirketlerinin sayısında artış yaşanmakta olup, ülke genelinde organik üretimin de istikrarlı bir şekilde büyüdüğü belirtilmektedir.

2010-2020 yılları arasında zeytinyağı şirketlerindeki en büyük artış, %202 ile Piedmont'ta yaşanmış; işletme sayısı üç katına çıkarak 641'den 1.939'a yükselmiştir. Bunu, işletme sayısının 1.939'dan 4.506'ya çıktığı Lombardiya takip etmiştir (%132). Ayrıca Friuli-Venezia Giulia, Valle d'Aosta, Trentino-Alto Adige ve Emilia-Romagna'da sırasıyla %61, %51, %25 ve %12 artış kaydedilmiştir.

Ancak aynı dönemde, İtalya Ulusal İstatistik Enstitüsü'nün (ISTAT) 2020 yılında gerçekleştirdiği son tarım sayımına göre, orta ve güney bölgelerdeki zeytinyağı şirketlerinin sayısı %31 azalarak 619.378'e gerilemiştir. Buna rağmen, İtalya'da zeytin yetiştiriciliğine ayrılan alan son yıllarda önemli bir değişiklik göstermemiş olup, 2023 yılında 1.135.837 hektara ulaşmıştır. Öte yandan, Piedmont, Liguria, Sicilya ve Veneto bölgeleri sırasıyla %16, %13, %10 ve %7 ile en büyük artışları göstermiştir.

İtalya'da organik tarım alanında hızlı bir genişleme yaşanmakta ve zeytinyağı sektörü de bu alanda önemli ilerlemeler kaydetmektedir. 2013-2018 yılları arasında organik tarım alanında kayda değer bir büyüme yaşanmış, ardından daha yavaş ancak istikrarlı bir genişlemeyle ülkenin organik zeytin alanı 2022 yılında 272 bin hektara ulaşmıştır. Bu rakamın %30'unu Puglia Bölgesi oluştururken, onu Calabria (%28), Sicilya (%15), Toskana (%8), Lazio ve Campania (%4) takip etmektedir. Ülkenin toplam zeytinyağı üretim alanının %24'ü organik tarıma ayrılmış olup, organik sertifikalı sızma zeytinyağları toplam zeytinyağı üretiminin %15'ini oluşturmaktadır.

Organik sertifikalı üretimin büyük bir kısmı güney bölgelerinden gelmektedir. Özellikle 2019-2022 yılları arasında, Puglia İtalyan organik sızma zeytinyağlarının neredeyse yarısını (%46) üretirken, onu Calabria (%30) ve Sicilya (%12) takip etmiştir. Daha küçük oranlarda ise Toskana (%4), Lazio (%2), Campania ve diğer orta ve güney bölgeleri (%1'er) katkı sağlamıştır.

Genel olarak değerlendirildiğinde, çiftçilerin daha sürdürülebilir bir tarımsal yönetime olan ilgisinin arttığı, tüketiciler arasında da bu konuda farkındalığın yükseldiği görülmektedir. Bununla birlikte, daha küçük zeytinlik alanlarda üretim yerine, üretim alanlarında toplulaşma eğilimi ön plana çıkmaktadır.

4.2 Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

4.2.1 İlgili Oda/Birlik/Dernek/STK'lar ve İletişim Bilgileri

Assitol- İtalyan Yağ Endüstrisi Derneği

İtalyan Yağ Endüstrisi Derneği Zeytinyağı Grubu, zeytinyağı rafine eden ve ambalajlayan sanayi şirketlerinden oluşmaktadır. Dernek bünyesinde İhracatçı Şirketler Grubu, Kimya Uzmanları Komitesi, Hukukçular Komitesi ve İletişim Çalışma Grupları bulunmaktadır. Birliğin rafine yağın %90'ını, ambalajlı yağın %45'ini ve toplam ihracatın %70'ini temsil ettiği tahmin edilmektedir. İtalya, çoğu ambalajlı olmak üzere ortalama 400.000 ton zeytinyağı ihraç etmektedir ve İtalyan üye şirketler bu sektörde güçlü bir dünya liderliğine sahiptir. Üye şirketlerin ambalajlama ve tüketicilerin beklentilerini tam olarak karşılayan bir ürün sunma konusundaki yetkinliği aslında geniş çapta kabul görmektedir ve birçoğu 70'ten fazla ülkede dağıtılan üye şirketlerimizin markaları iyi bilinmekte ve dünyanın her yerinde geleneksel İtalyan lezzetine tanıklık etmektedir. Sektörü temsil eden Assitol, Meslekler Arası Zeytinyağı Birliği ve Avrupa Zeytinyağı Endüstrisi Federasyonu (FEDOLIVE) üyesidir.

Adres: Piazza di Campitelli, 3- 00186 Roma

Mail: assitol@assitol.it / assitol@pec.it

Telefon: +39 06 699.40.058

Associazione Italiana Produttori Olivicoli-İtalyan Zeytin Üreticileri Birliği

AIPO'nun kurumsal amaçları, üyeleri tarafından üretilen zeytin ve yağın üretimini, tanıtımını ve pazarlamasını korumak ve geliştirmektir. AIPO ayrıca üyeleri adına zeytinyağının depolanmasını ve pazarlanmasını sağlayarak hem ürünün değerlendirilmesini hem de tüketiminin teşvik edilmesini desteklemektedir. AIPO, zeytinyağının izlenebilirliğini garanti altına almaya yönelik olarak da çalışmaktadır. Bu, UNI EN ISO 22005:08'e göre sertifikalandırılmış AIPO tedarik zincirinin oluşturulmasına yol açmış, bu da sadece yağın doğasını ve kökenini (%100 İtalyan) belgelemeyi değil, aynı zamanda meyveden sofraya kadar olan 'tarihi' yeniden yapılandırmayı ve her bir üretici şirkete kadar izlemeyi mümkün kılmıştır.

Adres: AIPO Unione Nazionale Via delle Conce, 20 00154 Roma

Mail: info@aipo.it

Telefon: 06 68 96 288

Ulusal Zeytin Üreticileri Birlikleri Birliği (UNAPOL) Unione Nazionale Associazioni Produttori Olivicoli

UNAPOL'un faaliyetleri İtalya'da zeytinyağı üretimini iyileştirmek için gerekli eylemleri geliştirmeye yöneliktir. Birliğin ana faaliyetleri, zeytin yetiştiriciliğinin çevresel etkilerini azaltmayı, modernizasyon yoluyla sektörün rekabet gücünü artırmayı, yağ üretiminin kalitesini artırmayı, izlenebilirliği, sertifikasyonu ve üretim kalitesinin korunmasını ve yürütülen faaliyetlerin sonuçlarının yaygınlaştırılmasını amaçlamaktadır. Kalitenin iyileştirilmesi sadece ürün güvenliği ve besleyici ve organoleptik özelliklerinin iyileştirilmesine yönelik değil, aynı zamanda çevrenin korunması ve zeytinyağı üretim zincirinin tüm aşamalarını karakterize eden üretim süreçlerinin eko-sürdürülebilirliğine yöneliktir. Eylemler, üretim süreçlerinin ve kontrol

sistemlerinin güvenilirliği açısından İtalyan zeytinyağı kalitesini koruyan ve geliştiren bir tedarik zinciri politikasını glendirmeyi amaçlamaktadır. Eğitim faaliyetleri, ürünlerin kalitesini korumak ve üretim yerlerinin tipikliğini artırmak için çevresel ve ekonomik açıdan sürdürülebilir yetiştirme tekniklerinin zeytin yetiştiricileri arasında yaygınlaştırılmasına yöneliktir ve üretilen yağın kalitesinin artırılmasını sağlayan teknolojik yeniliklerin tanıtılmasına yöneliktir. Hem zeytin yetiştiricileri hem de tüketiciler eğitim girişimleriyle bu sürece aktif olarak katılmaktadır. Birlik yelerine, üretim planlaması, sertifikasyon, pazar araştırması, kalite kontrolü zeytin ağacı ışlahı konularında geniş yelpazede destek sunulmaktadır.

Adres: Via San Damaso 13 ,Roma , Italia

Mail: info@unapol.it

Telefon: (+39) 06 39365220

4.2.2 Varsa İthalat Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

İtalya pazarına zeytinyağı ihraç etmek isteyen firmalarımız, Ticaret Bakanlığımızın Mşavire Danışın sistemi üzerinden taleplerini Müşavirliğimize ileterek ve ilgilendikleri GTİP kodlarını belirterek, ithalat firma bilgisi temin edebileceklerdir.

Bu çerçevede, talebinizi ve varsa ürünlerinize ait 6 basamaklı GTİP kodlarını da ileterek, <https://musaviredanisin.ticaret.gov.tr/> zerinden Müşavirliğimize iletebilirsiniz.

4.3 Sektörde Standartlar

AB, dünyadaki en büyük zeytinyağı üreticisi, tüketicisi ve ihracatsıdır. Küresel zeytinyağı üretiminin yaklaşık %67'si AB lkelerinde gerçekleşmektedir. Başta Akdeniz lkeleri olmak üzere, AB genelinde yaklaşık 4 milyon hektarlık alanda geleneksel, entansif ve süper entansif yöntemlerle zeytin yetiştirilmektedir.

İtalya ve İspanya, yıllık yaklaşık 500.000 tonluk tüketimleriyle AB'nin en büyük zeytinyağı tüketicileridir. Yunanistan ise kişi başına yılda yaklaşık 12 kg tüketimle AB'de en yüksek kişi başi zeytinyağı tüketimine sahiptir. Genel olarak AB, dünya toplam tüketiminin yaklaşık %53'n oluşturmaktadır.

Ticaret açısından AB, dünya zeytinyağı ihracatının yaklaşık %65'ini gerçekleştirmektedir. AB'den ihraç edilen zeytinyağının başlıca varış noktaları Amerika Birleşik Devletleri, Brezilya ve Japonya'dır.

İtalya, zeytinyağı üretimi ve pazarlamasında yüksek kalite standartlarına sahip bir ülkedir. Üretim ve pazarlama süreçleri hem ulusal hem de Avrupa Birliği düzeyinde sıkı denetimlere tabidir. İtalya'da zeytinyağı pazarlama standartları ve kontrol mekanizmalarıyla ilgili temel unsurlar aşağıda yer almaktadır.

4.3.1 Zeytinyağı Kategorileri

İtalya, zeytinyağını sınıflandırırken genellikle Avrupa Birliği'nin belirlediği standartları takip eder. Zeytinyağı aşağıdaki kategorilere ayrılır:

Extra Virgin Olive Oil (EVOO) – Ekstra Sızma Zeytinyağı: Asidite oranı %0.8'den düşük olan, tat ve koku açısından kusursuz zeytinyağıdır. Kimyasal ve organoleptik (tat, koku) testlere dayanarak en yüksek kaliteyi ifade eder.

Virgin Olive Oil - Sızma Zeytinyağı: Asidite oranı %2'ye kadar olan ve kalite açısından extra virgin'e kıyasla daha düşük olan zeytinyağıdır.

Refined Olive Oil - Rafine Zeytinyağı: Kimyasal işlemlerle rafine edilmiş, düşük kalite zeytinyağıdır. Doğal zeytinyağlarının asiditesini düşürmek için bu işlem uygulanır.

Olive Pomace Oil - Zeytin Küspesi Yağı: Zeytinin preslenmesi sonucu elde edilen kalıntılardan yapılan yağdır. Rafine edilmiş ve genellikle düşük kalite olarak kabul edilir.

Avrupa pazarına girmek isteyen yeni zeytinyağı ihracatçılarının ürünlerini düzenli laboratuvar ve tadım testlerinden geçirmeleri gerekmektedir. Üstün tadım özelliklere sahip, belirli üretim alanlarıyla ilgili, organik sertifikalı ve iyi bir pazarlama hikayesiyle desteklenen zeytinyağı, AB pazarında rekabet avantajı sağlayabilecektir. Zeytinyağı tedarikçilerinin en güçlü rakipleri şu anda İspanya, İtalya, Portekiz, Yunanistan ve Tunus'ta bulunmaktadır. Sızma zeytinyağları, Avrupa'da satılan ve kaliteyi tanımlamak için duysal testlerin kanunen zorunlu olduğu tek gıdadır.

Avrupa Birliği'nde satılan tüm gıda ürünlerinin, zeytinyağı da dahil olmak üzere, güvenlik açısından test edilmesi gerekmektedir. Zeytinyağı söz konusu olduğunda, ürün bileşimi de son derece önemlidir, çünkü zeytinyağı asitlik, belirli kimyasalların içeriği ve duysal özelliklerle ilgili belirli gereksinimleri karşılamalıdır. Ürün etiketi de tüketicilere ne tür bir zeytinyağı olduğunu açıkça göstermelidir. Zeytinyağı üreticisi ülkelerin çoğu Avrupa-Akdeniz ortaklık anlaşmasına üyedir, ancak AB'nin Arnavutluk, Güney Afrika, Filistin ve bazı Güney Amerika ülkeleriyle de serbest ticaret anlaşmaları bulunmaktadır. Tunus zeytinyağı için belirli bir tarife kotası kullanılmaktadır. İhraç edilen miktar 56.700 tona ulaştıktan sonra, 100 kg başına 124,50 Avroluk normal bir tarife uygulanmaktadır. Ayrıca, Tunus zeytinyağının Birleşik Krallık'a ithalatında 7,453 tonluk bir kota kullanılmaktadır

Özel olarak ve sık sık güncellenen Avrupa Komisyonu Yönetmeliği, gıda ürünlerindeki belirli kontaminasyonlar için maksimum seviyeleri belirler. Gıda maddeleri için belirlenen genel kontaminasyon limitlerine ek olarak, zeytinyağı da dahil olmak üzere belirli ürünler için bir dizi kesin kontaminasyon limiti de sağlar.

Mineral Yağ Doymuş Hidrokarbonları (MOSH) ve Mineral Yağ Aromatik Hidrokarbonları (MOAH), kamuoyunda birçok kez endişe yaratan zeytinyağı kirleticileridir. Örneğin, Fransız tüketici örgütleri 2023 yılında 24 zeytinyağını test etmiş ve 2 mg/kg'ın üzerinde MOSH ve MOAH miktarlarına rastlamıştır. Resmi limitler henüz belirlenmemiş olsa da yakında belirlenmesi beklenmektedir. Zeytinyağında MOSH ve MOAH ile kontaminasyonun en olası kaynağı, işleme makinelerinde kullanılan yağlayıcılarıdır. Avrupa Birliği, gıda ürünlerinin içinde ve üzerinde bulunan pestisitler için maksimum kalıntı seviyelerini (MRL) belirlemiştir. İzin verilenden daha fazla pestisit kalıntısı içeren ürünler Avrupa pazarından geri çekilecektir.

Avrupa Birliği düzenli olarak kullanımına izin verilen onaylı pestisitlerin bir listesini yayımlamaktadır. Zeytinyağında yüksek düzeyde pestisit kalıntısı çok yaygın olmasa da, bazı Avrupalı ithalatçılar pestisit kalıntısı olup olmadığına dair detaylı bir test talep etmektedir.

AB zeytinyağı mevzuatı, 8 farklı zeytinyağı kategorisinin yanı sıra Üye Devletlerin kontrol makamları tarafından kullanılacak ilgili analiz yöntemlerini tanımlamaktadır. Mevzuat, farklı zeytinyağı kategorilerini etiketlemek için uyulması gereken pazarlama standartlarını da içermektedir. Avrupa mevzuatı, Uluslararası Zeytin Konseyi'nin standartlarına kıyasla biraz farklıdır. AB Üye Devletleri, bu kurallara uyulduğundan ve tüketicilere satılan ürünlerin beklentilerini karşıladığından emin olmak için zeytinyağı numuneleri üzerinde kontroller gerçekleştirmektedir. AB pazarlama standartları, pazarın tüketici beklentilerini karşılamak, ticareti kolaylaştırmak ve AB üreticileri için eşit bir oyun alanı sağlamak için standartlaştırılmış ve tatmin edici kalitede tarımsal ürünler sunmasını sağlamayı amaçlamaktadır.

AB zeytinyağı mevzuatı, farklı zeytinyağı ve prina yağı kategorilerinin yanı sıra Üye Devletlerin kontrol makamları tarafından kullanılacak ilgili analiz yöntemlerini tanımlamakta ve etiketleme ve ambalajlamaya ilişkin kuralları belirlemektedir. Belirli bir kategoride pazarlanabilmesi için zeytinyağının AB mevzuatı kapsamında söz konusu kategori için belirlenen sınırlara uygun özelliklere sahip olması gerekmektedir. Bu durumun sağlanması işletmecilere ve AB Üye Devletlerine bağlıdır. Farklı Zeytinyağı Kategorileri, İlgili Kalite Parametrelerine Göre Sınıflandırılmaktadır. Bunlar: Asitlik seviyesi, peroksit indeksi, yağ asidi ve sterol bileşimi gibi fiziko-kimyasal özellikler Meyvemsi ve organoleptik kusurların bulunmaması gibi organoleptik (duyusal) özellikler.

Sızma Zeytinyağının Üç Farklı Kategorisi Vardır:

Sızma zeytinyağı en iyi kaliteye sahip kategoridir. Organoleptik açıdan bakıldığında hiçbir kusuru yoktur ve meyvemsidir. Asitlik seviyesi % 0,8'i geçmemelidir. Sızma zeytinyağında bazı duyusal kusurlar olabilir ancak çok düşük seviyededir. Asitlik seviyesi %2'yi geçmemelidir.

Lampante zeytinyağı, asitlik seviyesi %2'den fazla olan, meyvemsi özellikleri olmayan ve önemli duyusal kusurları bulunmayan düşük kaliteli bir sızma zeytinyağıdır. Perakende aşamasında pazarlanması amaçlanmamıştır. Rafine edilir veya endüstriyel amaçlar için kullanılır.

Uygunluk Kontrolleri

Yasal çerçeveye göre, AB ülkeleri, zeytinyağı ve prina yağı pazarlama standartlarına uygunluğu sağlamak için her yıl ülkede pazarlanan zeytinyağı hacmiyle orantılı olarak asgari sayıda kontrol gerçekleştirmelidir. **Kontroller, etiketleme ve ambalajlamanın yasal gerekliliklere uygunluğunu ve yağ kategorisinin beyan edilen kategori ile uyumlu olduğunu doğrulamayı amaçlamaktadır.**

Komisyon tarafından finanse edilen AB zeytinyağı sektöründe uygunluk kontrollerinin uygulanmasına ilişkin bir çalışma Ekim 2019'da yayımlanmıştır. Her bir AB ülkesinin zeytinyağının kalitesini kontrol etmek için gerçekleştirmesi gereken uygunluk kontrollerinin sayısını tanımlamak için aşağıdaki unsurlar dikkate alınmıştır.

İhracat ve tüketim verileri: Zeytinyağı üreten AB ülkeleri ('Üretici Üye Devletler'), üretmeyen AB ülkelerine ('üretici olmayan Üye Devletler') kıyasla daha fazla kontrol gerçekleştirmelidir. Sızma zeytinyağı, AB'deki perakende satışların en büyük payını oluşturduğu için kontrol edilen ana kategoridir.

Risk analizi: kontroller, ürün özellikleri (kategori, üretim dönemi, paketlenme işlemleri, depolama, menşee/varış ülkesi, taşıma araçları veya parti hacmi dahil), önceki kontrollerin sonuçları, tüketici şikayetleri veya operatör özellikleri gibi risk faktörlerini dikkate alır.

Etiketleme Kontrolleri: Etiketleme kontrolleri, yağın tüketiciye satılabileceği isim veya ticari adın 1308/2013 sayılı Tüzük (AB) (Ek VII, Bölüm VIII) ve 2022/2104 sayılı Komisyon Yetkilendirme Tüzüğünde (AB) belirtilen özel kurallara uygun olmasını sağlar. İsteğe bağlı etiketleme gerekliliklerine ilişkin kurallar, örneğin 'ilk soğuk sıkım', 'soğuk ekstraksiyon', sızma ve natürel sızma zeytinyağlarının tat ve/veya kokusuna ilişkin organoleptik özellikler ve hasat yılı ile ilgilidir (2022/2104 sayılı Komisyon Yetkilendirilmiş Yönetmeliği (AB)).

Kategorizasyon ve Sınıflandırma: **2022/2104 sayılı Komisyon Yetkilendirilmiş AB Yönetmeliği** zeytinyağı ve pirina yağlarının özelliklerini belirlemektedir. Yönetmelik, her bir zeytinyağı ve pirina yağı kategorisi için kalite ve saflık parametrelerine ilişkin sınırları belirlemektedir. **2022/2105 sayılı Avrupa Komisyonu Uygulama Yönetmeliği** ayrıca yağın beyan edilen kategoriye uygunluğunu değerlendirmek için kullanılacak analiz yöntemlerini de tanımlar. 2022/2104 sayılı AB Yönetmeliğinde belirtilen özelliklere uygunluğun doğrulanması, 2022/2105 sayılı AB Uygulama Yönetmeliğine uygun olarak yetkili ulusal makamlar tarafından gerçekleştirilen uygunluk kontrolleri ile belirlenecektir. **Bu yönetmelik, ürün numunesi alma ve kalite ve saflık parametrelerine ilişkin kural ve yöntemleri ortaya koymaktadır.** AB ülkeleri tarafından tanınan tadım komiteleri, sızma zeytinyağlarının organoleptik özelliklerini doğrulamalıdır.

Diğer Kontrol Türleri: İtalya, zeytinyağı üretimi ve satışına ilişkin sıkı düzenlemelere sahiptir. Zeytinyağı ithalatı, üretimi ve ticareti, İtalyan Tarım Bakanlığı ve Avrupa Birliği düzenlemeleri tarafından denetlenir. Zeytinyağının kalitesini ve saflığını sağlamak için düzenli testler yapılır ve sahtecilik önlenmeye çalışılır. İtalya'da zeytinyağları hem fiziksel hem kimyasal testlerle denetlenir. Bunlar arasında Asidite, peroksit değeri ve UV ışıktaki yağın kimyasal bileşimi gibi kimyasal testler, tadım ve koku analizi gibi organoleptik testler kullanılmaktadır.

Ayrıca, Avrupa Birliği'ne ait sertifikalı organik zeytinyağı üretimi de yaygındır ve organik ürünler, belirli tarım yöntemleriyle üretilir. Zeytinyağına özgü kontrollere ek olarak, AB ülkeleri diğer yasal gerekliliklere de uyulmasını sağlamalıdır. Genel gıda mevzuatı gıda üretimi, işlenmesi ve dağıtımının tüm aşamalarını kapsamaktadır. **Genel etiketleme kuralları, tüketicilerin yağların özellikleri (bileşim, kalite, menşee, kategori, üretim yöntemi) konusunda yanıltılmamasını ve zeytinyağının etiketlenmesinin 1169/2011 sayılı AB Yönetmeliğinde belirtilen genel gıda etiketleme kurallarına uygun olmasını sağlar.**

Organik Tarım: Organik tarım mevzuatı, organik üretimin tüm alanlarını düzenler ve GDO'ların kullanımının yasaklanması ve herbisit ve pestisit kullanımının sınırlandırılması gibi bir dizi temel ilkeye dayanmaktadır.

Coğrafi İşaretler: İtalya, zeytinyağı üretimi ve pazarlamasında coğrafi işaretler (PDO - Protected Designation of Origin, PGI - Protected Geographical Indication) sistemini kullanır.

Bu, belirli bir bölgeye özgü zeytinyağlarının tanınmasını ve korunmasını sağlar. İtalya'nın birçok bölgesinde bu işaretler, yerel ürünlerin kalitesini garanti eder.

Zeytinyağı üreticileri, korunan bir menşe adı (PDO) veya korunan bir coğrafi işaret (PGI) elde etmek için tarımsal ürünler ve gıda maddeleri için kalite planlarına ilişkin 1151/2012 sayılı AB Yönetmeliği kapsamında tescil başvurusunda bulunabilirler.

4.4 Sektörde Etiketleme

Zeytinyağı etiketleri, üreticinin hangi zeytinyağı sınıfını sunduğunu açıkça belirtmelidir. İtalya'da bu etiketleme kuralları oldukça sıkıdır ve yanlış etiketlemeye karşı ağır cezalar uygulanır. Etiket üzerinde bulunması gereken bilgiler şunlardır:

Üretim Yeri: Zeytinyağının üretildiği bölge veya ülke.

Sınıf ve Kalite: Hangi tür zeytinyağının olduğu (Extra Virgin vb.).

Hasat Yılı: Zeytinyağının hasat edildiği yıl, bu genellikle kaliteyi belirlemede önemli bir göstergedir.

Asidite Oranı: Yağın asidite oranı, özellikle extra virgin zeytinyağında bu oran %0.8'in altında olmalıdır.

Avrupa zeytinyağı pazarlama yönetmeliği, perakende etiketinde yer alması gereken bilgileri ve isteğe bağlı olarak hangi bilgilerin dahil edilebileceğini düzenlemektedir. Zorunlu bilgiler aşağıdaki gibidir:

Resmi sınıflandırmaya göre zeytinyağı kategorisi (EVOO, sızma, rafine zeytinyağları ve sızma zeytinyağlarından oluşan zeytinyağı veya zeytin-prina yağı)

Saklama koşulları - ışık ve ısıdan uzakta saklanmalıdır

Menşe yeri- EVOO ve sızma zeytinyağı için zorunludur. Zeytinler bir ülkede hasat edilip başka bir ülkede işleniyorsa, bu durum etikette de belirtilmelidir. Örneğin, 'Yunanistan'da hasat edilen zeytinlerden İtalya'da elde edilen sızma zeytinyağı'.

Paketleme tesisi numarası.

EVOO üzerindeki isteğe bağlı etiketleme, “ilk soğuk presleme”, “soğuk ekstraksiyon” ve özel duyu özellikleri gibi özel kalite özelliklerini içerebilir. EVOO etiketlemesi ayrıca son kullanma tarihi ve hasat yılına göre beklenen maksimum asitliği de içerebilir.

Etiketleme kontrolleri, tüketiciye satılabilecek tanımlama veya ticari adın 1308/2013 sayılı AB Yönetmeliğinde (Ek VII, bölüm VIII) ve 2022/2104 sayılı AB Yetkilendirme Yönetmeliğinde belirtilen özel kurallara uygun olmasını sağlar. Avrupa sağlık beyanları düzenlemeleri, gıdaların hastalıkları tedavi edebileceği iddialarını yasaklamaktadır. Şu anda zeytinyağı için izin verilen sağlık beyanları sadece polifenoller, oleik asit, E vitamini ve tekli doymamış ve çoklu doymamış yağ asitlerini içermektedir. Polifenollerin faydalı etkileri sadece 20 g zeytinyağı başına en az 5 mg hidroksitirosol ve türevlerini içeren zeytinyağı için etikette kullanılabilir.

Zeytinyağı etiketlerinde zorunlu olarak gösterilmesi gereken işaretler aşağıdaki gibidir:

- (a) satış tanımı
- (b) menşe adı (sadece ekstra saf ve saf zeytinyağı için)
- (c) yağ kategorisine ilişkin bilgiler
- (d) net miktar
- (e) asgari dayanıklılık tarihi
- (g) özel saklama koşulları
- (h) ürünün pazarlanmasından sorumlu kişinin adı veya ticari unvanı ve adresi
- (i) parti (lot)
- (l) besin değeri beyanı
- (m) belirli koşulların yerine getirilmesi halinde hasat yılı (yalnızca sızma ve saf, bkz. Bölüm 11)
- (n) paketleme tesisinin yeri
- (o) çevresel etiketleme

Zorunlu gıda bilgileri, aşağıdakileri sağlayacak şekilde göze çarpan bir yere yapıştırılacaktır kolayca görülebilir, açıkça okunabilir ve silinemez olmalıdır. Hiçbir şekilde gizlenmemeli, karartılmamalı, kısıtlanmamalı veya diğer yazılı veya grafik göstergeler veya engelleyici unsurlardan ayrılmamalıdır. Bunlar, net okunabilirliği sağlayacak şekilde, aşağıdaki karakterlerle basılacaktır medyan kısmı 1,2 mm'ye eşit veya daha büyüktür. En geniş yüzey alanına sahip ambalaj veya kaplar söz konusu olduğunda alanı 80 cm²'den az ise, yazı tipi boyutu 0,9 mm veya daha fazla olmalıdır. Bu boyutlar, belirli karakter boyutları gerektiren net miktar göstergesi için geçerli değildir. Rakamların hangi büyüklükte gösterileceğine gelince, eğer kelime büyük ve küçük harfle yazılıyorsa, bunlar en azından kelimenin başındaki büyük harfe eşit olmalıdır.

4.5 Sektörde Ambalajlama

Zeytinyağının büyük bir kısmı dökme olarak ihraç edilmektedir. Dökme ambalaj, çelik variller, yeniden kullanılabilir (ara) dökme plastik konteynerler, esnek tanklar ve kamyon sarnıçları gibi çeşitli boyut ve türlerde olabilir. Ambalaj boyutları, 200 kg'lık varillerden 20 tonun üzerindeki flexi tanklara kadar değişebilmektedir.

Gıda hizmeti sektörü için paket boyutları genellikle 5 kg ile 25 kg arasında değişmekte olup, bu amaçla sıklıkla teneke kutular kullanılmaktadır. Özel zeytinyağı mağazaları ve gıda hizmeti sektörü için zeytinyağı ayrıca 5 L ile 15 L arasında özel dağıtıcılar veya kutu içinde torba ambalajlarda da sunulmaktadır.

Avrupa'da perakende zeytinyağı şişeleri için en yaygın boyutlar 0,5 L ile 1 L arasındadır. Premium zeytinyağları ise genellikle 0,5 L ve 0,75 L'lik şişelerde sunulmakta, bazen 100 ml veya 250 ml gibi daha küçük boyutlarda ve restoranlar ile mutfak hizmetleri için tek kullanımlık 20 ml'lik şişelerde de paketlenmektedir. Cam, kaliteli zeytinyağı imajı ve tüketici tercihleri nedeniyle en çok kullanılan perakende ambalaj türüdür. Bununla birlikte, plastik şişeler (PET ve PVC gibi), alüminyum kutular, teneke kutular ve kaplanmış kartonlar da yaygın ambalaj seçenekleri arasındadır. Bazı premium zeytinyağları ise seramik şişelerde sunulmaktadır.

Dökme ambalajlı zeytinyağı için özel bir düzenleme bulunmamaktadır. Avrupa Zeytinyağı Pazarlama Yönetmeliği'ne göre, zeytinyağının perakende satışı için maksimum kap kapasitesi 5 litreyi geçemez. Ancak, restoranlar, oteller gibi gıda hizmeti sunan işletmelere veya hastaneler ve kamu kurumlarına satış yapıldığında daha büyük ambalajlara izin verilmektedir.

Plastik ambalajlardan kaynaklanabilecek olası kirleticiler arasında FTA'lar öne çıkmaktadır. FTA'lar, zeytinyağına plastik ambalajlardan geçebildiği gibi, işleme borularından veya nakliye sırasında tanklardan da bulaşabilmektedir. Bu nedenle zeytinyağı numuneleri, ambalajdan kaynaklı kirleticiler açısından test edilmelidir. Avrupa yönetmelikleri, gıdayla temas eden plastik malzemeler için belirli limitler getirmiştir.

Bunun yanı sıra, plastik ambalajlarda ve iç kapak kaplamalarında bulunan Bisfenol A (BPA) da kontrol edilmektedir. BPA'nın kullanımı hâlâ serbest olsa da, gözden geçirilmekte olup, yakın zamanda daha sıkı sınırların getirilmesi beklenmektedir.

Çevresel ve sosyal sürdürülebilirlikle ilgili en önemli Avrupa mevzuatları Avrupa Yeşil Mutabakatı (EGD) kapsamında yer almaktadır. EGD, yürürlüğe girecek yasal değişiklikleri bir zaman çizelgesiyle sunmaktadır. Meyve, sebze ve kabuklu yemiş işleme sektörü için en ilgili politikalar arasında 'Tarladan Sofraya Stratejisi', 'Biyçeşitlilik Stratejisi' ve 'Döngüsel Ekonomi Planı' bulunmaktadır. Zeytinyağı tedarikçileriyle ilgili spesifik mevzuatlar ise şunlardır:

- Organik gıda yönetmeliği;
- Gıda ürünlerinin sürdürülebilirlik etiketlemesi;
- Kurumsal Sürdürülebilirlik Durum Tespiti Direktifi (PDF);
- Ambalaj ve ambalaj atıkları.

2022/2104 sayılı AB Yetkilendirme Yönetmeliğinin 4 maddesinin;

1.paragrafında, madde 1, bent (b)'de atıfta bulunulan yağlar nihai tüketiciye en fazla beş litre kapasiteli ambalajlarda sunulacağı; bu tür ambalajların, ilk kez açıldıktan sonra artık kapatılamayacak bir açma sistemi ile donatılır ve bu Yönetmeliğe uygun olarak etiketleneceği;

2.paragrafında madde 1, bent (b)'de atıfta bulunulan ve restoranlar, hastaneler, kantinler ve diğer benzer toplu işletmelerde tüketilmesi amaçlanan yağlar söz konusu olduğunda, Üye Devletler ilgili işletmenin türüne bağlı olarak ambalaj için beş litrenin üzerinde bir azami kapasite belirleyebileceği düzenlenmektedir.

4.6 Lojistik (nakliye süresi, en fazla tercih edilen taşıma modları, güzergahlar v.b.)

İtalya'da zeytinyağı sektöründeki lojistik, genellikle üretim ve dağıtım süreçlerinin etkin yönetimi açısından oldukça önemlidir. Zeytinyağının kalite ve tazeliği, lojistik süreçlerin verimliliğine doğrudan bağlıdır. İtalya, dünyanın önde gelen zeytinyağı üreticilerinden biri olduğundan, lojistik faaliyetler oldukça gelişmiştir ve çeşitli taşıma yöntemleri kullanılır.

4.6.1 Nakliye Süreleri

- Yurtiçi Nakliye: İtalya içindeki zeytinyağı taşımacılığı genellikle birkaç gün sürer. İtalya'nın coğrafi olarak küçük ama yoğun ulaşım ağına sahip olması, yurtiçi nakliyeyi hızlandırır.

- Uluslararası Nakliye: İtalya'dan dünya çapına zeytinyağı ihracatı yaygındır. İtalya'dan AB içi taşımacılık genellikle 2-4 gün sürerken, AB dışı taşımacılık ise 5-10 gün sürebilir. Zeytinyağı, genellikle deniz yoluyla taşındığı için gemi rotalarına ve limanlara bağlı olarak bu süre değişebilecektir.

4.6.2 En Fazla Tercih Edilen Taşıma Yöntemleri

- Deniz Yolu: İtalya'nın zeytinyağı ihracatının büyük bir kısmı deniz yolu ile yapılır. Özellikle Limoges, Genoa, Livorno ve Napoli gibi büyük limanlar önemli çıkış noktalarıdır. Zeytinyağı konteynerlerde, genellikle 20'lik veya 40'lik konteynerlerde taşınır. Deniz yoluyla taşımacılık, büyük miktarlarda zeytinyağının düşük maliyetle taşınmasına olanak sağlar.

- Kara yolu: İtalya içindeki dağıtımda ve bazı Avrupa ülkelerine yapılan nakliyelerde karayolu taşımacılığı yaygındır. Özellikle AB içindeki ülkelerle, zeytinyağı taşıyan tırlara dayalı taşıma tercih edilir. Karayolu taşımacılığı daha hızlı olmasına karşın, deniz yoluyla kıyaslandığında genellikle daha pahalıdır.

- Demir yolu: Demiryolu taşımacılığı, özellikle İtalya'nın kuzey bölgelerinde zeytinyağı taşımacılığında kullanılabilir ancak daha sınırlı bir rol oynar. Zeytinyağı taşımacılığında demiryolu, genellikle diğer taşıma modlarıyla (karayolu veya deniz) kombine edilerek kullanılır.

4.6.3 Güzergahlar

- Yurtiçi Nakliye Güzergahları: İtalya'da, zeytinyağı üretimi genellikle Toskana, Puglia, Calabria ve Sicilya gibi güney bölgelerinde yoğunlaşır. Bu bölgelerden zeytinyağı, özellikle kuzeydeki büyük şehirler ve sanayi bölgelerine taşınır. Örneğin, Milano, Bologna ve Verona gibi şehirler önemli dağıtım noktalarıdır.

- İhracat Güzergahları: İtalya'dan en fazla zeytinyağı ihracatı yapılan ülkeler arasında Almanya, ABD, Japonya ve diğer AB ülkeleri yer alır. İtalya'nın liman şehirleri (Genoa, Livorno, Napoli) bu ihracat için en önemli güzergahlar arasında yer alır.

4.6.4 Zeytinyağının Depolanması ve Dağıtımı

- Zeytinyağı taşımacılığında, ürünün kalitesinin korunması kritik öneme sahiptir. Zeytinyağı genellikle özel tanklarda veya sızdırmaz kutularda taşınır.

- Depolama süreci de lojistik zincirinin önemli bir parçasıdır. İtalya'daki zeytinyağı depoları, genellikle üretim tesislerine yakın alanlarda bulunur ve genellikle sıcaklık kontrollü ortamlar kullanılır.

4.6.5 Zeytinyağı Lojistiğinde Karşılaşılan Zorluklar

- Mevsimsel Talep Dalgalanmaları: Zeytinyağı üretimi, zeytin hasat sezonuna bağlıdır, bu da lojistik süreçlerde dalgalanmalara neden olabilir. Zeytin hasat dönemi sonrasında, özellikle taşımacılıkta yoğunluk artar.

- Kullanıcı Taleplerine Göre Teslimat Zamanları: Zeytinyağının tazeliği, tüketici için önemli bir faktördür. Bu nedenle, lojistik süreçlerin hızlı ve verimli olması beklenir.

- Çevresel Faktörler: Özellikle zeytinyağı taşıyan araçların çevresel sürdürülebilirlik açısından uyumlu olması talep edilmektedir. Bu, lojistik tedarik zincirinin yönetimi açısından bir zorluk olabilir.

Sonuç olarak, İtalya'da zeytinyağı sektöründeki lojistik, ülkenin üretim bölgeleri ile dünya çapındaki pazarlara ulaşmak için etkili ve çeşitli taşıma modlarının kullanımını gerektirir. Bu süreçte, taşıma sürelerinin kısa tutulması ve kalite kontrolüne dikkat edilmesi gereklidir.

4.7 Dağıtım Kanalları

Avrupa pazarına büyük hacimlerde standart kalitede zeytinyağı sunmak isteyenler için pazara en iyi giriş noktaları Avrupalı zeytinyağı üreten, harmanlayan ve şişeleleyen şirketlerdir. Bununla birlikte, Avrupa pazarında gıda hizmeti veya üst düzey segmentlere girmek istenirse bağımsız uzmanlaşmış zeytinyağı ithalatçıları da önemli bir kanaldır. Avrupa'da zeytinyağı çoğunlukla ev tüketimi için kullanılmaktadır- sonuç olarak perakende satışlar en büyük paya sahiptir. Zeytinyağı ayrıca gıda işleme endüstrisi ve gıda hizmetleri tarafından da kullanılmaktadır. Kesin veriler olmamakla birlikte, perakende segmentinin Avrupa zeytinyağı pazarının yaklaşık %60'ını oluşturduğu tahmin edilmektedir. Perakende segmentinde en büyük hacimler, özel etiketlerin payının arttığı süpermarketler aracılığıyla satılmaktadır.

Avrupa'da Zeytinyağı İçin Nihai Pazar Segmentleri

Perakende

Perakendeciler bazen doğrudan gelişmekte olan ülke ihracatçılarından alım yapmakta, ancak çoğu durumda uzmanlaşmış distribütörler gibi aracıları kullanmaktadırlar. Yakın zamanda yaşanan bir gelişme de perakende sektörünün indirimciler ve üst düzey segmentler olarak kutuplaşmasıdır. Konsolidasyon, pazar doygunluğu, güçlü rekabet ve düşük fiyatlar Avrupa perakende gıda pazarının temel özellikleridir. Zeytinyağının online perakende satışları şu anda pazarda küçük bir paya sahiptir, ancak büyümektedir.

Avrupa'daki zeytinyağı perakende segmentinin alt segment türleri (satış noktaları) aşağıdakileri içerir:

Perakende zincirleri

Önde gelen ana akım perakendeciler için ana gelişme, organik ve daha yüksek kaliteli (tek kökenli gibi) çeşitler de dahil olmak üzere özel etiketli zeytinyağlarının artan payıdır. Avrupa'daki en büyük pazar paylarına sahip şirketler arasında Schwartz Gruppe (Lidl ve Kaufland markaları), Carrefour, Tesco, ALDI, EDEKA, Leclerc, Metro Group, REWE Group, Auchan, Intermarché ve Ahold (Delhaize, Albert Heijn ve diğer birkaç marka) bulunmaktadır.

Uzmanlaşmış zeytinyağı dükkanları

Yüksek kaliteli ve tek menşeli EVOO satışlarıyla ilgilidir. Bazı tekil dükkanlar başarılı örnek sunarak ilave şubeler açmıştır. Hollanda'dan Oil & Vinegar, Hollanda'da başlayan ve şu anda birçok Avrupa ülkesinde mağazaları bulunan bir mağazaya iyi bir örnektir. Fransa'daki Oliviers&Co gibi zeytinyağı konusunda uzmanlaşmış ulusal zincirler de vardır. Çoğu uzmanlaşmış mağazada müşteriler satın almadan önce yağları tadabilir ve cam fiçilerden kendi şişelerini doldurabilirler.

Uzmanlaşmış 'kaliteli gıda' mağazaları

Bu mağazalar daha geniş bir gıda yelpazesi ve birinci sınıf zeytinyağları satmaktadır. Bazı özel mağazalar, Birleşik Krallık'taki Fortnum & Mason gibi lüks gıda mağazaları şeklinde mevcuttur. Kaliteli gıda mağazaları bazen bireysel markalı dükkanlar olarak değil, alışveriş merkezlerinde veya Fransa'daki La Grande Épicerie ve Hollanda'daki de Bijenkorf gibi lüks mağazalarda gıda köşeleri olarak bulunur.

İthalatçılar (Toptancılar)

Avrupa'daki diğer birçok gıda sektörünün aksine, zeytinyağı sektöründe en büyük ithalatçılar geleneksel toptancılar değil, ünlü perakende markaları altında zeytinyağı satan şirketlerdir. Bu şirketler, kendi üretim yerlerinden Avrupa'daki farklı yerlere toplu zeytinyağı ithal eder. Uzman ithalatçılar ise toplu veya şişelenmiş zeytinyağı ithal eder ve bunu gıda hizmeti segmentine veya uzman mağazalara satar.

Bazı uzman ithalatçılar ayrıca belirli zeytinyağı markaları için özel distribütörlerdir. Çoğu durumda, bu ithalatçılar sadece zeytinyağı değil, başka ürünler de ithal eder. Ancak, özel distribütörler genellikle 1'den fazla zeytinyağı markası satmazlar.

Yeni tedarikçiler için zorluk, genellikle seçilmiş tedarikçilerle çalışan önde gelen markalarla uzun vadeli ilişkiler kurmaktır. Tanınmış ithalatçılar düzenli denetimler yapar ve üretici ülkelere ziyaretler gerçekleştirir. Yeni bir iletişim olarak, ilişkinin başlangıcında, genellikle aynı kaliteyi, ancak rakiplerinizden daha iyi fiyatlarla sunmanız gerekir. Öte yandan, birinci

sınıf zeytinyağının uzmanlaşmış ithalatçıları daha iyi fiyatlar sunar, ancak olağanüstü kalite, yeni lezzet profilleri ve ürününüzün veya markanızın arkasındaki ilginç hikayeler ister.

Birçok farklı ithalatçı türü zeytinyağı ithalatında uzmanlaşmıştır. Bazıları geniş bir ürün yelpazesi ithal ederken, diğerleri farklı türde yağlar ve sirke gibi diğer çeşnileri ithal eder. Hala sadece zeytinyağı ithal etmekte uzmanlaşmış ithalatçılar vardır. En önemli zeytinyağı ithalatçısı türleri şunlardır:

Önde gelen perakende marka üreten şirketler – Bunlar dünyadaki zeytinyağının çoğunu satın alan şirketlerdir. Toplu ihracatçılar için önemlidir, ancak şişelenmiş yağ tedarikçileri için daha az önemlidir. Yeni tedarikçileri seçmeden önce sıkı kalite değerlendirme prosedürleri vardır. Şişelenmiş zeytinyağı ihraç etmeye istekli yeni tedarikçiler için bu şirketler rakip olarak bile düşünülebilir. En büyük şirketlere örnek olarak Deoleo, SOVENA, Migasa, Salov ve Acesur verilebilir.

Perakende şişeleme şirketleri ve marka dağıtıcıları – Bu şirketler genellikle farklı türde yenilebilir yağların şişeleycileridir, ancak bazıları birçok farklı ürün ve uluslararası marka satan çok uluslu şirketlerdir. Bunlar, genellikle farklı kökenlerden gelen zeytinyağını harmanlayan toplu zeytinyağı ihracatçıları için ilgi çekici olabilir. Bazı örnekler şunlardır: Avril Group, Unilever, Princes Group, MH Foods ve Di Luca & Di Luca.

Uzman zeytinyağı ithalatçıları –

Uzman zeytinyağı ithalatçılarının farklı türleri, yalnızca belirli kökenlerden yağ ithal edenlerden, toplu ve farklı türde yağlar ithal eden ithalatçılara kadar uzanır. Bazıları toplu toptancı olarak hareket ederken, bazıları ise birinci sınıf zeytinyağı ticareti ve zeytinyağı dükkanlarına tedarik konusunda uzmanlaşmıştır. Örnekler şunlardır: Peter Kölln, The Oil Merchant, Artisanal Olive Oil Company, Assisi (Oil & Vinegar markası), Or Andaluz, Henry Lamotte Oils, the gift of oil, Meyer & Co ve Imex Delikatessen.

İtalyan üretimi daha fazla sayıda küçük ölçekli zeytin değirmeninin varlığı ile karakterize edilmektedir. İtalya'da 2022 yılında 4.448 aktif zeytin sıkma tesisi (İspanya'dakinden 2,5 kat fazla) ve 200'den fazla endüstriyel zeytinyağı işleyicisi vardı. Bu sıkma tesislerinin %60'ından fazlasının küçük aile şirketleri tarafından işletildiği tahmin edilmektedir.

İtalya'daki zeytin sıkma tesislerinin yaklaşık %17'si Puglia'da, %17'si Calabria'da ve %14'ü Sicilya'dadır. Bu zeytin değirmenlerinin çoğu bireylere aittir ve bunların yalnızca yaklaşık %20'si çoğunlukla Puglia ve Toskana'da kooperatifler tarafından işletilmektedir.

İtalya'daki zeytin değirmenlerinin %76'sı ezme için 500 tondan az zeytin kullanmasına rağmen, zeytinyağının çoğu 1.000 ila 5.000 ton arasında zeytin ezen orta ölçekli değirmenler tarafından üretilmektedir. Çok sayıda küçük işleyici rekabet gücünü olumsuz etkileyebilir, ancak İtalyan üreticiler ve harmanlayıcılar perakende paketlenmiş yağları ihraç etme konusunda uzmanlaşmıştır. Avrupa'daki kaliteli perakende markalarının tahmini %40'ı İtalyan markalarıdır. İtalya'da ayrıca 50 PDO zeytinyağı vardır ve bunların üretim hacmi bakımından en büyüğü Puglia'dan Terra di Bari'dir. Ülkedeki çok sayıda zeytinyağı fabrikasına ve bunların birçok üretim türüne ve kapasitesine rağmen, İtalya'daki büyük toplu zeytinyağı üreticilerine, depolama şirketlerine ve rafineri şirketlerine örnek olarak Castel del Chianti, Oleificio Zucchi

ve Valpesana verilebilir. İtalya'daki büyük depolama ve işleme şirketleri arasında Casa Olearia Italiana, Fiorentini Firenze ve Montalbano Agricola Alimentare Toscana yer almaktadır.

Birkaç büyük İtalyan şişeleme şirketi de Salov (Filippo Berio ve Sagra markaları), Monini, Fratelli Carli (Olio Carli), Olio Dante (Dante), De Cecco, Farchioni, Pietro Coricelli, Olitalia, Basso, Desantis ve Rubino gibi yağ fabrikalarına sahiptir. İspanyol zeytinyağı firması Deoleo, İtalya'da 2 tesis işletmektedir. İtalya'nın zeytinyağı sahnesindeki birçok oyuncu arasında en büyük 2 oyuncu şunlardır:

Salov – Salov, İtalya'da Sagra markası altında ve dünya çapında Filippo Berio markası altında yağ ürünleri yelpazesini dağıtmaktadır. Şirketin ana tesisi İtalya'nın Massarosa kentinde bulunmaktadır ve ayrıca Birleşik Krallık, Amerika Birleşik Devletleri ve Rusya Federasyonu'nda 3 yan kuruluşu bulunmaktadır. Ayrıca Singapur'da bir ofisi ve Japonya'da stratejik bir ortaklığı bulunmaktadır. Şirketin ürünleri 75 ülkeye ulaşmaktadır.

Monini – Monini S.p.A., Spoleto merkezli, sızma zeytinyağı üretiminde uzmanlaşmış İtalyan anonim şirkettir. Monini ürünleri neredeyse tüm Avrupa ülkelerinde mevcuttur. Şirketin Polonya ve Amerika Birleşik Devletleri'nde iştirakleri bulunmaktadır. Monini, zeytinyağlarının yanı sıra balzamik sirke ve kozmetik ürünleri de üretmektedir.

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

İtalya, Avrupa'nın en büyük ekonomilerinden biri olarak gıda sektöründe e-ticaret ve sınır ötesi ticaret için birçok fırsat sunmaktadır. İtalyan tüketiciler, özellikle kaliteli ve özgün ürünlere ilgi göstermekte, bu da Türk gıda ürünleri için bir potansiyel oluşturmaktadır. Bu sektörde dikkat edilmesi gereken bazı noktalar aşağıda sunulmaktadır:

İtalya, e-ticaret hacmi hızla büyüyen bir ülke olmasına rağmen Avrupa ortalamasına göre daha geleneksel bir tüketim alışkanlığına sahiptir. Fakat COVID-19 pandemisi sonrası online alışveriş kültürü İtalya'da da yaygınlaşmıştır.

4.8.1 Ülkedeki Kullanılan Başlıca Elektronik Pazaryerleri

- Uluslararası Pazaryerleri: Amazon.it, eBay, AliExpress

- Yerel Platformlar: Esselunga, Eataly, Coop

- Niş Gıda Platformları: Gusto 24, Italian Food Online Store

Kullanıcı dostu ve İtalyanca destekli bir web sitesi kurarak doğrudan satış yapılabilir.

Uluslararası ve Yerel Pazaryerleri Hakkında Bilgiler:

Amazon.it

İtalya'nın en büyük e-ticaret platformlarından biridir ve geniş bir müşteri kitlesine sahiptir. Amazon, özellikle premium zeytinyağı gibi niş ürünlerin satışı için idealdir. Geniş kitleye erişim sağlar, "Amazon Prime" ile hızlı teslimat seçenekleri mevcuttur ve satıcılar için "Fulfillment by Amazon (FBA)" hizmeti vardır.

eBay.it

Hem bireysel hem de küçük ölçekli işletmeler için uygun bir platformdur. Hedef kitlesini belirleyerek doğrudan satış yapılmasına olanak sağlar. Daha esnek fiyatlandırma seçenekleri mevcuttur. Ancak marka bilinirliği düşükse müşteri çekmek zor olabilir.

Etsy

El yapımı, butik veya özel ürünler için harika bir platformdur. Zeytinyağını sanatsal ambalajlarla pazarlamak için idealdir. Küçük ama kaliteli ürün arayan tüketicilere hitap eder. Bu platformda ürünü diğer zeytinyağı türlerinden ayıran benzersiz bir özellik sunulması önemlidir.

Satış için e-ticaret kullanan çiftçilerin payı, şarap ve zeytin sektörü söz konusu olduğunda yalnızca %8'e ulaşmaktadır.

Eataly

Organik, yerel ve premium gıda ürünlerine odaklanmış tüketicilere odaklı bir platformdur. İtalyan mutfağına ve kaliteli gıda ürünlerine önem veren tüketiciler tarafından sıkça ziyaret edilir. Premium zeytinyağı ürünleri için uygundur ve İtalyan tüketiciler arasında yüksek güvenilirliğe sahiptir.

Esselunga

Geniş bir kitleye hitap eden İtalya'nın önde gelen süpermarket zinciridir. Esselunga'nın e-ticaret platformu, geniş bir ürün yelpazesıyla büyük bir müşteri tabanına erişimin yanı sıra daha hızlı bir ürün dönüşümü avantajına sahiptir.

NaturaSi

Organik ve sürdürülebilir ürünlere ilgi duyan tüketicilerin rağbet ettiği bir platformdur. Organik zeytinyağı gibi çevre dostu ve sağlık odaklı ürünler için idealdir. Yüksek gelir seviyesindeki tüketicilere ulaşma şansı verir.

Cortilia

Yerel ve taze ürünleri arayan tüketiciler tarafından tercih edilmektedir. Özellikle butik ve sürdürülebilir üretim yapan markalar için uygundur. Doğrudan tüketicilere taze ürünler sunma fırsatı sunar ve abonelik modeliyle sadık müşteri kitlesi oluşturulmasına imkân tanır.

4.8.2 Özel Günler, Bayramlar vb.

İtalya'da 2025 Yılı Resmî Tatil Günleri

1 Ocak 2025	Yeni Yıl
6 Ocak 2025	Aydınlanma
17 -20 Nisan 2025	Paskalya
25 Nisan 2025	Kurtuluş günü
1 Mayıs 2025	İşçi Bayramı
2 Haziran 2025	İtalya Cumhuriyet bayramı
29 Haziran 2025	Aziz Peter ve Aziz Paul Bayramı (Roma)
15 Ağustos 2025	Meryem'in Göğe Yükselişi
1 Kasım 2025	Tüm azizler günü
7 Aralık 2025	Aziz Ambrose Bayramı (Milano)
8 Aralık 2025	Immaculate Conception'in Bayramı
25 Aralık 2025	Noel günü
26 Aralık 2025	Aziz Stephen Günü

4.8.3 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Instagram, Facebook ve Google Ads üzerinden görselliği ön planda olan estetik ambalajlarla dikkat çekmek ve hikâye anlatımıyla marka yaratmak etkili olacaktır. **İtalyan Blogları ve yerel influencer'larla** iş birliği yapmakta ürünlerin tanıtımı için etkin yöntemlerdir. İtalya'da özellikle Facebook kullanımı oldukça yaygındır.

4.8.4 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

150 avroya kadar ithalat ürünleri (De Minimis limiti) gümrük vergisinden muaf olup, KDV ödenecektir. 1 Temmuz 2021 itibariyle Avrupa Birliği'ne gelen değeri 22 avro altında olan tüm gönderiler için Katma Değer Vergisi (KDV) muafiyeti kaldırılmıştır. Gümrük vergisi uygulamaları açısından ise 150 avroluk sınır devam etmektedir. Yani, Avrupa Birliği'ne gönderilen tüm gönderiler; bedel sınırlaması olmaksızın KDV'ye tabi tutulmaktadır. İtalya için standart vergi oranı %22'dir.

Değeri 150 avroya kadar olan mallar gümrük vergisinden muafır. KDV, değerine bakılmaksızın her zaman tahsil edilmektedir. Dolayısıyla değeri 150 avronun üzerinde olan mallar için hem gümrük vergisi hem de KDV ödenmesi gerekir. İtalya'nın KDV sistemi, IVA (Imposta sul Valore Aggiunto) olarak adlandırılır ve standart vergi oranı %22'dir. Ancak, su, belirli gıda ürünleri, yolcu taşımacılığı, konut, sosyal hizmetler, gazete ve kitap ürünleri gibi belirli ürünler için KDV oranı % 4 ve % 10 olarak uygulanmaktadır.

E-ticaret tedarikçileri ve pazar yerleri/platformları, 150 avroyu aşmayan sevkiyatlarda üçüncü ülkelerden ithal edilen malların mesafeli satışlarında KDV beyan etmek ve ödemek için basitleştirilmiş bir sistem kullanmaktadır. Yeni sisteme göre online satıcılar ve pazaryerleri;

IOSS (Import-One-Stop-Shop) portalına üye olarak değeri 150 avro altında olan tüketicilere gönderilecek (B2C) gönderiler için KDV ödemelerini portal üzerinden gerçekleştirebileceklerdir.

IOSS portalı üzerinden KDV ödemesi gerçekleşen gönderilerde uygulanacak vergi oranları, gönderinin nihai varış ülkesine ait KDV oranı kuralları çerçevesinde belirlenmektedir."E-Ticarette KDV Paketi" adı altında yayımlanan Konsey Tüzükleri Kapsamında, IOSS sistemine kayıt olmak isteyen ihracatçılarımızın AB üyesi bir ülkede temsilcilik bulundurmaları veya kendilerini temsil edecek bir aracı tayin edilmesi gerektiği anlaşılmaktadır. İhracatçılarımız, işletmeden AB’de yerleşik bir tüketiciye yaptıkları (B2C) 150 avroya kadar olan ve ÖTV’ye tabi olmayan eşya için IOSS’i kullanabilecektir. "Import One Stop Shop (IOSS)" KDV sistemi ve sistemin işleyişi ile ilgili Ticaret Bakanlığı Gümrükler Genel Müdürlüğüne hazırlanan broşür ekte paylaşılmaktadır.

Ayrıca, Agenzia Entrate,(İtalyan Vergi Dairesi) resmi web sitesinin linkinden de detaylı bilgiye (ingilizce) ulaşılması mümkündür.

<https://www.agenziaentrate.gov.it/portale/web/english/how-you-can-register-for-the-ioss>

https://vat-one-stop-shop.ec.europa.eu/index_en

İtalya’da uygulanan Ulusal KDV ve Gümrük Vergisi Muafiyet Eşikleri aşağıdaki tabloda “karşılaştırmalı” olarak yer almaktadır:

Değer	1 Temmuz 2021 Öncesi		1 Temmuz 2021 Öncesi Sonrası	
≤ 22 avro	KDV muafiyeti	Gümrük Vergilerinden muafiyet	KDV zorunlu	Gümrük Vergilerinden muafiyet
> 22 avro e ≤ 150 avro	KDV zorunlu	Gümrük Vergilerinden muafiyet	KDV zorunlu	Gümrük Vergilerinden muafiyet
> 150 avro	KDV	Gümrük Vergileri Zorunlu	KDV zorunlu	Gümrük Vergileri

KDV ödemesi, ithalatın gerçekleştiği veya malların gönderildiği veya taşındığı AB Üye Devletinde yapılmalıdır. Özel tüketim vergisine tabi mallar (alkol ve alkollü içecekler, tütün, enerji ürünleri) bu muafiyetlerin dışındadır. Vergi açısından bakıldığında, satışın Katma Değer Vergisi (KDV) perspektifinden vergi amaçları doğrultusunda nasıl ele alınması gerektiğinin analiz edilmesi gerekmektedir. Malı devralan kişinin İtalya’da mukim olması halinde, bedel üzerinden normal KDV uygulaması geçerli olduğundan herhangi bir sorunla karşılaşılmamaktadır.

Öte yandan, mesafeli satışlar özel şahıslara veya Topluluk içi alımlarda KDV ödemesi gerekmeyen kişilere yapıldığında, belirli koşullara tabi olarak, DL 331/93 sayılı KHK'nin 40(3) ve 41(1)(b) Maddelerinde (2006/112/EC sayılı Direktifin 33 ve 34. Maddeleri) belirtilen özel rejim uygulanır. Bu, vergilendirme yerinin belirlenmesine ilişkin olağan kriterlerden istisna yapılmasını sağlayan bir kuraldır.

633/72 sayılı Başkanlık Kararnamesinin 7-bis Maddesi uyarınca, İtalya'da yerleşik kişiler tarafından başka bir Üye Devlette yerleşik özel kişilere yapılan mal tedariki, tedarikçinin KDV mükellefi olduğu Devlette vergiye tabidir (menşe ilkesi). Ancak, 633/72 sayılı Başkanlık Kararnamesi'nin 7-bis maddesine istisna getirilerek, mesafeli satışlar söz konusu olduğunda, tedarik, devralanın Üye Devletinde KDV'ye tabidir (varış yeri ilkesi). Bu durum, tedarikçi tarafından varış Üye Devletinde yapılan mesafeli satışların tutarı (referans yılda ve ayrı olarak bir önceki yılda) bu Devlet tarafından belirlenen belirli bir eşiğin altında olmadığı sürece geçerlidir (her halükârda, tedarikçinin vergiyi varış ülkesinde uygulama seçeneğine tabidir). Özel çerçeve, Üye Devletlerin farklı KDV oranları uyguladığı bir bağlamda menşe ilkesinin uygulanmasından kaynaklanan rekabet çarpıklıklarını önlemek amacıyla getirilmiştir.

4.9 Tanıtım ve Pazarlama

Dijital Platformlar üzerinden gıda ürünlerini pazarlamak etkili olabilir. İtalya ve AB genelinde gıda ürünlerinin ithalatında sıkı kurallar uygulanmaktadır. Ürünlerin etiketleme, içerik bilgisi ve dil gereklilikleri (İtalyanca) gibi detaylara dikkat edilmesi önemlidir. Lojistik ve teslimatta soğuk dağıtım zinciri gerektiren ürünlerin taşınmasında maliyetler yükselebilmekte ve gümrük vergileri ve prosedürler süreçleri uzayabilmektedir.

İtalya'nın yerel üreticileri güçlüdür ve tüketiciler genelde yerel markalara sadık kalır. Bu nedenle ürünlerinizi premium segmentte konumlandırarak fiyat rekabeti yerine kaliteyle öne çıkmak önem arz eder. Bunun yanı sıra, pazara girerken dikkat edilmesi gerekli diğer unsurlara aşağıda yer almaktadır:

- AB standartlarına uyumlu etiketleme ve sertifikasyon süreçlerini eksiksiz tamamlamak çok önemlidir. AB düzenlemelerine uygun zeytinyağımızın etiketlerinin İtalyanca olması gerekmektedir.
- Gümrük işlemleri için gerekli belgelerin eksiksiz hazırlanması ve gerekli organik sertifikalarının alınması önemlidir.
- Cam şişe gibi dayanıklı ve estetik ambalaj seçenekleri tercih edilmelidir. Aynı zamanda kırılma riski nedeniyle sağlam paketleme gereklidir.
- Hızlı teslimat ve uygun nakliye masrafları için güvenilir lojistik iş ortaklarıyla çalışılmalıdır.
- AB'nin talep ettiği kalite ve organik sertifikalara sahip olmak gerekir. Bu, İtalyan tüketicilerde güven yaratır.
- Markanın arkasındaki kültürel hikâyeyi ve üretim sürecini paylaşarak tüketicilerin ilgisini çekilebilmektedir
- İtalyan distribütörler, restoranlar ve market zincirleriyle ortaklık yaparak fiziksel ve dijital kanallarda erişimi arttırarak yerel iş birliğine başvurmak;

- Web sitesini İtalyanca içeriklerle zenginleştirerek Google'da görünürlüğünüzü artırmak;
- Hedef kitlenize düzenli olarak promosyon ve içerik gönderebileceğiniz bir e-posta listesi oluşturmak;
- Deneme kitleri sunarak İtalyan tüketicilere zeytinyağınızı tanıtmak gibi stratejilere başvurmak önemlidir.

4.10 Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

Organik, vegan ürünler gibi niş gıda ürünleri yüksek talep görmektedir. Ayrıca, Akdeniz diyeti ve yerel İtalyan tatlarına yakın ürünler daha çok tercih edilmektedir. Cross-Border (Sınır Ötesi) E-Ticarette ise İtalyan tüketiciler, özellikle Asya ve Doğu Avrupa'dan gelen otantik ve kaliteli gıda ürünlerine ilgi göstermektedir.

Organik tarım ürünleri ve sağlıklı yaşam trendleri doğrultusunda pazarlanan ürünler, özellikle üst gelir grubundaki İtalyan tüketicilere hitap etmektedir. İtalyan tüketiciler, özellikle farklı tat profilleri ve yüksek polifenole sahip sağlık odaklı ürünlere ilgi göstermektedir. Soğuk sıkım, organik ve ekstra sızma zeytinyağları İtalya'da artan bir şekilde talep görmektedir.

Coğrafi işaretli ürünler, belirli bölgelerden elde edilen zeytinyağları, niş bir tüketici kitlesine hitap etmektedir. Aromalı zeytinyağları (örneğin sarımsak, biberiye veya limon aromalı) dikkat çekmektedir.

4.11 Sektörde Vergiler (Gümrük Vergisi, KDV, ÖTV, vb.)

Katma Değer Vergisi (KDV- IVA): İtalya'da standart KDV oranı %22'dir. Ancak, zorunlu tüketim malları arasında yer alan zeytinyağı için bu oran %4 olarak uygulanmaktadır. 9 Ekim 1997 tarihli ve 2008/97 sayılı AB Yönetmeliği kapsamında, Türkiye menşeli zeytinyağı ve diğer bazı tarımsal ürünlerin ithalatı için özel düzenlemelerin uygulanmasına ilişkin belirli kurallar ortaya konulmaktadır. Bu kapsamda Türkiye'ye yönelik 100.000 kg tarife uygulanmaktadır. İş bu AB Yönetmeliğine atıfla;

İthalatta Türkiye'ye Yönelik Tedbirler/Önlemler Aşağıda Yer almaktadır:

150920 Ekstra saf zeytinyağı (EU cat. 1)

150930 Saf zeytinyağı (EU cat. 2)

Tercihli Kota (01-01-2022-): 112.05 EUR / 100 kg Ref. AB Mevzuatı: R2008/97

Tercihli Kota Kontenjanı: (01-01-2025- 31-12-2025): %7,50 (Order No: 090206)

150940 Diğer saf zeytinyağı (EU cat. 3)

Tercihli Kota (01-01-2022-): 110.34 EUR / 100 kg Ref. AB Mevzuatı: R2008/97

150990 Diğer zeytinyağı ve zeytinyağı fraksiyonları

Tercihli Kota (01-01-2022-):127.87 EUR / 100 kg Ref. AB Mevzuatı: R2008/97

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=uriserv:OJ.L_.1997.284.01.0017.01.ENG

https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/quota_tariff_details.jsp?Lang=en&StartDate=2025-01-01&Code=090206

4.12 Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller

İtalya, Avrupa Birliği'nin bir üyesi olarak, AB mevzuatına uygun düzenlemeler uygular. Bununla birlikte, zeytinyağı sektöründe karşılaşılan tarife dışı engeller aşağıdaki gibi özetlenebilir:

Teknik Düzenlemeler ve Standartlar

- Etiketleme ve Ambalajlama Şartları: AB'nin zorunlu etiketleme kuralları, ürünlerin menşei, üretim süreci ve kalite standartlarını içerir. Özellikle İtalya'da, "Protected Designation of Origin (PDO)" ve "Protected Geographical Indication (PGI)" gibi sertifikalar büyük öneme sahiptir.

- Kalite ve Analiz Testleri: İtalya, zeytinyağının serbest dolaşıma girebilmesi için kimyasal ve duyu analizlere büyük önem verir. Özellikle asitlik seviyesi, organoleptik özellikler ve diğer kalite parametreleri sıkı denetlenir.

Hijyen ve Sağlık Standartları

- Gıda Güvenliği Düzenlemeleri: AB'nin Gıda Güvenliği Mevzuatı (Food Safety Law) kapsamında yer alan HACCP (Tehlike Analizi ve Kritik Kontrol Noktaları) sistemi, İtalya'da da uygulanmaktadır. Bu, ithalatçıların sıkı sağlık denetimlerinden geçmesini zorunlu kılar.

- Kimyasal Kalıntı Limitleri: Pestisitler ve diğer kimyasal maddelerle ilgili sınırlandırmalar oldukça katıdır. Limit aşımı durumunda ürünler reddedilebilir veya ek testler talep edilebilir.

İthalat Süreçleri ve Bürokratik Engeller

- Uzun İthalat Onay Süreçleri: İtalya, bazı durumlarda ithalat belgelerini inceleme ve onaylama sürecini uzatabilir. Bu durum, ticari işlemleri yavaşlatabilir.

- Özel Sertifikalar ve Belgeler: Organik zeytinyağı için sertifikalar ve çevresel uyum belgeleri talep edilmektedir.

Tarım Politikaları ve Teşvikler

- Yerel Üreticilerin Desteklenmesi: İtalya’da yerel zeytinyağı üreticilerine verilen sübvansiyonlar ve teşvikler, ithal ürünlerin rekabet gücünü azaltabilir.
- Kota ve Kısıtlamalar: Bazı dönemlerde, ithalat hacmini sınırlamak amacıyla kota sistemleri uygulanabilir.

Tüketici Tercihleri ve Kültürel Faktörler

- Marka Güveni ve Yerli Ürün Tercihi: İtalyan tüketiciler, genellikle yerli ürünleri tercih eder. Bu durum, ithal zeytinyağının pazar payını sınırlayabilir.
- PDO/PGI Sertifikası Olmayan Ürünlere Karşı Direnç: Zeytinyağında kalite ve gelenekselliğe önem veren tüketiciler, menşe sertifikası olmayan ürünlere mesafeli yaklaşabilir.

Lojistik ve Dağıtım Sorunları

- Gümrük ve Lojistik Gecikmeleri: İtalya’daki limanlar ve gümrük noktalarında yaşanan yoğunluklar, ithal zeytinyağının zamanında teslim edilmesini zorlaştırabilir.
- Depolama ve Dağıtım Koşulları: Ürünün kalite standartlarına uygun şekilde depolanması ve dağıtılması için ek maliyetler ortaya çıkabilir.

5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

İklim değişikliğinin bir sonucu olarak İtalya’da üretimin daha kuzeydeki alanlara genişlemesi ile birlikte, İtalya’da üretimin azalması neticesinde, ülkemizden zeytinyağı talebinin artabileceği düşünülmektedir. Diğer taraftan, İtalya ile ikili ticari ve yatırım ilişkilerimizin özellikle pandemi sonrası dönemde AB ülkelerine nazaran daha fazla ivmelenmesi, ikili iş birliği, ticaret ve yatırım yapma kültürünün artması, genel anlamda tüm sektörlerimizi etkileyeceğinden, zeytinyağına ilişkin de ikili ticarete ivmelenme beklenebilecektir. Nitekim, son 3 yıllık dönemde, her ne kadar Türkiye’nin İtalya zeytinyağı talebinde payı düşük olsa da, nominal anlamda hızlı bir artış kaydedilmiştir. Ülkemizin, jeopolitik konumu, sadece toptan ihracat değil aynı zamanda da uzaktan satış kanalları ile de ürün satışını mümkün kılmaktadır.

6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler ve İhracatın Artırılması için Öneriler

Sektörde özellikle İspanya ve Yunanistan gibi AB üyesi ülkelerde, zeytinyağı üretiminin yoğun olması, Türkiye’nin rekabet gücü açısından İtalya pazarına girişte yoğun rekabet ortamı yaratmaktadır. Söz konusu durumun bertaraf edilebilmesi için, hikayesi olan, coğrafi işareti bulunan, AB standartlarında laboratuvar sonuçları bulunan, tek tip zeytin çeşidinden üretilmiş,

yüksek polifenol, meyvemsi tat yoğunluğu ve organik tarım gibi unsurlar, söz konusu ürünün pazara girişinde önemli olacağı değerlendirilmektedir.

İtalyan tüketiciler, geleneksel olarak İtalyan zeytinyağlarına alışkındır. Yabancı ülke zeytinyağları hakkında yeterli farkındalık bulunmaması durumunda, pazara giriş zorlaşmaktadır. Marka bilinirliğini artırmak için tanıtım kampanyaları, tadım etkinlikleri ve gastronomi fuarlarına katılım gibi stratejilerin benimsenmesi gerekmektedir. Diğer taraftan, sektörde AB düzeyinde faaliyet gösteren niş satış yapan perakendecilere ulaşarak, tanıtım yapılmasının faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

Bu kapsamda sektörde, markalaşma ve pazarlama stratejileri güçlendirilerek, tüketici farkındalığı artırılmalı, yerel distribütörler ve market zincirleri ile iş birlikleri kurulmalı ve güçlü bir lojistik altyapı oluşturulmalıdır. Kalite ve fiyat rekabeti sağlanarak, premium segmentte yer edinmek için stratejik adımlar atılmalıdır.

7. Genel Değerlendirme

İtalya'da Puglia ve Sicilya gibi başlıca üretim bölgelerindeki kuraklık ve rekor sıcaklıklar, İtalyan zeytinyağının ulusal üretiminin ciddi şekilde gerilemesine neden olmaktadır. ISMEA tarafından hazırlanan ve sunulan tahminlere göre, 2024-25 sezonunda önceki üretim dönemine göre %32 daha az olan yaklaşık 224 bin tonluk bir üretim beklenmektedir. Zeytinyağı üretiminde en önemli bölge olan Puglia'dan gelen veriler tahminlerin belirlenmesine önemli bir etkiye sahiptir. Genel olarak değerlendirildiğinde, 2005 yılında 600 ton üzerinde olan zeytinyağı üretimi, son 20 yıllık dönemde azalan bir trendle yarı yarıya gerilemiştir.

2023 yılında yapılan bir araştırmada, İtalya'da tüketim amaçlı zeytinyağı seçiminde önemli olan faktörler %47 oranla zeytinyağı menşei iken, tat %28 ve organik (veya coğrafi işaretli) olması ise %14 etkili olmaktadır.

İtalya'daki zeytinyağı talebi 2005'ten 2023-24 dönemine kadar istikrarlı bir düşüş göstermiş olup, 2023'te 420 bin ton'a gerilemiştir. İleriye yönelik tahminlere bakıldığında, 2028 yılına kadar 530 bin metrik tonluk bir talep öngörülmektedir.

Söz konusu tüketim ve talep kalıplarını etkileyebilecek faktörler ise üretim ve dağıtım yöntemlerindeki yenilikler, tüketici tercihlerinin daha niş ürünlere kayması, zeytinyağı üretimi ve ticaretini etkileyen ekonomik faktörler ve potansiyel politika değişiklikleri, zeytin yetiştiriciliğini ve hasadını etkileyen çevresel ve iklim sorunları ile ithalat ve ihracat nedeniyle yerel talebi etkileyebilecek küresel piyasa eğilimleridir

İtalya'da kişi başına düşen zeytinyağı pazar hacminin, 2024 yılında 8,85 kg'dan 2028 yılında 8,54 kg'a kadar kademeli olarak azalma göstermesi beklenmektedir. Bu, yıllık bazda şu düşüş oranlarına karşılık gelmektedir: 2025'te %0,90, 2026'da %0,91, 2027'de %0,80 ve 2028'de %0,93. Beş yıllık tahmin dönemi boyunca bileşik yıllık büyüme oranı (CAGR), yıllık ortalama %0,88'lik bir azalmaya işaret etmektedir. 2023 yılında kişi başına düşen hacim 8,92 kg olup, sonraki yıllara kıyasla daha küçük bir düşüş gözlemlenmiştir.

Her ne kadar yıllar itibariyle tüketim göstergelerinde sınırlı bir düşüş beklense de İtalya extra virgin zeytin yağı ihracatında, ithalatında ve tüketiminde dünyada ilk sıralarda yer almaktadır. Bu çerçevede, İtalya marka algısı, tüketim potansiyeli ve uluslararası pazarlardaki derinliği ile, bu sektörde söz sahibi olmaya devam edecektir. İtalya ile mevcut sektörde iş birliklerinin geliştirilmesi ve derinleştirilmesi, zeytinyağı üreticilerimiz ve ihracatçılarımız için elzemdir.

8. Kaynaklar ve Yararlı Linkler

ISMEA Sektör Raporları ve Haberler

¹ <https://www.internationaloliveoil.org/world-market-of-olive-oil-and-table-olives-data-from-december-2024/>

AB Düzenlemeler ve Zeytinyağında Ülkemize Uygulanan Kota ve Tarife Bilgileri

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=uriserv:OJ.L_.1997.284.01.0017.01.ENG

https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/quota_tariff_details.jsp?Lang=en&StartDate=2025-01-01&Code=090206

Ambalaj ve Etiket Düzenlemeleri

https://agriculture.ec.europa.eu/farming/crop-productions-and-plant-based-products/olive-oil_en

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R2104>

<https://www.cbi.eu/market-information/processed-fruit-vegetables-edible-nuts/olive-oil/market-entry>

https://portale-etichettatura.lab-to.camcom.it/media/ckeditor/2023/06/23/guida_pratica_all_etichettatura_dell_olio_d_oliva_3_edizione.pdf

Zeytin ve Zeytinyağı Sektörüne ilişkin **pazar analizlerinin** yapıldığı Tarım Bakanlığı Bağlı Tarım ve Gıda Pazarı Hizmetleri Enstitüsü'nde (ISMEA) sektöre ilişkin sayfasının yer aldığı link aşağıda sunulmaktadır.

<https://www.ismeamercati.it/olio-oliva>

İtalya'da sektörel haberlerin takip edilebileceği genel linkler

<https://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/633>

<https://olivonews.it/>

<https://olivoeolio.edagricole.it/news/>

<http://unapol.fcs.it/>

<http://www.aipo.it/index.htm>

<https://assoprol.it/>

<https://www.crea.gov.it/>

AB Komisyonu Zeytinyağı Sektörüne İlişkin Bilgi Sayfası

[Olive oil and table olives - European Commission](#)

AB düzeyinde ayrıntılı veri setlerine aşığıdaki linkten ulaşılacaktır.

<https://agridata.ec.europa.eu/extensions/DataPortal/olive-oil.html>

https://agriculture.ec.europa.eu/farming/crop-productions-and-plant-based-products/olive-oil_it

<https://www.cbi.eu/market-information/processed-fruit-vegetables-edible-nuts/olive-oil/market-entry>