



ABD



**YAT SEKTÖRÜ
PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU**

Ekim 2025

Miami Ticaret Ataşeliği

İçindekiler

1. ABD Yat Sektörünün Genel Görünümü	5
1.1. Genel Üretim Yapısı.....	5
1.2. Ürün Segmentlerine Göre Ortalama Fiyat/Pay	6
1.3. Yerli Üretici Firmalar ile Sektörel Birlikler ve Meslek Kuruluşları	6
1.4. Yatçılık Sektöründe Perakende ve Toptan Satış Yapısı.....	8
2. ABD Yat Sektörü Dış Ticaret Yapısı	10
2.1. Yatçılık Sektöründe ABD'nin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (GTİP 8903 / ABD 2024)	10
2.2. Yatçılık Sektöründe ABD'nin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (GTİP 8903 / ABD 2024)	10
2.3. Yatçılık Sektöründe ABD'nin Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (10 ürün) (ABD-2024)	11
2.4. Yatçılık Sektöründe ABD'nin Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (10 ürün) (ABD-2024)	12
3. Türkiye'nin Sektörel İhracatı	13
3.1. Ülkemizin Altılı GTİP Bazında ABD'ye Sektörel İhracatı (2002-2024 / \$)	13
4. İhracat Yoluyla ABD Yat Pazarına Giriş	14
4.1. Türk İhracatçıları İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler.....	14
4.2. Sektörde Öne Çıkan Firmalar.....	15
4.3. Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler	16
4.4. Sevk Öncesi İnceleme	16
4.5. Önemli Fuarlar	16
4.6. Ticaret Rejimi.....	17
4.7. Teknik Standartlar	18
4.8. Lojistik ve Taşıma Seçenekleri	18
4.9. Dağıtım ve Satış Kanalları	19

4.10. Tanıtım ve Pazarlama.....	19
4.11. Ambalajlama, Etiketleme, Kamu Alımları.....	20
4.12. Vergiler ve Mali Yükümlölükler.....	20
5. İhracatçılarımız için Fırsatlar ve Öneriler	21
6. İhracatçılarımız Açısından Riskler	23
7. Genel Değerlendirme	25
8. Yararlı Adresler.....	28
9. Bibliyografya.....	29

YÖNETİCİ ÖZETİ

Amerika Birleşik Devletleri yatçılık sektörü; pazar büyüklüğü, tüketici çeşitliliği, gelişmiş marina altyapısı ve küresel broker ağları ile dünyanın en büyük ve en rekabetçi rekreasyonel denizcilik pazarlarından biridir. ABD pazarı, güçlü yerli üretim kapasitesine sahip olmakla birlikte, özellikle lüks, mega-yat ve özel tasarım segmentlerinde ithalat yoluyla arzını tamamlayan bir yapıya sahiptir.

GTİP 8903 (Yatlar ve diğer eğlence/gezinti tekneleri) kapsamında yapılan analizler, ABD'nin yat ithalatında Avrupa ülkelerinin (İtalya, Hollanda, Birleşik Krallık ve Fransa) lider konumda olduğunu; Türkiye'nin ise değer bazında ilk 15 tedarikçi ülke arasında yer aldığını göstermektedir. Türkiye'nin ABD'ye yat ihracatı, adet bazında sınırlı olmakla birlikte yüksek birim değer ve katma değerli üretim özelliği ile ayrılmaktadır.

ABD yat pazarında satışlar, ağırlıklı olarak çok kanallı bir dağıtım sistemi üzerinden gerçekleşmektedir. Geleneksel bayi ve broker modelleri önemini korurken; ikinci el pazarının büyüklüğü, dijital satış platformları ve “boat club / membership” gibi sahiplik dışı modeller giderek daha fazla öne çıkmaktadır. 2022–2024 döneminde yeni tekne satışlarında normalleşme eğilimi gözlenmiş; buna karşın ikinci el, bakım-onarım ve refit pazarında görece daha dirençli bir yapı ortaya çıkmıştır.

Florida eyaleti, kayıtlı tekne sayısı, marina kapasitesi, satış hacmi ve ev sahipliği yaptığı uluslararası fuarlar (Miami International Boat Show, Fort Lauderdale International Boat Show) nedeniyle ABD yatçılık sektörünün merkezi konumundadır. Miami ve Fort Lauderdale, yalnızca ABD iç pazarına değil, Karayipler ve Latin Amerika pazarlarına açılan stratejik ticaret kapıları niteliğindedir. Bu çerçevede Florida, Türk yat üreticileri için en uygun pazara giriş noktası olarak değerlendirilmektedir.

Türkiye'nin ABD pazarındaki rekabet avantajları; esnek üretim kabiliyeti, fiyat–kalite dengesi, orta–üst segment motorlu yatlarda uzmanlık ve refit projelerindeki güçlü konum olarak öne çıkmaktadır. Buna karşılık, marka bilinirliği, yerel temsil ve satış sonrası hizmet altyapısının sınırlı olması, pazara girişte karşılaşılan başlıca yapısal zorluklardır.

Ataşelik perspektifinden değerlendirildiğinde; Türk firmalarının ABD yat pazarında sürdürülebilir başarı elde edebilmesi için Florida merkezli ağlara entegre olması, broker ve marina iş birliklerini güçlendirmesi, fuar katılımlarını stratejik biçimde planlaması ve teknik/sertifikasyon uyumunu proje başında sağlaması büyük önem taşımaktadır. Bu rapor, ABD pazarına yönelmeyi planlayan Türk yat üreticileri ve ihracatçıları için yol gösterici bir doküman olarak tasarlanmıştır.

1. ABD Yat Sektörünün Genel Görünümü

Amerika Birleşik Devletleri'nde yatçılık sektörü; yat, tekne, gezinti amaçlı su taşıtları, motorlar, marin ekipmanları, bakım-onarım hizmetleri, marina işletmeciliği, kiralama ve charter hizmetlerinden oluşan çok katmanlı bir değer zincirine sahiptir. Sektör, dar anlamda yalnızca yat üretimi veya lüks tüketim segmentiyle sınırlı olmayıp; 26 feet altı tekne segmenti, balıkçılık tekneleri, spor ve eğlence amaçlı deniz araçları gibi geniş bir pazar yapısını kapsar. Ayrıca sektörün istihdam ve tedarik yapısı; motor imalatı, tekne aksesuarları, elektronik donanım, fiberglass ve alüminyum gövde üretimi gibi alt sektörleri de içeren güçlü bir yan sanayi ekosistemi barındırmaktadır.

Bu çerçevede ABD yatçılık sektörü; üretim, satış, bakım-onarım, marina hizmetleri ve tüketici harcamalarını da içeren toplam ekonomik etkisiyle değerlendirildiğinde, ABD ekonomisinin dikkate değer büyüklükte bir alt sektörünü oluşturmaktadır¹.

1.1. Genel Üretim Yapısı

Amerika Birleşik Devletleri, yat ve tekne üretiminde dünyanın en büyük üretici ve tüketici ülkelerinden biri olarak kabul edilmektedir. Yatçılık sektörü; motorlu yatlar, yelkenli tekneler, balıkçı tekneleri, şişme botlar ve süper/mega yatlar olmak üzere sınıflandırılmaktadır.

ABD rekreasyonel tekneçilik sektörünün toplam ekonomik etkisi yaklaşık 230 milyar ABD doları seviyesindedir² Bu rakam; doğrudan üretim hacmi, istihdam, servis hizmetleri ve dolaylı ekonomik etkileri de kapsamaktadır. Sadece tekne, motor ve ekipman satışlarının yıllık hacmi 56,7 milyar dolar seviyesinde olduğu değerlendirilmektedir³

Sektörün istihdam tarafında yaklaşık 812.000 kişiye doğrudan ve dolaylı iş sağlayan bir yapı bulunmakta olup, sektörde faaliyet gösteren işletme sayısının 36.000'in üzerinde olduğu tahmin edilmektedir.⁴ Bu durum, yatçılık faaliyetlerini yalnızca hobi ve eğlence alanı olmaktan çıkarıp, güçlü sanayi ve hizmet bileşenleri içeren bir ekonomik alan haline getirmektedir.

ABD yat üretimi coğrafi olarak belirli kümelenmelerde yoğunlaşmaktadır. Tekne üretiminde öne çıkan eyaletler Florida, Michigan, North Carolina, Tennessee, Indiana ve Washington olarak sıralanabilmektedir. Florida, sektörün satış tarafında lider konumdadır. 2023 yılı itibarıyla Florida'nın yat ve deniz araçları perakende hacmi yaklaşık 6,4 milyar dolar ile ilk sırada olduğu ifade

¹ NMMA, U.S. Recreational Boating Economic Impact Report 2024

² NMMA, U.S. Recreational Boating Economic Impact Report 2024.

³ NMMA Industry Sales Report, 2024

⁴ NMMA Workforce & Employment Data, 2024

edilmektedir⁵. Michigan eyaleti, ABD'nin uzun yıllara dayanan tekne üretim merkezi olarak özellikle orta boy fiberglass gövde üretiminde uzmanlığı bulunan bir eyalet olarak bildirilmektedir⁶. Washington ve Oregon ise üst segment ve kompozit gövdeli özel üretim tekneler açısından dikkat çeken eyaletlerdir.

Marina altyapısı açısından da Florida 1.200.000'in üzerinde kayıtlı tekne ile ABD'nin en büyük tekne filosuna sahiptir.⁷ Bu doğrultuda, Florida'nın sektörün merkez üssü niteliği taşıdığı yaygın olarak kabul edilmektedir.

1.2.Ürün Segmentlerine Göre Ortalama Fiyat/Pay

Yatçılık sektörü kapsamında üretilmekte olan farklı ebatlardaki teknelerin fiyatları farklılık göstermekte olup, segmente göre fiyatlamaya ilişkin tahmini aralıklar aşağıda yer almaktadır.

Segment	Ortalama Fiyat Aralığı	Pazar Payı
20–26 ft Outboard Motorlu Tekneler (bowrider, deck boat vb.)	30.000 – 80.000 USD	%35
Balıkçılık ve Spor Tekneleri (center console, bas teknesi ve wakeboard/sörf tekneleri gibi)	25.000 – 150.000 USD	%30
Kabinli / Trawler / Cruiser Tekneler	150.000 – 900.000 USD	%20
Mega-Yatlar (24 m+)	5 milyon – 200+ milyon USD	%5

Bu minvalde, orta ölçekli tüketici talebinin de güçlü olduğu dile getirilebilmektedir. Mega-yat segmenti niş bir paya sahip olmakla birlikte yüksek katma değer yaratan bir alt piyasadır.

1.3. Yerli Üretici Firmalar ile Sektörel Birlikler ve Meslek Kuruluşları

ABD yatçılık sektöründe öne çıkan üreticiler arasında Brunswick Corporation, Malibu Boats, MasterCraft, Correct Craft, Grady-White Boats, Viking Yachts ve Hatteras Yachts

⁵ NMMA Top U.S. Boating States Report, 2023

⁶ IBIS World Boat Building in the U.S., 2024

⁷ NMMA Registered Boats Report, 2024

sayılabilmektedir⁸. Sektörde standart belirleyici kurumlar arasında NMMA (National Marine Manufacturers Association), ABYC (American Boat and Yacht Council) American Maritime Partnership (AMP), Marine Retailers Association of the Americas (MRAA) ve USCG (U.S. Coast Guard) yer almaktadır. NMMA'nın üyelerinin ABD toplam tekne üretiminin %85'ini temsil ettiği bilinmektedir⁹ Bu nedenle sektör verileri bakımından NMMA istatistikleri kayda değer veriler olarak kabul edilmektedir.

Ekonomik etki açısından öne çıkan eyaletler incelendiğinde;

1. Florida'nın ekonomik etkisi en yüksek eyalet olduğu kaydedilmektedir. Özellikle lüks yat (yacht) ve süperyat (superyacht) ticaret, onarım ve bakımında küresel merkez olarak değerlendirilmektedir. Özellikle Fort Lauderdale, Miami ve Palm Beach öne çıkan Florida şehirleridir. Hem küçük, hem de büyük tekne üreticileri, motor ve aksesuar tedarikçilerinin yoğunlaştığı görülmektedir. Bertram Yachts, Intrepid Powerboats, Viking Yachts (New Jersey merkezli olsa da Florida'da yoğun faaliyeti bulunmaktadır.), Sportsman Boat Manufacturing (Güney Karolina merkezli, Florida'da aktiftir.)

2. Kaliforniya, Batı Yakası'nın en büyük pazarı olarak değerlendirilmektedir. ABD'nin en büyük ekonomisine sahip olan eyalet, söz konusu sektörde de Florida'dan sonra ekonomik etki açısından önemli bir eyalettir. Tekne kullanımı ve ilgili iş gücü/üretici yoğunluğu yüksektir, özellikle eğlence amaçlı tekne cilikte etkisi bulunmaktadır. Grady-White Boats'ın merkezi Kuzey Karolina olmakla birlikte, Kaliforniya'da yetkili iki bayisi üzerinden etki üretmektedir. Boston Whaler'ın merkezi Florida olsa da Kaliforniya pazarında etki sahibi olduğu bilinmektedir.

3. Texas eyaletinin büyüyen bir pazar ve imalat üssü olarak önemli bir eyalet olduğu değerlendirilmektedir. Körfez Kıyısı'nda petrol ve gaz endüstrisine yönelik denizcilik sektörü ve eğlence amaçlı balıkçı tekneleri üretimine önem verildiği anlaşılmaktadır. Shallow Master Boats'ın Teksas'ta faaliyetleri bulunmaktadır.

4. Michigan geleneksel tekne imalatı ve motor üretimi için önemli merkezlerden biridir. Örneğin Mercury Marine, Curisers Yachts (önceden Carver Yachts) Wisconsin merkezli olsa da Michigan tarafından da aktif faaliyetleri bulunmaktadır. Tiara Yachts'ın merkezi ofisi ise Michigan eyaletinde bulunmaktadır.

⁸ IBISWorld, Shipbuilding in the U.S., 2024.

⁹ NMMA Membership & Market Share Report, 2024.

5.,Kuzey Karolina, özellikle balıkçılık ve küçük/orta boy fiberglas teknelerde önemli merkezlerinden biridir. Kuzey Karolina açıklarında yer alan Outer Banks (bariyer adaları) ve kıyı şeridi nedeniyle avantajlı bir konumu bulunmaktadır. Grady-White Boats ve Albemarle Boats Kuzey Karolina merkezli firmalardır.

Bu doğrultuda, ABD'nin sektördeki ekonomik gücünün Güney, Güney Batı ve Batı kıyılarında (Florida, Kuzey ve Güney Karolina, Kaliforniya) toplanmışken, geleneksel üretim ve su sporları tekneçiliğinin Michigan, Wisconsin, Minnesota eyaletlerinde önemini koruduğu bilinmektedir.

ABD'de toplam marina sayısının 10.000'in üzerinde olduğu tahmin edilmektedir. Farklı kriterlere göre sıralanmakla birlikte, spesifik marina özelliklerini haiz 196, iş açısından ise yaklaşık 1.100 marinanın Florida'da bulunduğu raporlara yansımaktadır. Sektördeki ekonomik etki açısından ABD'nin lider eyaletinin Florida olmasından hareketle, eyalet içinde ehemmiyetli bölgesel dernekler şu şekildedir: Güney Florida (Broward, Miami-Dade, Palm Beach)'da aktif Marine Industries Association of South Florida (MIASF) Güneydoğu ABD'deki en büyük deniz ticareti örgütü olarak dile getirilebilmektedir. Fort Lauderdale Uluslararası Tekne Fuarı'nın (FLIBS) sahibidir ve süperyat hizmetleri ve onarımı için güçlü lobi faaliyetleri yürütmektedir. Marine Industries Association of Florida (MIAF) tüm Florida Eyaleti düzeyinde denizcilik sektörünün çıkarlarını temsil eden bir çatı örgüttür. Bölgesel bağlı derneklerle ile yakın çalışmaktadır. Marine Industries Association of the Treasure Coast (MIATC) Florida'nın orta doğu kıyısındaki denizcilik işlerini destekler ve bölgenin tekne fuarlarından biri olan Stuart Tekne Fuarı'nı düzenlenmesi konusunda çalışmaktadır.

1.4.Yatçılık Sektöründe Perakende ve Toptan Satış Yapısı

ABD yat ve tekne sektöründe satışlar ağırlıklı olarak çok kanallı bir dağıtım yapısı üzerinden gerçekleşmektedir. Sektörde geleneksel bayi-distribütör modeli halen temel yapı olmakla birlikte, doğrudan üretici satışı, e-ticaret destekli bayi satışları, ikinci el komisyoncu ağları ve dijital pazar yerleri giderek önem kazanmaktadır.

ABD'de faaliyet gösteren tekne satıcılarının önemli bir bölümü franchise veya bağımsız bayilik modeli ile çalışmaktadır. Dealership modeli, özellikle motorlu tekneler, balıkçılık tekneleri, spor tekneleri ve 26 feet altı segmentte belirleyici konumdadır. Bu yapı, satış sonrası bakım, servis ve motor ekipmanlarının tedariki yönüyle üretici markalar için önemli bir rekabet unsurudur.

Lüks ve mega-yat segmentinde ise bayi zinciri yerine doğrudan üretici veya broker bağlantılı satış kanalları öne çıkmaktadır. Örneğin Viking Yachts, Westport, Hatteras, Feadship gibi markalarda satışlar çoğunlukla “özel sipariş – üretici doğrudan ilişki” şeklinde tamamlanmaktadır.

Online platformların yükselişiyle birlikte, tekne satışlarında dijital pazar yeri modeli yaygınlaşmaktadır. ABD’nin en büyük online tekne listeleme platformları arasında BoatTrader, YachtWorld, Boats.com, BoatCrazy ve Facebook Marketplace yer almaktadır. Bu platformlar özellikle ikinci el pazarında görünür niteliktedir¹⁰.

İkinci el pazarı ABD’de önemli bir hacme sahip bulunmaktadır. ABD yatçılık sektöründe ikinci el tekne pazarı, yeni tekne pazarından görece daha büyüktür. NMMA verilerine göre, ABD’de satılan her 1 yeni tekneye karşılık 4 ikinci el tekne satışı gerçekleşmektedir. İkinci el satışlarının yüksek olmasının temel nedenleri; tekne sahipliğinin amortisman döngüsü (5–10 yıl), vergi avantajı ve düşük maliyet, marina ve bakım maliyetlerindeki artış nedeniyle daha küçük tekneye geçiş, boat-sharing, membership kulüpleri ve kiralama modelleri nedeniyle sahiplik süresinin kısılması olarak sıralanabilmektedir. ABD ikinci el rekreasyonel tekne pazarının toplam değeri 2024 yılı itibarıyla yaklaşık 12,8 milyar dolar olarak tahmin edilmektedir. Bu rakam, ikinci el pazarını sektörün stratejik bir gelir alanı haline getirmektedir.

ABD’de tekne satışlarında ilk beş eyalet, 2023 yılı perakende satış hacmi açısından Florida yaklaşık 6,5 milyar dolar ile ilk sırada yer almaktadır. Teksas yaklaşık 2,5 milyar dolar, Michigan 1,6 milyar dolar, Kuzey Karolina 1,5 milyar ve Kaliforniya ise 1,2 milyar dolar ile takip etmektedir. Florida yalnızca satış hacminde değil, kayıtlı tekne sayısı, marina kapasitesi ve tedarik zinciri bakımından da en önemli eyalet konumundadır. Satışların bölgesel dağılımında ABD’nin Güneydoğu-Güney Atlantik bölgesi, Büyük Göller Bölgesi (Michigan, Wisconsin, Minnesota), balıkçılık ve açık deniz motorlu teknelerde ise Teksas, Louisiana ve Alabama gibi Körfez Kıyısı eyaletler öne çıkmaktadır.

ABD yatçılık sektörünün büyüyen alt segmentlerinden biri, satış sonrası hizmetlerdir. Bakım, onarım, motor değişimi, aksesuar ve elektronik donanım satışları 2024 yılında 14,3 milyar USD hacme ulaştığı tahmin edilmektedir.

Bu pazarın büyüme nedenleri; tekne ömrünün 15–30 yıl arasında olması, motor yenileme döngüsünün 7–10 yıl olması, dijital navigasyon, sonar, radar, pil teknolojisi gibi ekipmanların sürekli yenilenmesi, kullanıcı kitlesinin büyük bölümünün bakım talebinin yüksek olması sıralanabilir.

¹⁰ BoatTrader Market Report, 2024

Sektörel Trendler ve Dönüşüm Alanları: Elektrikli ve hibrit tekneler karbon ayak izi beklentisiyle büyümektedir. “Boat subscription / boat sharing” modelleri sahiplik yerine hizmet odaklı kullanımı yaygınlaştırmaktadır. Dijitalleşme, marina yönetimi, bakım takibi, kullanıcı uygulamalarıyla IoT tabanlı çözümler geliştirilmektedir. Mega-yat talebinin pandemi sonrası artan “özel, izole seyahat” tercihi nedeniyle yeniden yükselişe geçtiği bilinmektedir. Ekipman & after-market segmenti motor, elektronik aksam, navigasyon sistemleri büyüyen alt segmentle olarak öne çıkmaktadır.

2. ABD Yat Sektörü Dış Ticaret Yapısı

2.1.Yatçılık Sektöründe ABD’nin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (GTİP 8903 / ABD 2024)

	Ülke Adı	İthalat Değeri (\$)
1	Meksika	643,871,771
2	İtalya	549,618,969
3	Tayvan	312,003,119
4	Hollanda	283,474,830
5	Birleşik Krallık	236,049,937
6	Fransa	213,044,874
7	Polonya	174,374,101
8	Kanada	160,408,895
9	Çin	147,633,536
10	Finlandiya	135,640,458
13	Türkiye	45,765,287

(Kaynak: US Census)

2.2.Yatçılık Sektöründe ABD’nin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (GTİP 8903 / ABD 2024)

	Ülke Adı	İhracat Değeri (\$)
1	Kanada	487,465,737
2	Bahamalar	374,850,033
3	Meksika	243,856,301
4	Kosta Rica	111,494,532
5	İspanya	89,033,580

6	İtalya	85,801,487
7	Avustralya	79,466,218
8	Türkiye	45,229,733
9	Birleşik Arap E.	39,162,149
10	Almanya	39,121,627

(Kaynak: US Census)

2.3. Yatçılık Sektöründe ABD'nin Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (10 ürün) (ABD-2024)

Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	ABD'nin Dünyadan İthalatı (\$)	Türkiye'den İthalatı (\$)
890332	7,5-24 M arasındaki motorlu tekneler (eğlence/gezinti amaçlı)	1,241,456,379	14,995,914
890393	Diğer spor veya eğlence tekneleri (7,5M'den uzun olmayan)	769,458,036	2,048,185
890333	24 M'yi aşan motorlu tekneler	594,360,429	23,553,401
890399	Diğer yatlar, gezinti tekneleri ve spor tekneleri (motorlu veya motorsuz)	363,724,861	280,335
890322	7,5 metreyi geçen fakat 24 metreyi geçmeyen yelkenli tekneler (motorlu veya motorsuz)	242,202,891	1,878,080
890331	motorlu tekneler (uzunluğu 7.5 M'i aşmayanlar)	98,442,025	2,683,460
890323	24 metreyi geçen yelkenli tekneler	31,366,836	-
890311	Şişme tekneler (motorla donatılmış olanlar, boş ağırlığı 100Kg'yi aşmayanlar)	31,042,882	144,710
890312	Motorlu teçhizatı bulunmayan şişme tekneler (inflatable boats, motorsuz, boş ağırlığı 100 Kg'yi aşmayan)	16,311,996	-

890319	Şişme (inflatable) tekneler (sert gövdeliler dahil, başka yerde belirtilemeyen)	14,880,592	181,202
--------	---	------------	---------

2.4.Yatçılık Sektöründe ABD'nin Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (10 ürün) (ABD-2024)

Ürün Adı	Tarife Pozisyonu (6 Basamaklı)	ABD'nin Dünyaya İhracatı (\$)	Türkiye'ye İhracatı (\$)
890399	Diğer yatlar, gezinti tekneleri ve spor tekneleri (motorlu veya motorsuz)	734,454,321	23,618,362
890333	24 M'yi aşan motorlu tekneler	525,385,109	2,380,000
890332	7,5-24 M arasındaki motorlu tekneler (eğlence/gezinti amaçlı)	425,453,922	15,793,284
890393	Diğer spor veya eğlence tekneleri (7,5M'den uzun olmayan)	150,678,394	1,970,995
890331	Motorlu tekneler (uzunluğu 7.5 M'i aşmayanlar)	140,773,880	1,175,715
890322	7,5 metreyi geçen fakat 24 metreyi geçmeyen yelkenli tekneler (motorlu veya motorsuz)	31,141,656	25,000
890319	Şişme (inflatable) tekneler (sert gövdeliler dahil, başka yerde belirtilemeyen)	9,637,365	534,647
890323	24 metreyi geçen yelkenli tekneler	6,918,431	-
890311	Şişme tekneler (motorla donatılmış olanlar, boş ağırlığı 100Kg'yi aşmayanlar)	4,251,512	15,000
890321	7,5 metreyi geçmeyen yelkenli tekneler (motorlu veya motorsuz)	3,076,000	-

3. Türkiye'nin Sektörel İhracatı

Türkiye, küresel yatçılık sektöründe özel üretim (custom-built), orta-üst segment motorlu yatlar ve mega-yat alanlarında güçlü bir konuma sahiptir. ABD pazarı ise yüksek satın alma gücü, gelişmiş marina altyapısı ve lüks tüketim talebi nedeniyle Türk yat üreticileri için stratejik bir hedef pazar niteliğindedir. Türkiye'nin ABD'ye yat ihracatı, yüksek birim değer nedeniyle değer bazında anlamlı bir büyüklük yaratmaktadır. Bu durum, Türkiye'nin ABD pazarında fiyat-kalite dengesi yüksek, niş ve katma değeri yüksek ürünlerle konumlandığını göstermektedir.

3.1. Ülkemizin Altılı GTİP Bazında ABD'ye Sektörel İhracatı (2002-2024 / \$)

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2022	2023	2024
1	890333	24 M'yi aşan motorlu tekneler	14,209,099	40,992,209	23,553,401
2	890332	7,5-24 M arasındaki motorlu tekneler (eğlence/gezinti amaçlı)	18,088,126	37,414,280	14,995,914
3	890331	Motorlu tekneler (uzunluğu 7.5 M'i aşmayanlar)	9,781,598	825,049	2,683,460
4	890393	Diğer spor veya eğlence tekneleri (7,5M'den uzun olmayan)	774,500	1,292,901	2,048,185
5	890322	7,5 metreyi geçen fakat 24 metreyi geçmeyen yelkenli tekneler (motorlu veya motorsuz)	-	-	1,878,080
6	890399	Diğer yatlar, gezinti tekneleri ve spor tekneleri (motorlu veya motorsuz)	122,673	92,930	280,335
7	890319	Şişme (inflatable) tekneler (sert gövdeliler dahil, başka yerde belirtilemeyen)	3,000	123,562	181,202

8	890311	Şişme tekneler (motorla donatılmış olanlar, boş ağırlığı 100Kg'yi aşmayanlar)	825,566	1,549,780	144,710
---	--------	---	---------	-----------	---------

4. İhracat Yoluyla ABD Yat Pazarına Giriş

ABD yat sektörü dış ticareti (8903 gtip bazında yatlar ve diğer eğlence/gezinti tekneleri) açısından izlendiğinde, ABD pazarı güçlü bir yerli üretim altyapısına sahip olmakla birlikte, özellikle yüksek katma değerli mega-yatlar, özel tasarım tekneler ve belirli niş segmentlerde ithalat yoluyla arzını tamamladığı görülmektedir. 2022–2024 döneminde küresel tedarik zincirlerindeki normalleşme, navlun maliyetlerindeki düşüş ve talebin pandemi sonrası dengelenmesi, ABD'nin yat ithalat ve ihracatına ılımlı bir seyir olarak yansımaktadır. ABD'nin yatçılık dış ticaretinde ithalat, ihracata kıyasla daha yüksek bir hacme sahiptir. Bunun temel nedeni; ABD üreticilerinin orta segmentte güçlü olması, buna karşılık Avrupa menşeli lüks/mega-yat markalarına yönelik talebin ithalat kanalıyla karşılanmasıdır. ABD'nin 2022-2024 döneminde 8903 GTİP kapsamındaki ithalatında, yüksek segment yatlara yönelik talebin sürdüğü anlaşılmaktadır. ABD'nin yat ithalatında Avrupa ülkelerinin öne çıktığı, özellikle İtalya ve Hollanda'nın mega yat segmentinde küresel marka gücü ile ABD pazarında etkin oldukları görülmektedir. Ülkemiz ise ABD'nin yat ithalatında ilk 15 ülke arasında olup, özellikle özel üretim ve orta-üst segment teknelerde rekabet gücünü ilerletmektedir. ABD'nin İtalya ve Hollanda menşeli yatlarda ortalama birim değerinin adet başına 1 milyon ABD Doları seviyesini aşabildiği, Meksika ve Polonya menşeli ürünlerin adet birim fiyatının görece daha düşük olduğu bilinmektedir. Ülkemizin ihraç ettiği yat birim fiyatlarının ortalamanın üzerinde, ancak İtalya'nın altında seyrettiği gözlenmektedir. Türkiye fiyat-kalite dengesi açısından avantajlı bir konuma evrilmiştir.

4.1. Türk İhracatçıları İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

ABD yatçılık pazarı, coğrafi olarak geniş bir alana yayılmış olmakla birlikte, belirli eyaletlerde önemli ölçüde yoğunlaşmaktadır. Türk ihracatçıları için hedef bölgelerin belirlenmesinde; pazar büyüklüğü, marina altyapısı, gelir seviyesi ve tüketici profili gibi faktörler dikkate alınmalıdır. Bu çerçevede, Florida eyaleti, ABD yatçılık sektörünün hem ticari hem de rekreasyonel merkezi olarak öne çıkmaktadır. Özellikle Miami ve Fort Lauderdale şehirleri, dünyanın en büyük tekne fuarlarına

ev sahipliği yapmakta, lüks ve mega yat segmentinde en yoğun talebin ve en gelişmiş altyapının bulunduğu bölge olarak dikkat çekmektedir.

Florida'nın yanı sıra, Kaliforniya eyaleti de önemli bir hedef pazar niteliği taşımaktadır. Uzun sahil şeridi, yüksek gelirli nüfusu ve yerleşik denizcilik kültürü ile Kaliforniya, özellikle yelkenli tekneler ve orta-büyük boy motorlu yatlar için güçlü bir talep potansiyeli barındırmaktadır. Ülkenin kuzeybatısında yer alan Washington eyaleti, büyük ölçekli ve özel üretim (custom) yatların imalatında ve satışında önemli bir merkezdir. Doğu Yakası'nda ise New York, Maryland ve Massachusetts gibi eyaletler hem kıyı hem de iç su yolları sayesinde önemli bir pazar oluşturmaktadır. Teksas ve Michigan gibi eyaletler ise sırasıyla Körfez kıyısı ve Büyük Göller bölgesindeki güçlü tekne kullanım alışkanlıkları ile hedef pazarlar arasında yer almaktadır.

Yat sektörü için özellikle Florida, Kaliforniya, Teksas, Washington ve New York gibi kıyı eyaletleri başta olmak üzere birçok bölgede güçlü bir ticaret ve tüketim potansiyeline sahiptir.

- Florida (Fort Lauderdale, Miami, Palm Beach)
- California (San Diego, Newport Beach)
- New York (Long Island bölgesi)
- Washington State (Seattle)
- Texas (Houston, Galveston)

4.2. Sektörde Öne Çıkan Firmalar

ABD yatçılık pazarı, çok sayıda küçük ve orta ölçekli üreticinin yanı sıra, pazarın önemli bir bölümünü kontrol eden büyük holdingler tarafından domine edilmektedir. Brunswick Corporation ve Malibu Boats, pazar payı ve marka portföyü açısından sektörün en büyük oyuncularında yer almaktadır. Brunswick Corporation, Sea Ray, Boston Whaler ve Bayliner gibi tanınmış markalar öne çıkmaktadır. Malibu Boats ise, özellikle su sporları ve çekici tekneler (tow boats) segmentinde Axis ve Cobalt markaları ile konumlanmaktadır. Bu büyük oyuncuların yanı sıra, Viking Yacht Company gibi şirketler de lüks spor balıkçı tekneleri segmentinde pazarda öncü konumundadır.

Viking Yachts (FL), Westport Yachts (FL), Hatteras Yachts (NC) ve Brunswick Corporation (GA) gibi firmalar sektörün önde gelen ABD firmaları olarak tasniflenmektedir.

4.3. Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

ABD'ye yat ve gezinti teknesi ithalatı, ABD Gümrük ve Sınır Koruma (CBP) tarafından denetlenen kurallara tabidir. İthalat sürecinin sorunsuz ilerlemesi için ihracatçı firmaların başlıca aşağıdaki belgeleri hazırlaması gerekmektedir: mülkiyet kanıtı (proof of ownership), fatura (bill of sale), EPA (Environmental Protection Agency) motor beyan formu (EPA form 3520-21), jet ski ithalatında EPA formu (3520-1), tekne römorku için USDOT (United States Department of Transportation) formu (USDOT form hs-7), ve USCG (United States Coast Guard) varış bildirimi (USCG notice of arrival).

4.4. Sevk Öncesi İnceleme

ABD'ye yat ve tekne ithalatında, genel olarak sevk öncesi inceleme (pre-shipment inspection) zorunluluğu bulunmamaktadır. Ancak, CBP yetkilileri, ithalat sırasında fiziki muayene yapma hakkını saklı tutar. Bazı durumlarda (örneğin; çevre standartları, motor emisyonları veya güvenlik yönetmelikleri açısından şüphe taşıyan ürünlerde) ABD Gümrük ve Sınır Koruma Birimi (CBP) tarafından yerinde ya da varışta denetim talep edilebilmektedir. Bu nedenle, ihracatçı firmaların tüm belgeleri hazır bulundurması önem arz etmektedir.

4.5. Önemli Fuarlar

ABD yatçılık sektöründe düzenlenen fuarlar, pazara giriş, marka bilinirliği oluşturma ve yeni iş bağlantıları kurma açısından kritik öneme sahiptir. Bu fuarlar arasında en önde gelenleri şunlardır: Fort Lauderdale International Boat Show (FLIBS), Miami International Boat Show (MIBS) ve Palm Beach International Boat Show (PBIBS) fuarlarıdır. Her üç fuara da her sene düzenli olarak Türk firmalarımızca bireysel katılım sağlanmaktadır.

Miami International Boat Show, ABD'nin ve dünyanın en büyük rekreasyonel tekne fuarlarından biridir. Fuar her yıl Şubat ayında Miami'de düzenlenmekte olup; motorlu tekneler, yatlar, marina ekipmanları, motorlar ve denizcilik teknolojilerini kapsayan geniş bir yelpazeye sahiptir. Katılımcı firma sayısının yaklaşık 1.000, ziyaretçi sayısının 100.000 civarında olduğu, sergilenen tekne sayısının 1.000'i aştığı bilinmektedir. Miami Boat Show, özellikle orta segment motorlu tekneler, yeni teknolojiler ve satış sonrası hizmetler açısından önemlidir. Türk firmaları için fuar; marka bilinirliği oluşturma, broker bağlantıları kurma ve ABD pazarının talep dinamiklerini doğrudan gözlemleme imkânı sunmaktadır.

Fort Lauderdale International Boat Show (FLIBS), dünyanın en büyük “in-water boat show” etkinliği olarak kabul edilmektedir. Her yıl Ekim–Kasım döneminde düzenlenen fuar, özellikle lüks ve mega-yat segmentinin küresel vitrini niteliğindedir. Sergilenen yat sayısı: 1.300+; sergi alanı: 3 milyon ft²; toplam işlem hacmi: ~4 milyar USD civarında olduğu anlaşılmaktadır. FLIBS, ABD pazarında mega-yat satışı yapılan en önemli platformdur. Türk tersaneleri açısından 30 metre üzeri motorlu yatlar, özel üretim projeler ve refit hizmetleri için uygun tanıtım alanıdır. Fuar süresince gerçekleştirilen satış ve ön siparişlerin, yıllık mega-yat satışlarının önemli bir bölümünü oluşturduğu bildirilmektedir.

Palm Beach International Boat Show, daha sınırlı ölçekte olmakla birlikte yüksek gelir grubuna hitap eden, seçkin bir organizasyondur. Özellikle ultra-lüks yatlar ve brokerage segmenti ön plandadır. Mega-yatlar, özel motorlu tekneler, lüks denizcilik ekipmanları, ABD’nin en yüksek gelir yoğunluklu bölgelerinden biri olan Palm Beach’te sergilenmektedir. Bu fuar, Türk üreticiler için doğrudan satıştan ziyade yüksek profilli müşteri temasları ve marka konumlandırması açısından değerlidir.

2025/2026 yılı için fuar takvimi şu şekildedir;

Fort Lauderdale International Boat Show (FLIBS) 29 Ekim-2 Kasım 2025

Miami International Boat Show (MIBS) 11-15 Şubat 2026

Palm Beach International Boat Show (PBIBS) 25-29 Mart 2026

ABD genelinde daha küçük ölçekli ancak bölgesel önemi olan çok sayıda yat ve tekne fuarı bulunmaktadır: Annapolis Boat Show (Maryland) yelkenli yatlar; Norwalk Boat Show (Connecticut) Kuzeydoğu pazarı; Seattle Boat Show (Washington), Pasifik Kuzeybatı pazarı; Newport International Boat Show (Rhode Island) lüks ve yelkenli segment açısından değerlendirilebilecek fuarlardır. Bu etkinlikler, belirli niş segmentlere yönelik pazara giriş stratejileri için tamamlayıcı nitelikte görülebilmektedir.

4.6. Ticaret Rejimi

Türkiye ile ABD arasında yürürlükte olan bir Serbest Ticaret Anlaşması (STA) bulunmamaktadır. Türkiye, 2019 yılında ABD'nin Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi (GSP) programından çıkarılmıştır. Bu nedenle, Türk menşeli yatların ABD'ye ithalatında herhangi bir gümrük vergisi muafiyeti veya indirimi söz konusu değildir ve standart MFN (Most Favored Nation) tarife oranları ve GTİP bazında ek vergiler uygulanabilmektedir.

4.7. Teknik Standartlar

ABD pazarında satılacak tüm teknelerin uyması gereken zorunlu ve gönüllülük esasına dayalı standartlar bulunmaktadır. Önemlileri: Çevre Koruma Ajansı (EPA) Emisyon Standartları, ABD Sahil Güvenlik (USCG) Güvenlik Standartları, ve Amerikan Tekne ve Yat Konseyi (ABYC) Standartları. ABYC standartları gönüllülük esasına dayalı olsa da, sektörde fiili bir zorunluluk olarak kabul edilmekte ve sigorta şirketleri tarafından genellikle talep edilmektedir. ABD pazarı için en kritik konulardan biri, CE sertifikasının tek başına yeterli olmamasıdır. Avrupa Birliği'nde geçerli olan CE işareti, ABD'de bağlayıcı değildir. ABD'de sektör standardı olarak ABYC (American Boat and Yacht Council) kuralları esas alınmaktadır. Türk üreticilerin ABD'ye yönelik üretimlerinde: CE + ABYC uyumlu çift standartlı tasarım ve ABD'ye özel üretim (US-spec) yaklaşımı tercih edilmektedir. Bu durum maliyeti artırmakla birlikte, pazara girişte ciddi avantaj sağlayabilmektedir.

4.8. Lojistik ve Taşıma Seçenekleri

Türkiye'den ABD'ye yat nakliyesi genellikle deniz yoluyla gerçekleştirilmektedir. En yaygın taşıma modları Lift-on/Lift-off (LoLo) ve Roll-on/Roll-off (RoRo) yöntemleridir. Ortalama transit süresi, seçilen rotaya ve taşıma moduna bağlı olarak 14 ila 50 gün arasında değişmektedir. ABD'nin Doğu Yakası'ndaki Fort Lauderdale, Savannah ve New York/New Jersey limanları, yat ithalatı için en önemli giriş noktalarıdır. Sevenstar Yacht Transport, Peters & May ve DYT Yacht Transport gibi firmalar, bu alanda uzmanlaşmış önde gelen lojistik sağlayıcılarıdır. Sevenstar Yacht Transport önde gelen yat taşıma şirketlerinden biridir. Kendi bünyesinde bulunan geniş filosuyla, yatları vinç yardımıyla gemi güvertesine yükleme (Lift-on / Lift-off) yönteminde uzmanlaşmıştır. Küresel deniz lojistiği ve yat taşımacılığında pazar liderlerinden biri olan Peters & May firması, sadece yat taşıma değil, aynı zamanda yarı yatları lojistiği, yedek parça gönderimi ve gümrükleme gibi entegre lojistik çözümleri sunan bir "freight forwarder" (navlun komisyoncusu) olarak da öne çıkar. DYT Yacht Transport, diğerlerinden farklı olarak, özel tasarlanmış yarı batacılar (semi-submersible) gemiler kullanır. Bu yöntemle yatlar, vinç kullanılmadan doğrudan denizde geminin içine yüzerek girer ve çıkar (Float-on / Float-off). Bu kendine özgü "yüzer-yükler" metoduyla ayrı bir marka olarak uzmanlığını sürdürmektedir.

Teslim şekli olarak, DAP (Delivered at Place), DDP (Delivered Duty Paid) veya CIF (Cost, Insurance, Freight) yaygın kullanılmakta, mega-yat projelerinde özel taşıma ve sigorta düzenlemeleri yapılmaktadır. Nakliye sigortası (marine insurance), ABD pazarına girişte kritik olup, alıcılar

genellikle yat ve tekneler için uluslararası düzeyde kabul görmüş en kapsamlı teminat çerçevelerinden birini sunan Institute Yacht Clauses (gövde, makine/ hull-machinery, üçüncü şahıs sorumluluklar/protection, indemnity vb.) kapsamındaki teminatları talep etmektedir.

4.9. Dağıtım ve Satış Kanalları

ABD yatçılık sektöründe dağıtım kanalları temel olarak yetkili bayilikler (dealerships) ve yat brokerları üzerinden işlemektedir. MarineMax gibi büyük ulusal bayilik ağları, pazarın önemli bir bölümünü kontrol etmektedir. Türk ihracatçıların pazara girişi için en etkili yöntem, Florida, Kaliforniya veya New York gibi kilit eyaletlerde yerleşik, saygın bir bayi veya broker ile anlaşma sağlamaktır. Doğrudan satış ise genellikle özel üretim (custom) mega yatlar için tercih edilen bir yöntemdir.

E-ticaret: Yat gibi büyük ve yüksek değerli ürünlerin doğrudan e-ticaret yoluyla satışı yaygın olmamakla birlikte, çevrim içi pazar yerleri (online marketplaces) potansiyel alıcılara ulaşma ve tanıtım yapma konusunda kritik bir rol oynamaktadır. YachtWorld.com, BoatTrader.com ve Boats.com, sektördeki büyük ve etkili platformlardır. Bu siteler, alıcıların dünya genelindeki binlerce tekneyi incelemesine, karşılaştırmasına ve satıcılarla (brokerlar) iletişime geçmesine olanak tanımaktadır. Türk firmalarının bu platformlarda aktif olarak yer alması, marka bilinirliğini artırmak ve potansiyel müşterilere ulaşmak için önemlidir.

4.10. Tanıtım ve Pazarlama

ABD yat pazarında tanıtım ve pazarlama faaliyetleri, dijital ve geleneksel kanalların bir kombinasyonunu gerektirmektedir. Sektördeki en etkili pazarlama araçları açısından; Uluslararası Tekne Fuarları (FLIBS, Miami Boat Show), Sektörel Dergiler (Yachting Magazine, Boating Magazine), Dijital Pazarlama (sosyal medya, içerik pazarlaması, e-posta bültenleri), ve Broker/Bayi Ağı ile ilişkiler olarak değerlendirilmektedir. Özellikle Instagram ve YouTube gibi görsel odaklı sosyal medya platformları, potansiyel alıcılara ulaşmada ve marka imajı oluşturmada kritik rol oynamaktadır. Video turları, müşteri referansları ve yaşam tarzı içerikleri, pazarlama stratejisinin bileşenlerinden olmalıdır.

4.11. Ambalajlama, Etiketleme, Kamu Alımları

Yatların uluslararası nakliyesi için özel bir ambalajlama standardı bulunmamakla birlikte, teknenin deniz ve kara taşımacılığı sırasında hasar görmesini önlemek için profesyonel koruma yöntemleri uygulanmaktadır. Genellikle, tekneler “shrink-wrap” adı verilen özel bir plastik malzeme ile kaplanarak dış etkenlerden korunur. Ayrıca, tekne bir römork üzerinde taşınacaksa, römorkun kendisinin de USDOT standartlarına uygun olması ve bir VIN numarasına sahip olması gerekmektedir. Tehlikeli madde (örneğin, aküler, yakıt) içeren ekipmanların taşınması ise özel bir yönetmeliğe tabidir.

ABD'de satılan tekneler için zorunlu etiketleme kuralları bulunmaktadır. 20 feet altındaki tek gövdeli teknelerde, teknenin maksimum kişi, ağırlık ve motor gücü kapasitesini belirten bir 'Kapasite Plakası' (Capacity Plate) bulunması federal bir zorunluluktur. Ayrıca, USCG tarafından belgelendirilmiş (documented) tüm teknelerin, gövde üzerinde kolayca görülebilen bir yerde resmi numaralarını (Official Number - O.N.) ve tekne adını/bağlama limanını (Hailing Port) kalıcı olarak işaretlemesi gerekmektedir. Bu işaretlemelerin boyut ve formatı USDOT tarafından belirlenen yönetmeliklerle düzenlenmektedir.

ABD federal hükümeti, özellikle Sahil Güvenlik (USCG), Donanma (U.S. Navy) ve Ulusal Okyanus ve Atmosfer İdaresi (NOAA) gibi kurumlar aracılığıyla çeşitli boyutlarda tekne ve deniz aracı tedarik etmektedir. Bu ihaleler, ABD hükümetinin resmi tedarik portalı olan System for Award Management (SAM.gov) üzerinden yayımlanmaktadır. Firmaların bu ihalelere doğrudan katılabilmesi için SAM.gov sistemine kayıt olmaları ve belirli federal tedarik kurallarına (Federal Acquisition Regulation / FAR) uymaları gerekmektedir. Genellikle, bu tür ihalelerde yerli üretim (Buy American Act) veya müttefik ülke menşeli ürünlere öncelik verilebilmektedir.

4.12. Vergiler ve Mali Yükümlülükler

GTİP 8903 alt pozisyonlarının önemli bir kısmında gümrük vergisi %0 seviyesindedir. Bazı alt kırımlarda %1–%1,5 oranı uygulanabilmektedir. Türkiye, ABD ile serbest ticaret anlaşmasına sahip olmamakla birlikte, MFN (Most-Favored Nation) rejiminden yararlanmaktadır.

Öte yandan, Başkan Trump'ın 2025 yılında hayata geçirdiği gümrük politikalarında kullanılan "taban tarife" 2025 yılı Nisan ayında %10 olarak belirlenmiş, akabinde 2025 yılı Ağustos ayında Türkiye için %15 olarak güncellenmiştir. Bu doğrultuda, taban tarife (baseline tariff) diğer tüm vergilerin

üzerine inşa edilen başlangıç oranı olarak hesaplamaya katılabilmektedir. Ayrıca, sektör özelinde Section 232 veya Section 301 kapsamındaki ek vergiler genellikle uygulanmamakta olup, çelik/alüminyum içeren komponentlerde menşe bazlı inceleme yapılabilmektedir.

ABD’de yat satışlarında en önemli maliyet kalemlerinden biri eyalet bazlı satış vergileridir. Satış vergisi oranları eyalete göre değişmekte olup, genellikle %0–%10 aralığında olduğu anlaşılmaktadır. Florida örneğinde, satış vergisi ve yerel eklerle birlikte %7-8 bandına çıkabilmektedir. Birçok eyalette yatin nerede teslim alındığı, nerede kayıt edildiği ve ne kadar süre eyalet sularında bulunduğu, vergi yükümlülüğünü doğrudan etkileyen faktörler arasında bulunmaktadır.

5. İhracatçılarımız için Fırsatlar ve Öneriler

Yukarıda belirtilen bilgiler çerçevesinde söz konusu pazar, büyüklüğü ve yüksek alım gücü ile Türk ihracatçılar için önemli ve stratejik fırsatlar barındırmaktadır. Türkiye, küresel mega yat üretiminde ilk sıralarda yer alması, yüksek kaliteli işçiliği ve maliyet avantajları ile ABD pazarında daha güçlü bir konuma gelme potansiyeline sahiptir.

Türk yatçılık endüstrisinin en belirgin rekabet avantajı, yüksek kaliteli ve özelleştirilmiş üretimi, Avrupa’daki rakiplerine kıyasla daha rekabetçi fiyatlarla sunabilmesidir. Özellikle 24 metre ve üzeri mega yat segmentinde kazanılan uzmanlık, ABD pazarındaki lüks ve kişiye özel tekne arayan alıcılar için önemli bir çekim merkezi oluşturmaktadır. Sektörde önemli firmalarımız, uluslararası alanda kazandıkları ödüller ve teslim ettikleri başarılı projelerle Türkiye’nin bu alandaki yetkinliğini kanıtlamaktadır. Bu firmaların varlığı, “Made in Türkiye” markasının ABD pazarındaki algısını güçlendirmekte ve diğer üreticiler için de bir kapı aralamaktadır.

Ayrıca, Türkiye’nin esnek üretim kabiliyeti, ABD’li müşterilerin talep ettiği yüksek derecede kişiselleştirme (customization) ihtiyaçlarına cevap verebilmektedir. Avrupalı üreticilerin genellikle standart platformlar üzerinden çalıştığı pazarda, Türk tersanelerinin butik ve esnek üretim anlayışı, özellikle niş segmentlerde önemli bir rekabet avantajı sağlamaktadır.

ABD pazarı homojen bir yapıya sahip değildir ve farklı segmentlerde farklı fırsatlar sunmaktadır:

Mega Yat (80+ feet): Türkiye’nin en güçlü olduğu alanların başında gelmektedir. ABD’deki yüksek gelirli bireyler ve kurumsal alıcılar, Avrupa kalitesinde ancak daha uygun maliyetli özel üretim tekneler aramaktadır. Bu segmentte, Türk firmaları doğrudan satış veya saygın uluslararası brokerlar aracılığıyla pazara girebilmektedir. Fort Lauderdale ve Palm Beach gibi bölgeler bu segment için kilit öneme sahiptir.

Orta Boy Motorlu Yatlar (40-80 feet): Büyük hacimli ve rekabetçi segmentidir. Bu alanda başarılı olmak için Türk firmalarının, Brunswick Corporation (Sea Ray, Boston Whaler) gibi yerleşik markalarla rekabet edebilecek seri üretim kapasitesine ve güçlü bir bayi ağına (dealer network) sahip olması gerekmektedir. Bu segmentteki fırsat, Avrupalı rakiplerle benzer kalitede ancak daha rekabetçi fiyatlı modeller sunarak pazar payı kazanmaktır.

Katamaran: ABD pazarında popülaritesi hızla artan bir segmenttir. Geniş yaşam alanları, stabilite ve yakıt verimliliği nedeniyle tercih edilen katamaranlar, Türk üreticiler için yeni bir büyüme alanı sunmaktadır. Bu alanda uzmanlaşmış firmalar, özellikle Florida ve Karayipler pazarına yönelik modeller geliştirerek önemli bir başarı elde edebilme potansiyelini taşımaktadır.

ABD yat pazarının kalbi olan Florida'da Fort Lauderdale ve Miami'de düzenlenecek uluslararası tekne fuarlarına (FLIBS, Miami Boat Show) katılım sağlanmalı, bölgede yerleşik en az bir saygın bayi veya broker ile anlaşma yapılmasında fayda görülmektedir. Kaliforniya, uzun sahil şeridi ve yüksek gelirli nüfusu ile avantajlar sunmaktadır. Yelkenli tekneler ve çevre dostu (hibrit/elektrikli) motorlu yatlar için önemli bir potansiyel barındıran eyalette, San Diego ve Newport Beach gibi bölgelerdeki denizcilik kültürünün hedeflenebileceği değerlendirilmektedir. Kuzeydoğu (New York, Maryland, Massachusetts) mevsimsel bir pazar olmasına rağmen, alım gücü yüksek ve tecrübeli denizcilerin yoğun olduğu bir bölgedir. Bu pazarda, daha zorlu deniz koşullarına uygun, dayanıklı ve kaliteli teknelerle öne çıkılabilir. Özellikle spor balıkçı tekneleri ve gezi tekneleri için fırsatlar bulunmaktadır.

2025 yılı itibarıyla ABD'li alıcıların önem verdiği konuların başında sürdürülebilirlik gelmektedir. Türk firmaları, hibrit veya tam elektrikli sistemleri, güneş panelleri ve geri dönüştürülmüş malzemeler gibi çevre dostu çözümleri tasarımlarına entegre ederek önemli bir rekabet avantajı elde edebilirler. Bu özellikler, özellikle Kaliforniya ve Kuzeydoğu pazarlarında önemli bir pazarlama argümanı olarak kullanılabilir. Akıllı yat sistemleri, uzaktan kontrol, gelişmiş otomasyon ve eğlence sistemleri artık lüks segmentte standart bir beklenti haline gelmiştir. Türk üreticilerin, bu teknolojileri teknelerine entegre etmeleri ve pazarlamada bu özellikleri öne çıkarmaları, teknolojiye önem veren genç ve dinamik alıcı kitlesini çekmelerine yardımcı olacaktır.

ABD yatçılık pazarı, Türk ihracatçıları için büyük bir potansiyel sunmakla birlikte, pazara giriş dikkatli bir strateji gerektirmektedir. Fırsatları maksimize etmek için şu adımlar önerilmektedir: 1) Florida merkezli bir bayi/broker ağı kurulmalı ve büyük fuarlara düzenli katılım sağlanmalıdır. 2) Mega yat segmentindeki güç korunurken, katamaran gibi büyüyen niş pazarlara yönelik modeller geliştirilmelidir. 3) Pazarlama iletişiminde sürdürülebilirlik ve teknoloji temaları öne çıkarılmalıdır.

4) ABYC gibi ABD standartlarına tam uyum sağlanarak ürün kalitesi ve güvenliği garanti altına alınmalıdır. Bu stratejilerin, Türkiye'nin ABD pazarındaki payını önemli ölçüde artırma potansiyeline sahip olduğu değerlendirilmektedir.

6. İhracatçılarımız Açısından Riskler

ABD yat pazarı, sunduğu büyük fırsatların yanı sıra, Türk ihracatçıları için dikkatle yönetilmesi gereken önemli tehditler ve riskler de barındırmaktadır. Bu riskler; yoğun rekabet ortamından korumacı politikalara, tüketici algısından ekonomik dalgalanmalara kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Pazarda sürdürülebilir bir başarı elde etmek için bu risklerin doğru analiz edilmesi ve proaktif stratejiler geliştirilmesi kritik öneme sahiptir.

Türk ihracatçılarının karşılaştığı en büyük risklerden biri, ABD pazarındaki yerleşik ve yoğun rekabettir. Bu rekabet birkaç katmanda incelenmelidir.

Avrupalı Lüks Üreticiler (İtalya, Hollanda): İtalyan üreticiler, özellikle Azimut-Benetti ve Ferretti Group gibi firmalar, ABD pazarında lüks ve prestij algısının temsil etmektedir. Yıllara dayanan denizcilik geçmişleri, marka kimlikleri ve bayi ağları ile pazarın en karlı segmentini domine etmektedirler. Hollandalı üreticiler ise Feadship gibi markalarla ultra lüks ve özel üretim (full-custom) segmentinde önemli bir konuma sahiptir. Türk firmalarının bu markalarla rekabet edebilmesi, sadece fiyat avantajı ile mümkün olmayıp, aynı zamanda marka bilinirliği, algı yönetimi ve satış sonrası hizmetlerde de benzer bir “mükemmellik” seviyesine ulaşmalarını gerektirmektedir. İtalyan markaların ABD pazarında sahip olduğu %50'den fazla pazar payı, bu riski daha da somut hale getirmektedir.

Coğrafi Avantaja Sahip Rakipler (Meksika, Kanada): ABD'nin Meksika ve Kanada ile imzaladığı USMCA ticaret anlaşması, bu ülkelerden yapılan ithalata önemli avantajlar sağlamaktadır. Özellikle Meksika, ABD'ye olan coğrafi yakınlığı, düşük işçilik maliyetleri ve USMCA'nın getirdiği avantajlar sayesinde ABD'nin en büyük tekne tedarikçisi konumuna gelmiştir. 2024 yılında Meksika'dan ABD'ye yapılan yat ihracatı 643,9 milyon dolara ulaşmış olup, bu rakam Türkiye'nin ihracatının yaklaşık 14 katıdır. Bu durum, Türk üreticilerin maliyet bazlı rekabet avantajını önemli ölçüde zayıflatan bir risk olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca, nakliye süreleri ve lojistik maliyetleri açısından da Meksika'nın belirgin bir üstünlüğü bulunmaktadır.

Yükselen Asyalı ve Doğu Avrupalı Rakipler (Tayvan, Polonya): Tayvan, özellikle 80-120 feet aralığındaki motor yat segmentinde Ocean Alexander gibi markalarla önemli bir oyuncu haline

gelmektedir. Polonya ise, daha küçük boyutlu teknelerde ve katamaran üretiminde Avrupa Birliği fonlarının da desteğiyle hızla büyüyen bir üretim merkezi olmaktadır. Polonya'nın yat ihracatı son beş yılda %15,5 yıllık bileşik büyüme oranı "CAGR" ile büyümüştür. Bu ülkeler, kaliteli üretimi rekabetçi fiyatlarla sunarak Türk firmalarının pazar payına risk oluşturmaktadır.

ABD'nin uyguladığı korumacı politikalar, Türk ihracatçıları için bir diğer önemli risk faktörüdür. Türkiye, 2019 yılında ABD'nin Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi (GSP) programından çıkarıldığı için, Türk menşeli yatlar herhangi bir gümrük vergisi indiriminden yararlanamamaktadır. Mevcut ve olası yeni ilave gümrük vergileri veya tarife dışı engeller, Türkiye'nin fiyat avantajına menfi etki edecek potansiyel bir risk olarak göz önünde bulundurulmalıdır.

ABD'li tüketiciler, özellikle lüks segmentte, marka bilinirliğine ve geçmişine büyük önem vermektedir. İtalyan ve Amerikan markalarına yönelik güçlü bir marka sadakati bulunmaktadır. "Made in Türkiye" algısı, mega yat segmentinde olumlu bir yönde gelişse de, daha küçük boyutlu teknelerde henüz Avrupalı ve Amerikalı rakiplerle aynı seviyede olmadığı görülmektedir. Türk firmalarının, bu algıyı kırmak ve marka bilinirliğini artırmak için uzun vadeli ve yüksek bütçeli pazarlama ve halkla ilişkiler faaliyetlerine yatırım yapmasının yararlı olacağı değerlendirilmektedir.

Satış sonrası hizmetler ve ikinci el değeri de ABD'li alıcılar için önemli bir karar kriteridir. Bu alanda yetersiz kalınması, marka imajını olumsuz etkileyen bir risk olarak görülebilir. Özellikle, ABD'de yeterli sayıda yetkili servis ağı bulunmaması, yedek parça temini konusunda yaşanan gecikmeler ve teknik destek eksikliği, Türk markaların algısını olumsuz etkileme riski barındırmaktadır.

Yatçılık sektörü, lüks tüketim kategorisinde yer aldığı için ekonomik dalgalanmalara karşı oldukça hassastır. ABD ekonomisindeki bir yavaşlama veya resesyon, yeni tekne satışlarında ani ve sert düşümlere neden olabilir. 2008 küresel finansal krizi sırasında ABD yat satışlarının yarı yarıya düştüğü bilinmektedir. Bu durum, özellikle yeni siparişlere ve projelere bağımlı olan üreticiler için ciddi bir risk oluşturur.

Ayrıca, ABD Doları ve Türk Lirası arasındaki kur dalgalanmaları hem maliyetlerin hem de satış fiyatlarının belirlenmesinde belirsizlik yaratabilmektedir. Kur riskini yönetemeyen firmalar, kârlılıklarında ciddi kayıplar yaşayabilirler. Hammadde ve ekipmanların önemli bir kısmının ithalata dayalı olması (özellikle motor, elektronik sistemler ve lüks iç donanım), bu kur riskini daha da artırmaktadır.

ABD pazarına giriş, uyulması gereken teknik standartlar ve düzenlemeler nedeniyle zorlayıcı olabilmektedir. ABD Sahil Güvenlik (USCG) güvenlik standartları ve Çevre Koruma Ajansı (EPA) emisyon kuralları bulunmaktadır. Bunlara ek olarak, sektörde fiili bir zorunluluk haline gelen

Amerikan Tekne ve Yat Konseyi (ABYC) standartlarına uyum, sigorta ve finansman süreçleri için kritik öneme sahiptir. Bu standartlara uyum sağlamak, üretim süreçlerinde ek maliyetler ve mühendislik değişiklikleri gerektirebilir. Standartlara uyumsuzluk ise ürünlerin pazara girişini tamamen engelleyebilir veya ciddi hukuki yaptırımlara yol açabilir.

Ayrıca, EPA'nın emisyon standartları gelecekte hibrit veya elektrikli tahrik sistemlerine geçişi zorunlu hale getirebilir. Bu durum, Türk üreticilerin Ar-Ge ve teknoloji yatırımlarını artırmalarını gerektirmektedir. Bu yatırımları yapamayan firmalar, pazardan dışlanma riskiyle karşı karşıya kalabilir.

ABD yatçılık pazarındaki riskler çok boyutlu ve dinamik bir yapıya sahiptir. Türk ihracatçıların bu tehditleri minimize etmek için şu stratejik adımları atması önerilmektedir: 1) Marka bilinirliği ve algı yönetimi için uzun vadeli pazarlama yatırımları yapılmalı, özellikle ABD'deki büyük fuarlara düzenli katılım sağlanmalıdır. 2) ABD'de güçlü bir satış sonrası hizmet ağı kurulmalı, yedek parça temini ve teknik destek altyapısı geliştirilmelidir. 3) Kur riski yönetimi için finansal araçlar kullanılmalı ve dolar bazlı fiyatlandırma stratejileri geliştirilmelidir. 4) ABYC, EPA ve USCG standartlarına tam uyum sağlanmalı ve bu konuda sertifikasyon alınmalıdır. 5) Çevre dostu ve teknolojik yenilikçi ürünler geliştirilerek tüketici trendlerine uyum sağlanmalıdır. Bu stratejilerle, firmalar riskleri minimize edebilir ve ABD pazarında sürdürülebilir bir başarı elde edilebilir.

7. Genel Değerlendirme

ABD yat pazarı, Türk yat ihracatçıları için hem fırsatlar hem de dikkatle yönetilmesi gereken önemli riskler barındıran, çift yönlü ve karmaşık bir yapı sergilemektedir.

ABD Pazarının Stratejik Önemi ve Yapısı: ABD pazarı, sadece büyüklüğü ile değil, aynı zamanda trendleri belirleyici rolü ile de öne çıkmaktadır. Sürdürülebilirlik, teknolojik inovasyon ve kişiselleştirme gibi küresel trendler, ilk olarak bu pazarda karşılık bulmakta ve daha sonra diğer pazarlara yayılmaktadır. Bu nedenle, ABD pazarında başarılı olmak, bir Türk markasının küresel ölçekte tanınırlığını ve prestijini artırması için kritik bir adımdır. Pazar, temel olarak üç ana segmentte incelenebilir: 1) 80 feet üzeri mega ve süper yatlar, 2) 40-80 feet arası orta boy motorlu yatlar ve 3) 40 feet altı daha küçük tekneler. Türkiye, özellikle birinci segment olan mega yat üretiminde küresel bir güç haline gelmiş olup, bu alandaki uzmanlığını ABD pazarında daha etkin bir şekilde kullanma potansiyeline sahiptir. Orta segment ise, pazarın en büyük hacmini oluşturmakla birlikte, Brunswick Corporation ve Malibu Boats gibi yerli devlerin hakimiyeti nedeniyle en yoğun rekabetin yaşandığı

alandır. Türk firmaları için bu segmentte başarı, farklılaşma ve güçlü bir dağıtım kanalı stratejisi gerektirmektedir.

Güçlü Yönler: Türkiye'nin en büyük gücü, yüksek kaliteli işçiliği ve Avrupa standartlarındaki üretimi, İtalyan ve Hollandalı rakiplerine kıyasla daha rekabetçi bir maliyetle sunabilmesidir. Özellikle 24 metre (80 feet) üzeri mega yat segmentinde kazanılan küresel ikincilik, bu alandaki yetkinliğin en somut göstergesidir. Bu sektördeki firmalarımızın markalarının uluslararası başarısı, “Made in Türkiye” algısını güçlendirmektedir. Ayrıca, Türk tersanelerinin esnek ve butik üretim kabiliyeti, ABD’li müşterilerin talep ettiği yüksek derecede kişiselleştirme (customization) beklentilerini karşılama konusunda önemli bir avantaj sağlamaktadır. Bu esneklik, Avrupalı seri üreticilerin sunamadığı bir değeri temsil etmektedir.

Zayıf Yönler: Belirgin zayıflık, marka bilinirliği ve pazarlama faaliyetlerindeki yetersizliktir. ABD pazarında İtalyan ve Amerikan markalarına yönelik güçlü bir marka sadakati bulunmaktadır ve Türk markaları henüz bu algıyı kırabilmiş değildir. Bir diğer önemli zayıflık ise satış sonrası hizmetler (after-sales service) ve bayi ağı (dealer network) konusundaki eksikliklerdir. ABD gibi coğrafi olarak büyük bir ülkede yaygın ve etkin bir servis ağı kurulamaması, potansiyel alıcılar için caydırıcı bir faktör olmaktadır.

Fırsatlar: ABD pazarında artan katamaran talebi, Türk üreticiler için yeni ve kârlı bir niş pazar sunmaktadır. Ayrıca, sürdürülebilirlik ve çevre dostu teknolojilere (hibrit/elektrikli motorlar) yönelik artan ilgi, bu alanda yatırım yapacak firmalar için önemli bir rekabet avantajı yaratabilir. Pandemi sonrası dönemde tekne sahipliğine ve denizciliğe olan ilginin artması, pazarın genel büyüme potansiyelini desteklemektedir. Türkiye'nin mega yat segmentindeki gücünü, 40-80 feet aralığındaki daha hacimli pazarlara taşıma potansiyeli de önemli bir fırsattır. Özellikle, klasik lüks-hız-estetik odaklı yat anlayışının ötesine geçen, kullanım amacı ve yaşam tarzına göre şekillenmiş tekne tiplerini ifade eden “explorer” (uzun menzilli seyir, zorlu deniz koşulları ve uzak coğrafyalara erişim amacıyla tasarlanır) ve “crossover” (farklı yat tiplerinin özelliklerini tek platformda birleştiren hibrit segment; lüks yat-explorer-ailesel/spor kullanım birleşimi) gibi yeni segmentler, Türk firmalarının esnek üretim kabiliyetleri ile girebilecekleri yeni alanlar sunmaktadır.

Tehditler: En büyük tehdit, pazardaki yoğun ve çok katmanlı rekabettir. İtalyan markalarının prestij ve marka gücü, Meksika'nın USMCA anlaşmasından kaynaklanan tercihli ticaret ve lojistik avantajı ve Polonya gibi yükselen rakiplerin rekabetçi fiyatları, Türk firmalarının pazar payı kazanmasını zorlaştırmaktadır. ABD'nin korumacı politikaları, olası yeni gümrük vergileri önemli birer ticari risk unsuru olarak öne çıkmaktadır. Son olarak, yatçılık sektörünün ekonomik dalgalanmalara karşı olan

hassasiyeti, ABD ekonomisindeki bir yavaşlamanın siparişlerde ani düşüşlere yol açma riskini barındırmaktadır.

Politika Önerileri: Türk yat ihracatçılarının ABD pazarında başarılı olması, mevcut güçlü yönlerini maksimize ederken, zayıf yönlerini giderecek proaktif stratejiler izlemelerine bağlıdır. Bu çerçevede şu adımlar önerilmektedir: 1) Pazarlama ve Marka Bilinirliği: Ticaret Bakanlığı ve Gemi, Yat ve Hizmetleri İhracatçıları Birliği (GYHİB) koordinasyonunda, ABD pazarına yönelik kapsamlı bir “Turkish Yachts” marka tanıtım kampanyası düzenlenmelidir. Fort Lauderdale ve Miami gibi önemli fuarlara katılım güçlendirilmeli ve profesyonel PR ajansları ile çalışılmalıdır. 2) Bayi ve Servis Ağı: Florida merkezli, saygın ve geniş bir bayi ağına sahip bir distribütör ile stratejik ortaklık kurulması hedeflenmelidir. Satış sonrası hizmetler için mobil servis ekipleri veya yetkilendirilmiş yerel servis noktaları oluşturulmalıdır. 3) Niş Pazarlara Odaklanma: Mega yat segmentindeki güç korunurken, katamaran ve explorer (keşif) yatları gibi büyüyen niş segmentlere yönelik yenilikçi modeller geliştirilmelidir. 4) Standartlara Uyum ve Kalite Güvencesi: Tüm ürünlerin ABYC ve USCG standartlarına tam uyumlu olması sağlanmalı ve bu durum pazarlama iletişimde aktif olarak kullanılmalıdır. Bu stratejik adımlar, Türkiye’nin ABD yat pazarındaki konumunu güçlendirecek ve ihracat potansiyelini sürdürülebilir bir şekilde artıracaktır.

Orta Vadeli Öngörüler (2025–2027): Küresel ekonomik koşullar ve ABD iç pazar dinamikleri dikkate alındığında, 2025–2027 döneminde ABD yatçılık sektöründe; yeni tekne satışlarında ılımlı büyüme veya yatay seyir; ikinci el ve refit pazarında görece daha güçlü performans, elektrikli ve hibrit teknelere yönelik artan ilgi, mega-yat segmentinde yüksek gelir grubuna yönelik talebin sürmesi ve dijital platformlar ve paylaşım modellerinin yaygınlaşması beklenmektedir. Bu eğilimler, Türk firmaları için özellikle refit, özel üretim ve teknoloji odaklı niş alanlarda yeni fırsatlar yaratabilecektir.

ABD yatçılık pazarı, Türk yat sektörü için yüksek potansiyel barındıran ancak stratejik yaklaşım gerektiren bir pazardır. Türkiye’nin güçlü olduğu alanlar; esnek üretim, fiyat–kalite dengesi ve refit kabiliyetidir. Bu avantajların ABD pazarında sürdürülebilir başarıya dönüşmesi; marka bilinirliği, yerel ağlar ve satış sonrası hizmet altyapısının güçlendirilmesine bağlıdır.

Ataşeliğimiz, Florida’nın stratejik konumu çerçevesinde Türk firmalarının ABD pazarına erişimini kolaylaştırmayı, doğru iş birliklerini teşvik etmeyi ve katma değerli ihracatı desteklemeyi öncelikli hedef olarak değerlendirmektedir. Bu raporun, ABD pazarına yönelmeyi planlayan Türk yat üreticileri ve ihracatçıları için yol gösterici bir nitelik taşıması amaçlanmaktadır.

8. Yararlı Adresler

ABD yatçılık sektöründe faaliyet gösteren Türk ihracatçılarının ihtiyaç duyabileceği önemli kamu kurumları, sektör birlikleri, fuarlar, önde gelen bayi ve broker firmalara ait bilgiler sunulmaktadır. Bu kuruluşlarla kurulacak ilişkiler, pazar dinamiklerini anlamak, yasal gereklilikleri karşılamak ve ticari faaliyetleri kolaylaştırmak açısından kritik öneme sahiptir.

Kamu Kurumları ve Düzenleyici Otoriteler

U.S. Coast Guard (USCG): ABD Sahil Güvenlik, teknelerin güvenlik standartları, belgelendirme ve kayıt işlemlerinden sorumlu ana kurumdur. Web: www.uscgboating.org

Environmental Protection Agency (EPA): Çevre Koruma Ajansı, tekne motorlarının emisyon standartlarını belirleyen kurumdur. Web: www.epa.gov/importing-vehicles-and-engines

U.S. Customs and Border Protection (CBP): ABD Gümrük ve Sınır Koruma, teknelerin ülkeye girişindeki gümrük işlemlerinden, vergilendirmeden ve gerekli belgelerin kontrolünden sorumludur. Web: www.cbp.gov

Sektör Birlikleri ve Dernekler

National Marine Manufacturers Association (NMMA): ABD denizcilik endüstrisinin en büyük birliğidir. Sektör istatistikleri, standartlar ve lobi faaliyetleri konusunda liderdir. Adres: Washington D.C. & Chicago. Web: www.nmma.org

American Boat & Yacht Council (ABYC): Tekne tasarımı, yapımı ve onarımı için gönüllülük esasına dayalı teknik standartları belirleyen kuruluştur. Adres: Annapolis, MD. Web: abycinc.org

U.S. Superyacht Association (USSA): ABD süperyat endüstrisini tanıtan ve destekleyen bir birliktir. Özellikle büyük yat üreticileri ve ilgili hizmet sağlayıcılar için önemli bir network platformudur. Web: www.ussuperyacht.com

International Yacht Brokers Association (IYBA): Yat brokerlarının meslek örgütüdür. Florida merkezli olan bu kuruluş, sektördeki en büyük broker ağlarından birini temsil eder. Web: www.iyba.org

Önemli Fuarlar ve Etkinlikler

Fort Lauderdale International Boat Show (FLIBS): Dünyanın en büyük tekne fuarı olarak kabul edilir. Özellikle süperyat ve mega yat segmenti için önemli platformdur. Genellikle her yıl Ekim sonu düzenlenir. Web: www.flibs.com

Miami International Boat Show: ABD'nin en büyük ikinci fuarıdır ve her segmentten tekneye ev sahipliği yapar. Her yıl Şubat ayında düzenlenir. Web: www.miamiboatshow.com

Palm Beach International Boat Show: Lüks ve süperyat segmentine odaklanmış bir diğer önemli fuardır. Genellikle her yıl Mart ayında düzenlenir. Web: www.pbboatshow.com

Önde Gelen Bayi ve Broker Firmaları

MarineMax: ABD'nin büyük tekne bayi ağıdır. Azimut, Sea Ray, Boston Whaler gibi birçok önemli markanın distribütörlüğünü yapmaktadır. Web: www.marinemax.com

Denison Yachting: Hem yeni tekne satışı hem de ikinci el brokerlik hizmetleri sunan, Florida merkezli büyük bir firmadır. Web: www.denisonyachtsales.com

Galati Yacht Sales: Viking, Princess gibi lüks markalara odaklanmış bir firmadır. Web: www.galatiyachts.com

9. Bibliyografya

Resmi ABD Kurumları ve Veri Tabanları

- U.S. International Trade Commission (USITC) DataWeb
- USA Trade Online ABD İthalat ve İhracat İstatistikleri
- U.S. Customs and Border Protection (CBP) Importing into the United States
- U.S. Coast Guard (USCG) Vessel Documentation & Safety Regulations
- Environmental Protection Agency (EPA) Marine Engine Emissions Program

Sektörel Birlikler ve Kurumlar

- National Marine Manufacturers Association (NMMA) U.S. Recreational Boating Statistics
- NMMA Economic Impact of Recreational Boating
- American Boat and Yacht Council (ABYC) Standards & Technical Reports
- Marine Industries Association of South Florida (MIASF) Annual Industry Reports
- National Yacht Brokers Association (NYBA) Market & Brokerage Reports
- U.S. Superyacht Association Market Briefs

Sektör ve Pazar Araştırma Raporları

- IBISWorld
 - Ship Building in the U.S.
 - Boat Building in the U.S.

- Boat Dealership and Repair in the U.S.
 - Marinas in the U.S.
- Superyacht Group Global Order Book & Market Intelligence
- Superyacht Intelligence Pricing & Competitive Landscape Reports
- Deloitte Global Marine & Yacht Industry Outlook

Fuar ve Etkinlik Kaynakları

- Miami International Boat Show Economic Impact & Exhibitor Reports
- Fort Lauderdale International Boat Show (FLIBS) Industry & Sales Reports
- Palm Beach International Boat Show Organizer Publications