



FİNLANDİYA



YAŞ MEYVE VE SEBZE SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih : 01/06/2026

Raporu Hazırlayan: Helsinki Ticaret Müşavirliği

YAŞ MEYVE VE SEBZE TİCARETİ

1. Ülke Pazarında Yaş Meyve ve Sebze Sektörü

1.1 İlgili Sektörde Üretim

Finlandiya’da üretilen sebze ve meyveler yüksek kaliteli ve AB standartlarıyla uyumlu şekilde üretilmektedir. Finlandiya Gıda ve İçecek Endüstrileri Federasyonu tarafından verilen bilgiye göre, Finlandiya'nın gıda sanayisi, ülkenin tüketim malları üreten en büyük üreticisi konumundadır ve dördüncü en büyük sanayisi olma özelliğini taşımaktadır. 2024 yılı itibarıyla sektörün cirosu 14,3 milyar Euro’dur. Bu sektör Finlandiya'nın gayrisafi yurt içi hasılasının yaklaşık %5'ini oluşturmaktadır.

İklim koşulları nedeniyle Finlandiya, meyve ve birçok sebze büyük ölçüde ithalata bağımlıdır. Kış aylarında, yaş meyve-sebze hacminin %75–80’inden fazlası ithal edilmektedir.

Yerli üretim, ilkbahar sonundan sonbahar başına kadar daha önemli hale gelir. Önde gelen tedarikçiler bu geçişi ikili tedarik programları ve uzun vadeli üretici sözleşmeleriyle yönetmektedir.

Finlandiya'da üretilen gıdanın yerlilik oranı %82’dir ve bu oran oldukça yüksektir. 2024 verilerine göre gıda ihracatının değeri 2,3 milyar Euro, ithalatının değeri ise 5,8 milyar Euro’dur.

Finlandiya Doğal Kaynaklar Enstitüsü (LUKE) verilerine göre, 2025 yılında Finlandiya’da 2.760 bahçecilik işletmesi faaliyet göstermektedir. Toplam açık tarla üretim alanı yaklaşık 18.000 hektar, sera üretim alanı 350 hektar olmuştur.

2025’te hava koşulları açık tarla sebze üretimi için elverişli olmuştur ve toplam hasat bir önceki yıldaki düşüşün ardından artmıştır. Açık tarla sebzelerinin toplam hasadı 194 milyon kg olmuştur. Bu hasadın 78 milyon kg’ı havuçtan elde edilmiştir. Alan bazında en önemli açık tarla sebzeleri bahçe bezelyesi 4.047 hektar, bunun 1.665 hektarı dondurulmuş bezelye, havuç 1.691 hektar ve soğan 1.277 hektar olarak kaydedilmiştir. Sera sebzeleri üretimi toplam 96 milyon kg olmuştur. Sera salatalığı üretimi 56 milyon kg ile tüm zamanların rekor seviyesine ulaşmıştır. Domates üretimi 36 milyon kg olmuş, bunun 7 milyon kg’a yakını özel domateslerden oluşmuştur. Toplam meyve üretimi 18 milyon kg olarak açıklanmıştır. Bunun 13 milyon kg’ı çilek olmuştur. Seralarda süs bitkisi yetiştirilen alan 105 hektar olarak belirtilmiştir.

1.2 Ortalama Üretici Fiyatları

Finlandiya Doğal Kaynaklar Enstitüsü (LUKE) verilerine göre, 2025 yılında yaş sebze ve meyve sektöründe ortalama üretici fiyatları bir önceki yıla göre genel olarak gerilemiştir. Havuç üretici fiyatı 0,47 €/kg olarak gerçekleşmiş ve geçen yıla göre %11 düşmüştür. Domates üretici fiyatı 2,01 €/kg olmuş, %7 düşmüştür. Çilek üretici fiyatı 8,26 €/kg seviyesine inmiş ve %15 düşmüştür. Yemeklik patatesin üretici fiyatı 0,22 €/kg olarak kaydedilmiş, %5 düşmüştür. Buna karşılık sera salatalığı üretici fiyatı 1,80 €/kg olmuş ve %5 yükselmiştir.

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

Gıda sektörünün en büyük üç alt kolu et işleme, süt ürünleri ve fırıncılık sanayisidir. Gıda sanayisi, Finlandiya genelinde 2.600 işletmede yaklaşık 44.000 kişiye istihdam sağlamaktadır. Yapısı itibarıyla küçük işletmeler ağırlıktadır; şirketlerin yüzde 65'inde çalışan sayısı beşin altındadır.

Finlandiya'nın yaş meyve ve sebze sektörü, Avrupa'daki büyük market pazarlarının çoğundan daha küçüktür; ancak oldukça yoğunlaşmış ve profesyonel şekilde organize olmuştur. Sınırlı sayıda ulusal ölçekli operatör, Finlandiya süpermarketlerine giren meyve ve sebze akışının büyük bölümünü yönetmektedir. Bu şirketler ithalatı, yerli üretici programlarını, olgunlaştırmayı, paketlemeyi, soğuk depolamayı ve perakendecilerin dağıtım merkezlerine günlük teslimatları yürütmektedir.

Bu sıralama, ulusal ölçekte faaliyet gösteren ve Finlandiya'nın en büyük market zincirleri olan Kesko (K-Grubu), S Grubu, Lidl Finlandiya ile büyük gıda hizmeti alıcılarına tedarik sağlayan şirketlere odaklanmaktadır. Yaş meyve ve sebze tedarik zincirinde en büyük yerli firmalar lojistik ve toptan satışta yoğunlaşmıştır. 2024 yılında Finlandiya'da market perakende satışlarının değeri 23,5 milyar avro olmuştur.

2024 yılı itibarıyla Finlandiya market ticareti gruplarının pazar payları şu şekildedir: S Grubu %48,8, K Grubu %33,7, Lidl Finlandiya %9,4, Tokmanni Grubu %3,3, Minimani %0,5, Marketju %0,2 ve diğerleri %4,1 olarak kaydedilmiştir.

Perakende taze ürün hacmine göre en büyük beş firma ise şunlardır: Kespro Fresh (Kesko), S Group Sourcing (SOK), Greenfood Finland, Valio Aimo, Satotukku Oy.

Sektörde üreticiler çeşitli birlik ve dernekler altında örgütlenmiştir. Ticari Bahçecilik Birliği, Kauppuutarhaliitto, Finlandiya'daki sera ve bahçecilik üreticilerinin ulusal çıkar kuruluşu olarak faaliyet göstermektedir. Birliği'nin merkezi Helsinki'dedir ve üyelerine danışmanlık, eğitim ve pazar bilgisi gibi hizmetler sunduğu açıklanmıştır.

Finlandiya Sebze Üreticileri Derneği- Vihannesviljelijät ry üreticilerin birbirleriyle iletişim halinde kalmalarını sağlamaktadır. Ayrıca her yıl, sektördeki en güncel gelişmeler hakkında üreticileri bilgilendirmek amacıyla Finlandiya'da ve diğer Avrupa ülkelerinde seminerler ile teknik inceleme gezileri düzenlenmektedir.

Ayrıca Arktik Lezzetler Birliği (The Arctic Flavours Association), Finlandiya'nın kuzey bölgelerinde yetiştirilen doğal ürünlerin, özellikle yabani meyveler, mantarlar, otlar ve diğer arktik doğa ürünlerinin tanıtımını ve geliştirilmesini amaçlayan bir sektörel organizasyondur. Birlik; üreticiler, toplayıcılar ve sektör paydaşları arasında iş birliğini desteklemekte, eğitim faaliyetleri, seminerler ve teknik geziler düzenleyerek üyelerinin sektördeki güncel gelişmeleri takip etmelerine katkı sağlamaktadır. Ayrıca arktik doğa ürünlerinin sürdürülebilir kullanımını ve uluslararası pazarlarda bilinirliğinin artırılmasını teşvik etmektedir.

1.4 Sektörde Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

Finlandiya Gıda ve İçecek Sanayileri Federasyonu (Finnish Food and Drink Industries' Federation) (ETL), iş gücü piyasası, toplu iş sözleşmeleri ve sanayi politikaları konularında Finlandiya'daki gıda ve içecek sanayi şirketlerini temsil etmektedir. Kuruluşun amacı, sektörde faaliyet gösteren firmaların Finlandiya'daki başarılarını destekleyecek uygun faaliyet ortamının oluşturulmasına katkı sağlamak ve şirketlerin uluslararası pazarlardaki faaliyetlerini genişletmelerine yardımcı olmaktır.

Finlandiya'da günlük tüketim ürünleri ticaretini temsil eden Finlandiya Gıda Perakendecileri ve Toptancıları Birliği- Päivittäistavara-kauppa ry (PTY), Finlandiya'daki perakende zincirlerinin ve Yiyecek-içecek hizmetleri sektörü (foodservice) toptancılarının sektör temsilcisi konumundadır. PTY verilerine göre, gıda perakendeciliği ve foodservice toptan ticareti ülke çapında gelişmiş lojistik altyapı ile faaliyet göstermektedir.

Yaş meyve ve sebze toptan ticaretinde ise ithalatçı ve dağıtıcı firmalar önemli rol oynamaktadır. Bu kapsamda Satotukku Oy, Finlandiya'nın en büyük bağımsız yaş meyve ve sebze toptancılarından biri olup hem yerli üreticilerden tedarik sağlamakta hem de yaklaşık 15 farklı ülkeden ithalat gerçekleştirmektedir. Şirket, ülke genelindeki perakende zincirlerine, restoranlara ve foodservice işletmelerine dağıtım yapmaktadır.

2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti

2.1 Bu Sektörde Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (07.01-07.09-08.03-08.10)

	Ülke Adı	İthalat Değeri (Euro)	Miktar (ton)	Oran (%)
1.	İspanya	223.753.757	120.822	32
2.	Hollanda	133.219.314	76.493	19
3.	İtalya	48.795.300	32.049	7
4.	Mısır	34.774.625	20.797	5
5.	Güney Afrika	34.474.054	17.329	5
6.	Polonya	22.173.563	14.216	3
7.	Kosta Rika	18.799.252	24.726	3
8.	Kolombiya	16.452.407	15.917	2
9.	Belçika	15.984.383	3.443	2
10.	Peru	15.926.252	6.346	2
20.	Türkiye	3.352.100	896	0.48
Toplam		702.062.829	423.858	100

2.2 Bu Sektörde Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (07.01-07.09-08.03-08.10)

	Ülke Adı	İhracat Değeri(€)	Miktar (ton)	Oran (%)
1.	Estonya	10.887.940	8.608	29
2.	İsveç	10.496.764	8.682	28
3.	Litvanya	4.723.278	1.641	12
4.	Almanya	3.483.978	3.128	9
5.	Letonya	3.175.569	5.304	8
6.	Polonya	1.816.087	1.937	5
7.	Hollanda	1.740.723	2.068	5
8.	İtalya	715.536	66	2
9.	Çekya	326.453	217	1
10.	Norveç	222.450	139	1
	Türkiye	0	0	0
Toplam		38.067.064	32.281	100

2.3 Bu Sektörde Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler

Tarife Pozisyonu	Ürün Adı	İthalat Değeri (€)	Türkiye'den İthalat	TR'den İthalat Oranı (%)
070200	Domates-Taze veya Dondurulmuş	64,112,222	11,213	0.017489645
080390	Muz- Taze veya Kurutulmuş	56,279,312	0	0
080610	Taze Üzüm	52,620,072	6,792	0.012907622
070960	Capsicum veya Pimenta cinsine ait taze veya dondurulmuş meyveler	51,357,408	309,275	0.602201342
080810	Elma- Taze	42,614,164	130	0.000305063
080510	Portakal- Taze- Kurutulmuş	30,209,579	0	0
080440	Avakado- Taze veya Kurtulmuş	29,349,911	0	0
080522	Mandalina- Taze veya kurutulmuş, monreale çeşitleri dahil	24,920,448	0	0
081020	Taze ahududu, böğürtlen, dut ve yaban mersini	21,439,244	0	0
081040	Taze kıvılcık, yaban mersini ve Vaccinium cinsine ait diğer meyveler	20,586,508	0	0

2.4 Bu Sektörde Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler

Tarife Pozisyonu	Ürün Adı	İhracat Değeri (€)	Türkiye'ye İhracat	TR'ye İhracat Oranı (%)
081040	Taze kıvılcık, yaban mersini ve Vaccinium cinsine ait diğer meyveler	11,524,323	0	0
070700	Taze veya soğutulmuş salatalık ve turşu	7,551,398	0	0
070110	Tohum patatesleri	5,975,802	0	0
070190	Taze veya soğutulmuş patates (tohumluk hariç)	2,566,392	0	0
070952	Boletus cinsine ait taze veya soğutulmuş mantarlar	1,556,313	0	0
080390	Taze veya kurutulmuş muz (plantain hariç)	1,153,136	0	0
081090	Taze demirhindi, kaju elması, jak meyvesi, liçi, sapodillo eriği, çarkıfelek meyvesi, karambola, pitahaya ve diğer yenilebilir meyveler (fındık, muz, hurma, incir, ananas, avokado, guava, mango, mangostan, papaya, turunçgiller hariç)	1,057,064	0	0
070200	Domates, taze veya soğutulmuş	895,254	0	0
070519	Taze veya soğutulmuş marul (lahana hariç)	859,395	0	0
070610	Taze veya soğutulmuş havuç ve şalgam	554,193	0	0

3. Sektörde Ülkemizden İhracat

3.1 Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (Euro)

Tarife Kodu	Ürün Adı	2025	2024	2023	2022	2021
080420	Taze ve Kuru İncir	771,793	919,117	655,102	807,693	789,252
080410	Taze ve Kuru Hurma	666,392	749,096	570,198	627,530	195,374
080620	Kuru Üzüm	591,554	701,412	379,868	357,255	314,283
080929	Taze Kiraz (Ekşi hariç)	416,595	1,072,318	113,760	32,956	460,945
081090	Taze demirhindi, kaju elması, jak meyvesi, liçi, sapodillo eriği, çarkıfelek meyvesi, karambola, pitahaya ve diğer yenilebilir meyveler (findık, muz, hurma, incir, ananas, avokado, guava, mango, mangostan, papaya, turunçgiller hariç)	316,097	185,388	98,866	116,782	47,006
070960	Capsicum veya Pimenta cinsine ait taze veya dondurulmuş meyveler	309,275	196,402	305,339	96,648	133,338
070820	Taze veya soğutulmuş fasulye (Vigna spp., Phaseolus spp.), kabuklu veya kabuksuz	69,349	48,547	2,003	111	-
070999	Taze veya soğutulmuş sebzeler (başka yerde belirtilmemiş)	45,077	70,210	49,442	129,297	116,007
080711	Taze Karpuz	42,370	20,832	1,391	2,179	2,025
070993	Taze veya soğutulmuş balkabağı, kabak ve su kabağı çeşitleri (Cucurbita spp.)	41,035	35,194	44,055	19,084	20,772
	Toplam	3,352,100	4,106,906	2,375,959	2,294,506	2,294,470

3.2 Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (Miktar-kilogram)

Tarife Kodu	Ürün Adı	2025	2024	2023	2022	2021
080420	Taze ve Kuru İncir	106,549	137,573	127,003	151,044	152,685
080410	Taze ve Kuru Hurma	176,836	197,341	152,140	159,929	50,623
080620	Kuru Üzüm	165,962	245,609	183,199	195,205	167,923
080929	Taze Kiraz (Ekşi hariç)	49,118	224,404	30,580	7,663	131,270
081090	Taze demirhindi, kaju elması, jak meyvesi, liçi, sapodillo eriği, çarkıfelek meyvesi, karambola, pitahaya ve diğer yenilebilir meyveler (findık, muz, hurma, incir, ananas, avokado, guava, mango, mangostan, papaya, turunçgiller hariç)	136,383	83,638	44,244	52,523	23,226
070960	Capsicum veya Pimenta cinsine ait taze veya dondurulmuş meyveler	125,140	59,278	125,625	37,969	73,556
070820	Taze veya soğutulmuş fasulye (Vigna spp., Phaseolus spp.), kabuklu veya kabuksuz	11,934	8,282	773	60	-
070999	Taze veya soğutulmuş sebzeler (başka yerde belirtilmemiş)	14,634	26,227	16,062	46,134	55,467
080711	Taze Karpuz	58,200	24,572	1,138	1,567	5,004
070993	Taze veya soğutulmuş balkabağı, kabak ve su kabağı çeşitleri (Cucurbita spp.)	15,252	12,216	12,086	13,664	9,404
	Toplam	896,308	1.072.407	783.229	748.392	797.880

4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

4.1 Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Finlandiya yaş meyve ve sebze pazarı açısından en önemli hedef bölge ülkenin güney kesimi olup; nüfus yoğunluğu, satın alma gücü, lojistik altyapı ve büyük perakende zincirlerinin merkezlerinin bu bölgede bulunması nedeniyle özellikle Helsinki metropolitan alanı ön plana çıkmaktadır. Bu kapsamda Helsinki, Espoo ve Vantaa şehirleri sektör açısından en önemli hedef pazar konumundadır. Söz konusu bölgelerde tüketici harcamalarının yüksek olması, uluslararası ürün çeşitliliğine yönelik talebin güçlü seyretmesi ve ithal ürün tüketiminin yaygın olması Türk ihracatçıları açısından avantaj sağlamaktadır.

Bunun yanında Finlandiya'nın ikinci büyük şehri olan Tampere, gelişmiş perakende altyapısı ve artan nüfusu nedeniyle önemli bir hedef şehir olarak değerlendirilmektedir. Benzer şekilde Turku, ülkenin batı kıyısında önemli bir liman ve lojistik merkezi olması nedeniyle taze meyve ve sebze dağıtımı açısından stratejik konuma sahiptir.

Kuzey Avrupa lojistik bağlantıları açısından Oulu bölgesi de özellikle dağıtım ve bölgesel tedarik zinciri açısından önem taşımaktadır. Ancak tüketim yoğunluğu esas olarak güney Finlandiya'da toplanmaktadır.

Finlandiya'da yaş meyve ve sebze satışlarının büyük bölümü ülke genelinde yaygın mağaza ağına sahip büyük perakende zincirleri üzerinden gerçekleştirilmektedir. Bu nedenle özellikle Helsinki merkezli ithalatçılar, toptancı firmalar ve perakende zincirlerinin satın alma birimleri ile iş ilişkileri geliştirilmesi önem arz etmektedir.

Öte yandan etnik marketler, organik ürün mağazaları ve premium gıda satış noktalarının yoğun bulunduğu büyük şehir merkezleri de Türk ürünleri açısından potansiyel taşımaktadır. Özellikle Akdeniz mutfağına yönelik ilginin arttığı büyük şehirlerde taze sebze, meyve ve özel ürün gruplarına yönelik talep gelişmektedir.

4.2 Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

Finlandiya yaş meyve ve sebze pazarı yüksek derecede organize bir yapıya sahip olup, sektör büyük ölçüde ithalatçılar, toptancı firmalar ve ulusal perakende zincirleri tarafından şekillendirilmektedir. Pazarda özellikle S Group ve Kesko perakende zincirleri baskın konumda bulunmakta olup, ülke genelindeki gıda perakende satışlarının büyük kısmını kontrol etmektedir. Lidl Finlandiya da fiyat odaklı segmentte önemli pazar payına sahip aktörlerden biridir.

Yaş meyve ve sebze ithalatı ağırlıklı olarak büyük ithalatçı ve dağıtım şirketleri aracılığıyla gerçekleştirilmekte; ürünler merkezi lojistik depolar üzerinden ülke geneline dağıtılmaktadır. Pazar yapısında uzun vadeli tedarik ilişkileri, düzenli teslimat kapasitesi, kalite standardizasyonu ve sürdürülebilirlik kriterleri büyük önem taşımaktadır.

Finlandiya’da tüketicilerin organik ürün, sürdürülebilir üretim ve yerel/izlenebilir ürünlere yönelik hassasiyetinin yüksek olması nedeniyle premium ve sertifikalı ürün segmenti giderek büyümektedir. Bunun yanında etnik marketler ve özel ürün mağazaları da ithal yaş meyve ve sebze ürünleri açısından önemli satış kanallarından biri haline gelmektedir.

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

Finland-Central and Eastern European Countries Business Association- Finlandiya Merkez ve Doğu Avrupa Ülkeleri İş Derneği

Türkiye ile ticaret yapan Fin firmalarının üye olduğu dernektir.

<https://kauppayhdistys.fi/suomi-keskisen-itaeuroopan-maiden-kauppayhdistys/in-english/>

Finnish Grocery Trade Association (PTY) – Finlandiya Gıda Perakendecileri Birliği

Finlandiya gıda perakende sektörünü temsil eden çatı kuruluşudur. Perakende zincirleri ve gıda ticareti alanında faaliyet göstermektedir. <https://www.pty.fi/en/>

Finnish Food and Drink Industries’ Federation (ETL) – Finlandiya Gıda ve İçecek Sanayi Federasyonu

Gıda ve içecek sektöründe faaliyet gösteren firmaları temsil eden sektörel federasyondur.

<https://www.etl.fi/en/>

Central Union of Agricultural Producers and Forest Owners (MTK) – Finlandiya Tarım Üreticileri ve Orman Sahipleri Merkez Birliği

Tarım üreticileri ve tarım sektöründeki paydaşları temsil eden önemli kuruluşur.

<https://www.mtk.fi/>

Natural Resources Institute Finland (Luke) – Finlandiya Doğal Kaynaklar Enstitüsü

Tarım, gıda ve doğal kaynaklar alanında araştırma ve veri sağlayan resmi araştırma kurumudur. <https://www.luke.fi/en/>

Finnish Food Authority (Ruokavirasto) – Finlandiya Gıda Otoritesi

Gıda güvenliği, ithalat düzenlemeleri, kalite standartları ve bitki sağlığı konularında yetkili resmi kurumdur. <https://www.ruokavirasto.fi/en/>

Business Finland

Finlandiya’nın yatırım, ticaret geliştirme ve uluslararası iş destek kuruluşudur. Gıda sektörüne yönelik çeşitli programlar yürütmektedir. <https://www.businessfinland.fi/en/>

4.2.2 İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

Finlandiya yaş meyve ve sebze sektöründe faaliyet gösteren ithalatçı firmalara ilişkin bilgilere bazı resmi ve ticari açık kaynaklardan ulaşılabilmektedir. Özellikle sektörel birlikler, ticaret odaları, ithalatçı veri tabanları ve resmi kurumlar potansiyel alıcı firmaların tespit

edilmesi açısından önem taşımaktadır. Bir üst başlıkta belirtilen birliklerin resmi web sayfalarında üyelerinin listeleri bulunmaktadır.

Ayrıca, Finder.fi sitesi Finlandiya'daki firmaların açık firma rehberidir. Şirket adı, sektör, şehir ve anahtar kelime (örneğin elintarvikkeiden tuonti yani “gıda ithalatı”) girerek faaliyet gösteren şirketlere ulaşabilirsiniz. <https://www.finder.fi>

Girişimci Avrupa Ağı (EEN) Avrupa çapında iş ortaklıkları kurmak isteyen firmalar için bir platformdur. Finlandiya’da iş birliği arayan ithalatçılar, distribütörler ve toptancılar burada iş teklifleri yayınlıyor. Filtreleme ile sektör seçimi yapılabilir (örneğin: fresh food). <https://een.ec.europa.eu>

4.3 Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

Finlandiya’ya yaş meyve ve sebze ithalatında Avrupa Birliği gıda güvenliği, bitki sağlığı ve gümrük mevzuatı kapsamında çeşitli belge ve sertifikalar talep edilmektedir. Özellikle AB dışındaki ülkelerden yapılan ithalatta bitki sağlığı kontrolleri büyük önem taşımaktadır.

Başlıca zorunlu belgeler aşağıda yer almaktadır:

Fatura, Paketleme Listesi, Konşimento / Taşıma Belgesi (Bill of Lading / Air Waybill / CMR), Menşe Şahadetnamesi (Certificate of Origin), Gümrük Beyannamesi (Customs Declaration), EORI Numarası (Economic Operators Registration and Identification Number), CHED-PP Belgesi (Common Health Entry Document for Plants and Plant Products), TRACES NT Kaydı, Kalite ve Uygunluk Belgeleri, Kalıntı Analiz Raporları ve Gıda Güvenliği Belgeleri (Özellikle büyük ithalatçılar ve perakende zincirleri tarafından pestisit kalıntı limitlerine ilişkin analiz raporları ve laboratuvar test sonuçları istenebilmektedir.)

Bitki Sağlık Sertifikası (Phytosanitary Certificate): Finlandiya’ya AB dışından gönderilen taze meyve ve sebze ürünleri için temel zorunlu belgelerden biridir. Sertifika, ürünün zararlı organizmalardan arındırılmış olduğunu ve AB bitki sağlığı kurallarına uygunluğunu göstermektedir. Sertifika, ihracatçı ülkenin yetkili resmi otoritesi tarafından düzenlenmektedir. Finlandiya Gıda Otoritesi (Ruokavirasto) tarafından yayımlanan resmi düzenlemelerde, Bitki Sağlığı Sertifikası taze meyve ve sebzeler, böğürtlenler, kök sebzeler ve yeşillikler için istenmektedir. Bazı meyveler bitki sağlığı sertifikası gerektirmediği için istisna teşkil eder: ananas, muz, durian, hindistan cevizi ve hurma gibi. Diğer yandan kurutulmuş, dondurulmuş, konserve edilmiş veya başka şekilde işlenmiş bitkisel gıdalar için bitki sağlığı sertifikası istenmemektedir.

Finlandiya’da ithal yaş meyve ve sebze ürünleri, gerekli görülmesi halinde sınır kontrol noktalarında fiziksel kontrole tabi tutulabilmektedir. Finlandiya Gıda Otoritesi’nin resmi açıklamalarına göre özellikle bitki sağlığı, pestisit kalıntıları, etiketleme ve ürün uygunluğu alanlarında denetimler uygulanmaktadır.

4.4 Sektörde sevk öncesi inceleme zorunluluğu

Finlandiya (AB) yaş meyve ve sebze ithalatında sevkiyat öncesi özel bir “ticari gözetim (pre-shipment inspection)” zorunluluğu genel bir kural olarak uygulanmamaktadır. Bunun yerine sistem, AB sınırlarında zorunlu resmi bitki sağlığı kontrolleri ve uygunluk denetimleri üzerine kuruludur.

AB mevzuatına göre, üçüncü ülkelerden (Türkiye dahil) gelen taze meyve ve sebze ürünleri için temel kontrol mekanizması; varış noktasında yapılan belge, kimlik ve fiziksel bitki sağlığı kontrolleridir. Bu kontroller, ürünün AB bitki sağlığı kurallarına uygunluğunu doğrulamak amacıyla yetkili kamu otoriteleri tarafından yapılmaktadır.

4.5 Sektördeki Önemli Fuarlar ve tarihleri

Finlandiya’da yaş meyve ve sebze sektörüne yönelik özel ihtisas fuarları sınırlı olup sektör ağırlıklı olarak Helsinki Messukeskus ve Tampere merkezli genel gıda, organik ürün ve tarım fuarları üzerinden temsil edilmektedir. Türkiye’nin katılımı çoğunlukla bireysel veya proje bazlı olup düzenli ve sürekli bir milli katılım yapısı bulunmamaktadır.

- Food Industry Expo (Tampere) 2 yılda bir düzenlenir- 9-10 Eylül 2026
- Local & Organic Food Fair (Helsinki Messukeskus)- 18-21 Mart 2027
- Matka Nordic Travel Fair + Food Segment (Helsinki)- 21-24 Ocak 2027
- Wine & Food Fair (Helsinki Messukeskus) -22-25 Ekim 2026

4.6 Sektör firmalarına hitap eden ve gerçekleştirilmesi planlanan ticaret heyetleri

2026 yılı için bir sektörel ticaret heyet programı bilgisi bulunmamaktadır.

4.7 Sektörde İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler

Finlandiya’da kamu kurumlarının ilgili alımları merkezi dijital platformlar üzerinden ilan edilmekte ve yürütülmektedir. Finlandiya'nın resmî kamu ihale portalı olan HILMA (www.hankintailmoitukset.fi), tüm kamu kurumlarının ihale ilanlarını yayımladığı ana platformdur. HILMA üzerinden anahtar kelimelerle arama yapılabilmekte ve platform İngilizce dil seçeneği de sunmaktadır.

Devletin merkezi satın alma birimi olan Hansel Oy (www.hansel.fi), kamu kurumları için çerçeve anlaşmalar yoluyla tedarik yapmaktadır ve gıda ürünleri de bu kapsama girmektedir.

Bunun yanında Finlandiya Savunma Kuvvetleri de kendi iç tedarik sistemi kapsamında gıda alımlarına yönelik ihaleler düzenlemekte ve bu ihaleler çoğunlukla Hilma platformu üzerinden duyurulmaktadır. Ayrıca Helsinki, Espoo, Tampere ve Turku gibi büyük belediyeler kendi sorumluluk alanlarındaki okul, hastane ve yaşlı bakım merkezleri için gıda tedarik ihaleleri açmaktadır.

Finlandiya'nın en büyük sağlık hizmetleri organizasyonu olan HUS Group da hastaneler için yemek hizmetleri ve gıda tedariki kapsamında düzenli alımlar gerçekleştirmektedir. Cezaevleri ve eğitim kurumları gibi kamu yapıları da belirli periyotlarla gıda tedarik ihaleleri açabilmektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde Finlandiya'da yaş meyve ve sebze sektörü için kamu alımları merkezi bir sistem üzerinden yürütölmekte olup, tüm ihaleler Hilma platformunda toplanmaktadır.

4.8 Finlandiya'nın STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları Hakkında Bilgi

Finlandiya, Avrupa Birliği (AB) üyesi olması nedeniyle kendi başına bağımsız bir serbest ticaret anlaşması (STA) yürütmemekte, ticaret politikalarını AB'nin Ortak Ticaret Politikası çerçevesinde uygulamaktadır. Bu kapsamda Finlandiya'nın üçüncü ölkelerle olan tüm STA ve tercihli ticaret düzenlemeleri Avrupa Birliği tarafından müzakere edilmekte ve yürürlüğe konulmaktadır. Türkiye ile Finlandiya arasında doğrudan ikili bir serbest ticaret anlaşması yoktur. Türkiye ile AB arasında Gümrük Birliği (1995'ten beri) mevcuttur. Ancak yaş meyve ve sebze gibi taze tarım ürünleri, Gümrük Birliği kapsamı dışında kalmakta ve 1/98 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı ile tarım ürünlerinde karşılıklı tavizler ve tercihli rejim öngörölmüştür. Ancak 1/98 OKK kapsamında bazı ürün gruplarında, tarife indirimleri, tarife kotaları (TRQ), sezonluk vergi avantajları, belirli ürünlerde gümrük vergisi muafiyeti uygulanabilmektedir. Bu avantajlar ürüne, sezona ve HS koduna göre değişmekte ve tüm meyve,sebze grubuna doğrudan uygulanmamaktadır.

4.9 Tercihli Tarifeden Yararlanmak İçin Gereken Belgeler

Tercihli tarifeden yararlanılabilmesi için en temel belge, ürünün menşeyini kanıtlayan menşe ispat belgeleridir. Bu belgeler sayesinde ürünün ilgili serbest ticaret anlaşması kapsamında olduğu ve tercihli vergi oranlarına tabi tutulabileceği gümrük idareleri tarafından kabul edilmektedir.

EUR.1 Dolaşım Sertifikası: AB ile serbest ticaret anlaşması bulunan ölkeler arasında tercihli vergi uygulamalarından yararlanmak için kullanılan temel belgedir. İhracatçı ölkede gümrük otoritesi tarafından düzenlenir ve ürünün menşeyini resmi olarak kanıtlar.

Fatura Beyanı (Invoice Declaration): Belirli koşullar altında EUR.1 yerine kullanılabilen, ihracatçının faturası üzerine yaptığı menşe beyanıdır. Yetkilendirilmiş ihracatçılar tarafından düzenlenebilir.

Menşe Şahadetnamesi (Certificate of Origin): Ürünün üretildiği ölkeyi gösteren belgedir. Tercihli tarife uygulanmayan durumlarda dahi genel gümrük işlemlerinde talep edilebilir.

Yetkilendirilmiş İhracatçı Statüsü (Authorized Exporter Status): Sık ihracat yapan firmalara verilen bir statüdür. Bu statüye sahip firmalar EUR.1 belgesi yerine doğrudan fatura beyanı kullanarak tercihli tarifeden yararlanabilir.

Tedarikçi Beyanı (Supplier's Declaration): Ürünün menşeye kurallarına uygunluğunu destekleyen ve üretim zincirini belgeleyen ek dokümandır. Özellikle karma üretim süreçlerinde kullanılmaktadır.

4.10 Sektörde Standartlar

Finlandiya yaş meyve ve sebze sektöründe uygulanan standartlar, Avrupa Birliği mevzuatı çerçevesinde belirlenmekte olup gıda güvenliği, izlenebilirlik, kalite sınıflandırması ve sürdürülebilir üretim kriterleri üzerine kuruludur. Finlandiya, AB'nin en sıkı denetim uygulayan ülkelerinden biri olduğundan, ithal edilen tüm taze ürünlerde yüksek uyum seviyesi beklenmektedir.

Sektörde öncelikli olarak Genel Gıda Hukuku (EC 178/2002) kapsamında izlenebilirlik zorunluluğu bulunmaktadır. Bu kapsamda ürünlerin üretimden nihai tüketiciye kadar tüm aşamalarda takip edilebilir olması gerekmektedir. Ayrıca gıda güvenliği risklerinin önlenmesi ve geri çağırma süreçlerinin hızlı yürütülmesi temel standartlar arasında yer almaktadır.

Yaş meyve ve sebze ticaretinde kalite standartları büyük ölçüde AB Pazarlama Standartları (EU Marketing Standards) ile düzenlenmektedir. Bu standartlar ürünlerin sınıflandırılması (Extra Class, Class I, Class II), boyut, renk, tazelik ve fiziksel görünüm kriterlerini kapsamaktadır. Taze ürünlerin hasarsız, temiz ve tüketim için uygun kalitede olması zorunludur.

Bunun yanında Finlandiya pazarında faaliyet gösteren büyük perakende zincirleri, AB standartlarına ek olarak daha sıkı özel standartlar uygulayabilmektedir. Özellikle S Group, Kesko ve Lidl Finlandiya gibi büyük alıcılar; pestisit kalıntı limitleri, ambalajlama, sürdürülebilir üretim ve karbon ayak izi gibi ek kriterler talep edebilmektedir.

Sektörde ayrıca GLOBALG.A.P. sertifikası yaygın olarak kabul görmekte olup, iyi tarım uygulamalarının belgelendirilmesi açısından temel standartlardan biri olarak değerlendirilmektedir. Organik ürünler için ise AB Organik Ürün Sertifikasyonu (EU Organic Regulation 2018/848) zorunlu olup, "Euro Leaf" logosu taşıyan ürünler pazarda önemli bir rekabet avantajına sahiptir.

Finlandiya'da gıda güvenliği denetimleri Finnish Food Authority (Ruokavirasto) tarafından yürütülmekte olup, ithal ürünler sınır kontrol noktalarında belge kontrolü, kimlik kontrolü ve fiziksel muayeneye tabi tutulmaktadır. Pestisit kalıntı limitleri ise AB düzeyinde belirlenen Maximum Residue Levels (MRL) çerçevesinde sıkı şekilde uygulanmaktadır.

Ambalajlama standartları da çevresel sürdürülebilirlik odaklıdır. Geri dönüştürülebilir malzeme kullanımı, plastik kullanımının azaltılması ve ürün etiketlerinde izlenebilirlik bilgilerinin açık şekilde yer alması beklenmektedir. Finlandiya'da tüketicilerin çevre bilincinin yüksek olması nedeniyle sürdürülebilir üretim standartlarına uyum, pazara girişte önemli bir rekabet faktörü oluşturmaktadır.

4.11 Sektörde Etiketleme

Finlandiya yaş meyve ve sebze sektöründe etiketleme kuralları Avrupa Birliği mevzuatı çerçevesinde düzenlenmekte olup, tüketicinin doğru bilgilendirilmesi, ürün izlenebilirliği ve gıda güvenliği esas alınmaktadır. Bu kapsamda taze meyve ve sebze ürünlerinde etiketleme hem yasal zorunluluklar hem de perakende zincirlerinin ek talepleri doğrultusunda uygulanmaktadır.

AB'ye göre yaş meyve ve sebze ürünlerinde etiketleme zorunlulukları EU Marketing Standards (AB Pazarlama Standartları) kapsamında belirlenmektedir.

Taze meyve ve sebze ürünlerinde doğrudan tüketiciye sunulan paketli ürünlerde ise AB Gıda Bilgilendirme Tüzüğü (EU 1169/2011) kapsamında daha detaylı etiketleme zorunlulukları geçerli olabilir. Bu kapsamda özellikle önceden paketlenmiş veya işlenmiş taze ürünlerde alerjen bilgisi, saklama koşulları ve tüketim talimatları gibi bilgiler de yer alabilmektedir.

Finlandiya'da etiketleme dili uygulamada genellikle Fince ve İsveççe olmakla birlikte, ithal taze meyve ve sebze ürünlerinde çoğu zaman uluslararası ticaret dili olan İngilizce de kabul edilmektedir. Ancak perakende satışa sunulan ürünlerde yerel dil gereklilikleri önem arz edebilmektedir.

Ayrıca izlenebilirlik sistemi kapsamında ürünlerin üretimden tüketiciye kadar takip edilebilmesi zorunludur. Bu nedenle lot numarası, üretici kodu ve sevkiyat bilgileri gıda güvenliği açısından kritik etiketleme unsurlarıdır.

4.12 Sektörde Ambalajlama

Finlandiya yaş meyve ve sebze sektöründe ambalajlama standartları, Avrupa Birliği düzenlemeleri, çevresel sürdürülebilirlik politikaları ve perakende zincirlerinin özel gereklilikleri doğrultusunda şekillenmektedir. Ambalajlama uygulamaları yalnızca ürünün korunmasını değil, aynı zamanda izlenebilirlik, lojistik verimlilik ve çevresel etki azaltımı hedeflerini de kapsamaktadır.

AB mevzuatı çerçevesinde ambalajlama, gıda güvenliği ve hijyen kurallarına uygun olmalı, ürünün tazeliğini ve fiziksel bütünlüğünü koruyacak şekilde tasarlanmalıdır.

Finlandiya pazarında özellikle çevresel sürdürülebilirlik büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle geri dönüştürülebilir, biyobozunur veya yeniden kullanılabilir ambalaj malzemeleri öncelikli olarak tercih edilmektedir.

4.13 Lojistik

Finlandiya yaş meyve ve sebze sektöründe lojistik süreçler, ürünlerin kısa raf ömrüne sahip olması nedeniyle kritik bir öneme sahiptir. İhracatta temel hedef; ürünlerin tazeliğini

koruyarak mümkün olan en kısa sürede ve kontrollü sıcaklık zinciri içerisinde pazara ulaştırılmasıdır. Bu nedenle lojistik planlaması hem taşıma süresi hem de taşıma modu açısından stratejik olarak yönetilmektedir.

Türkiye'den Finlandiya'ya yaş meyve ve sebze ihracatında en yaygın kullanılan taşıma modları karayolu + denizyolu kombine taşımacılık (intermodal taşımacılık) ve hava kargo taşımacılığıdır. Karayolu taşımacılığı genellikle Avrupa üzerinden Finlandiya'ya ulaşan tır hatları ile gerçekleştirilmekte, özellikle Baltık ülkeleri ve İsveç üzerinden bağlantılar kullanılmaktadır. Bu güzergâh, maliyet açısından daha avantajlı olmakla birlikte teslimat süresi daha uzundur.

Denizyolu taşımacılığı ise özellikle konteyner bazlı sevkiyatlarda tercih edilmektedir. Türkiye'den çıkan yükler genellikle Trieste, Hamburg veya Rotterdam gibi büyük Avrupa limanlarına ulaştırıldıktan sonra buradan Finlandiya'ya Ro-Ro veya feeder hatları ile taşınmaktadır. Finlandiya'nın başlıca limanları olan Helsinki, Turku ve Kotka, yaş meyve ve sebze ithalatında önemli giriş noktalarıdır.

Hava kargo taşımacılığı ise özellikle yüksek değerli, hassas ve kısa raf ömrüne sahip ürünlerde tercih edilmektedir. Helsinki-Vantaa Havalimanı, Finlandiya'nın ana hava kargo merkezi olup hızlı dağıtım imkânı sunmaktadır. Bu yöntem, maliyetli olmasına rağmen teslimat süresinin çok kısa olması nedeniyle premium ürün segmentinde kullanılmaktadır.

4.14 Dağıtım Kanalları

Finlandiya yaş meyve ve sebze sektöründe dağıtım kanalları oldukça organize ve merkezi bir yapıya sahiptir. Pazarın büyük bölümü sınırlı sayıda güçlü perakende zinciri tarafından kontrol edilmekte olup, ithal ürünler genellikle bu yapı üzerinden tüketiciye ulaşmaktadır. Dağıtım sistemi, ithalatçılar, toptancılar, lojistik merkezleri ve perakende satış noktaları arasında entegre bir zincir şeklinde işlemektedir.

En önemli dağıtım kanalı, ülke genelinde yaygın mağaza ağına sahip büyük perakende zincirleridir. S Group ve Kesko, Finlandiya gıda perakende pazarının büyük kısmını kontrol etmekte olup yaş meyve ve sebze ürünlerinin nihai satışında belirleyici rol oynamaktadır. Lidl Finlandiya da özellikle fiyat odaklı segmentte önemli bir dağıtım kanalıdır. Bu zincirler, ürünleri merkezi dağıtım depoları üzerinden ülke genelindeki mağazalara ulaştırmaktadır.

İkinci önemli kanal ithalatçı ve toptancı firmalardır. Bu firmalar ürünleri doğrudan üretici ülkelerden temin ederek Finlandiya'daki perakende zincirlerine, Horeca (otel, restoran, catering) sektörüne ve küçük satış noktalarına dağıtmaktadır. İthalatçılar aynı zamanda kalite kontrol, depolama ve yeniden paketleme süreçlerinde de aktif rol oynamaktadır.

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

E-ticaret, Finlandiya’da hızla büyüyen bir dağıtım kanalıdır. Özellikle genç tüketiciler ve teknolojiye yatkın kesimler için internet üzerinden satış yapmak, büyük bir pazar payına sahiptir.

4.15.1 Ülkedeki Pazaryerleri

Finlandiya’da e-ticaret pazaryeri yapısı, özellikle yaş meyve ve sebze gibi hızlı tüketim ürünlerinde klasik “çok satıcılı açık marketplace” modelinden ziyade, perakende zincirlerinin kendi kapalı ekosistemleri ve online market platformları üzerinden şekillenmektedir. Bu nedenle gıda ürünlerinde Amazon benzeri açık pazaryerlerinden çok, büyük perakendecilerin dijital satış kanalları ve teslimat platformları öne çıkmaktadır.

Yaş meyve ve sebze sektöründe dijital satışların büyük kısmı Kesko ve S Group’un online market platformları ile Wolt ve Foodora gibi hızlı teslimat sistemleri üzerinden gerçekleşmektedir.

4.15.2 Özel Günler

Yıl, 1 Ocak'taki Yılbaşı ile başlar ve bunu 6 Ocak'taki Epifani (Loppiainen) izler; bu gün, Noel tatilinin sonunu simgeler ve resmi tatildir.

Paskalya, baharın gelişini müjdelere ve özellikle çocuklar, Paskalya öncesi "küçük cadılar" kılığında evleri dolaşarak geleneksel bir şeker toplama etkinliğine katılır. Nisan ayında kutlanan Paskalya kapsamında Kutsal Cuma (Pitkäperjantai) ve Paskalya Pazartesi 2 gün resmi tatildir.

1 Mayıs (Vappu), resmi tatil olup, hem işçi bayramı hem de öğrencilerin baharı kutladığı bir gündür.

Paskalya sonrası 40.gün İsa Peygamberin göğe yükseliş günü olarak anılır. Mayıs ayının son günlerine denk gelir ve resmi tatildir.

Yaz ortasında kutlanan Juhannus (Yaz Gündönümü), Fin kültürünün en önemli bayramlarından biridir; göl kenarlarında ateşler yakılır, saunalar ısıtılır ve doğayla iç içe zaman geçirilir. Haziran’ın 3. Cumartesisine en yakın Cuma günü başlar ve resmi tatildir.

Resmi tatil olan 6 Aralık, Bağımsızlık Günü, Finlandiya’nın 1917’de Rusya’dan ayrılıp bağımsızlığını kazanmasının anısına resmi bir devlet töreniyle kutlanır.

Noel (Joulu), Fin halkı için yılın en özel dönemlerinden biridir; 24-25-26 Aralık dönemlerinde kutlanır ve resmi tatildir.

Ayrıca 1 Kasım Azizler Günü (Pyhäinpäivä) olarak kutlanır ve resmi tatildir.

4.15.3 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Finlandiya’da sosyal medya kullanımı oldukça yüksek olup, özellikle dijital reklamcılık, marka bilinirliği ve tüketici davranışlarını etkileme açısından önemli bir kanal olarak öne çıkmaktadır. Yaş meyve ve sebze sektörü açısından sosyal medya platformları doğrudan

satıştan ziyade tüketici bilgilendirme, marka konumlandırma ve ürün farkındalığı yaratma amacıyla kullanılmaktadır.

Finlandiya'da en yaygın kullanılan sosyal medya platformlarının başında Youtube, Tiktok, LinkedIn, Twitter, Facebook ve Instagram gelmektedir.

4.15.4 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

Finlandiya, Avrupa Birliği üyesi olduğu için AB ülkelerinden gelen ürünlerde gümrük vergisi uygulanmaz. KDV (ALV / VAT) geçerlidir; alıcıya veya satıcıya göre farklı şekillerde hesaplanır. Bireysel tüketicilere satışlarda genellikle alıcının bulunduğu ülkenin KDV oranı uygulanır; Finlandiya'da bu oran standart olarak %25,5'tur. AB içi satışlarda, KDV beyanları One Stop Shop (OSS) sistemi üzerinden kolaylaştırılmış şekilde yapılabilir. AB dışından, yani üçüncü ülkelerden (Türkiye gibi) Finlandiya'ya yapılan e-ticaret gönderilerinde ise bazı vergi ve gümrük kuralları geçerlidir. 150 Euro'nun altındaki ürünlerde gümrük vergisi alınmazken, yine de KDV ödenmesi zorunludur. 150 Euro'nun üzerindeki ürünlerde ise hem gümrük vergisi hem de KDV tahsil edilir. Bu noktada ürün türüne göre değişen gümrük tarifeleri geçerlidir.

2021 itibariyle Avrupa Birliği, 0 Euro değerindeki ürünler dahil olmak üzere tüm ithal mallarda KDV zorunluluğu getirmiştir. Satıcılar isterlerse Import One Stop Shop (IOSS) sistemine kayıt olarak bu KDV'yi satış fiyatına dahil edebilir ve alıcıya ek vergi yükü çıkmadan ürün teslimi sağlanabilir. IOSS sistemi kullanılmadığında ise ürün Finlandiya'ya ulaştığında alıcı, KDV ve varsa diğer vergileri ödeyerek gümrük işlemlerini tamamlamak zorundadır. Bunun dışında, bireyler arasında gönderilen ve ticari olmayan hediyelik eşyalar için 45 Euro'ya kadar olan ürünlerde hem gümrük hem de KDV muafiyeti uygulanabilir. Ayrıca numuneler, araştırma amaçlı ürünler ve bazı özel kategoriler, gerekli belgelerle muafiyet kapsamına alınabilir. E-ticaret şirketleri için Finlandiya'da ithalat işlemleri elektronik ortamda gerçekleştirilir ve şirketlerin EORI numarasına sahip olmaları zorunludur. Ürünlerin sınıflandırması ve vergilendirilmesi için TARIC kodları kullanılır.

4.15.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

Finlandiya'da e-ticaret faaliyetleri, hem Avrupa Birliği düzenlemeleri hem de ülkeye özgü yasalarla düzenlenmiştir.

Dijital Hizmetler Yasası (Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta, 306/2019): Bu yasa, Avrupa Birliği'nin Web Erişilebilirlik Direktifi'ni (WAD) Finlandiya hukukuna entegre etmiştir. Bu yasa uyarınca, e-ticaret siteleri engelli bireyler için erişilebilir olmak zorundadır.

Erişilebilirlik Yönetmelikleri (Valtioneuvoston asetukset 179/2023 ve 180/2023): Bu hükümet kararnamele, Avrupa Erişilebilirlik Yasası'nın (EAA) Finlandiya'daki uygulamasını detaylandırmaktadır. Özellikle özel sektör dijital hizmet sağlayıcıları için

erişilebilirlik standartlarını belirlemekte ve EN 301 549 standardına uyumu zorunlu kılmaktadır.

E-Fatura Yasası (Laki sähköisestä laskutuksesta, 241/2019): 1 Nisan 2020'den itibaren, Finlandiya'da kamu sektörüne yapılan tüm işlerde e-fatura kullanımı zorunlu hale getirilmiştir. Ayrıca, yıllık cirosu 10.000 Euro'yu aşan işletmeler, tedarikçilerinden e-fatura talep etme hakkına sahiptir. Bu düzenleme, Avrupa Birliği'nin e-Fatura Direktifi (2014/55/EU) ile uyumludur.

Avrupa Birliği'nin e-ticaret KDV reformu kapsamında, AB dışından yapılan B2C satışlarda Import One Stop Shop (IOSS) sistemi kullanılmaktadır. Bu sistem, satıcıların KDV'yi alıcı ülkeye göre hesaplamasını ve raporlamasını kolaylaştırmaktadır.

Ayrıca Tüketicilerin Korunması Yasası (Kuluttajansuojalaki, 38/1978) çerçevesinde, çevrimiçi mağazalar; satıcı bilgileri, fiyatlandırma, iade koşulları gibi konularda tüketicilere açık bilgi sunmakla yükümlüdür. Elektronik İletişim Hizmetleri Yasası (Tietoyhteiskuntakaari, 917/2014) uyarınca, dijital pazarlama faaliyetlerinde gönderenin kimliği ve iletiyi reddetme seçeneği mutlaka belirtilmelidir.

4.15.6 E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri

Finlandiya'da e-ticarete yönelik lojistik hizmetleri oldukça gelişmiştir ve hem yerel hem de uluslararası pazarlara hitap eden işletmeler için çeşitli çözümler sunulmaktadır. Sipariş karşılama (fulfillment), depolama, paketleme, hızlı kargo ve teslimat gibi hizmetler farklı ölçeklerdeki e-ticaret firmalarına uygun olarak sağlanmaktadır.

Özellikle Helsinki merkezli eShop.fi (<https://www.eshop.fi/en/>) ve 3Plogistiikka (<https://www.3pl.fi/en/logistiikkapalvelut>), depo yönetimi ve sipariş işleme konularında uzmanlaşarak, siparişleri aynı gün içinde işleyip müşterilere hızlı teslimat yapmaktadır.

Waredock (<https://www.waredock.com/>) ve Colligx Oy (<https://www.colligx.fi/en/>) gibi firmalar da Shopify, WooCommerce gibi platformlarla entegre çalışan sistemleriyle sipariş süreçlerini otomatikleştirerek verimliliği artırmaya çalışmaktadır. Hızlı teslimat tarafında ise HRX (<https://www.hrx.fi/en/>), PostNord (<https://www.postnord.fi/en/>), FedEx (<https://www.fedex.com/en-fi/home.html>) ve GLS Finland (<https://gls-group.com/FI/en/home/>), hem yurt içi hem Avrupa içi gönderimlerde hızlı ve izlenebilir teslimat seçenekleri sunmaktadır.

Bu firmalar, esnek teslimat noktaları, kullanıcı dostu takip sistemleri ve API entegrasyonları sayesinde, Finlandiya'da faaliyet gösteren e-ticaret işletmelerinin müşteri memnuniyetini artırmalarına katkı sağlamaktadır. Özellikle fulfillment hizmetlerinin yaygınlaşması, küçük ve orta ölçekli firmaların lojistik yükünü hafifletmekte ve pazara girişlerini kolaylaştırmaktadır.

4.16 Tanıtım ve Pazarlama

Finlandiya yaş meyve ve sebze sektöründe tanıtım ve pazarlama faaliyetleri, yüksek bilinç düzeyine sahip tüketici yapısı, güçlü perakende zincirleri ve sürdürülebilirlik odaklı satın alma davranışları çerçevesinde şekillenmektedir. Pazarda başarı sağlanabilmesi için yalnızca fiyat rekabeti yeterli olmayıp, kalite, güvenilirlik, izlenebilirlik ve çevresel sürdürülebilirlik unsurlarının birlikte sunulması gerekmektedir.

Tanıtım faaliyetlerinde en önemli kanal büyük perakende zincirleridir. S Group, Kesko ve Lidl Finlandiya gibi firmalar ürünlerin doğrudan tüketiciye ulaşmasında belirleyici rol oynamakta olup, bu zincirlerin satın alma kriterlerine uygun ürünlerin pazara girişi daha hızlı gerçekleşmektedir. Bu nedenle pazarlama stratejilerinin B2B (business-to-business) odaklı olması ve perakende satın alma birimlerini hedeflemesi büyük önem taşımaktadır.

Finlandiya'da tüketiciye yönelik pazarlama faaliyetlerinde dijital kanallar ön plana çıkmaktadır. Sosyal medya platformları, özellikle Instagram, Facebook ve YouTube üzerinden yürütülen görsel ve içerik odaklı kampanyalar, taze ürün algısının güçlendirilmesinde etkili olmaktadır. Sağlıklı yaşam, organik beslenme ve sürdürülebilir üretim temaları tüketici nezdinde güçlü karşılık bulmaktadır.

4.17 Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

Finlandiya yaş meyve ve sebze pazarında tüketici ve alıcı tercihleri; yüksek yaşam standardı, sağlık bilincinin gelişmiş olması ve çevresel sürdürülebilirlik duyarlılığı nedeniyle oldukça belirgin ve seçicidir. Pazar yapısı büyük ölçüde organize perakende zincirleri tarafından yönlendirildiği için tüketici talepleri aynı zamanda güçlü alıcı (buyer) kriterlerine de doğrudan yansımaktadır.

Finlandiyalı tüketicilerde en önemli eğilimlerden biri sağlıklı beslenme ve taze ürün tüketimidir. Bu nedenle yaş meyve ve sebze ürünlerinde tazelik, doğal üretim ve katkısız içerik temel tercih kriterleri arasında yer almaktadır. Tüketiciler özellikle vitamin değeri yüksek, sezonluk ve fonksiyonel gıda niteliği taşıyan ürünlere yönelmektedir.

Bunun yanında sürdürülebilirlik ve çevre dostu üretim güçlü bir tüketici trendi olarak öne çıkmaktadır. Ürünlerin karbon ayak izi, üretim yöntemleri, su kullanımı ve ambalajlama özellikleri tüketici kararlarını doğrudan etkileyebilmektedir. Organik sertifikalı ürünler (EU Organic), iyi tarım uygulamalarına sahip ürünler ve izlenebilirliği yüksek tedarik zincirleri daha fazla tercih edilmektedir.

Finlandiya pazarında bir diğer önemli trend premium ve kaliteli ürün segmentine yönelimdir. Tüketiciler fiyat hassasiyetine sahip olmakla birlikte, kalite algısı yüksek ürünler için daha yüksek fiyat ödemeye isteklidir. Özellikle büyük şehirlerde (Helsinki, Espoo, Tampere) egzotik meyveler, özel çeşitler ve hazır tüketime uygun paketlenmiş ürünlere talep artmaktadır.

Alıcı tarafında ise perakende zincirleri, istikrarlı tedarik, uzun vadeli iş birliği ve standart ürün kalitesi talep etmektedir. Büyük perakendeciler tedarikçilerden yıl boyunca kesintisiz ürün arzı, standart boyut ve kalite, düşük fire oranı ve güçlü lojistik performans beklemektedir.

Son yıllarda öne çıkan bir diğer trend hazır tüketime uygun (ready-to-eat / ready-to-use) ürünlerdir. Önceden yıkanmış, paketlenmiş, dilimlenmiş veya karışık meyve-sebze paketleri özellikle şehirli tüketiciler tarafından tercih edilmektedir. Bu durum katma değerli ürün segmentinin büyümesine yol açmaktadır.

4.18 Sektörde Vergiler

Finlandiya yaş meyve ve sebze sektöründe uygulanan vergi sistemi, Avrupa Birliği ortak ticaret politikası çerçevesinde şekillenmekte olup, vergilendirme yapısı ürünün menşei, GTİP/HS kodu ve ticaret anlaşması statüsüne göre değişiklik göstermektedir.

Öncelikle AB dışından (Türkiye dahil) yapılan ithalatlarda gümrük vergisi temel vergi unsurudur. Yaş meyve ve sebze ürünlerinde gümrük vergisi oranları ürün bazında değişmekte olup bazı ürünlerde düşük oranlar uygulanırken, bazı hassas tarım ürünlerinde daha yüksek oranlar söz konusu olabilmektedir. Ayrıca mevsimsel koruma mekanizmaları ve tarife kotaları (TRQ) da belirli ürünlerde devreye girebilmektedir.

Bunun yanında Finlandiya’da tüm ürünler için geçerli olan Katma Değer Vergisi (KDV / VAT) uygulanmaktadır. Gıda ürünlerinde Finlandiya’da KDV oranı genel olarak indirimli oranda uygulanmakta olup, yaş meyve ve sebze gibi temel gıda ürünleri bu indirimli oran kapsamında değerlendirilmektedir. (Finlandiya’da gıda KDV oranı genellikle %13,5 seviyesindedir.)

Özel Tüketim Vergisi (ÖTV) ise yaş meyve ve sebze ürünleri için uygulanmamaktadır. ÖTV daha çok alkollü içecekler, tütün ürünleri ve enerji ürünleri gibi özel tüketim kalemlerine yönelik bir vergidir.

İlave gümrük vergisi (IGV) uygulamaları Finlandiya özelinde bulunmamakta, ancak AB’nin ortak dış ticaret politikası kapsamında bazı ülkeler için ek koruma önlemleri alınabilmektedir. Yaş meyve ve sebze sektöründe IGV uygulamaları genellikle nadir olup, daha çok ticaret politikası savunma araçları kapsamında değerlendirilmektedir.

Anti-damping vergileri ise AB Komisyonu tarafından belirli ürün gruplarında, belirli ülkelerden yapılan ithalatın haksız fiyat rekabeti oluşturması durumunda uygulanabilmektedir. Yaş meyve ve sebze sektöründe anti-damping önlemleri sınırlı olmakla birlikte, belirli işlenmiş gıda veya tarım ürünlerinde dönemsel olarak gündeme gelebilmektedir.

Ayrıca bazı durumlarda korunma önlemleri (safeguard measures) ve tarife kotaları (TRQ) da devreye girebilmektedir. Bu uygulamalar özellikle belirli mevsimlerde AB iç üreticilerini korumak amacıyla kullanılmaktadır.

4.19 Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller

En önemli tarife dışı engellerin başında gıda güvenliği ve pestisit kalıntı limitleri (Maximum Residue Levels – MRL) gelmektedir. Avrupa Birliği, bu konuda dünyanın en sıkı standartlarını uygulayan bölgelerden biridir.

Bir diğer önemli engel izlenebilirlik (traceability) zorunluluğudur. AB Gıda Genel Yönetmeliği (EC 178/2002) kapsamında ürünlerin üretimden perakendeye kadar tüm aşamalarının kayıt altına alınması gerekmektedir. Bu sistemin eksik veya hatalı olması durumunda ürünler piyasaya giriş yapamamaktadır.

Sertifikasyon gereklilikleri de önemli bir tarife dışı engel oluşturmaktadır. Özellikle organik ürünlerde AB Organik Sertifikası (EU Organic Regulation 2018/848) olmadan ürünlerin “organik” olarak pazarlanması mümkün değildir.

Finlandiya pazarında perakende zincirlerinin uyguladığı özel kalite ve teknik standartlar da önemli bir engel niteliğindedir. S Group, Kesko ve Lidl gibi büyük alıcılar; ürün boyutları, renk standardı, ambalajlama formatı, kalıntı limitleri ve sürdürülebilirlik kriterleri açısından AB standartlarının ötesinde ek gereklilikler talep edebilmektedir.

Ambalaj ve çevresel düzenlemeler de tarife dışı engeller arasında yer almaktadır. Tek kullanımlık plastiklerin azaltılması, geri dönüştürülebilir malzeme kullanımı ve çevresel etiketleme gereklilikleri ihracatçılar için uyum maliyetini artırmaktadır.

Son olarak, Finlandiya'nın yüksek organize perakende yapısı nedeniyle pazara giriş engelleri (market entry barriers) de önemli bir faktördür. Büyük perakende zincirleri ile uzun vadeli sözleşme ilişkisi kurmak ve düzenli tedarikçi olmak zorunluluğu, yeni ihracatçılar için pazara giriş sürecini zorlaştırabilmektedir.

5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

Finlandiya yaş meyve ve sebze pazarında tüketicilerin sağlıklı beslenme eğilimlerinin güçlenmesi, taze ürün tüketimine olan talebin artması ve ithal ürünlere duyulan ihtiyaç, Türk ihracatçıları açısından fırsat oluşturabilecektir. Özellikle Finlandiya'nın iklim koşulları nedeniyle birçok meyve ve sebze ürününde dışa bağımlı olması, yıl boyunca düzenli ithalat yapılmasını gerekli kılmaktadır.

Türk yaş meyve ve sebze sektörü; ürün çeşitliliği, üretim kapasitesi ve rekabetçi fiyat avantajı sayesinde Finlandiya pazarında büyüme potansiyeline sahiptir. Özellikle turuncğiller, üzüm,

nar, domates, biber ve taze meyve-sebze ürünlerinde Türkiye'nin AB pazarındaki güçlü konumu Finlandiya açısından da avantaj yaratabilir.

Finlandiyalı tüketicilerde son yıllarda organik ürün, sürdürülebilir üretim ve iyi tarım uygulamalarına sahip ürünlere yönelik talep artışı, sertifikalı Türk üreticileri için pazarda rekabet avantajı sağlayabilecektir.

E-ticaret ve online market kanallarının Finlandiya'da yaygınlaşması, ithal ürünlerin tüketiciye daha hızlı ulaşmasını kolaylaştırmakta ve niş ürünlerin pazara giriş imkanlarını artırmaktadır. Özellikle büyük perakende zincirlerinin online satış altyapılarını geliştirmesi, farklı ürün gruplarının görünürlüğünü artırmaktadır.

Türkiye ile Avrupa Birliği arasında yürürlükte bulunan Gümrük Birliği çerçevesi, birçok üründe ticareti kolaylaştırmakta ve Türk firmalarının AB pazarına entegrasyonunu desteklemektedir.

Perakende sektöründe tüketici eğilimleri; yerli üretim, sürdürülebilirlik, organik ürünler ve ürün menşeinin açık biçimde belirtilmesi yönünde gelişmektedir. Finlandiya'daki marketlerde yaş meyve ve sebzelerde menşe ülkesinin görünür şekilde belirtilmesi yaygın bir uygulamadır.

6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler

Finlandiya yaş meyve ve sebze pazarı; yüksek kalite standartları, yoğun perakende zinciri hakimiyeti ve tüketici beklentilerinin sürekli değişmesi nedeniyle ihracatçılar açısından çeşitli riskler barındırmaktadır. Pazarda özellikle iki büyük perakende grubunun (S Group ve Kesko) hakim konumda olması, tedarikçiler üzerinde güçlü fiyat baskısı yaratmakta ve pazara girişte rekabeti zorlaştırmaktadır. Finlandiya'daki perakende sektörünün yüksek derecede yoğunlaşmış yapısı nedeniyle ihracatçılar sınırlı sayıdaki büyük alıcıya bağımlı hale gelebilmektedir.

Bunun yanında Finlandiya ve AB mevzuatı kapsamında uygulanan sıkı kalite, izlenebilirlik, etiketleme ve sürdürülebilirlik kuralları ihracatçılar için önemli bir uyum maliyeti oluşturmaktadır. Özellikle menşe bilgisi, kalite sınıflandırması, ambalajlama ve ürün standardizasyonuna ilişkin düzenlemeler titizlikle denetlenmektedir. Ayrıca birçok zincir market, AB standartlarının da üzerinde kalıntı limiti ve sürdürülebilir üretim kriterleri talep edebilmektedir.

Finlandiyalı tüketicilerin çevre duyarlılığı yüksek olup; organik, sürdürülebilir, düşük karbon ayak izine sahip ve yerel/izlenebilir ürünlere yönelik talep artmaktadır. Bu durum fiyat odaklı rekabet eden ihracatçılar açısından dezavantaj yaratabilmektedir. Ayrıca özel markalı (private label) ürünlerin yaygınlığı nedeniyle fiyat baskısı artmakta, kâr marjları daralmaktadır.

Lojistik maliyetlerinin yüksek olması, Finlandiya'nın kuzey coğrafi konumu nedeniyle tedarik sürelerinin uzaması ve taze ürünlerde raf ömrü riskleri de sektör açısından önemli tehditler arasında yer almaktadır. Yaş meyve ve sebze ürünlerinde kalite kaybının hızlı gerçekleşmesi, soğuk zincir yönetimini kritik hale getirmektedir.

7. Sektörde İhracatın Artırılması için Öneriler

Finlandiya yaş meyve ve sebze pazarında ihracatın artırılabilmesi için Türk firmalarının kalite, sürdürülebilirlik, lojistik ve pazarlama alanlarında rekabet güçlerini geliştirmeleri önem taşımaktadır. Pazarda faaliyet gösteren büyük perakende zincirlerinin yüksek kalite ve izlenebilirlik beklentileri dikkate alınarak üretim süreçlerinin uluslararası standartlara uygun hale getirilmesi gerekmektedir. Finlandiya pazarında tüketicilerin çevre duyarlılığı yüksek olduğundan, çevre dostu ambalajlama, geri dönüştürülebilir malzeme kullanımı ve karbon ayak izi düşük lojistik çözümleri ön plana çıkarılmalıdır. Ürünlerin sürdürülebilirlik yönünün tanıtım materyallerinde vurgulanması marka değerini arttırabilecektir.

Pazarda fiyat rekabetinin yoğun olması nedeniyle firmaların yalnızca fiyat odaklı değil; kalite, süreklilik ve ürün çeşitliliği odaklı bir strateji benimsemeleri önem arz etmektedir. Özellikle organik ürünler, iyi tarım uygulamalarına sahip ürünler, premium segment taze meyve-sebze ürünleri ve hazır tüketim konseptine uygun paketli ürünlerde büyüme potansiyeli bulunmaktadır.

Finlandiya'daki büyük ithalatçılar ve perakende zincirleriyle doğrudan temas kurulması, sektörel fuarlara katılım sağlanması ve düzenli ticaret heyetleri organize edilmesi pazara giriş açısından faydalı olacaktır. Ayrıca Finlandiyalı alıcıların uzun vadeli ve güvenilir tedarik ilişkilerine önem verdiği dikkate alınarak teslimat sürekliliği ve ürün standardizasyonuna özel önem verilmelidir.

8. Yararlı Adresler ve Kaynakça

Finlandiya Tarım ve Orman Bakanlığı (Ministry of Agriculture and Forestry of Finland) <https://mmm.fi/en/food-and-agriculture>

Finlandiya Gıda Otoritesi (Finnish Food Authority) Ruokavirasto <https://www.ruokavirasto.fi/en/>

Finlandiya Gümrük İdaresi (Finnish Customs) (TULLI) <https://tulli.fi/en/businesses>

Finlandiya Vergi İdaresi- Finnish Tax Administration (VERO) <https://www.vero.fi/en/businesses-and-corporations/taxes-and-charges/vat/rates-of-vat/>

Business Finland <https://www.businessfinland.fi/en/>

Finlandiya Ticaret Odası- Merkez ve Doğu Avrupa Ülkeleri İş Derneği (Finland-Central and Eastern European Countries Business Association) <https://kauppayhdistys.fi/suomi-keskisen-itaeuroopan-maiden-kauppayhdistys/in-english/>

Finlandiya Doğal Kaynaklar Enstitüsü (Natural Resources Institute Finland) (LUKE) <https://www.luke.fi/en>

Finlandiya Gıda ve İçecek Sanayileri Federasyonu (Finnish Food and Drink Industries' Federation) (ETL) <https://www.etl.fi/en/frontpage/>

Finlandiya Gıda Perakendecileri ve Toptancıları Birliği- (The Finnish Grocery Trade Association) Päivittäistavarakauppa ry (PTY) <https://www.pty.fi/en/>

Avrupa Komisyonu Ticaret Anlaşmaları https://policy.trade.ec.europa.eu/eu-trade-relationships-country-and-region/countries-and-regions_en