



İRAN



TARIMSAL İLAÇ SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih : 21.05.2025

Raporu Hazırlayan: Urumiye Ticaret Ataşeliği

1. ÜLKE PAZARINDA TARIMSAL İLAÇ SEKTÖRÜ	8
İlgili Sektörde Üretim	8
Tarım İlaçları Sektörü Kapsamında Hedef Bölgeler/Şehirler	8
2. ÜLKENİN SEKTÖRDE DIŞ TİCARETİ	9
Tarımsal İlaç Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 ülke	9
Tarımsal İlaç Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 8 Ülke	9
Kaynak: İran İslam Cumhuriyeti Gümrük İdaresi.....	9
Tarımsal İlaç Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (9 ürün)	10
Tarımsal İlaç Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (3 ürün)	10
3. SEKTÖRDE ÜLKEMİZDEN İHRACAT (DEĞER VE MİKTAR)	11
Sektörde Ülkemizin İran'a İhracatı (1.000 \$).....	11
Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (Miktar kg)	11
4. SEKTÖRDE İHRACAT YOLUYLA PAZARA GİRİŞ	12
Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı	12
İlgili Oda/Birlik/Dernek/STK'lar ve İletişim Bilgileri	13
5. İTHALATÇI FİRMA BİLGİSİ ALINABİLECEK AÇIK KAYNAKLAR	13
İran'da tarımsal ilaç ithalatı alanında faaliyet gösteren bazı firmaların bilgileri:.....	13
6. SEKTÖR İTHALATINDA ZORUNLU BELGELER.....	14
Zorunlu Belgeler ve Belgeleri Düzenleyen Kurumlar:.....	14
Tarımsal İlaçlar ithalatında zorunlu belgeler:	14
7. SEKTÖRDE SEVK ÖNCESİ İNCELEME ZORUNLULUĞU.....	15
8. SEKTÖRDEKİ ÖNEMLİ FUARLAR	15
9. SEKTÖRDE STANDARTLAR	15

10. SEKTÖR FİRMALARINA HİTAP EDEN VE GERÇEKLEŞTİRİLMESİ PLANLANAN TİCARET HEYETLERİ	16
11. SEKTÖRDE AMBALAJLAMA	16
12. SEKTÖRDE ETİKETLEME	16
13. TERCİHLİ TARİFEDEN YARARLANMAK İÇİN GEREKEN BELGELER.....	17
14. LOJİSTİK (NAKLİYE SÜRESİ, EN FAZLA TERCİH EDİLEN TAŞIMA MODLARI, GÜZERGAHLAR V.B.)	17
Nakliye Süreleri:.....	17
Yaygın Taşıma Yöntemleri:	17
Taşıma Rotaları:	17
Lojistik Zorluklar:.....	17
15. E-TİCARET (SINIR ÖTESİ E-TİCARET/E-İHRACAT)	17
YEREL PAZAR PLATFORMLARI (İRAN):	17
Dijital Pazarlama Yöntemleri:	18
En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformlar	18
16. E-TİCARETTEKİ GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ	18
• Gümrük Vergileri: E-ticaret yoluyla yapılan ithalatlar gümrük vergileri ve ithalat vergilerine tabidir. Vergi oranları ürün türüne göre değişiklik gösterir.	18
• Gümrük Muafiyetleri: Düşük değerli ürünler (hediyeler ve ticari numuneler gibi) için sınırlı ve şartlı muafiyetler mevcut olabilir. Detaylı bilgi İran Gümrük İdaresi'nden temin edilmelidir.	18
• Katma Değer Vergisi (KDV): E-ticaret yoluyla ithal edilen ürünlere KDV uygulanır.	18
• Döviz Düzenlemeleri: İran'ın döviz kuralları ve transfer kısıtlamaları, sınır ötesi e-ticareti etkileyebilir. Uluslararası ödemeler ve döviz alımında zorluklar yaşanabilir	19
17. E-TİCARETE YÖNELİK DÜZENLEMELER.....	19
• İran E-Ticaret Kanunu: Ülkede e-ticaretin genel yasal çerçevesini belirler.....	19
• E-Ticaret Geliştirme Merkezi (Sanayi, Maden ve Ticaret Bakanlığı): İran'da e-ticaretin düzenlenmesi ve geliştirilmesinden sorumlu temel kurumdur.	19
• Elektronik Güven Sertifikası (e-Namad): E-Ticaret Geliştirme Merkezi tarafından verilen, çevrimiçi mağazalar için zorunlu resmi güven işaretidir. Yasal faaliyet için bu sertifikanın alınması gereklidir.	19

• **Veri Gizliliği Düzenlemeleri:** Çevrimiçi kullanıcı bilgilerinin korunmasına yönelik düzenlemeler mevcuttur; ancak uluslararası standartlar kadar katı olmayabilir. 19

• **Çevrimiçi Ödeme Düzenlemeleri:** Ödeme sistemleri ve finansal işlem güvenliği için belirli kurallar uygulanır. . 19

İnternet Filtreleme ve Sansür Kısıtlamaları: Bazı web sitelerine ve hizmetlere erişim kısıtlamaları, sınır ötesi e-ticareti etkileyebilir. 19

18. E-TİCARETE YÖNELİK LOJİSTİK HİZMETLERİ 19

• **Devlet Posta Şirketleri:** İran İslam Cumhuriyeti Posta Şirketi (Ulusal Posta) ve Pishtaz Post (hızlı kargo hizmetleri), e-ticaret lojistiği sunar..... 19

• **Yerel Özel Kargo Şirketleri:** Tipax, Snapp Box, Alopik gibi özel şirketler, e-ticaret için hızlı kargo hizmetleri sağlar. 19

• **Uluslararası Lojistik Şirketleri:** DHL, FedEx, UPS ve TNT gibi şirketler, sınır ötesi e-ticaret için hizmet verse de yaptırımlar nedeniyle faaliyetlerinde kısıtlamalar olabilir. 19

• **Sipariş Yönetimi (Fulfillment) Şirketleri:** İran'da bu hizmetler gelişmiş ülkeler seviyesinde değildir. Bazı lojistik ve depolama şirketleri sınırlı hizmet sunar. 19

• **Çevrimiçi Lojistik Platformları:** E-ticaret satıcıları için fiyat karşılaştırma, kargo rezervasyonu ve kargo takibi sağlayan yeni platformlar ortaya çıkmaktadır. 19

19. TANITIM VE PAZARLAMA..... 19

Geleneksel Pazarlama Yöntemleri: 19

• **Basılı Reklamcılık:** Broşürlerde ve kataloglarda reklamlar. 19

• **Açık Hava Reklamcılığı:** Billboardlar, toplu taşıma araçlarındaki reklamlar 19

• **Fuar ve Etkinlikler:** Tarım sektörüne özel fuarlara, uluslararası sergilere ve endüstriyel-ticari etkinliklere katılım. 19

• **Halkla İlişkiler:** Marka ve ürünlerin olumlu imajını oluşturmaya yönelik halkla ilişkiler faaliyetleri; medyada haber ve duyuruların yayınlanması. 19

• **Ağızdan Ağıza Pazarlama:** Müşterilerin markayı başkalarına tavsiye etmesini teşvik etmek amacıyla ürün kalitesi ve müşteri hizmetlerine vurgu. 20

Dijital Pazarlama Yöntemleri: 20

• **Sosyal Medya Pazarlaması:** Instagram, Telegram, LinkedIn gibi platformlarda reklam, müşteri etkileşimi ve doğrudan satış..... 20

• **Arama Motoru Pazarlaması (SEO ve SEM):** Web sitesi ve içeriğin arama motorları için optimize edilmesi (SEO) ile hedefli trafik çekmek için ücretli arama motoru reklamları (SEM). 20

• **Online Görüntülü Reklamcılık (Display Advertising):** Web siteleri ve dijital platformlarda banner reklamların gösterimi. 20

• **E-Posta Pazarlaması:** Hedef kitleye promosyon ve bilgilendirme e-postaları gönderilmesi. 20

• Influencer Pazarlaması: Sosyal medya fenomenleri ile marka ve ürün tanıtımı için iş birlikleri.	20
• Video Pazarlama: Ürün tanıtımı, bakım eğitimleri ve benzeri içeriklerin Youtube muadili olan ve aynı işlevi gören Aparat video platformunda pazarlama yapılmaktadır.	20
• SMS Pazarlaması: Fiziksel mağazalar için müşterilere promosyon ve bilgilendirme mesajları gönderilmesi.	20
Pazarlama Trendleri:	20
• Kişiselleştirilmiş Pazarlama: Müşteri satın alma geçmişi, çevrimiçi davranışları ve tercihlerine göre özelleştirilmiş mesaj ve teklifler sunulması.	20
• Etkileşimli Pazarlama: Sosyal medya etkileşimi, online anketler, yarışmalar ve dijital etkinliklerle müşteri katılımının artırılması.	20
• Çok Kanallı Pazarlama: Hem online hem offline kanalların entegre kullanımı ile geniş kitlelere ulaşma ve tutarlı müşteri deneyimi oluşturma.	20
• Hikaye Anlatımlı Pazarlama (Storytelling): Marka tarihçesi, değerleri ve müşterilerle duygusal bağ kurmaya odaklanan anlatılar.	20
• Video ve Görsel İçerik Pazarlaması: Çevrimiçi hedef kitle üzerinde daha etkili olan görsel ve video içeriklerin ön plana çıkarılması.	20
20. SEKTÖRDE TÜKETİCİ /ALICI TERCİHLERİ VE SON TRENDLER	20
Tüketici Tercihleri:	20
21. SEKTÖRDE VERGİLER (GÜMRÜK VERGİSİ, KATMA DEĞER VERGİSİ, ÖZEL TÜKETİM VERGİSİ, İLAVE GÜMRÜK VERGİSİ, ANTI-DAMPİNG VERGİSİ V.B.).....	21
22. SEKTÖRDE ÜLKENİN TARİFE BAZINDA İTHALAT GÜMRÜK YÜKÜMLÜLÜKLERİ (%-TOPLAM) ...	21
23. ÖZEL GÜNLER, BAYRAMLAR V.B.....	22
24. SEKTÖRE YÖNELİK VE GENEL TARİFE DIŞI ENGELLER	23
• Hammadde İthalatında Kısıtlamalar: Yüksek kaliteli ithalatında zaman zaman kısıtlamalar bulunmakta olup, bu durum yerel tarımsal ilaç ürünlerinin kalitesi ve çeşitliliğini olumsuz etkileyebilmektedir.	23
• Çevresel Kısıtlamalar: Kimyasal kullanımı ve kirliliğe yol açan atık su üretimi nedeniyle Tarımsal İlaç Sektörü, çevresel düzenlemelerle karşı karşıyadır. Çevre mevzuatı, üretim maliyetlerini artırabilir ve daha temiz teknolojilere yatırımı gerektirebilir.	23
• Nitelikli İş Gücü Eksikliği: Tarımsal ilaç sektörünün yüksek kaliteli üretim gibi bazı alanlarında uzman ve nitelikli iş gücü eksikliği bir engel teşkil edebilmektedir.	23
• Uluslararası Yaptırımlar: İran'a uygulanan ekonomik yaptırımlar, modern teknolojilere erişimi, yabancı yatırımları, ihracat pazarlarını ve uluslararası finans sistemlerini kısıtlamıştır. Yaptırımlar, Tarımsal İlaç sektörünü de olumsuz etkilemiştir.	23

- Karmaşık ve Engelleyici Mevzuat: Gümrük, ticaret, vergi, lisanslar gibi çeşitli alanlardaki karmaşık ve bürokratik devlet düzenlemeleri, ticari süreçleri yavaşlatabilir ve iş yapma maliyetlerini artırabilir. 23
- Ekonomik Belirsizlik: Ekonomik belirsizlikler, döviz kuru dalgalanmaları ve yüksek enflasyon, uzun vadeli planlama ve sektöre yatırımı zorlaştırabilmektedir. 23
- Altyapı Yetersizliği: Bazı bölgelerde ulaşım, enerji ve iletişim altyapısının zayıf olması, üretim ve dağıtım maliyetlerini artırabilir. 23
- Uluslararası Finansal Transfer Sorunları: Yaptırımlar ve bankacılık sorunları nedeniyle uluslararası finansal transferlerdeki kısıtlamalar, yabancı ülkelerle ticareti zorlaştırmakta ve maliyetli hale getirmektedir. 23

25. SEKTÖRDE İHRACATÇILARIMIZI BEKLEYEN FIRSATLAR23

- İran Pazarında Artan Talep: İran'da yıllık 120 milyon ton tarım ürününün üretilmesi ve bu miktarın her yıl artmasıyla birlikte tarımsal ilaçlara ihtiyacın arttığı öngörülmektedir. 23
- İran'da E-Ticaretin Yükselişi: İran'da e-ticaretin büyümesi, Türk ihracatçıların İranlı tüketicilere çevrimiçi platformlar ve sosyal medya aracılığıyla doğrudan ulaşmasına olanak sağlamaktadır. 23
- İran-Türkiye Arasındaki Yakın Ticari ve Kültürel İlişkiler: İki ülke arasındaki güçlü ticari ve kültürel bağlar, karşılıklı pazar bilgisi ve ticari iletişim kolaylığı sağlamaktadır. 24
- İran Pazarının Çeşitlilik ve Kalite İhtiyacı: İran Tarımsal İlaç pazarı, daha fazla ürün çeşitliliği ve yüksek kaliteli ürünlere erişim ihtiyacı barındırmaktadır. Türk ihracatçılar, bu ihtiyacı karşılayabilir. 24
- Üretim ve Pazarlama İş Birliği Potansiyeli: Türk ve İranlı tarımsal ilaç üreticileri ile markalar arasında ortak üretim, pazarlama ve dağıtım alanlarında iş birliği imkanları mevcuttur. 24
- Coğrafi Yakınlık ve Konum: İki ülkenin coğrafi yakınlığı, lojistik maliyetleri ve teslimat sürelerini azaltarak kara ticaretini kolaylaştırmaktadır. 24
- Ticaret Anlaşmaları: İran ile Türkiye arasında imzalanacak yeni ticaret anlaşmaları veya mevcutların genişletilmesi (şu an kapsamlı bir serbest ticaret anlaşması olmamasına rağmen), gümrük vergilerini düşürerek ticareti teşvik edebilir. 24

26. SEKTÖRDE İHRACATÇILARIMIZI BEKLEYEN TEHDİTLER.....24

- İran Pazarında Yoğun Rekabet: İran Tarımsal İlaç pazarı, yerli üreticiler ve Çin gibi diğer Asya ülkelerinden ithalatçılarla rekabet içindedir. Türk ihracatçılar, fiyat ve kalitede rekabetle karşılaşacaktır. 24
- İran Hükümetinin Yerli Sanayiye Destekleme Politikaları: İran'ın yerli Tarımsal İlaç sanayisini korumaya yönelik gümrük vergileri, ithalat kısıtlamaları ve yerli üreticilere sağlanan teşvikler, Türk ihracatçıları için rekabeti zorlaştırabilir. 24
- İran'da Ekonomik Dalgalanmalar ve Döviz Kuru Riskleri: Enflasyon ve döviz kuru istikrarsızlığı, ticari planlamayı zorlaştırabilir ve tüketici satın alma gücünü olumsuz etkileyebilir. 24
- Siyasi Belirsizlik ve Yaptırımlar: İran'a uygulanan uluslararası yaptırımlar, finansal işlemleri ve pazar erişimini kısıtlayarak riskleri artırmaktadır. 24
- Altyapı ve Lojistik Sorunları: İran'da ulaşım ve depolama altyapısındaki eksiklikler, lojistik maliyetleri yükseltebilir. 24

• Karmaşık Gümrük ve Ticari Düzenlemeler: İran'ın bürokratik ithalat prosedürleri ve teknik standartlar, süreçleri uzatabilir.....	24
27. İRAN PAZARINA DAİR ÖNEMLİ BİLGİ NOTLARINA ULAŞMAK İÇİN LİNKLER:	24
28. TARIMSAL İLAÇ SEKTÖRÜNDE İHRACATIN ARTIRILMASI İÇİN FİRMALARA ÖNERİLER.....	25
29. BELİRTİLMESİNDE FAYDA GÖRÜLEN DİĞER HUSUSLAR	25
30. GENEL DEĞERLENDİRME	26
31. YARARLI ADRESLER.....	26
32. KAYNAKÇA.....	27

1. Ülke Pazarında Tarımsal İlaç Sektörü

İlgili Sektörde Üretim

- Tarım sektörünün İran'ın en önemli sektörlerinden biri olmasından ötürü, bu sektörde yıllık yüklü miktarda tarım ilacına ihtiyaç duyulduğu, bu ihtiyacın bir kısmının yerli üretim diğer kısmınınsa ithalat yoluyla karşılandığı, gün geçtikçe tarım teknolojisinin gelişmesiyle birlikte ihtiyaçların giderek arttığı görülmektedir.
- **Üretim Kapasitesi:** İran'da yıllık 40 bin tondan fazla tarım ilaçlarına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu miktarın yıllık 14 bin tonu yerli üretim ile karşılanmakta, kalan kısım için ise 240 milyon Dolar değerinde yıllık 26 bin tondan fazla ithalat yapılmaktadır.
- **Ortalama ithalat fiyatları:** 9,2 Dolar'dır.
- **Ortalama Tüketici Fiyatları**

İran'da üretici fiyatları; kalite, miktar, üretim yeri, yerli ve yabancı gibi çeşitli faktörlere bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. 1402 yılında (2023) üretici bazında ortalama fiyatlar aşağıdaki gibidir:

- **Ot kurutucu ilaç:** 280.000 Tümen- 60.000 Tümen (yaklaşık 6.60-8 ABD Dolar)
- **Trifluralin tarım ilacı:** 400.000-800.000 Tümen (yaklaşık 6-10 ABD Doları)
- **Metam Sodium tarım ilacı (20 litre):** 4.400.000 Tümen (yaklaşık 50 ABD Doları)

*** Üretim maliyetlerindeki değişkenlikler ve döviz kuru dalgalanmaları ve nedeniyle bu fiyatlar güncel piyasa koşullarına göre farklılık gösterebilir.**

- **Üretim Merkezleri:** İlgili Sektörde İran genelinde 64 imalat tesisinin bulunmakta, bu tesislerde yıllık 18 bin ton tarımsal ilaç üretimi gerçekleştirilmekte ve bu üretimin 5 milyon Dolar değerinde 4 bin tonu tarımsal ilaç olarak ihraç edilmektedir. Ortalama ihracat fiyatı ise yaklaşık 1.2 Dolardır.

Tarım İlaçları Sektörü Kapsamında Hedef Bölgeler/Şehirler

- **Batı Azerbaycan Eyaleti:** üzüm, elma, şeftali, kayısı tarım ürünlerinin üretimiyle tanınmaktadır.
- **Tebriz:** Üzüm, elma, kayısı tarım ürünlerinin üretimiyle tanınmaktadır.
- **Meşhed:** Patates, soğan tarım ürünlerinin üretimiyle tanınmaktadır
- **İsfahan:** Envâi çeşit hububat, armut, kiraz, şeftali tarım ürünlerinin üretimiyle tanınmaktadır.
- **Fars:** Safran, hurma, incir, nar, domates tarım ürünlerinin üretimiyle tanınmaktadır.
- **Hemedan:** Patates, ceviz, sarımsak, elma, üzüm tarım ürünlerinin üretimiyle tanınmaktadır.
- **Kürdistan Eyaleti:** Elma, kiraz, vişne, üzüm tarım ürünlerinin üretimiyle tanınmaktadır.

2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti

Tarımsal İlaç Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 ülke

	Ülke Adı	İthalat Değeri (\$)	Miktar (kg)	Oran (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1	Çin	155.082.050	18.601.512	
2	Hindistan	25.360.836	3.746.409	
3	BAE	21.421.901	1.789.290	
4	İsviçre	18.645.725	643.592	
5	Türkiye	11.590.622	792.716	
6	İtalya	5.571.379	52.000	
7	İspanya	387.581	59.40	
8	İngiltere	231.177	29.977	
9	Almanya	159.287	11.016	
10	ABD	136.080	28.080	

Kaynak: İran İslam Cumhuriyeti Gümrük İdaresi

Tarımsal İlaç Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 8 Ülke

	Ülke Adı	İhracat Değeri (\$)	Miktar (kg)	Oran (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat)
1	Irak	1.901.441	1.165.000	
2	Afganistan	363463	459782	
3	Azerbaycan	335.892	364323	
4	Ermenistan	283.970	312.245	
5	Rusya	246960	145239	
6	Tacikistan	65.780	21.057	
7	Pakistan	60.054	70.847	
8	Türkmenistan	56.723	40.957	

Kaynak: İran İslam Cumhuriyeti Gümrük İdaresi

**Tarımsal İlaç Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler
(9 ürün)**

	Gümrük Tarife Kodu (8 Basamaklı)	Ürün Adı	İthalat Değeri (\$)	Türkiye'den İthalatı (\$)	Türkiye'den İthalatının Payı (%)
1	38089313	Zararlı bitkileri yok ediciler	30.402.499		
2	38089113	Zararlı bitkileri yok ediciler	25.659.426		
3	38089124	Haşarat öldürücü	23.363.498		
4	38089323	Haşarat öldürücü, kemirici hayvanlara karşı koruyucu, zararlı mantarları ve bitkileri yok edici, sürüngeenleri önleyici ürünler...	12.658.899		
5	38089111	Haşarat öldürücü, kemirici hayvanlara karşı koruyucu, zararlı mantarları ve bitkileri yok edici, sürüngeenleri önleyici ürünler...	10.885.779		
6	38089312	Zararlı bitkileri yok ediciler	7.248.917		
7	38089213	Zararlı mantarları yokediciler	5.522.720		
8	38089311	Zararlı bitkileri yok ediciler	5.218.077		
9	38089223	Zararlı mantarları yokediciler	4.970.980		

Kaynak: İran İslam Cumhuriyeti Gümrük İdaresi

**Tarımsal İlaç Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler
(3 ürün)**

Ürün Adı	Tarife Pozisyonu (8Basamaklı)	İhracat Değeri (\$)	Türkiye'ye İhracatı (\$)	Türkiye'ye İhracatının Payı (%)
Haşarat öldürücüler	38089121	2.681.274		
Haşarat öldürücü, kemirici	38086120	259.087		

hayvanlara karşı koruyucu, zararlı mantarları ve bitkileri yok edici, sürüngenleri önleyici ürünler...				
Kemirici hayvanlara karşı kullanılanlar	38089910	246.960		

Kaynak: İran İslam Cumhuriyeti Gümrük İdaresi

3. Sektörde Ülkemizden İhracat (Değer ve Miktar)

Sektörde Ülkemizin İran'a İhracatı (1.000 \$)

	Gümrük Tarife Kodu (8 Basamaklı)	Ürün Adı	2021	2022	2023
1	38089323	Haşarat öldürücü, kemirici hayvanlara karşı koruyucu, zararlı mantarları ve bitkileri yok edici, sürgünleri önleyici ürünler...	1.226.394	1.154.711	3.356.440
2	38089124	Haşarat öldürücü	998.565	1.605.258	2.364.750
3	38089223	Zararlı mantarları yokediciler	25.8547	523.480	2.553.842
4	38089990	Diğer Böcek öldüren türleri	292.200	317.670	660.402
5	38089419	Diğer dezenfektanlar	296.185	548.434	361.383
	TOPLAM		3.071.891	4.149.553	9.296.787

Kaynak: İran İslam Cumhuriyeti Gümrük İdaresi

Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (Miktar kg)

	Gümrük Tarife Kodu (8 Basamaklı)	Ürün Adı	2021	2022	2023
1	38089323	Haşarat öldürücü, kemirici hayvanlara karşı koruyucu, zararlı mantarları ve bitkileri yok edici,	54.961	51.520	132.155

		sürgünleri önleyici ürünler...			
2	38089124	Haşarat öldürücü	31.576	74.846	74.161
3	38089990	Diğer Böcek öldüren türleri	64.745	71.782	135.400
4	38089419	Diğer dezenfektanlar	79.876	198.287	132.450
5	38089223	Zararlı mantarları yokediciler	36.726	19.864	131.809
	TOPLAM		237.884	416.299	605.975

Kaynak: İran İslam Cumhuriyeti Gümrük İdaresi

4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

İran Tarımsal İlaç sektörü, üreticiler, ithalatçılar, toptancılar, perakendeciler ve nihai tüketicilerden oluşan çok katmanlı ve dinamik bir yapıya sahiptir. Bu pazar; ham madde kalitesi, üretim teknolojisi, fiyatlandırma, iç ve dış rekabetin yanı sıra devlet politikaları gibi çeşitli faktörlerden etkilenmektedir.

Ülkedeki tarımsal ilaç üretiminin büyük bir bölümü, ürünlerini doğrudan veya toptan satış ağları aracılığıyla piyasaya süren küçük ve orta ölçekli işletmeler tarafından gerçekleştirilmektedir. Öte yandan, tarımsal ilaç ithalatı da özellikle yüksek kaliteye yönelik talebin bulunduğu segmentlerde, iç pazarın ihtiyaçlarının karşılanmasında önemli bir rol oynamaktadır.

Sektörde faaliyet gösteren belli başlı firmalara ilişkin bilgilere aşağıda yer verilmiştir;

Firma ismi:	Website:	Email
Fosfat Karun	www.karoonpc.com	https://karoonpc.com/#
Golbarg Pamaçal	www.golbargepamchal.com	-
Ras kood:	www.raskood.ir	-
Sayan Holding	www.saynaholding.ir	info@saynaholding.ir
Variyan Piştaz	https://www.bio-zpv.com/	info@bio-zpv.com
Turan Company	https://www.turanbiotech.com/	-
Aiya Chemical	https://www.ariashimi.ir/	-
Alborz Behsam	https://www.alborzbehsam.com/	info[at]alborzbehsam.com
Giyah Company	https://www.gyahcorp.ir/	-
Sazandegan Yadnegar	https://marjasanat.com/company/sincoplus	info@marjasanat.com
İran Kood	www.irankood.com	-

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

Tarımsal İlaç İthalatçıları Derneği : <http://ipfia.ir/fa>

5. İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

İran'da açık kaynaklardan firma ve ithalatçı bilgisine erişmek çok zor ve hatta bazen imkansız bir görünüm arz etmekte olup, İran Sanayi, Maden ve Ticaret Bakanlığı ve Tarım Bakanlığı tarafından yayınlanan firma listelerine Tahran Ticaret Müşavirliğimizce hazırlanan dokumana linkinden (<https://ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/guney-asya/iran/raporlar/musavirlik-raporlari/firma-listeleri>) ulaşılabilmektedir.

İran'da tarımsal ilaç ithalatı alanında faaliyet gösteren bazı firmaların bilgileri:

	Firma İsmi	Website
1	Adine Vasl	https://adinegroup.com/
2	Ara Şimi Kimiya	http://arashimikimia.com/
3	Azhar Saba	http://azharsaba.com/
4	Torabi Ticaret	http://stargreen.ir/
5	Pardis Kal Tak Puya	https://agriraz.com/
6	Bazr Aftab	https://aftabseed.ir/
7	Rahrovan Ruyeş Sabz	https://rooyeshesabz.com/
8	Hamun Bazr Zarrin	https://hamonbazr.com/
9	Sabz Gita	http://sabzgita.com/
10	Sepahan Ruyeş	https://srooyesh.com/
11	Forugh Daşt	https://fd-co.com/
12	Kavin	https://www.kavinco.com/
13	Kimiya Karan Hamun	https://haamoonn.ir/
14	Macd Avaran Pars Gostar	www.majdavar.com
15	Hayar Daşt Abrun	https://abroonco.com/
16	Partov Keşt Ariya	https://bbk-iran.com/
17	Giyah Rahavard Kaspiyan	https://www.grcaspian.com/
18	Asr Teicaret Parisyan	http://www.asertd.com/
19	Baharan	https://baharan.co/
20	Arman Sabz Adine	https://armansabz.adinegroup.com/
21	Raha Andiş Kavan	http://rahaandish.net/
22	Sai Gol Tehran	http://www.saeegol.com/
23	Hezare Sevvom	https://hezare-sevom.ir/
24	Espidar Pardis	https://www.espidar.com/
25	Khezr Sam Kud	https://khazarsamkood.com/
26	Vaster Green	https://vastergreen.com/
27	Sabz Datis	http://datisac.com/

28	Delta Pars Nahade	https://deltaparsnahadeh.com/
29	Royal Sakar Tecarat	https://royalsakar.ir/
30	Zarrin Sereşt Pars	https://zarinspars.com/
31	Sadat Mehan	http://www.mahanco.ir/

6. Sektör İthalatında Zorunlu Belgeler

Zorunlu Belgeler ve Belgeleri Düzenleyen Kurumlar:

- İran Sanayi, Madenler ve Ticaret Bakanlığı ve Sağlık, İlaç ve Sağlık Eğitimi Bakanlığı ile İran Standartlar ve Sanayi Araştırmaları Kurumu tarafından alınan ortak bir karar çerçevesinde İran’a ithal edilecek bazı ürünler için Certificate of Inspection (COI) adlı sertifikanın alınması zorunluluğu bulunmaktadır.
- Certificate of Inspection (COI) adlı sertifikanın tahsis edilebilmesi için ISIRI tarafından çalışma izni verilen şirketin alıcı tarafından özel olarak görevlendirilmesi gerekmektedir. Bu çerçevede, söz konusu gözetim firması tarafından, ithal edilecek olan ürün özelliklerinin ve belirtilen ürünün üreticisinin resmi sertifika örneklerinin alınması, sonrasında da İran ithalat mevzuatı çerçevesinde ürünün üretildiği fabrika için bir gözetim planının düzenlenmesi ve üretici firma yetkililerinin izni ile üretim hattında gözetim faaliyetinin gerçekleştirilmesi suretiyle gözetim işlemi tamamlanmaktadır.
- Gözetim faaliyetinin sonucunda, gözetim firması, hazırlayacağı rapora istinaden COI sertifikasını düzenlemekte ve söz konusu COI sertifikasının bir örneğini, gözetim raporuyla birlikte ISIRI’ya göndermektedir. Bu kapsamda, alıcı firmanın, İran gümrüğüne mal göndermeden önce COI belgesini temin etmesi ve Türk ihracatçıya teslim etmesi gerekmektedir. Söz konusu belge ile birlikte ürünün İran gümrüğüne sevk edilmesi ve gümrük mevzuatına uygun olarak İran’a ithal edilmesi mümkün olabilmektedir. COI belgesi gereken ürünleri İran’a ithal edecek kişi veya şirketlerin gözetim firmalarına başvuruda bulunması ve gerekli masrafları karşılaması gerekmektedir.

Tarımsal İlaçlar ithalatında zorunlu belgeler:

- Ticaret Kartı: İthalatçılar için zorunlu olup, Ticaret Odası tarafından düzenlenir.
- İran Cihat Tarım Bakanlığından gerekli izinlerin alınması
- Menşe Şahadetnamesi: Ürünün üretildiği ülkeyi belgeleyen ve ihracatçı ülke makamlarınca verilen belge.
- Satış Faturası: Ürünün fiyatı, miktarı ve türü gibi bilgileri içeren belge.
- Proforma Fatura: Ürün detayları, fiyatlandırma ve ödeme koşullarını içeren belge.
- Standart Belgesi: İthal edilen ürünün zorunlu standartlara tabi olması durumunda, İran Ulusal Standartlar Kurumu (ISIRI) (www.isiri.gov.ir) tarafından verilen belge.

Not: Yukarıdaki belgeler ve süreçler, İran mevzuatı ve uluslararası ticaret kurallarına uygun olarak güncellenebilir. Resmi başvurular öncesi ilgili kurumlardan teyit alınması önerilir.

7. Sektörde sevk öncesi inceleme zorunluluğu

Tarımsal İlaç ürünlerinin ithalatında, özellikle zorunlu standartlara tabi ürünler için sevkiyat öncesi denetim gerekli olabilmektedir.

İran İslam Cumhuriyeti Standart Kurumu (ISIRI) Tarafından Teyitli Olan İthalat Alanında Faaliyet Gösteren tarımsal ilaç sektörü Gözetim Firmalarının Linkleri aşağıda yer almaktadır;

- <https://ascointl.ir/organic-and-food-safety/>
- <https://www.intertekqeshm.com/>
- <https://www.organiccert.ir/>
- <https://www.pars-cert.com/>
- <https://taracontrol.com/>
- <https://parscenter.com/>
- <https://kimiapakhsh.com/>

8. Sektördeki Önemli Fuarlar

- Genel Fuarlar <https://en.iranfair.com/>
- Tahran Uluslararası Fuarı <https://calendar.iranfair.com/en/>
- İsfahan Uluslararası Fuarı <http://english.isfahanfair.ir>
- Tebriz Uluslararası Fuarı <http://tabrizfair.ir/Default.aspx>
- Meşhed Uluslararası Fuarı <http://expo.ir/en/>
- Şiraz Uluslararası fuarı <https://www.farsfair.ir>
- Urumiye Uluslararası Fuarı <https://urmiafair.com/>
- Kürdistan Eyaleti Fuarı: <http://kordfair.ir/>
- Hamedan Uluslararası Fuarı: <https://hamedanfair.ir/>

9. Sektörde Standartlar

İran'da Tarımsal İlaç sektörü standartları, İran Ulusal Standartlar Kurumu (ISIRI-www.isiri.gov.ir) tarafından belirlenmekte ve yürütülmektedir. Bu standartlar, aşağıdakiler de dahil olmak üzere geniş bir kapsama sahiptir:

- İran'a ithalatı yapılan ürünün menşe ülkesinden gerekli standartlara (Çevre, FAO, vs.) sahip olması gerekmektedir.
- İran Küçük Sanayi ve Sanayi Siteleri Kurumu (ISIPO):
- Web Sitesi: www.isipo.ir
- İran Ticareti Geliştirme Kurumu (TPO):
- Görevi: İhracatçıları veya ithalatçıları desteklemeye yönelik duyuruları yayımlamak.

- Web Sitesi: www.tpo.ir
- Ulusal İhale Bilgilendirme Merkezi:
- Görevi: Tarımsal İlaç sektörü de dahil olmak üzere çeşitli alanlarda kamu ve özel sektör ihalelerini yayımlamak.
- Web Sitesi: <https://iets.mporg.ir/>

10. Sektör firmalarına hitap eden ve gerçekleştirilmesi planlanan ticaret heyetleri

Tarımsal İlaç sektöründe faaliyet gösteren firmalar için ticaret heyetleri, genellikle İran Ticaret Geliştirme Organizasyonu (www.tpo.ir) ve İran Ticaret Odası (www.iccima.ir) gibi kurumlar tarafından planlanmaktadır. Önemli ticaret heyetlerinden bazıları şunlardır:

- İran Ticaret Heyeti'nin Türkiye Programı:
 - Amaç: Türkiye'deki Tarımsal ilaç üretici ve ihracatçılarıyla ticari ilişkilerin geliştirilmesi.
 - Tarih: Genellikle sonbahar veya kış mevsimlerinde düzenlenir.
 - Mekan: İstanbul veya İzmir.
- İran Ticaret Heyeti'nin Çin Programı:
 - Amaç: Çin pazarındaki ihracat ve ithalat fırsatlarının değerlendirilmesi.
 - Tarih: Genellikle ilkbahar veya yaz mevsimlerinde düzenlenir.
 - Mekan: Guangzhou veya Şanghay.
- İran Ticaret Heyeti'nin İtalya Programı:
 - Amaç: Lineapelle Fuarı'na katılım sağlanması ve Avrupalı üreticilerle iş bağlantıları kurulması.
 - Tarih: Lineapelle Fuarı ile eş zamanlı olarak (Şubat, Mayıs veya Ekim aylarında).
 - Mekan: Milano.
- İran Ticaret Heyeti'nin Rusya Programı:
 - Amaç: Tarımsal İlaç sektörünün Rusya pazarına ihracatının genişletilmesi.
 - Tarih: Genellikle yaz veya sonbahar mevsimlerinde düzenlenir.
 - Mekan: Moskova veya Sant-Petersburg.

11. Sektörde Ambalajlama

- Pestisit ambalajları üzerindeki açık etiketler ve işaretler; marka adı, pestisit türü, etken madde miktarı, kullanım talimatları ve kullanıma ilişkin önlemler ve uyarıları içermelidir.
- Pestisit ambalajları nakliye sırasında sızıntı veya hasar görmemesi için hasara ve darbeye dayanıklı olmalıdır.

12. Sektörde Etiketleme

İran'da Tarımsal İlaç ürünlerinin etiketlenmesi, ISIRI düzenlemelerine tabidir. Doğru etiketleme, tüketicilere kritik bilgiler sunarak uygun ürün seçimini kolaylaştırır. Tarımsal İlaç ürün etiketlerinde genellikle şu bilgiler yer alır:

Ticari Marka ve Logo: Üretici ve marka kimliği.

Kullanım miktarı: Örnek olarak kaç litre suya kaç miktar ilaç ilave edilmesi.

Kullanım Talimatları: Bitki ve ya ağacın ilaçlanma şekli

Üretim Ülkesi: Ürünün menşei.

Standart Lisans Numarası: Ulusal standartlara uygunluğu gösteren numara.

13. Tercihli Tarifeden Yararlanmak İçin Gereken Belgeler

İran ile Tercihli Ticaret Anlaşmaları bulunmakla birlikte halihazırda söz konusu Tarımsal İlaç Ürünleri bu anlaşmalar kapsamında yer almamaktadır.

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

Nakliye Süreleri:

Yurtiçi Taşımacılık:

- Şehirler arası kara taşımacılığı 1-3 gün.

Uluslararası Taşımacılık:

- Türkiye'ye Kara Taşımacılığı: 2-5 gün.
- Deniz Taşımacılığı: Haftalar veya aylar sürebilir.
- Hava Taşımacılığı: 1-3 gün (maliyetli ancak hızlı).

Yaygın Taşıma Yöntemleri:

- Kara Taşımacılığı: Komşu ülkelere (Türkiye, Irak, Afganistan) TIR ve kamyonlarla.
- Demiryolu Taşımacılığı: Uzun mesafe yurtiçi ve uluslararası taşımalar.
- Deniz Taşımacılığı: Bender Abbas ve Hürmüzgan gibi güney limanları üzerinden Avrupa ve Asya'ya.
- Hava Taşımacılığı: Yüksek değerli ve acil kargolar için Tahran İmam Humeyni Havalimanı.

Taşıma Rotaları:

- İran lojistik altyapısına ilişkin detaylı verilere ulaşmak için Müşavirlikçe hazırlanan <https://ticaret.gov.tr/data/620ccaa213b87642c457ec12/%C4%B0ran%20Lojistik%20%C3%9C%9C%20Raporu%202024.pdf> linkinde kayıtlı İran Ülke Lojistik Raporu'na müracaat edilebilir.

Lojistik Zorluklar:

- Ulaşım Altyapısı: Bazı bölgelerde yetersiz altyapı.
- Yüksek Nakliye Maliyetleri: Filo bakım masrafları vb.
- Gümrük ve Bürokratik Engeller: Zaman alıcı prosedürler.
- Uluslararası Yaptırımlar: Teknoloji ve hizmet erişiminde kısıtlamalar.

15. E-Ticaret (Sınır Ötesi E-Ticaret/E-İhracat)

Yerel Pazar Platformları (İran):

- Genel Platformlar:

- Digikala: İran'ın en büyük çevrimiçi pazar platformu; <https://www.digikala.com/>
- Emalls: Farklı çevrimiçi mağazalardaki ürünlerin karşılaştırıldığı bir alışveriş motoru. <https://emalls.ir/>
- Torob: Emalls benzeri bir fiyat karşılaştırma ve alışveriş motoru. <https://torob.com/>
- Sheypoor ve Divar: İkinci el ürünler ve küçük satıcılar için çevrimiçi ilan platformları; yeni ürün satışı için de bölümler mevcuttur. <https://divar.ir>, <https://www.sheypoor.com/>
- Snapp Market: Gıda ve günlük ürün satışı için çevrimiçi platform; moda ve giyim bölümleri de bulunabilir. <https://snapp.ir/shop/>

Dijital Pazarlama Yöntemleri:

- Sosyal Medya Pazarlaması: Instagram, Telegram, LinkedIn gibi platformlarda reklam, müşteri etkileşimi ve doğrudan satış.
- Arama Motoru Pazarlaması (SEO ve SEM): Web sitesi ve içeriğin arama motorları için optimize edilmesi (SEO) ile hedefli trafik çekmek için ücretli arama motoru reklamları (SEM).
- Online Görüntülü Reklamcılık (Display Advertising): Web siteleri ve dijital platformlarda banner reklamların gösterimi.
- E-Posta Pazarlaması: Hedef kitleye promosyon ve bilgilendirme e-postaları gönderilmesi.
- Influencer Pazarlaması: Sosyal medya fenomenleri ile marka ve ürün tanıtımı için iş birlikleri.
- Video Pazarlama: Ürün tanıtımı, bakım eğitimleri ve benzeri içeriklerin Youtube muadili olan ve aynı işlevi gören Aparat video platformunda pazarlama yapılmaktadır.
- SMS Pazarlaması: Fiziksel mağazalar için müşterilere promosyon ve bilgilendirme mesajları gönderilmesi.

En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformlar

- Instagram: Pazarlama, doğrudan satış (DM ve hikayeler aracılığıyla) ve reklamcılık için en popüler platform
- Telegram: İran'da hala popüler olmakla birlikte kullanımı kısıtlanmıştır. Pazarlama, bilgilendirme ve dolaylı satışlar için Telegram kanalları kullanılır.
- WhatsApp: Müşterilerle doğrudan iletişim, müşteri desteği ve kişiselleştirilmiş satışlar için tercih edilir.
- Aparat: YouTube benzeri yerel bir video paylaşım platformu olup video pazarlama ve eğitim içerikleri için kullanılır.
- X (Twitter): Diğer platformlara kıyasla daha sınırlı kullanıma sahip olmakla birlikte belirli hedef kitlelerle markalaşma ve etkileşim için tercih edilir.

16. E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

- **Gümrük Vergileri:** E-ticaret yoluyla yapılan ithalatlar gümrük vergileri ve ithalat vergilerine tabidir. Vergi oranları ürün türüne göre değişiklik gösterir.
- **Gümrük Muafiyetleri:** Düşük değerli ürünler (hediyeler ve ticari numuneler gibi) için sınırlı ve şartlı muafiyetler mevcut olabilir. Detaylı bilgi İran Gümrük İdaresi'nden temin edilmelidir.
- **Katma Değer Vergisi (KDV):** E-ticaret yoluyla ithal edilen ürünlere KDV uygulanır.

- **Döviz Düzenlemeleri:** İran'ın döviz kuralları ve transfer kısıtlamaları, sınır ötesi e-ticareti etkileyebilir. Uluslararası ödemeler ve döviz alımında zorluklar yaşanabilir

17. E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

- **İran E-Ticaret Kanunu:** Ülkede e-ticaretin genel yasal çerçevesini belirler.
- **E-Ticaret Geliştirme Merkezi (Sanayi, Maden ve Ticaret Bakanlığı):** İran'da e-ticaretin düzenlenmesi ve geliştirilmesinden sorumlu temel kurumdur.
- **Elektronik Güven Sertifikası (e-Namad):** E-Ticaret Geliştirme Merkezi tarafından verilen, çevrimiçi mağazalar için zorunlu resmi güven işaretidir. Yasal faaliyet için bu sertifikanın alınması gereklidir.
- **Veri Gizliliği Düzenlemeleri:** Çevrimiçi kullanıcı bilgilerinin korunmasına yönelik düzenlemeler mevcuttur; ancak uluslararası standartlar kadar katı olmayabilir.
- **Çevrimiçi Ödeme Düzenlemeleri:** Ödeme sistemleri ve finansal işlem güvenliği için belirli kurallar uygulanır.

İnternet Filtreleme ve Sansür Kısıtlamaları: Bazı web sitelerine ve hizmetlere erişim kısıtlamaları, sınır ötesi e-ticareti etkileyebilir.

18. E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri

- **Devlet Posta Şirketleri:** İran İslam Cumhuriyeti Posta Şirketi (Ulusal Posta) ve Pishtaz Post (hızlı kargo hizmetleri), e-ticaret lojistiği sunar.
- **Yerel Özel Kargo Şirketleri:** Tipax, Snapp Box, Alopik gibi özel şirketler, e-ticaret için hızlı kargo hizmetleri sağlar.
- **Uluslararası Lojistik Şirketleri:** DHL, FedEx, UPS ve TNT gibi şirketler, sınır ötesi e-ticaret için hizmet verse de yaptırımlar nedeniyle faaliyetlerinde kısıtlamalar olabilir.
- **Sipariş Yönetimi (Fulfillment) Şirketleri:** İran'da bu hizmetler gelişmiş ülkeler seviyesinde değildir. Bazı lojistik ve depolama şirketleri sınırlı hizmet sunar.
- **Çevrimiçi Lojistik Platformları:** E-ticaret satıcıları için fiyat karşılaştırma, kargo rezervasyonu ve kargo takibi sağlayan yeni platformlar ortaya çıkmaktadır.

19. Tanıtım ve Pazarlama

İran, tarımsal ilaç pazarlama faaliyetlerinde hem geleneksel hem de dijital yöntemleri kullanmaktadır.

Geleneksel Pazarlama Yöntemleri:

- **Basılı Reklamcılık:** Broşürlerde ve kataloglarda reklamlar.
- **Açık Hava Reklamcılığı:** Billboardlar, toplu taşıma araçlarındaki reklamlar
- **Fuar ve Etkinlikler:** Tarım sektörüne özel fuarlara, uluslararası sergilere ve endüstriyel-ticari etkinliklere katılım.
- **Halkla İlişkiler:** Marka ve ürünlerin olumlu imajını oluşturmaya yönelik halkla ilişkiler faaliyetleri; medyada haber ve duyuruların yayınlanması.

- **Ağızdan Ağıza Pazarlama:** Müşterilerin markayı başkalarına tavsiye etmesini teşvik etmek amacıyla ürün kalitesi ve müşteri hizmetlerine vurgu.

Dijital Pazarlama Yöntemleri:

- **Sosyal Medya Pazarlaması:** Instagram, Telegram, LinkedIn gibi platformlarda reklam, müşteri etkileşimi ve doğrudan satış.
- **Arama Motoru Pazarlaması (SEO ve SEM):** Web sitesi ve içeriğin arama motorları için optimize edilmesi (SEO) ile hedefli trafik çekmek için ücretli arama motoru reklamları (SEM).
- **Online Görüntülü Reklamcılık (Display Advertising):** Web siteleri ve dijital platformlarda banner reklamların gösterimi.
- **E-Posta Pazarlaması:** Hedef kitleye promosyon ve bilgilendirme e-postaları gönderilmesi.
- **Influencer Pazarlaması:** Sosyal medya fenomenleri ile marka ve ürün tanıtımı için iş birlikleri.
- **Video Pazarlama:** Ürün tanıtımı, bakım eğitimleri ve benzeri içeriklerin Youtube muadili olan ve aynı işlevi gören Aparat video platformunda pazarlama yapılmaktadır.
- **SMS Pazarlaması:** Fiziksel mağazalar için müşterilere promosyon ve bilgilendirme mesajları gönderilmesi.

Pazarlama Trendleri:

- **Kişiselleştirilmiş Pazarlama:** Müşteri satın alma geçmişi, çevrimiçi davranışları ve tercihlerine göre özelleştirilmiş mesaj ve teklifler sunulması.
- **Etkileşimli Pazarlama:** Sosyal medya etkileşimi, online anketler, yarışmalar ve dijital etkinliklerle müşteri katılımının artırılması.
- **Çok Kanallı Pazarlama:** Hem online hem offline kanalların entegre kullanımı ile geniş kitlelere ulaşma ve tutarlı müşteri deneyimi oluşturma.
- **Hikaye Anlatımlı Pazarlama (Storytelling):** Marka tarihçesi, değerleri ve müşterilerle duygusal bağ kurmaya odaklanan anlatılar.
- **Video ve Görsel İçerik Pazarlaması:** Çevrimiçi hedef kitle üzerinde daha etkili olan görsel ve video içeriklerin ön plana çıkarılması.

20. Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

Tüketici Tercihleri:

- **Yüksek Kalite:** İranlı tüketiciler, tarımsal ilaç ürünlerde yüksek kaliteye büyük önem vermekte ve kaliteli ürünler için daha fazla ödeme yapmaya isteklidir.
- **Uygun Fiyat:** Mevcut ekonomik koşullar nedeniyle bazı tüketiciler, makul fiyatlı ilaçlar aramaktadır.

21. Sektörde Vergiler (gümrük vergisi, katma değer vergisi, özel tüketim vergisi, ilave gümrük vergisi, Anti-Damping vergisi v.b.)

- **Gümrük Vergileri:** Tarımsal ilaç ürünlerinin yurtdışından ithalatına gümrük vergisi uygulanmaktadır. Gümrük vergisi oranları, ürün tipine ve gümrük tarifelerine göre belirlenir.
- **Katma Değer Vergisi (KDV):** Yurtiçinde Tarımsal İlaç ürünlerinin satışına katma değer vergisi uygulanmaktadır. İran’da standart KDV oranı halihazırda %10’dur.
- **Özel Tüketim Vergisi:** Özel tüketim vergisi genellikle lüks mallara, bazı durumlarda uygulanır.
- **Anti-Damping Vergisi:** Belirli bir ülkeden yapılan tarımsal ilaç ürünü ithalatının aşırı düşük fiyatlarla (damping) gerçekleşmesi ve yerel sanayiye zarar vermesi halinde, söz konusu ithalata anti-damping vergisi uygulanabilir.
- **Gelir Vergisi:** Tarımsal İlaç faaliyeti gösteren şirketler, üretim ve ticari birimler gelir vergisine tabidir. İran’da şirketlerin gelir vergisi oranı genellikle %25’tir.
- **Diğer Vergiler:** Personel ücret ve maaşlarına uygulanan vergiler, emlak vergisi, gayrimenkul devir vergisi gibi diğer vergiler de Tarımsal İlaç aktörlerine yüklenebilmektedir.

22. Sektörde Ülkenin Tarife Bazında ithalat gümrük yükümlülükleri (%-toplam)

Gümrük Tarife Kodu		Gümrük Yükümlülüğü (%)
1	38089111	4
2	38089112	2
3	38089113	1
4	38089122	12
5	38089123	7
6	38089124	4
7	38089211	2
8	38089212	1
9	38089213	12
10	38089221	7
11	38089222	4
12	38089223	4
13	38089311	2
14	38089312	1
15	38089313	12
16	38089321	7
17	38089322	4
18	38089323	7
19	38089411	1
20	38089412	1
21	38089419	1

22	38089429	1
23	38089930	1
24	38089940	1
25	38089990	4

23. Özel Günler, Bayramlar v.b.

Nevruz Bayramı	1-4 Ferverdin	21-24 Mart
İran İslam Cumhuriyeti Günü	12 Ferverdin	1 Nisan
Tabiat Günü (Sizdeh Beder)	13 Ferverdin	2 Nisan
Hz. Muhammed'in Risaletinin Başlangıcı	14 Ferverdin	3 Nisan
İmam Mehdi'nin Doğumu	31 Ferverdin	20 Mayıs
Hz. Ali'nin Şehadeti	5 Hordad	26 Mayıs
İmam Humeyni'nin Vefatı / Ramazan Bayramı	14 Hordad	4 Haziran
Şah'a Karşı Ayaklanmanın Yıl Dönümü / Ramazan Bayramı	15 Hordad	5 Haziran
İmam Cafer-i Sadık'ın Şehadeti	7 Tir	28 Haziran
Kurban Bayramı	20 Mordad	11 Ağustos
Gadir-i Hum Bayramı	28 Mordad	19 Ağustos
Tasua	17 Şehrivar	8 Eylül
Aşura	18 Şehrivar	9 Eylül
Arbain	27 Mehr	19 Ekim
Hz. Muhammed'in Vefatı / Hz. Hasan'ın Şehadeti	5 Aban	27 Ekim
İmam Rıza'nın Şehadeti	6 Aban	28 Ekim
İmam Askeri'nin Şehadeti	14 Aban	5 Kasım

Hız. Muhammed'in Doğumu / İmam Cafer-i Sadık'ın Doğumu	23 Aban	14 Kasım
Hız. Fatıma'nın Vefatı	8 Behmen	28 Ocak
İslam İnkılabının Yıldönümü	22 Behmen	11 Şubat
Hız. Ali'nin Doğum Günü	18 Esfend	8 Mart
Petrolün Millileştirilmesi Günü	29 Esfend	19 Mart

24. Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller

- **Hammadde İthalatında Kısıtlamalar:** Yüksek kaliteli ithalatında zaman zaman kısıtlamalar bulunmakta olup, bu durum yerel tarımsal ilaç ürünlerinin kalitesi ve çeşitliliğini olumsuz etkileyebilmektedir.
- **Çevresel Kısıtlamalar:** Kimyasal kullanımı ve kirliliğe yol açan atık su üretimi nedeniyle Tarımsal İlaç Sektörü, çevresel düzenlemelerle karşı karşıyadır. Çevre mevzuatı, üretim maliyetlerini artırabilir ve daha temiz teknolojilere yatırımı gerektirebilir.
- **Nitelikli İş Gücü Eksikliği:** Tarımsal İlaç sektörünün yüksek kaliteli üretim gibi bazı alanlarında uzman ve nitelikli iş gücü eksikliği bir engel teşkil edebilmektedir.
- **Uluslararası Yaptırımlar:** İran'a uygulanan ekonomik yaptırımlar, modern teknolojilere erişimi, yabancı yatırımları, ihracat pazarlarını ve uluslararası finans sistemlerini kısıtlamıştır. Yaptırımlar, Tarımsal İlaç sektörünü de olumsuz etkilemiştir.
- **Karmaşık ve Engelleyici Mevzuat:** Gümrük, ticaret, vergi, lisanslar gibi çeşitli alanlardaki karmaşık ve bürokratik devlet düzenlemeleri, ticari süreçleri yavaşlatabilir ve iş yapma maliyetlerini artırabilir.
- **Ekonomik Belirsizlik:** Ekonomik belirsizlikler, döviz kuru dalgalanmaları ve yüksek enflasyon, uzun vadeli planlama ve sektöre yatırımı zorlaştırabilmektedir.
- **Altyapı Yetersizliği:** Bazı bölgelerde ulaşım, enerji ve iletişim altyapısının zayıf olması, üretim ve dağıtım maliyetlerini artırabilir.
- **Uluslararası Finansal Transfer Sorunları:** Yaptırımlar ve bankacılık sorunları nedeniyle uluslararası finansal transferlerdeki kısıtlamalar, yabancı ülkelerle ticareti zorlaştırmakta ve maliyetli hale getirmektedir.

25. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

- **İran Pazarında Artan Talep:** İran'da yıllık 120 milyon ton tarım ürününün üretilmesi ve bu miktarın her yıl artmasıyla birlikte tarımsal ilaçlara ihtiyacın arttığı öngörülmektedir.
- **İran'da E-Ticaretin Yükselişi:** İran'da e-ticaretin büyümesi, Türk ihracatçıların İranlı tüketicilere çevrimiçi platformlar ve sosyal medya aracılığıyla doğrudan ulaşmasına olanak sağlamaktadır.

- İran-Türkiye Arasındaki Yakın Ticari ve Kültürel İlişkiler: İki ülke arasındaki güçlü ticari ve kültürel bağlar, karşılıklı pazar bilgisi ve ticari iletişim kolaylığı sağlamaktadır.
- İran Pazarının Çeşitlilik ve Kalite İhtiyacı: İran Tarımsal İlaç pazarı, daha fazla ürün çeşitliliği ve yüksek kaliteli ürünlere erişim ihtiyacı barındırmaktadır. Türk ihracatçılar, bu ihtiyacı karşılayabilir.
- Üretim ve Pazarlama İş Birliği Potansiyeli: Türk ve İranlı tarımsal ilaç üreticileri ile markalar arasında ortak üretim, pazarlama ve dağıtım alanlarında iş birliği imkanları mevcuttur.
- Coğrafi Yakınlık ve Konum: İki ülkenin coğrafi yakınlığı, lojistik maliyetleri ve teslimat sürelerini azaltarak kara ticaretini kolaylaştırmaktadır.
- Ticaret Anlaşmaları: İran ile Türkiye arasında imzalanacak yeni ticaret anlaşmaları veya mevcutların genişletilmesi (şu an kapsamlı bir serbest ticaret anlaşması olmamasına rağmen), gümrük vergilerini düşürerek ticareti teşvik edebilir.

26. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler

- **İran Pazarında Yoğun Rekabet:** İran Tarımsal İlaç pazarı, yerli üreticiler ve Çin gibi diğer Asya ülkelerinden ithalatçılarla rekabet içindedir. Türk ihracatçılar, fiyat ve kalitede rekabetle karşılaşacaktır.
- **İran Hükümetinin Yerli Sanayiye Destekleme Politikaları:** İran'ın yerli Tarımsal İlaç sanayisini korumaya yönelik gümrük vergileri, ithalat kısıtlamaları ve yerli üreticilere sağlanan teşvikler, Türk ihracatçılar için rekabeti zorlaştırabilir.
- **İran'da Ekonomik Dalgalanmalar ve Döviz Kuru Riskleri:** Enflasyon ve döviz kuru istikrarsızlığı, ticari planlamayı zorlaştırabilir ve tüketici satın alma gücünü olumsuz etkileyebilir.
- **Siyasi Belirsizlik ve Yaptırımlar:** İran'a uygulanan uluslararası yaptırımlar, finansal işlemleri ve pazar erişimini kısıtlayarak riskleri artırmaktadır.
- **Altyapı ve Lojistik Sorunları:** İran'da ulaşım ve depolama altyapısındaki eksiklikler, lojistik maliyetleri yükseltebilir.
- **Karmaşık Gümrük ve Ticari Düzenlemeler:** İran'ın bürokratik ithalat prosedürleri ve teknik standartlar, süreçleri uzatabilir.

27. İran pazarına dair önemli bilgi notlarına ulaşmak için linkler:

- <https://ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/guney-asya/iran/raporlar/musavirlik-raporlari/onemli-bilgi-notlari>
- İş Dünyası Temsilcilerimizin Pazarda Dikkat Etmesi Gereken Hususlar Notuna Erişmek İçin Tıklayınız. <https://bit.ly/33itKiZ>
- İran'da Şirket, Şube ve JV Kurulması, Temsilcilik ve Acente Tayini Bilgi Notuna Ulaşmak İçin Tıklayınız. <https://bit.ly/33lmNh8>
- Ticari Sözleşme Yapılırken Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar ve Tahkim Mekanizması Notu İçin Tıklayınız. <https://bit.ly/3q1LoRZ>

28. Tarımsal İlaç Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

- Detaylı Pazar Araştırması: Tüketici eğilimleri, rakipler ve yasal düzenlemeler üzerine kapsamlı araştırma yapılmalıdır.
- Güvenilir Yerel Ortaklar: İran pazarına girişte deneyimli yerel distribütörler veya danışmanlarla iş birliği önemlidir.
- Rekabetçi Fiyat ve Kalite Dengesi: Uygun fiyatlı ancak yüksek kaliteli ürünlerle pazar payı kazanılabilir.
- Pazara Uyumlu Ürün Tasarımı: Ürünler, İranlı tüketicilerin kültürel ve pratik ihtiyaçlarına göre optimize edilmelidir.
- Dijital Pazarlama Stratejileri: Sosyal medya ve e-ticaret platformları etkin şekilde kullanılmalıdır.
- Güçlü Marka İmajı: Kalite ve güven odaklı bir marka kimliği oluşturulmalıdır.
- Satış Sonrası Hizmetler: Müşteri memnuniyeti için teknik destek ve garantilere önem verilmelidir.
- Kültürel ve Yasal Hassasiyetler: İran'ın dini ve kültürel normlarına saygı gösteren pazarlama stratejileri benimsenmelidir.
- Risk Yönetimi: Döviz kuru ve siyasi risklere karşı finansal koruma mekanizmaları planlanmalıdır.
- Güncel Bilgi Takibi: Pazar dinamikleri ve mevzuat değişiklikleri sürekli izlenmelidir.

29. Belirtilmesinde Fayda Görülen Diğer Hususlar

2018 yılında ABD'nin tek taraflı olarak İran'la yapılan nükleer anlaşmadan (JCPOA) çıkarak İran'a yönelik yaptırımları uygulamaya tekrar başlayacağını açıklaması ve önceki dönemlerden daha şiddetli bir şekilde uygulanan yaptırımlarla İran'ın döviz elde edebilecek tüm sektörlerini hedef almasının ardından İran ithalat rejimi kapsamlı bir şekilde değiştirilmiştir. Bunlardan en önemlisi ülke içinde üretimi yapılan veya zaruri ihtiyaç olarak görülmeyen veya lüks olarak nitelendirilen belirlenen malların ithalatını yasaklayarak ülke dışına döviz çıkışını en aza indirmeyi amaçlayan uygulamalardır. İran ülke içi üretimi artırmaya, hammadde veya aramalı ithalatı yapmaya, nihai ürünleri ise mümkün olduğunca az ithal etmeye çalışmaktadır. Bu çerçevede, ürünler ülkenin ihtiyaçları ve döviz rezervleri dikkate alınarak ithalatı yasak ürünler (4. ve 27. gruplar), ithalatı günün ihtiyaçlarına bağlı olarak tekrar değerlendirmeye tabi ürünler (ithalatı geçici yasak ürünler) veya ithalatında İran Merkez Bankası tarafından döviz tahsisinde öncelikli ürünler gibi muhtelif kategorilere ayrılmıştır.

Bu kapsamda, 15 Ekim 2022 tarihinde Resmi makamlarca ithalat yasaklarına dair yeni bir açıklama yapılarak ticari faaliyette bulunanlar için tamamıyla şeffaf olduğu ifade edilen ithalatı yasak ürünler listesinin kamuoyu ile de paylaşıldığı bildirilmiştir. Söz konusu açıklamada, ithalatı yasak ürünler listesini 4. ve 27. grupların oluşturduğu, 4. grupta yer alan ürünlerin ithalatının İran Ekonomik Koordinasyon Yüksek Kurulu tarafından, 27. gruptaki ürünlerin ise İran Sanayi, Maden ve Ticaret Bakanlığı tarafından yetki kullanımı ile yasaklandığı ifade edilmiştir. Her yıl ihtiyaçlara ve kaynaklara göre revize edildiği belirtilen 4. gruptaki ürünlere ilişkin olarak 2018 yılında 8li bazda 1392, 2019 yılında 1519, 2020 yılında 1539, 2021 yılında 1537 ve 2022 yılında (kamuoyu ile paylaşılan liste) ise 1.550 tarife maddesinin ithalatının yasaklandığı açıklanmıştır. Ayrıca İran Sanayi,

Maden ve Ticaret Bakanlığı yetkisi ile 27. grupta 8li bazda 600 tarife maddesinin ithalatı yasaklanmıştır.

Netice itibariyle hâlihazırda toplam 2.150 adet 8’li GTİP’de yapılacak ithalat, İran tarafından yasaklanmıştır. Söz konusu 2.150 adet 8’li GTİP kamuoyu ile paylaşılmıştır. 2.150 adet 8’li GTİP’deki ithalat yasağına ek olarak 766 tarife maddesinin geçici yasaklara (geçici yasaklara dair GTİP listesi kamuoyu ile paylaşılmamıştır) tabi olduğu, sektör talepleri, ülke ihtiyaçları ve ilgili kurumların görüşleri dikkate alınarak bu tarife maddelerinin ithalatına izin verilebileceği bildirilmiştir. Bu yasaklara ek olarak yerli üretim kapasitelerinin maksimum kullanımını sağlamak için benzer yerli üretimi olan tarife kodlarındaki ürünlerin ithalatının ithalat beyannamesi açıldığında detaylı incelemeye tabi tutulduğu ifade edilmiştir

İran’da halihazırdaki ambargolar nedeniyle bir çok sektörde ve üründe ithalat yasakları bulunmakta, geriye kalan az sayıda sektör ve üründe de pazara giriş engellemeleri bulunmaktadır.

30. Genel Değerlendirme

İran tarımsal ilaç pazarı, zorluk ve engellere rağmen, mevcut talep açığı sebebiyle Türk ihracatçıları bakımından önemli bir fırsat alanı oluşturmaktadır. Türkiye’nin tarım ilaçları sektöründeki rekabetçi yapısı, e-ticaret faaliyetlerinin yaygınlaşması ve iki ülke arasındaki ticari ve kültürel ilişkilerin yakınlığı, artan talep bakımından Türk ihracatçılara cazip fırsatlar sunmasının yanı sıra, İthalat fiyatları dikkate alınarak yapılacak doğru fiyatlama, ürün kalitesi ve desteği ile mevcut ithalat (yurtdışı talebi) pastasından da pay alınabileceği değerlendirilmektedir.

Diğer taraftan, yoğun rekabet ortamı, korumacı politikalar, ekonomik dalgalanmalar ve siyasi istikrarsızlık gibi faktörler de birtakım zorluklar doğurmaktadır. Tarımsal ilaç pazarında başarılı olabilmek için, ihracatçılar bakımından titiz bir pazar araştırması yürütülmeli, gerektiğinde güvenilir yerel ticari ortaklar seçilmeli, kaliteli ve rekabetçi fiyatlı ürünler sunulmalı, uygun pazarlama stratejileri benimsenmeli ve ticari riskler dikkatlice yönetilmelidir. Bu kapsamda, İran ile ticaret yapılırken olası kayıpların önüne geçilebilmesi bakımından, ticaretin başlangıcında “Baby Steps” kuralına göre hareket edilmeli, bir başka ifadeyle önce görece küçük miktarlarla başlanılmalı ve gerekli şartların oluşması halinde sonraki aşamalara geçilmelidir.

*** İran’a yönelik ticari faaliyetlerde bulunmadan önce, güncel yaptırım listeleri ve yerel mevzuatın yetkili kurumlardan (aşağıda listelenmiştir) teyit edilmesi tavsiye edilir.**

31. Yararlı Adresler

- <https://www.kolayihracat.gov.tr/ulkeler/iran>
- İran Ticaret, Sanayi, Madenler ve Tarım Odası:
- Web: www.iccima.ir
- İran Ticaret Geliştirme Örgütü:
- Web: www.tpo.ir
- İran Ulusal Standartlar Kurumu:
- Web: www.isiri.gov.ir
- İran Entegre Ticaret Sistemi:
- Web: www.ntsww.ir
- İran Gümrük Mevzuatı Bilgi Portalı:
- Web: www.irica.ir

32. Kaynakça

<https://www.kolayihracat.gov.tr/ulkeler/iran>

<https://ahuracommerce.ir/list-of-poison-and-fertilizer-importers/>

https://irica.ir/web_directory/55334-%D8%A2%D9%85%D8%A7%D8%B1.html

Urumiye Sanayi, Maden, Tarım ve Ticaret odası

<http://urmiaccim.com/%D8%B5%D9%81%D8%AD%D9%87-%D8%A7%D8%B5%D9%84%DB%8C>

<https://www.ippa.ir/>

<https://marjasanat.com/>

<https://www.foodkeys.com/agriculture/8>