



tgi report

Cereals, Pulses, Oilseeds and Products Sector Special Publication

Turkish Food Exporters introduced bulgur to Russia

Our Sector Board Members evaluated the food sector at the heart of exports at WorldFood Istanbul



**AHMET
GÜLDAL**

TURKISH GRAIN BOARD
GENERAL MANAGER

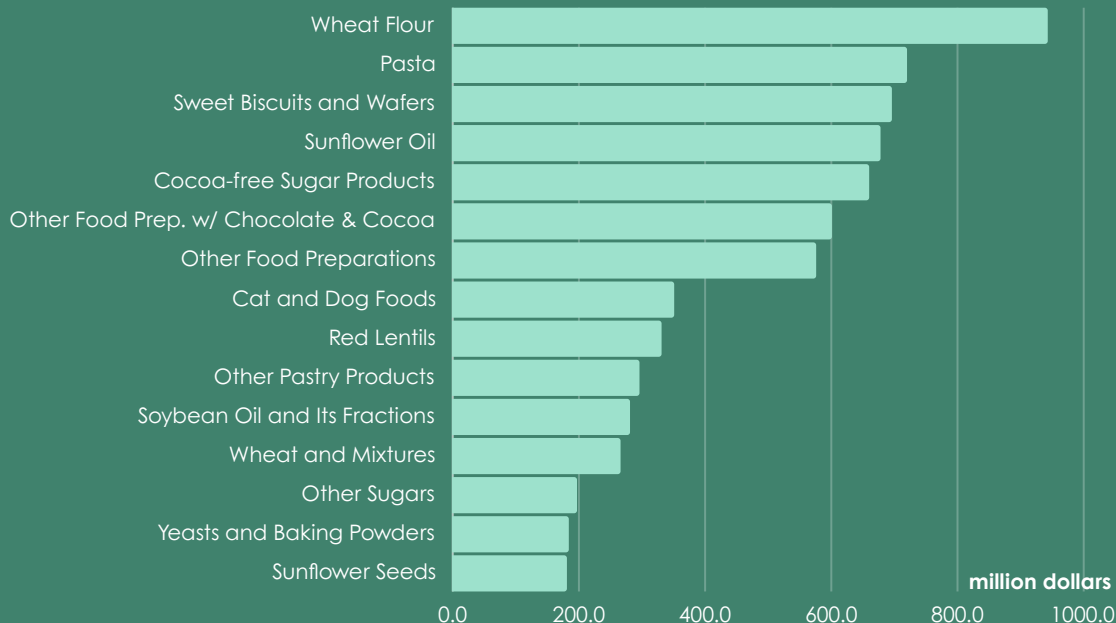
YUNUS EMRE AKKOR

CHEF

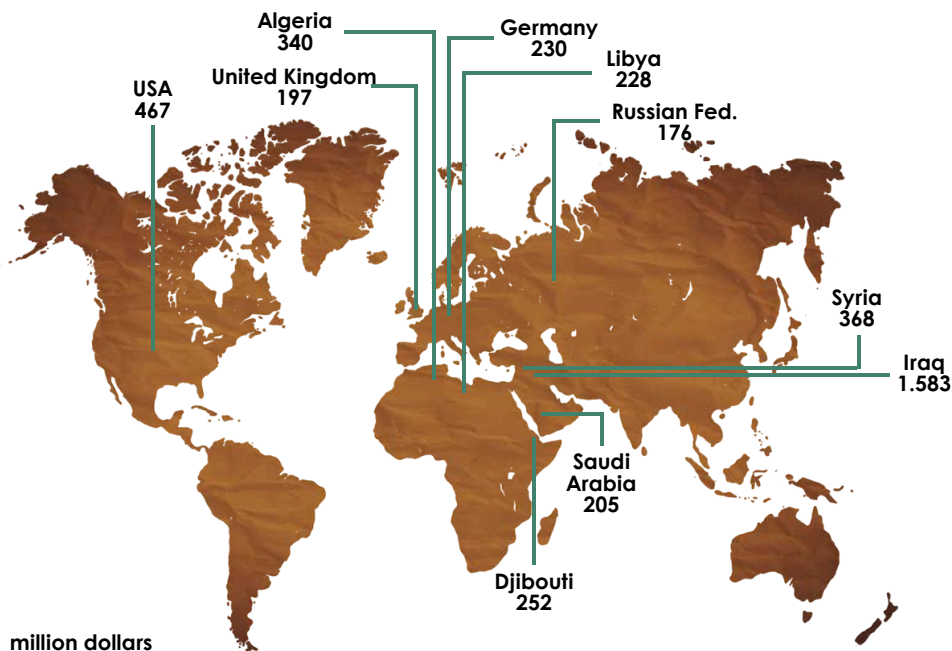
Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Export

Products

8,7
billion dollars



Countries



Associations

GAiB	iIB	AKiB	OAiB	EiB	KiB	Other
2,507	2,432	1,414	961	750	243	416

million dollars

TGİ Chairman Ahmet Tiryakioğlu:

“We can increase our share in global agricultural product to 3 percent.”

While agricultural production and consumption have increased in the last 20 years due to the high population and income growth in the world, the axis shift due to demographic developments has changed the international agricultural trade model. Today, India and South East Asia stand out as consumption centers, while the Black Sea and Central Asia regions stand out in terms of production. The share of Russia and Ukraine, two of the largest producing countries, in total grain exports is around 24 percent, and when Kazakhstan, Bulgaria and Moldova are included, this share reaches a very high 43.4 percent.

We are going through a process called “de-China-ization”, in which the US and EU countries want to reduce their trade dependence on China not only in food but in all areas. This new era puts “developing countries” at the forefront to ensure agricultural supply security. As regionalization trends in trade become more widespread, trade with close and neighboring countries is becoming more important.

Turkey, which has great opportunities for food trade in this new international process, has some features that only a few countries in the world have. We are the gene center of wheat and pulses. We have the greatest potential in endemic plant varieties in the world. We have the advantage of Customs Union with EU countries. In addition, we can speak the same language with countries that do not know each other and trade with very different segments. We also have the infrastructure and logistics power to market food products to the world. Despite all these potentials, our share in the world's annual agricultural output of 4.5 trillion dollars is around 70 billion dollars; if we succeed in becoming the center of food and agricultural products trade in the new global model, we can double our share in the world and increase it to 3 percent.

The cereals, pulses, oilseeds and pro-products sector is the strategic trade area for Turkey's high targets in global agriculture and food trade. According to 2023 data, our sector has realized



more than half of the 23.4 billion dollars of herbal product exports in our country. The cereals sector is the apple of our country's eye in agricultural trade, producing 2 percent of the 800 million tons of wheat and 5.5 percent of the 148 million tons of barley produced in the world annually.

The aim of Turkish Food Exporters is to create a strong brand in line with the production and trade potential of our industry and to strengthen our international cooperation with new connections. I would like to express my gratitude to all our stakeholders who have supported us in this field, in which we have made significant progress under the leadership of our Sector Board, and who have given us strength by standing by us under all circumstances.

Ahmet Tiryakioğlu
Chairman of TİM Cereals, Pulses,
Oil Seeds and Products Sector Board

MASTHEAD

Publisher

Ahmet TİRYAKİOĞLU

Responsible Manager

Ahmet ŞAHBUDAK

Editorial Directors

Yalçın KAYA - Commpass

Cihan AYDIN - Commpass

GAİB

Southeast Anatolian Exporters' Associations

www.gaib.org.tr

Mücahitler Mh. Şehit Ertuğrul Polat Cd. No:3

Şehitkamil/Gaziantep

Agency

Commpass Corporate Communications and

Management Consultancy (Commpass)

www.commpass.com.tr

Esentepe Mah. Talatpaşa Cad. No: 5/1

34394 Levent-Şişli/İstanbul

Print

Özcan Damla Matbaacılık

Promosyon San. ve Tic. A.Ş.

www.damlamatbaa.com.tr

Mücahitler Mah. Sezen Aksu Sok. No:1

Şehitkamil/Gaziantep

Turkish Grain Board General Manager Ahmet Güldal:

“Türkiye is an important player in regional food trade.”

Operating with the mission of taking measures to protect producers and consumers by regulating the markets for agricultural products, especially cereals, the Turkish Grain Board plays an important role in the agricultural sector with its nationwide purchasing points and contracted licensed warehouses. We talked to Ahmet Güldal, General Manager of the Turkish Grain Board, about TGB's activities and developments in agricultural production in Türkiye.

Our purchase activities will continue until the last product supplied by our producers is received.

What was the total size of the purchases realized as of the end of September 2024 in terms of quantity and value? Could you make a general evaluation of the work carried out for the producers who want to deliver their products?

As TGB, we broke a record by purchasing over 13 million tons in 2023. In the 2024 grain procurement period, we are carrying out procurement activities smoothly at a total of 669 different points, including 383 TGB procurement points and 286 licensed warehouses contracted throughout the country. In paddy, we provide on-site service to our producers by opening temporary purchasing centers at 10 points where production is intense. We estimate that around 5 million tons of products will be purchased by the end of the year, which will be above the average of many years.

Our appointment and purchase activities will continue until the last product supplied by our producers is received. We have made and continue to make our product fee payments within an average of 30 days this year.

We aim to ensure the healthy functioning of market dynamics in grain markets through TGB procurement policies and to prevent producer victimization through our intervention purchases. At this point, we see that we have successfully achieved the targeted goal.

What are the advantages of working with licensed warehouses for producers?

The licensed warehousing system spreads the product supply through-



out the year, ensures that the products are stored in modern warehouses for a long time in a healthy and reliable manner, brings more buyers and sellers together by trading the products on the national stock exchange, facilitates product trade and provides financial support to our producers by offering credit opportunities.

Producers who sell their products as EWRs through licensed warehouses are exempt from 2 percent withholding tax and 2 percent SSI premium deduction. Producers who store their products in licensed warehouses are offered the chance to use a 9-month term loan (upper limit is 15 million TL) up to 75 percent of the product price from Ziraat Bank and Agricultural Credit Cooperatives, and the interest is fully covered by the state.

In addition, 60 percent of the rental fee and 50 percent of the analysis fee in the licensed warehouse rental tariff determined by the Ministry of Trade are covered by the Ministry of Agriculture and Forestry, and a maximum of 3 thousand TL transportation support is provided.

Can you provide information about TGB's efforts to create new warehouse areas and open stack areas? What measures do you take when product purchases exceed the capacity of TGB warehouses and leased licensed warehouses?

In 2008, TGB launched the project of building warehouses with long-term lease guarantees in order to reduce the increasing need for warehouses in



our country. This project laid the foundation for licensed warehousing, which would later become widespread in our country.

With the contributions of this move pioneered by TGB, our country has now reached an installed licensed warehouse capacity of 12 million tons with modern storage conditions. When the warehouses with operating permits are completed, a capacity of approximately 20 million tons will be reached.

TGB purchases products primarily from TGB warehouses and licensed warehouses that have signed a protocol with TGB. In cases where these are not sufficient, warehouses are rented from third parties. If these are also insufficient or unavailable, the products are taken to polyethylene open stacks in order to prevent the producers from being victimized.

Is the appointment system sufficient? How do you meet the demands of the producers in this direction? Do you have any new investments to ensure development in this direction?

TGB has been conducting grain purchases by appointment system since 2013 in order to prevent producer victimization, to ensure that purcha-

ses are carried out in a planned manner and to provide equal service to all producers. With this system, long queues in front of TGB buying points and waiting times of up to 4-5 days during peak periods have been eliminated. Producers can now deliver their products to TGB on the day they make an appointment.

In addition to our own purchase points, we have also integrated the empty capacities of licensed warehouses that have signed a protocol with our institution into the TGB appointment system as of 2023 and ensured that producers benefit from licensed warehouses with priority.

By making additional updates to the appointment system, such as increasing the appointment capacity and extending the duration of the appointment purchase schedule, we have eliminated the problems experienced by our producers in previous years as of this purchase period.

In the last quarter of 2024 and in 2025, what do you think will be the impact of geopolitical risks on world food markets? How do you expect global developments to affect our food exports?

Today, world food markets are going through a significant transformation

process due to increasing geopolitical risks and climatic uncertainties. As of the last quarter of 2024 and 2025, these risks are expected to become more pronounced. In particular, we believe that ongoing global military tensions, trade restrictions, volatility in energy prices and disruptions in international grain trade may cause significant fluctuations in food prices in the coming period.

Türkiye is an important player in the region's food trade thanks to its strong agricultural production infrastructure, strategic geographical location and logistical advantages. However, global geopolitical tensions may pose some risks to our export performance. In the 2024-2025 period, possible increases in energy and transportation costs, changes in trade routes and disruptions at ports, political and economic instability in target markets may challenge the competitiveness of our exporters.

On the other hand, disruptions in supply chains and regional supply shortages may also create new opportunities for Türkiye. At this point, our duty as TGB is to guarantee the income of our producers by maintaining the balance between domestic supply and demand and to support the competitiveness of our exporters in international markets.

Türkiye will continue to stand out with its quality and reliable products by adopting the principle of sustainability in the agriculture and food sector. We will continue to be a strong player in exports as well as maintaining the stability of the domestic market, especially through licensed warehousing, expanding the use of technology and support policies for producers.

Despite the increasing uncertainties in the world, we believe that we will achieve positive results in food production and exports thanks to Türkiye's agricultural strength and strategic moves.



“Türkiye will continue to stand out with its quality and reliable products by adopting the principle of sustainability in the agriculture and food sector.”



Our Sector Board Members evaluated the food sector at the heart of exports at WorldFood İstanbul

International Food Products and Technologies Fair - WorldFood İstanbul, which provides the opportunity to exhibit and discover the latest innovations and trends in the food industry, hosted its guests at Tüyap Convention and Exhibition Center between September 6-9, 2023. A total of 64,146 visitors from 161 countries and 1,117 exhibitors from 38 countries took part in WorldFood İstanbul for 4 days. In the first session of the opening day, the Chairmen's Session was held with the founding executives of the Turkish Food Platform. In the panel titled "The Food Sector at the Heart of Exports and the Roadmap to 2024" moderated by Agriculture Editor İrfan Donat, Sector Board Members addressed the visitors.



Türkiye, with an agricultural output of 70 billion dollars, has a 1.5 percent share in the world's agricultural output of 4.5 trillion dollars. The share of Russia and Ukraine in grain exports is 24 percent. When we include Kazakhstan, Bulgaria and Moldova, the share of these countries in world exports rises to 43 percent. As a country at the crossing point of the food corridor, we want to increase our share in the world's agricultural output to 3 percent. We have formed a very special alliance with the Turkish Food Exporters brand. We believe that we will definitely achieve our goals.

Ahmet Tiryakioğlu

Chairman of TİM Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Sector Board

Turkish manufacturers, industrialists and exporters have made significant investments in high technology and capacity in the last 20 years. But most importantly, Türkiye's perspective on quality has changed. If we are able to increase our exports every day, this shows that our understanding of quality has changed significantly. For the sustainability of this success, we need to invest more in branding and be more generous. In the world, especially the private label sector is growing day by day, and in this competition, our exporter industrialists need to spend more money on value-added products, in other words, on R&D.

Celal Kadooğlu

Chairman of Southeast Anatolian Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Exporters' Association



We came together with the Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Exporters' Associations, TGDF, ETÜDER and all sector representatives related to food and decided to unite in a single fair. We aim to make WorldFood İstanbul one of the world's leading fairs such as GULFOOD, ANUGA, SIAL PARIS, which are known worldwide. The food industry has the potential to grow with sustainable production and innovative solutions. The exhibition of environmentally friendly products at the fair will raise awareness in this direction in our sector. It is important to use sustainable production models and environmentally friendly technologies. We also need to speed up manufacturing to accelerate exports. For this, we need to increase our existing capacities.

Kazım Taycı

Chairman of İstanbul Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Exporters' Association



When it comes to competition in the global market, I can first say that we start the match 1-0 down. Unfortunately, we are affected by the taxes imposed on us by the countries we export to. Since many countries work within the framework of Free Trade Agreements or Customs Union agreements, we have problems in this regard. While the countries in our immediate geography act in unions, we are unfortunately left alone. We are constantly conveying our demands for Free Trade Agreements to the necessary authorities, and we believe that if there is a development in the coming periods, we will be at an equal level in competition.

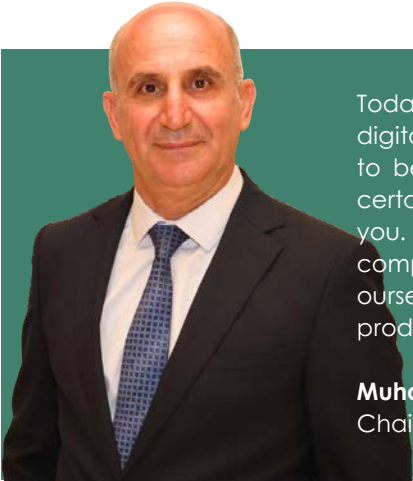
Veysel Memiş

Chairman of Mediterranean Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Exporters' Association

Wars in the world are no longer world wars, but proxy wars. As a simple example, anyone who looks a little deeper into the issue knows who is causing the problems in the Red Sea today and for what purpose. And what does this problem cost us? When the Red Sea is out of the way, products are transported in 90, 120, 150 days through other places. Failure to deliver these products means not getting paid for them. International shipping and transportation is a very sophisticated subject. I think Türkiye, as a country that does not have many options in the future other than exports, should have a simulation of this problem.

Nihat Uysallı

Chairman of Central Anatolian Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Exporters' Association



Today, the concepts of sustainability, resilience, decarbonization, traceability and digitalization come to the fore in the world. It is not enough just to be a supplier, you need to be an approved supplier and give importance to food safety. If you do not have certain certificates accepted by the world, the importer does not even show interest in you. This is a process that will become increasingly difficult, but as far as I can see, all our companies in Türkiye can easily fulfill these expectations. Because we can quickly adapt ourselves to technology and artificial intelligence. When you visit our fair and examine our products, you feel as if you are visiting a fair in Europe or America.

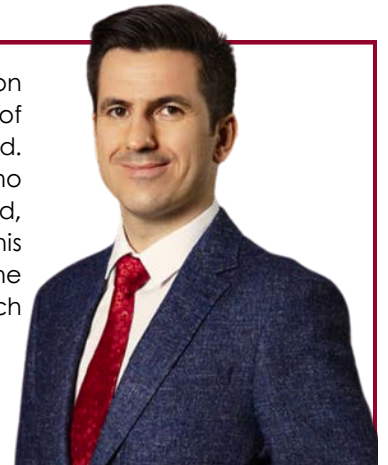
Muhammet Özlürk

Chairman of Aegean Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Exporters' Association

Our main difference with our competitors is that we are an agricultural country. The reason why we have a 1.5 percent share of the world in terms of total output is that the diversity of Anatolia is really at the center of our culture and this culture leads to a diversity in food. Our population is an important power and our domestic consumption is the main dynamo of exports. Because a company cannot reach the scale to export the day it is established, it must first pass the start-up period. We export more than we consume and we can do this by using raw materials from other countries. If there was not such high consumption in the domestic market, such an infrastructure would not have been created in Türkiye and such high investments would not have been made.

Eren Günhan Ulusoy

Chairman of Black Sea Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Exporters' Association



Chef Yunus Emre Akkor:

No real value that we cannot base on tradition can catch the universal in production.

Chef Yunus Emre Akkor, who specializes in Ottoman, Anatolian and Middle Eastern cuisines with his culinary research and was awarded the Presidency of the Republic of Türkiye's Culture and Arts Grand Prize in 2022, contributes significantly to the promotion of Turkish culinary culture and Türkiye with his twenty-five years of culinary experience. We had a pleasant conversation with Yunus Emre Akkor, who has won awards in many national and international competitions, on the main products of our cereals, pulses, oilseeds and products sector.

“The fertile soil, air and water of Mesopotamia, as well as 13,000 years of genetic memory, have made Anatolian grains and pulses both more nutritious and better in terms of flavor.”

Cereals and pulses are among the indispensable ingredients of Turkish cuisine. What do you think makes these ingredients such integral elements of our culinary heritage, and what distinguishes these products from others in terms of quality, flavor and nutritional value?

Since the Turks were a nomadic society in Central Asia, they generally lived on meat, dried yogurt and tail fat. After migrating to Anatolia, they started a different dietary culture by mixing meat with the grains and pulses they found.

The society, which had been fed exclusively with meat for centuries, used meat as an auxiliary ingredient or did not use it at all and instead added many new dishes made only with grains and pulses to its culture.

Grains and pulses production, which started in Anatolia around 13,000 years ago, took almost 5,000 years to reach Europe. The fertile soil, air and water of Mesopotamia, as well as 13,000 years of genetic memory, have made Anatolian grains and pulses both more nutritious and better in terms of flavor than those grown in other parts of the world.

How do you think traditional Turkish ingredients such as grains and pulses can inspire innovative recipes that appeal to international palates? How do you incorporate them into dishes



es that are both nutritious and appealing to a wide audience?

As a principle, I am in favor of presenting the old recipes of centuries past to humanity in the most accurate way without interpretation today. For this reason, I serve all the recipes from the past today by applying them as they are, without changing them at all.

For this reason, I work to ensure that today's societies, which have succumbed to fast food culture, do not forget the unique dishes that are the common heritage of world culture and that they are passed on to future generations.

Bulgur, often praised for its unique taste and versatility, has a special place in Turkish cuisine. What do you think distinguishes bulgur from other cereals and makes it special? Can you share some of your favorite dishes made with bulgur?

First of all, I must say that the unique smell, taste and nutritional value of bulgur grown in Anatolia is much higher than other grain products in the world. Throughout history, bulgur has been one of the most widely used and processed pulses in Anatolian society because it is easily accessible and affordable. In my own kitchen, I



make many delicacies with bulgur. Among these, bulgur vaccine with turmeric, which is one of Mevlana's favorite dishes from Mevlevi cuisine, ranks first. In addition, tandoori soup, which is made by placing many pulses including bulgur and whose flavor increases with winter roasting, takes its place on my table in many invitations. Bulgur pilaf with vermicelli made with plain oil is also among my favorite dishes.

Are there any lesser-known Turkish dishes containing grains and pulses that you think deserve more attention? How can our chefs help preserve these recipes?

I think Sheikh Mualla, a dish made with lentils in the Hatay region, is both vegetarian and vegan. I think this dish can easily find its place in world cuisines. Besides, bulgur, which has a very high nutritional value and is healthy at the same time, is not yet in the place it deserves in the world. But I believe that in the near future bulgur will become much more valuable and will find a place in world cuisines.

The only thing our chefs can do to preserve recipes is to think that traditional dishes do not need any interpretation.

Looking to the future, what is your vision for the role of Turkish cereals and pulses in the culinary world? How do you see them influencing trends in gastronomy?

The future of food lies in traditional agriculture, traditional products and traditional food. Although artificial intelligence, advanced technologies and many innovations that make life easier help us in every way, none of them can help us make delicious food that will convince the human palate. Human beings love adventure, so they will try to make many new arrangements for it. But none of them will be able to overcome traditional ingredients and traditional cooking methods. If human beings want to consume healthy and clean food, they will realize that pulses and traditional recipes are indispensable in all circumstances. The gastronomy trends of societies that are aware of this will

always be shaped accordingly.

What do you think would be the most effective strategies to promote Turkish food and ingredients on a global scale?

Food can be described neither through a photograph, nor through a video montage, nor through a book, in fact it can be described, but we can discuss how effective it is. A spoonful of a dish cooked with traditional touches and traditional ingredients is convincing enough. In other words, it is a long way for us to introduce our dishes, which we make with the right ingredients, the right techniques and good products, to foreigners, no matter who they are, on all the platforms we can find. With this method, we should continue to introduce our food to the world without getting tired, tired and tireless.

And we must not forget that; no real value that we cannot base on tradition can catch the universal in production.



Us in the press

Our Associations, which represent our products and exporter companies around the world with the promotional activities carried out under the Turkish Food Exporters brand, attract great interest from the press in Türkiye with the communication activities they realize. While the monthly data of the cereals, pulses, oilseeds and products sector in Türkiye are regularly announced to the press by the Sector Board, our Associations under the umbrella of the TGI share the results and activities carried out in their regions of activity with the press.



YeniŞafak

Chairman of TİM Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Sector Board, **Ahmet Tiryakioğlu**:

"We expected the increase in wheat supply and stocks in the world to pull prices down. Compared to last year, we experienced an export revenue loss of nearly 100 million dollars as a country only due to the decline in wheat flour exports. As the world's largest wheat flour exporter, we closely follow the expectations of enterprises that buy raw materials from abroad. We exchange information with all our public institutions, especially TGB, on the most appropriate solutions for the country's interests."

Hububat ihracatı 8 milyar \$'a dayandı

Yeni ilk 8 aylık dönemde hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamekleri sektörü 28 milyar dolarlık ihracata imza etti. Ürün bazında, buğday unu ihracatı 870 milyon dolarlık ilk sırada yer aldı.

İstanbul, hubudat ihracatı, buğday unu, tahıl ve tahıl ürünleri, bakliyat ve tahıl ürünleri, yağlı tohumlar ve mamekleri sektörü 28 milyar dolarlık ihracata imza etti. Ürün bazında, buğday unu ihracatı 870 milyon dolarlık ilk sırada yer aldı. Tahıl ürünleri ihracatı ise 14 milyar dolarla ikinci sırada yer aldı. Tahıl ürünleri ihracatının toplam değeri ise 28 milyar dolar oldu. Tahıl ürünleri ihracatının toplam değeri ise 28 milyar dolar oldu.

KIRMIZI MERCİMEKTE POTANSİYEL YÜKSEK
Türkiye'nin dünya çapında tahıl ihracatında lider konumunda olduğu tahıl sektöründe, buğday unu ihracatının potansiyeli yüksek olarak değerlendiriliyor. Tahıl ürünleri ihracatının toplam değeri ise 28 milyar dolar oldu.

BusinessNews

Chairman of Southeast Anatolian Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Exporters' Association, **Celal Kadooğlu**:

"We do not have the luxury of losing investors, on the contrary, we are a country that needs to grow with new investments. However, we see that our companies, which have lost their competitiveness as a result of the policies implemented, have to go to other countries to continue their existence. In an environment of high inflation and interest rates, and as a result of the exchange rate policy that is almost in place, companies prefer to go to Egypt and Far East countries where production costs, especially energy and labor, are lower. We regret these shifts, which will also negatively affect the employment market."



EN ÇOK İHRACAT İRAK, CEZAYİR VE ABD'YE YAPILDI
HUBUBAT İHRACATI
6 MİLYAR DOLARA YAKLAŞTI

Hübara, tahılın en büyük ihracat pazarlarından biri olarak öne çıkıyor. Türkiye'nin dünya pazarına ihracat ettiği tahılın yaklaşık yüzde 10'unu bu ülkeye ihraç ediyor. Türkiye'nin tahıl ihracatındaki payı ise yaklaşık yüzde 10'u olmaktadır. Türkiye'nin tahıl ihracatındaki payı ise yaklaşık yüzde 10'u olmaktadır. Türkiye'nin tahıl ihracatındaki payı ise yaklaşık yüzde 10'u olmaktadır.



Chairman of İstanbul Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Exporters' Association, **Kazım Taycı**:

“The biggest reasons for the increase in our current exports are that our sales network is very widespread, we sell in a very wide range, Türkiye has become a distribution point for agricultural products especially for European, Central Asian, Middle Eastern and African countries, and Mersin Port has become a regional food distribution center. Türkiye's strong investments in food and processed agricultural products are one of the strongest aspects of our export growth.”



Chairman of Mediterranean Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Exporters' Association, **Veysel Memiş**:

“Bulgur is one of the most basic foods of Turkish cuisine. The fact that Türkiye, the first country to produce bulgur with industrial methods, is today the world leader in both production and exports is due to these deep-rooted traditions. We are carrying out a worldwide study and aim to declare World Bulgur Day. Our goal is to have this declaration accepted by the United Nations during the 2025 harvest period.”

Memiş: Türk bulguru Rusların restoran ve mutfağına girecek

Türk bulguru, özellikle Rusya pazarına yönelik ihracatı hızla artıyor. Türkiye'nin dünya pazarına ihracat ettiği tahılın yaklaşık yüzde 10'unu bu ülkeye ihraç ediyor. Türkiye'nin tahıl ihracatındaki payı ise yaklaşık yüzde 10'u olmaktadır. Türkiye'nin tahıl ihracatındaki payı ise yaklaşık yüzde 10'u olmaktadır.



ekonomim

Kedi köpek mamasında ihracat hedefi 140 milyon dolar
 2014 yılında 4,5 milyon dolar olan Türkiye'nin kedi köpek maması ihracatı, 2023'te 122 milyon dolara ulaştı. Bu yıl aynı hedefe ulaşmak için 102 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildi.

ÖZTÜRK: İHRACAT

Kedi köpek maması ihracatının hızla artması, Türkiye'nin bu sektörde dünya lideri haline geldiğini göstermektedir. Türkiye'nin kedi köpek maması ihracatı, 2014 yılında 4,5 milyon dolar olan Türkiye'nin kedi köpek maması ihracatı, 2023'te 122 milyon dolara ulaştı. Bu yıl aynı hedefe ulaşmak için 102 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildi.



Chairman of Mediterranean Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Exporters' Association, **Muhammet Öztürk**:

“The pet food sector, which reached a market size of approximately 25 billion dollars in 2023 in terms of export volume worldwide, has gained an even faster momentum in our country. The export volume of the sector in Türkiye, which was 4.5 million dollars in 2014, increased 27 times in 2023 and reached 122 million dollars. As of January-September 2024, we have exported 102 million dollars to approximately 100 countries. We expect this figure to increase to 140 million dollars by the end of the year.”



Chairman of Black Sea Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Exporters' Association, **Eren Günhan Ulusoy**:

“We estimate that wheat production figures may decrease slightly at the end of the season due to changes in climatic conditions. We are in a period when inflation is felt in every field and the increase in input costs is felt. When we look at the price, we have encountered a lower increase in terms of our farmers compared to previous years. However, if we compare this with the world market, we have realised an increase far above the world market. Because world prices have fallen considerably compared to the previous season. From 400 dollars to 220 dollars, we see a world price in wheat.”

“TÜRKİYE, LİDERLİĞİNİ VİLLARCA SÜRDÜRECEK”

Türkiye'nin dünya pazarına ihracat ettiği tahılın yaklaşık yüzde 10'unu bu ülkeye ihraç ediyor. Türkiye'nin tahıl ihracatındaki payı ise yaklaşık yüzde 10'u olmaktadır. Türkiye'nin tahıl ihracatındaki payı ise yaklaşık yüzde 10'u olmaktadır.



News from our Associations



Sector Board came together in İstanbul

Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Sector Board Meeting was held on 02 September 2024 with the presence of Mehmet Azgın, Director General of Imports of the Ministry of Trade and Halis Kaya, Head of Agricultural Products Department of the General Directorate of Export of the Ministry of Trade. At the meeting, which was attended online by Mustafa Gümüş, General Director of Customs of the Ministry of Trade, the problems and solution suggestions of the sector were expressed and consultations were held to increase the exports of the sector.



Fair visits from İHBİR



İHBİR Vice Chairman Şemsettin Memiş, Board Member Mehmet Taş and TIM Delegate Tuğba Sürmeli visited F İstanbul 2024 Food, Beverage Products and Production Technologies Fair held at İstanbul Expo Centre between 10-13 July 2024. İHBİR delegation visited its members participating in the fair and wished them success by getting information about the opinions of the companies about the fair.



Kazım Taycı, Chairman of the Board of Directors of İHBİR, and İsmail Gül, Member of the Board of Directors, visited the ISM Middle East 2024 Fair held in Dubai between 24-26 September 2024.



The opening ceremony of Türkiye's National Participation in the Americas Food & Beverage Fair, which was held in Miami between 16-18 September 2024 and organised by İHBİR, was held by Turkish Republic Miami Consul General Resul Şahinol, Miami Commercial Attaché Ömer İnce, World Trade Center President Ivan Barrios, İHBİR Chairman Kazım Taycı and İHBİR Board Member İsmail Gül

Sector Stakeholders Meeting at GAİB service building



The Sector Stakeholders Meeting was held at GAİB service building with the presence of Minister of Agriculture and Forestry İbrahim Yumaklı, Gaziantep Metropolitan Municipality Mayor Fatma Şahin, Gaziantep Deputies Abdulhamit Gül and Ali Şahin, GAİB Coordinator Chairman Fikret Kileci, Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Exporters' Association Chairman Celal Kadooğlu, Carpet Exporters' Association Chairman Zeynal Abidin Kaplan and many NGO and public institution representatives attended the meeting; the current situation of the sector was discussed.

Venezuela La Guaira Governor Terán was in Gaziantep



José Alejandro Terán, Governor of La Guaira, Venezuela, and the accompanying delegation visited the Cereals, Pulses, Oilseeds and Products Exporters' Association. During the meeting, Chairman Celal Kadooğlu and Vice Chairman Mesut Acar discussed the possible cooperation between the two countries.

Kadooğlu pointed out that the second largest import item of Venezuela, which is in an important position for the food sector with a population size approaching 30 million, is cereals.



Sectoral trade delegation from GAİB to Panama and Venezuela



Within the scope of the preparations for the sectoral trade delegation programme organised by GAİB Cereals Association in Panama and Venezuela, GAİB Assistant Secretary General Ahmet Şahbudak and Kadooğlu Oil Export Manager İhsan Mert participated in the preliminary delegation visits held on 9 July 2024. Within the scope of the preliminary delegation programme, where the Turkish Ambassador to Caracas Aydan Karamanoğlu was also visited, the Deputy Minister of Foreign Trade of Venezuela Johann Alvarez was interviewed and ideas were exchanged on trade relations and opportunities between the two countries. Within the scope of the preliminary delegation programme, ANSA-National Supermarkets Association, Venezuelan Ministry of Agriculture and important institutions such as Fedecamaras, Conindustria, Fedeindustria and Cavidea were visited and information on the sector and export products were shared. Within the scope of the preliminary delegation visits, Lebibe Gülhan Ulutekin, Ambassador of Panama, and representatives of the Panama Food Distributors Association, Istmeña Distributor Company, Panama Chamber of Commerce and Industry and private sector were also visited.

Within the sectoral trade delegation programme held in Panama and Venezuela bet. 22-29 September, bilateral meetings in Panama took place with great interest in our companies and products. Carlos A. Hoyos, Dep. Min. of Trade of Panama, L. Gülhan Ulutekin, Ambassador of Türkiye to Panama and Büşra Ünsal Hür, Comm. Counsellor, participated in the B2B meetings and exchanged views on export products with the participating companies. The programme ended with bilateral meetings held simultaneously with the 2nd Turkish Export Products Fair in Caracas-Venezuela.

AHBİB in Italy



AHBİB organised a sectoral trade delegation event to Italy, which ranks high in Türkiye's exports of cereals, pulses, oilseeds and products. 20 Turkish companies participated in the B2B bilateral meetings within the scope of the Salerno Trade Delegation held on 25-28 September. During the delegation event, field visits were made, Italian companies were visited on-site and their packaging and warehousing processes were examined; information was obtained about market products and prices with a supermarket visit. In total, B2B meetings were held with 21 Italian companies.



Deputy Minister of Trade Ağar was at PET İZMİR 2024 Fair



Deputy Minister of Trade Volkan Ağar visited PET İZMİR 2024 Fair held between 25-28 September and met with sector representatives at the info-stand of the association and the stands of member companies accompanied by EİB Cereals Chairman Muhammet Öztürk, EİB Coordinator Chairman Jak Eskinazi, ESÜHMİB President Bedri Girit. At the fair, where Chairman Muhammet Öztürk delivered the opening speech, EİB Cereals executives also visited the stands of member companies in order to strengthen their relations with member companies in the pet food sector and to get to know the sector as closely as possible. During the visits, information about the activities of the Association was given and developments in the sector and cooperation opportunities were evaluated with the company representatives.

Aegean exporters in the USA market



A press conference was organised with the participation of the Chairmen of Associations, officials from the Ministry of Trade within the framework of the visit of chefs from USA, to İzmir within the scope of the USA Turquality Project carried out by the EİB in the food sectors. Emphasising the importance of the project in increasing our exports to the USA in his speech, EİB Cereals Chairman Muhammet Öztürk gave the good news that activities such as trade delegation and fair participation planned within the scope of the DIC Projects will be added to the USA Turquality Project and more effective promotion will be made in the USA market.



Turkish Food Exporters introduced bulgur to Russia

Turkish Food Exporters hosted representatives of Russia's leading public institutions and NGO's in Moscow as part of the Bulgur Promotion Project supported by the Turquality Support Programme of the Ministry of Trade. The Turkish Ambassador to Moscow Tanju Bilgiç, Ahmet Tiryakioğlu, Chairman of TIM Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Sector Board, and Veysel Memiş, Chairman of AHBİB, accompanied the promotion programme hosted by Türkiye.

During the event, which attracted great interest from Russian gastronomy enthusiasts, bulgur salad with pomegranate, bulgur meatballs with garlic on yoghurt bed, long cooked lamb with apricots on firik and bulgur pudding with mountain fruits and cocoa prepared by the famous Chef Arda Türkmen were served to the guests. In the outdoor leg of the campaign, promotions for Turkish bulgur were carried out in the most important squares of Moscow, while AHBİB Chairman Veysel Memiş, Board Members Şahin Sayılır and Serdar Yıldızgörer made on-site observations at the market events.

AHBİB Chairman Memiş met with the Russian media

Within the scope of the promotional campaign, AHBİB Chairman Veysel Memiş organised a press conference with seven different Russian media organisations, five mainstream and two sectoral, at Komsomolskaya Pravda Media. KP, Interfax, VM, AIF, Sobaka, Agroinvestor and Teleprogramma media organisations attended the meeting.

AHBİB Chairman Veysel Memiş gave detailed information about the importance of Russia for Turkish exporters, the points that the Russian consumer attaches importance to, the qualities that make Turkish bulgur superior to its competitors, the factors that will affect Türkiye's exports to Russia in the second half of 2024 and 2025, and the methods used by Turkish producers to produce natural and organic bulgur. Chairman Veysel Memiş, who was also the guest of RBK television, Russia's only business world channel, made explanations about the promotion of Turkish bulgur to the Russian people and business people and the projects to be realised to increase bulgur exports to Russia.

TGI Members met at the WorldFood Moscow Fair



Turkish Food Exporters came together under the coordination of the Southeastern Anatolian Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Exporters' Association at the World Food Moscow Fair, one of the most important food fairs in the world, held in Moscow, the capital of Russia, between 17-20 September 2024. At the fair where sectoral products were promoted, a tasting event was organised where menus consisting of the main export products of the sector were presented. World Food Moscow Fair gathers hundreds of businesses from many countries of the world, Russia's well-known market chains, retailers, wholesalers, manufacturers and food sector buyers under the same roof every year. The product categories of the fair include frozen and canned ready-to-eat foods, bakery and pastries, organic and healthy foods, fresh and dried fruits, vegetables, oils, sauces, meat and meat products, fish and seafood, edible products such as tea and coffee.





“Russia needs to cooperate with its neighbors”

Drawing attention to the strategic importance of the food sector in trade with Russia, which is facing the biggest sanctions in history in international trade, Ahmet Tiryakioğlu, Chairman of the TIM Cereals, Pulses, Oil Seeds and Products Sector Board, said in his speech at the event as follows:

"The impact of the expanding sanctions decisions of western countries on our exports to Russia reached 1.2 billion dollars in 8 months. Although these sanctions seem to target war-related sectors such as defence industry, logistics and aviation, there were losses in our food trade. In order to feed its population of 150 million, Russia needs to cooperate with its neighbours. Russian households spend a third of their income on access to food. Since agricultural land accounts for as little as 13 per cent of the country's land area, Russia is one of the target markets of supplier countries, importing around 30 billion dollars worth of food every year. We can overcome the contraction in Türkiye's total exports to Russia under the leadership of the food sector."

“If we can increase the number of our products in Russian markets, we will find buyers”

Drawing attention to the importance of food trade with Russia, Tiryakioğlu evaluated the current situation in trade between the two countries as follows:

“We sell to different geographies by processing the products we import from Russia, which is among the top 5 producer countries of the world with a grain yield of approximately 130 million tonnes. We supply many products from this country, from wheat to corn products, from sunflower seeds to crude sunflower oil. We can further consolidate this cooperation with new steps in the Russian market. Every year, nearly 500 billion dollars worth of retail sales are made in Russia, and almost half of this trade consists of food products. If we can increase the number of Turkish food products in Russian markets, we will definitely find buyers.”



Pointing out the importance of nutritious cereals such as rye, oats and buckwheat in Slavic cuisine, Tiryakioğlu stated that they believe that bulgur will be in demand and concluded his words as follows:

"While our average export unit prices per kg are 0.38 dollars in wheat flour, they are 0.59 dollars in bulgur. The difference in a tonne of bulgur reaches 210 dollars. Moreover, this is an area where we are almost unrivalled because the whole world knows that bulgur is a Turkish product. Due to Russia's climatic conditions, the public needs products that can be frozen or stored for a long time due to their nature. In 2023, we made approximately 7 percent of our bulgur exports of 150 million dollars to Russia, and we want to increase this rate to 20 percent with the contribution of our promotional activities."



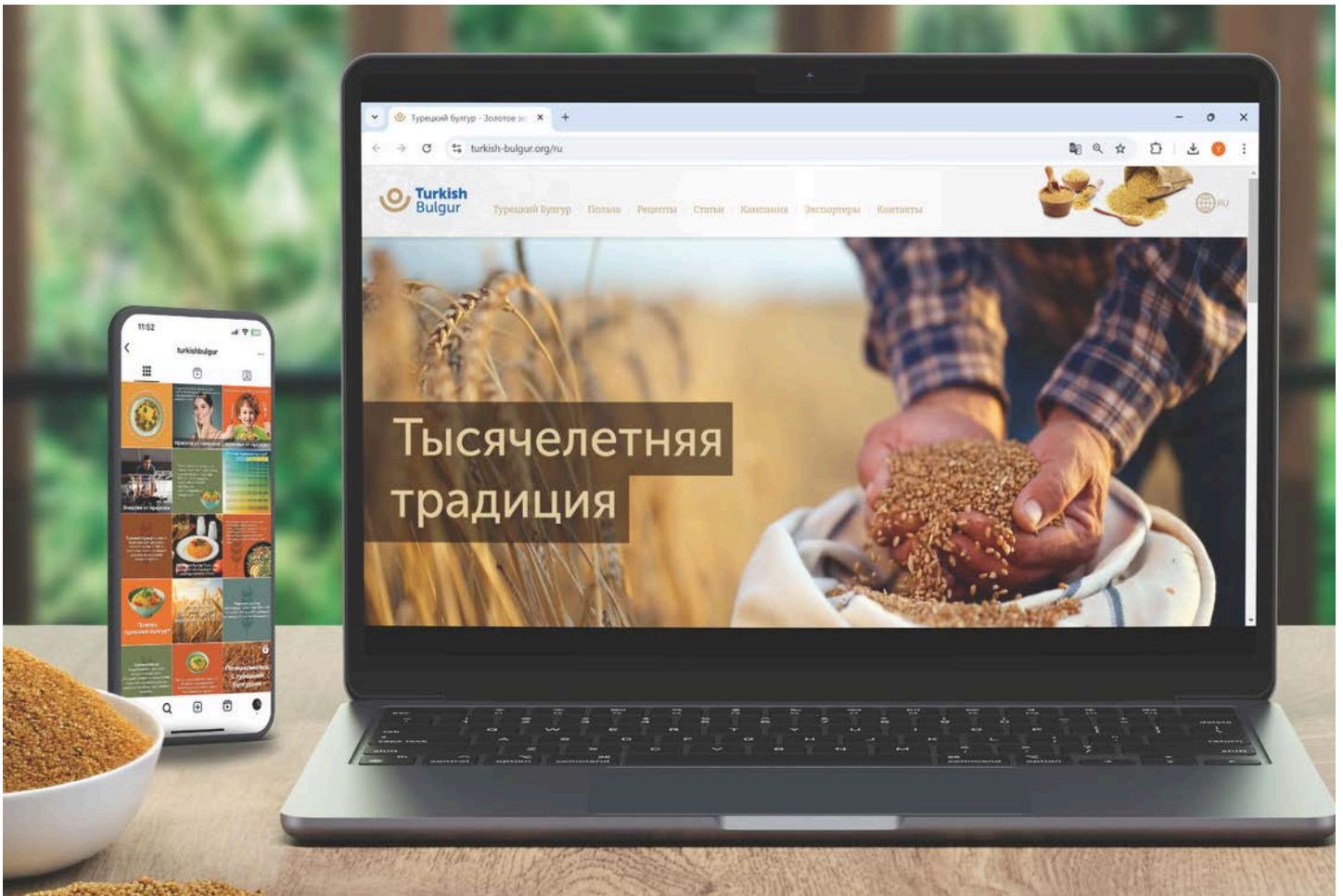
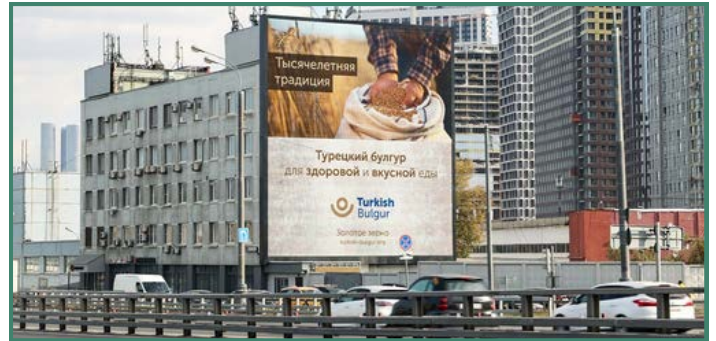
AHBİB Chairman Veysel Memiş

“We are carrying out activities to endear Turkish bulgur to the Russian people and to bring this product to the menus of Russian kitchens and restaurants. We are carrying out a worldwide study and aim to declare World Bulgur Day. Our goal is to have this declaration accepted by the United Nations during the 2025 harvest period.”

“Bulgur is one of the most important, ancient and sacred products of Türkiye. It is a very special and sacred product that every household cannot give up. There is no limit to the number, variety and limit of dishes to be made with bulgur.”



Chef Arda Türkmen



Türkiye Gıda İhracatçıları sosyal medya hesaplarını takip etmeyi unutmayın.



@tgi_sk



@tgi_sk



turkiyegidaihracatcileri

tgigündem'i düzenli olarak e-posta ile almak için
web sayfamıza üye olun.

www.tgi.org.tr



COMPASS

Compass Kurumsal İletişim ve Yönetim Danışmanlığı tarafından hazırlanmıştır.
www.compass.com.tr



tgi gündem

Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektörü Özel Yayını

Türkiye Gıda İhracatçıları, Rusya'ya bulguru tanıttı

Sektör Kurulu Üyelerimiz, WorldFood İstanbul'da ihracatın kalbindeki gıda sektörünü değerlendirdi



**AHMET
GÜLDAL**

TOPRAK MAHSULLERİ OFİSİ
GENEL MÜDÜRÜ

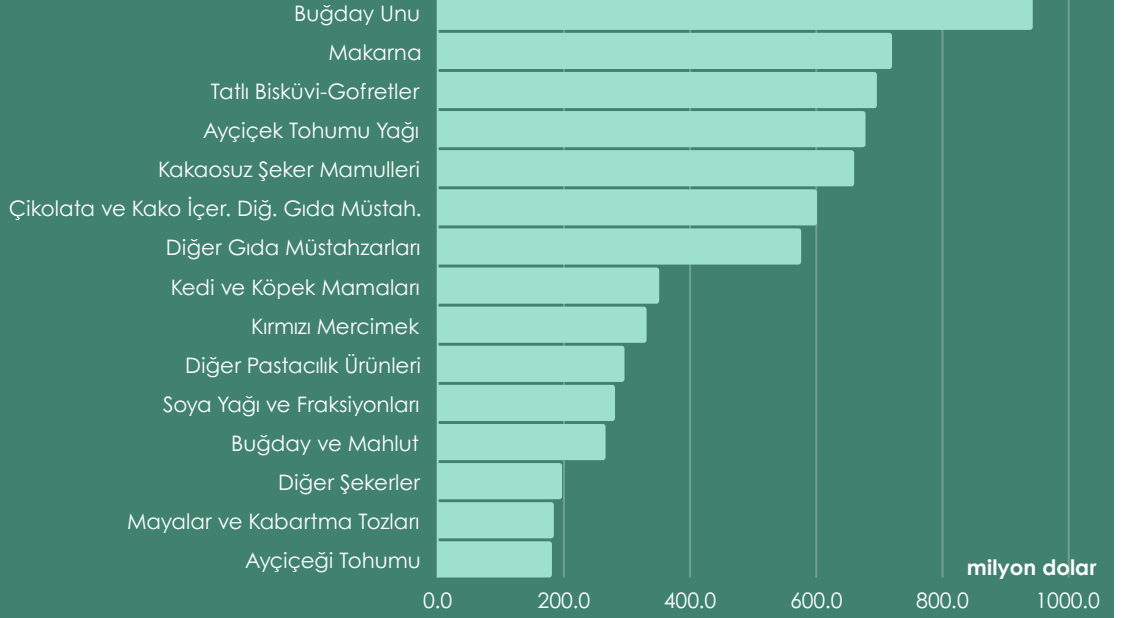
YUNUS EMRE AKKOR

ŞEF

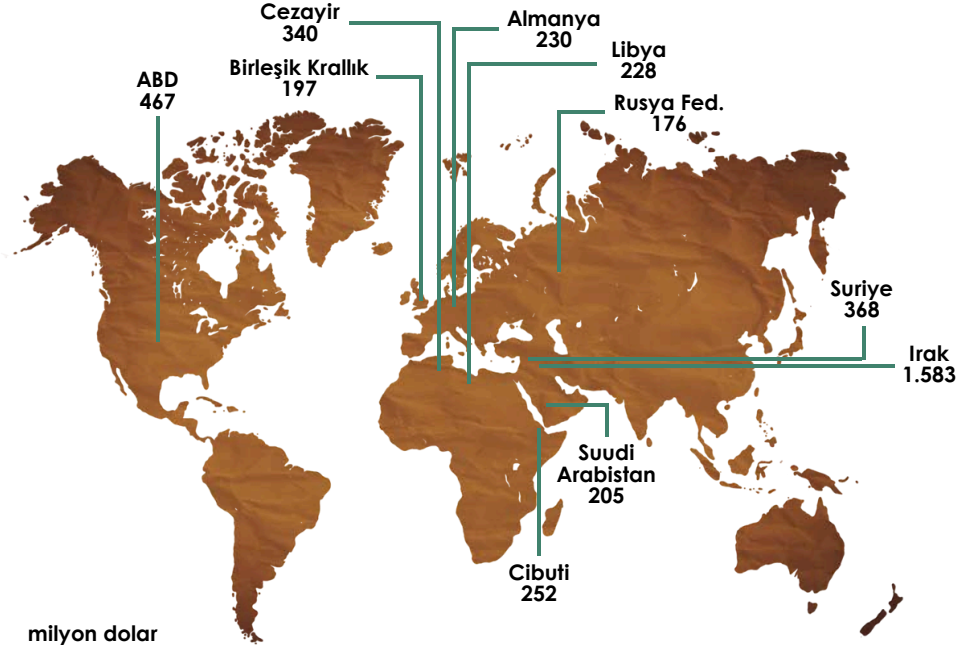
Hububat Bakliyat Yağı Tahımlar ve Mamulleri İhracatı

Ürünler

8,7
milyar dolar



Ülkeler



Birlikler

GAİB	iİB	AKİB	OAİB	EİB	KİB	Diğer
2.507	2.432	1.414	961	750	243	416

milyon dolar

“Küresel tarımsal hasıladaki payımızı yüzde 3’e çıkarabiliriz.”

Geride bıraktığımız son 20 yılda dünyadaki yüksek nüfus ve gelir artışına bağlı olarak, tarımsal üretim ve tüketim de yükselirken demografik gelişmelere bağlı eksen kayması, uluslararası tarımsal ticaret modelini değiştirdi. Günümüzde artık tüketim merkezleri olarak Hindistan ve Güney Doğu Asya, üretimde ise Karadeniz ve Orta Asya bölgeleri öne çıkıyor. En büyük üretici ülkelerden Rusya ve Ukrayna'nın toplam hububat ihracatında payları yüzde 24 seviyelerinde, bu iki ülkeye Kazakistan, Bulgaristan ve Moldova dahil edilince bu oran yüzde 43,4 gibi çok yüksek seviyeleri buluyor.

ABD ve AB ülkelerinin sadece gıda alanında değil, her alanda Çin'e olan ticari bağımlılıklarını azaltmak istedikleri ve Çinsizleşme adını verdikleri bir süreçten geçiyoruz. Bu yeni dönem, tarımsal arz güvenliğini sağlamak üzere, “gelişmekte olan ülkeleri” öne çıkarıyor. Ticarete bölgeselleşme eğilimleri yaygınlaşırken, yakın ve komşu ülkelerle ticaret önemini daha da artırıyor. Gıdanın stratejik önemi-ne bağlı olarak, Çin gibi bazı ülkeler kendine yeterlilik için 2030'a kadar tarımsal üretimini daha da artırmayı ve ithalatı azaltmayı planlıyor.

Uluslararası ölçekteki bu yeni süreçte gıda ticareti için büyük fırsatlara sahip olan Türkiye'nin dünyada sadece birkaç ülkede bulunan bazı özellikleri var. Biz buğdayın ve bakliyatın gen merkeziziz. Dünyadaki endemik bitki çeşitlerinde en büyük potansiyele sahibiz. AB ülkeleri ile Gümrük Birliği avantajımız var. Bunun yanı sıra, birbirini tanımayan ülkelerle aynı dili konuşup çok farklı kesimlerle ticaret yapabiliriz. Gıda ürünlerini dünyaya pazarlayabilecek altyapıya ve lojistik güce de sahibiz. Tüm bu potansiyelimize rağmen yıllık 4,5 trilyon dolarlık dünya tarımsal hasılası içindeki payımız 70 milyar dolar seviyelerinde; yeni küresel model içinde gıda ve tarım ürünleri ticaretinin merkezi olmayı başarırırsak dünyadaki payımızı 2 katına taşıyıp yüzde 3'lere yükseltebiliriz.

Türkiye'nin küresel tarım ve gıda ticaretindeki bu yüksek hedeflerinde stratejik ticaret alanı hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörü-



dür. 2023 verilerine göre ülkemizdeki 23,4 milyar dolarlık bitkisel ürün ihracatının yarısından fazlasını sektörümüz gerçekleştirmiştir. Dünyada üretilen yıllık 800 milyon ton buğdayın yüzde 2'sini, 148 milyon ton arpanın yüzde 5,5'ini üreten ülkemizin tarımsal ticaretteki gözbebeği, hububat sektörüdür.

Türkiye Gıda İhracatçıları'nın amacı, sektörümüzün üretim ve ticaret potansiyeline uygun şekilde güçlü bir marka yaratmak ve uluslararası alandaki iş birliklerimizi yeni bağlantılarla güçlendirmektir. Sektör Kurulumuz öncülüğünde önemli bir ilerleme sağladığımız bu alanda desteğini esirgemeyen ve her koşulda yanımızda olarak bize güç veren tüm paydaşlarımıza şükranlarımı sunuyorum.

Ahmet Tiryakioğlu
TİM Hububat Bakliyat
Yağlı Tohumlar ve Mamulleri
Sektör Kurulu Başkanı

KÜNYE

İmtiyaz Sahibi
Ahmet TIRYAKIOĞLU

Sorumlu Müdür
Ahmet ŞAHBUDAK

Yayın Yönetmenleri
Yalçın KAYA - Commpass
Cihan AYDIN - Commpass

GAİB
Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri
www.gaib.org.tr
Mücahitler Mah. Şehit Ertuğrul Polat Cd. No:3
Şehitkamil/Gaziantep

Ajans
Commpass Kurumsal İletişim ve Yönetim
Danışmanlığı Ltd. Şti. (Commpass)
www.commpass.com.tr
Esentepe Mah. Talatpaşa Cad. No: 5/1
34394 Levent-Şişli/İstanbul

Baskı
Özcan Damla Matbaacılık
Promosyon San. ve Tic. A.Ş.
www.damlamatbaa.com.tr
Mücahitler Mah. Sezen Aksu Sok. No:1
Şehitkamil/Gaziantep

Toprak Mahsulleri Ofisi Genel Müdürü Ahmet Güldal:

“Türkiye, bölge gıda ticaretinde önemli bir oyuncudur.”

Hububat başta olmak üzere faaliyet alanına giren tarımsal ürün piyasalarını düzenleyerek üretici ve tüketiciyi koruyacak tedbirler almak misyonuyla faaliyet gösteren Toprak Mahsulleri Ofisi, ülke geneline yaygın alım noktaları ve anlaşmalı lisanslı depolarda gerçekleştirdiği alım faaliyetleriyle tarım sektöründe önemli bir rol üstleniyor. TMO'nun faaliyetleri ve Türkiye'de tarımsal üretim alanındaki gelişmeleri Toprak Mahsulleri Ofisi Genel Müdürü Ahmet Güldal ile konuştuk.

“Alım faaliyetlerimiz, üreticilerimizin arz ettiği son ürün alınmaya kadar devam edecek.”

Eylül ayı sonu itibarıyla gerçekleşen alımların toplam büyüklüğü miktar ve değer bazında ne kadar oldu? Ürünü teslim etmek isteyen üretici için yapılan çalışmaların genel bir değerlendirmesini yapar mısınız?

TMO olarak 2023 yılında 13 milyon tonun üzerinde alım yaparak bir rekorun altına imza attık. 2024 hububat alım döneminde ülke genelinde 383 TMO alım noktası ile anlaşmalı 286 lisanslı depo olmak üzere toplam 669 ayrı noktada alım faaliyetlerini sorunsuz şekilde gerçekleştiriyoruz. Çeltikte de üretimin yoğun olduğu 10 noktada geçici alım merkezleri açmak suretiyle üreticilerimize yerinde hizmet veriyoruz. Yıl sonuna kadar 5 milyon ton civarında ürün alımının gerçekleşeceğini tahmin ediyoruz ki, bu rakam da uzun yıllar ortalamalarının üzerinde olacak.

Randevu ve alım faaliyetlerimiz, üreticilerimizin arz ettiği son ürün alınmaya kadar devam edecek. Ürün bedeli ödemelerimizi ise bu yıl ortalama 30 gün içerisinde yaptık ve yapmaya devam ediyoruz.

TMO alım politikalarıyla hububat piyasalarında piyasa dinamiklerinin sağlıklı işlemlerini ve müdahale alımlarımızla da üretici mağduriyetini önlemeyi amaçlıyoruz. Gelişen noktada hedeflenen amaca başarıyla ulaştığımızı görüyoruz.

Lisanslı depolar ile çalışmanın üreticiye sağladığı avantajlar nelerdir?

Lisanslı depoculuk sistemi; ürün arzını tüm yıla yaygın, ürünlerin modern depolarda uzun süre sağlıklı ve güvenilir şekilde muhafaza edilmesini sağ-



layan, ürünlerin ulusal borsada işlem görmesiyle daha fazla alıcı ve satıcıyı buluşturan, ürün ticaretini kolaylaştıran ve üreticilerimize kredi imkânı sunarak finans desteği sağlayan bir sistem.

Ürünlerini lisanslı depolar üzerinden ELÜS olarak satan üreticiler yüzde 2 stopaj ve yüzde 2 SGK prim kesintisinden muaf tutuluyorlar. Ürünlerini lisanslı depolarda muhafaza eden üreticilere Ziraat Bankası ve Tarım Kredi Kooperatiflerinden ürün bedelinin yüzde 75'ine kadar 9 ay vadeli kredi (üst limit 15 milyon TL) kullanma imkânı sunulmakta ve faizin tamamı devlet tarafından karşılanmaktadır.

Ayrıca Ticaret Bakanlığı tarafından belirlenen lisanslı depo kira tarifesindeki kira ücretinin yüzde 60'ı, analiz ücretinin ise yüzde 50'si Tarım ve

Orman Bakanlığımız tarafından karşılanıyor ve azami 3 bin TL nakliye desteği veriliyor.

TMO'nun yeni depo alanları ve açık yığın sahası oluşturma çalışmalarını hakkında bilgi verebilir misiniz? Ürün alımları TMO depoları ve kiralanmış lisanslı depoların kapasitesini aştığında hangi önlemleri alıyorsunuz?

TMO, ülkemizin artan depo ihtiyacını azaltmak üzere 2008'de yaptığı depolama hamlesi ile uzun süreli kiralama garantili depo yapımı projesini hayata geçirdi. Bu proje daha sonra ülkemizde yaygınlaşacak olan lisanslı depoculuğun temelini teşkil etti.

TMO'nun öncülüğünü yapmış olduğu bu hamlenin de katkıları ile ülkemiz hâlihazırda modern depolama şartla-



rını haiz 12 milyon tonluk bir kurulu lisanslı depo kapasitesine kavuştu. İşletme izni alınan depolar tamamlandığında yaklaşık 20 milyon tonluk bir kapasiteye ulaşılacak.

TMO'nun ürün alımları öncelikle TMO depoları ile TMO ile protokol imzalamış lisanslı depolara yapılıyor. Bunların yeterli gelmediği durumlarda üçüncü şahıslardan depo kiralanıyor. Bunların da yeterli gelmemesi veya bulunmaması durumunda ise üreticinin mağdur edilmemesi amacıyla ürünler polietilenli açık yığınlara alınıyor.

TMO alım süreci öncesinde depolama ve finansman yönüyle tüm hazırlıklarını tamamlayarak alımlarını sorunsuz bir şekilde yürütmektedir.

Randevu sistemi yeterli oluyor mu? Üreticinin bu yöndeki taleplerini nasıl karşılıyorsunuz? Bu yönde gelişim sağlamak üzere yeni yatırımlarınız var mı?

TMO, üretici mağduriyetinin önüne geçmek, alımların planlı bir şekilde yürütülmesini sağlamak ve tüm üreticilere eşit hizmet vermek amacıyla hububat alımlarını 2013 yılından beri randevu sistemi ile yapıyor. Bu sistemle, TMO alım noktaları önünde oluşan uzun kuyruklar ve yoğun dö-

nemlerde 4-5 güne varan bekleme süreleri ortadan kalktı. Üreticiler artık ürünlerini randevu aldıkları günde TMO'ya teslim edebiliyorlar.

Ayrıca kendi alım noktalarımız yanında kurumumuz ile protokol imzalayan lisanslı depoların boş kapasitelerini de 2023'ten itibaren TMO randevu sistemine entegre ederek lisanslı depolardan öncelikli olarak üreticilerin yararlanmasını sağladık.

Randevu sisteminde, randevu kapasite artırımını, randevu alım takviminin süresinin genişletilmesi gibi ilave güncellemelere giderek üreticilerimizin geçen yıllarda yaşadığı problemleri bu alım dönemi itibarıyla ortadan kaldırmış olduk.

Yılın son çeyreğinde ve 2025 yılında küresel jeopolitik risklerin dünya gıda piyasaları üzerindeki etkisi sizce nasıl olur? Küresel gelişmelerin gıda ihracatımızı nasıl etkilemesini bekliyorsunuz?

Günümüzde dünya gıda piyasaları, artan jeopolitik riskler ve iklimsel belirsizliklerin etkisiyle önemli bir dönüşüm süreci yaşamakta. 2024 yılının son çeyreği ve 2025 yılı itibarıyla bu risklerin daha da belirginleşmesi öngörülmüyor. Özellikle, küresel ölçekte

etkisini sürdüren askeri gerilimler, ticaret kısıtlamaları, enerji fiyatlarındaki oynaklıklar ve uluslararası tahıl ticaretinde yaşanabilecek aksaklıkların, önümüzdeki dönemde gıda fiyatlarında önemli dalgalanmalara sebep olabileceğini düşünüyoruz.

Son dönemde, Karadeniz tahıl koridorunda yaşanan gelişmeler, Rusya-Ukrayna savaşının şekillendirdiği ticaret rotalarındaki aksaklıklar ve Orta Doğu'daki siyasi istikrarsızlık, gıda arz güvenliği için önemli riskler teşkil ediyor. Bu durum, sadece belli bölgeleri değil, küresel çapta arz-talep dengesini de sarsabilecek potansiyele sahip.

Türkiye, güçlü tarımsal üretim altyapısı, stratejik coğrafi konumu ve lojistik avantajları ile bölge gıda ticaretinde önemli bir oyuncudur. Ancak, küresel jeopolitik gerilimler ihracat performansımızın üzerinde bazı riskler oluşturabilir. 2024-2025 döneminde; enerji ve nakliye maliyetlerinde yaşanabilecek artışlar, ticaret rotalarında yaşanabilecek değişiklikler ve limanlarda meydana gelebilecek aksaklıklar, hedef pazarlarda siyasi ve ekonomik istikrarsızlık, ihracatçılarımızın rekabet gücünü zorlayabilir.

Öte yandan, tedarik zincirlerindeki aksaklıklar ve bölgesel arz eksiklikleri, Türkiye için yeni fırsatlar da doğurabilir. Bu noktada TMO olarak görevimiz, yurt içi arz-talep dengesini koruyarak üreticilerimizin gelirlerini garanti altına almak ve ihracatçılarımızın uluslararası piyasalardaki rekabet gücünü desteklemektir.

Türkiye, tarım ve gıda sektöründe sürdürülebilirlik ilkesini benimseyerek, kaliteli ve güvenilir ürünleriyle öne çıkmaya devam edecektir. Özellikle lisanslı depoculuk, teknoloji kullanımının yaygınlaştırılması ve üreticiye yönelik destek politikalarıyla, iç piyasanın istikrarını korumanın yanı sıra ihracatta da güçlü bir oyuncu olmaya devam edeceğiz.

Dünyada artan belirsizliklere rağmen, Türkiye'nin tarımsal gücü ve stratejik hamleleri sayesinde, gıda üretimi ve ihracatında olumlu sonuçlar elde edeceğimize inanıyoruz.



"Türkiye, tarım ve gıda sektöründe sürdürülebilirlik ilkesini benimseyerek, kaliteli ve güvenilir ürünleriyle öne çıkmaya devam edecektir."

Sektör Kurulu Üyelerimiz, WorldFood İstanbul'da ihracatın kalbindeki gıda sektörünü değerlendirdi

Gıda sektöründeki son yenilikleri ve trendleri sergileme ve keşfetme imkanı sağlayan Uluslararası Gıda Ürünleri ve Teknolojileri Fuarı – WorldFood İstanbul, 6-9 Eylül 2023 tarihleri arasında Tüyap Kongre ve Fuar Merkezi'nde misafirlerini ağırladı. 4 gün boyunca 161 ülkeden toplam 64.146 ziyaretçi ve 38 ülkeden 1.117 katılımcı WorldFood İstanbul'da yer aldı. Açılış gününün ilk oturumunda Türkiye Gıda Platformu'nun kurucu yöneticileri ile Başkanlar Oturumu gerçekleştirildi. Tarım Editörü İrfan Donat moderatörlüğündeki "İhracatın Kalbindeki Gıda Sektörü ve 2024 Yol Haritası" başlıklı panelde Sektör Kurulu Üyeleri, ziyaretçilere hitap etti.



Dünyadaki 4,5 trilyon dolarlık tarımsal hasıla içinde Türkiye, 70 milyar dolarlık tarımsal hasıla ile yüzde 1,5'lük paya sahip. Yani başımızdaki Rusya ve Ukrayna'nın hububat ihracatı içindeki payı ise yüzde 24. Buna Kazakistan, Bulgaristan ve Moldova'yı da dahil edince, bu ülkelerin dünya ihracatındaki payları yüzde 43 seviyesine kadar yükseliyor. Gıda koridorunun tam geçiş noktasındaki bir ülke olarak dünya tarımsal hasılası içindeki payımızı yüzde 3 seviyesine taşımak istiyoruz. Türkiye Gıda İhracatçıları markasıyla çok özel bir güç birliği yaptık. Hedeflerimize mutlaka ulaşacağımıza inanıyoruz.

Ahmet Tiryakioğlu

TİM Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektör Kurulu Başkanı

Türkiye'deki üreticiler, sanayiciler ve ihracatçılar son 20 yılda yüksek teknolojiye ve kapasiteye önemli yatırımlar yaptı. Fakat en önemlisi Türkiye'nin kaliteye bakış açısı değişti. Biz bugün ihracatımızı her geçen gün artırabiliyorsak, bu durum kalite anlayışımızın ciddi şekilde değiştiğini gösteriyor. Eğer bu başarının sürdürülebilir olmasını istiyorsak, daha fazla katma değerli ürün üretmemiz gerektiği kanaatindeyim. Bu başarımızın sürdürülebilirliği için markalaşmaya daha fazla yatırım yapmalı, daha bonkör olmalıyız. Dünyada özellikle private label sektörü her geçen gün büyüyor ve bu rekabet içinde ihracatçı sanayicilerimizin katma değerli ürüne, yani ARGE'ye daha fazla para harcaması gerekiyor.

Celal Kadooğlu

Güneydoğu Anadolu Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı



Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçı Birlikleri, TGDF, ETÜDER ve gıda ile ilgili tüm sektör temsilcileri ile bir araya gelerek tek bir fuarda birleşme kararı aldık. WorldFood İstanbul'u dünya çapında bilinirliği olan GULFOOD, ANUGA, SIAL PARIS gibi dünyanın önde gelen fuarlarından biri haline getirmeyi amaçlıyoruz. Gıda sektörü sürdürülebilir üretim ve yenilikçi çözümlerle büyüme potansiyeline sahip. Fuarda, çevre dostu ürünlerin sergilenmesi sektörümüzde bu yöndeki farkındalığı artıracak. Sürdürülebilir üretim modellerinin ve çevreye duyarlı teknolojilerin kullanılması önemli. Ayrıca ihracatı hızlandırmak için imalatı hızlandırmamız gerekiyor. Bunun için mevcut kapasitelerimizi artırmamız gerekiyor.

Kazım Taycı

İstanbul Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı



Küresel pazarda rekabet deyince öncelikle şunu söyleyebilirim ki, biz maça 1-0 yenik başlıyoruz. Maalesef ihracat yaptığımız ülkelerin bize uyguladığı vergilerden etkileniyoruz. Birçok ülke kendi arasında Serbest Ticaret Anlaşması ya da Gümrük Birliği anlaşmaları çerçevesinde çalıştığı için, biz bu konuda sorun yaşıyoruz. Yakın coğrafyamızdaki ülkeler birlikler halinde hareket ederken biz maalesef yalnız kalıyoruz. Serbest Ticaret Anlaşmaları konusundaki taleplerimizi gereken mercilere sürekli iletiyoruz, önümüzdeki dönemlerde bir gelişme olursa rekabette eşit seviyeye geleceğimize inanıyoruz.

Veysel Memiş

Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı



Artık dünyada savaşlar, dünya savaşı şeklinde olmuyor, vekalet savaşları yaşanıyor. Basit bir örnek olarak, bugün Kızıldeniz'de yaşanan problemleri kimlerin hangi amaçla yaşattığını birazcık meseleye derinden bakan herkes biliyor. Peki bu problem bize neye mal oluyor? Kızıldeniz aradan çıktığı zaman, ürünler başka yerleri dolaşarak 90, 120, 150 günde taşınıyor. Bu ürünlerin yerine ulaşamaması, o ürünlerin parasını alamamak demek. Uluslararası nakliye ve taşımacılık gerçekten çok sofistike bir konu. Ben Türkiye'nin, gelecekte ihracat dışında çok da fazla seçeneği görünmeyen bir ülke olarak bu sorunla ilgili bir simülasyona sahip olması gerektiğini düşünüyorum.

Nihat Uysallı

Orta Anadolu Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı



Bugün dünyada sürdürülebilirlik dayanıklılık, karbonsuzlaştırma, izlenebilirlik ve dijitalleşme kavramları ön plana çıkıyor. Sadece tedarikçi olmak yetmiyor, onaylı bir tedarikçi olmak, gıda güvenliğine önem vermek gerekiyor. Eğer dünyanın kabul etmiş olduğu belli sertifikalara sahip değilseniz, ithalatçı size ilgi bile göstermiyor. Bu gittikçe zorlaşacak bir süreç ama gördüğüm kadıyla Türkiye'deki bütün firmalarımız bu beklentileri kolaylıkla yerine getirebiliyor. Çünkü teknolojiye ve yapay zekaya kendimizi çabuk adapte edebiliyoruz. Fuarımızı şöyle bir gezip ürünlerimizi incelediğiniz zaman, sanki Avrupa'da veya Amerika'da bir fuarı gezdiğinizi düşünüyorsunuz.

Muhammet Özlürk

Ege Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı



Bizim rakiplerimizle olan temel farkımız, tarım ülkesi olmamız. Toplam hasıla olarak dünyadan yüzde 1,5'lük pay almamızın arkasında da kültürümüzün merkezinde gerçekten Anadolu'nun çeşitliliğinin olması ve bu kültürün gıdada da bir çeşitliliğe sebebiyet vermesi yatıyor. Nüfusumuz önemli bir güç ve iç tüketimimiz ihracatın ana dinamosu. Çünkü bir firma kurulduğu gün ihracat yapabilecek ölçüğe ulaşamıyor, öncelikle start-up dönemini geçebilmesi gerekiyor. Biz tükettiğimizin üzerinde bir rakamı ihraç ediyoruz ve bunu diğer ülkelerin hammaddelerini kullanarak yapabiliyoruz. İç piyasada bu kadar yüksek tüketim olmasaydı, Türkiye'de böyle bir altyapı oluşmaz ve bu kadar yüksek yatırımlar yapılamazdı.

Eren Günhan Ulusoy

Karadeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı

Şef Yunus Emre Akkor:

“Geleneğe dayandıramadığımız gerçek hiçbir değer üretimde evrenseli yakalayamaz.”

Yemek araştırmaları ile Osmanlı, Anadolu ve Ortadoğu mutfakları üzerine uzmanlaşan ve 2022 yılında T.C. Cumhurbaşkanlığı Kültür Sanat Büyük Ödülü'ne layık görülen Şef Yunus Emre Akkor, yirmi beş yıllık mutfak deneyimi ile Türk mutfak kültürünün ve Türkiye'nin tanıtımına önemli katkılarda bulunuyor. Ulusal ve uluslararası birçok yarışmada ödül sahibi Yunus Emre Akkor ile hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörümüzün temel ürünleri üzerine keyifli bir sohbet gerçekleştirdik.

“Mezopotamya'nın bereketli topraklarının, havasının ve suyunun ürünlere olan etkisinin yanı sıra 13.000 yıllık genetik hafızası Anadolu'daki tahıl ve bakliyatların hem besin değeri açısından kıymetli hem de lezzet açısından daha iyi olmasını sağlamıştır.”

Tahıllar ve bakliyatlar Türk mutfağının vazgeçilmez malzemeleri arasında yer alıyor. Sizce bu malzemeleri mutfak mirasımızın bu kadar ayrılmaz öğeleri kılan, bu ürünleri kalite, lezzet, besin değeri açısından diğerlerinden ayıran nedir?

Türkler Orta Asya'da göçebe bir toplum oldukları için genelde et, kurutulmuş yoğurt ve kuyruk yağı ile beslenmişlerdir. Anadolu'ya göç sonrası buldukları tahıl ve bakliyatlarla etleri karıştırarak farklı bir beslenme kültürüne doğru yola çıkmışlardır.

Yüzyıllar boyu salt olarak etle beslenen toplum Anadolu'ya girmeleri ile birlikte eti yemekte yardımcı madde olarak kullanmış ya da hiç kullanmayarak onun yerine sadece tahıl ve bakliyatlarla yapılan birçok yeni yemeği kültürüne katmıştır.

Anadolu'da yaklaşık 13.000 yıl önce başlayan tahıl ve bakliyat üretiminin Avrupa'ya gitmesi neredeyse 5.000 yılı bulmuştur. Mezopotamya'nın bereketli topraklarının, havasının ve suyunun ürünlere olan etkisinin yanı sıra 13.000 yıllık genetik hafızası dünyanın diğer coğrafyalarında yetişen ürünlere göre Anadolu'daki tahıl ve bakliyatların hem besin değeri açısından kıymetli hem de lezzet açısından daha iyi olmasını sağlamıştır.



Tahıllar ve bakliyatlar gibi geleneksel Türk malzemelerinin uluslararası damak tadına hitap eden yenilikçi tariflere nasıl ilham verebileceğini düşünüyorsunuz? Bunları hem besleyici hem de geniş kitlelere hitap eden yemeklere nasıl dahil edersiniz?

Ben prensip olarak geçmişi yüzyıllara ait olan eski tariflerin günümüzde yorumlanmadan en doğru şekilde insanlığa sunulması tarafındayım. Bu sebeple geçmişten gelen bütün tarifleri olduğu gibi hiç değiştirmeden uygulayarak günümüzde ikram etmekteyim.

Bu yüzdendir ki günümüzde, fast food kültürüne yenik düşmüş toplumların

öncelikle dünya kültürünün ortak mirası olan eşsiz yemekleri unutmamasını ve onların gelecek kuşaklara taşınmasını sağlamak için çalışmaktayım.

Genellikle eşsiz tadı ve çok yönlülüğü ile övülen bulgur Türk mutfağında özel bir yere sahip. Sizce bulguru diğer tahıl ürünlerinden ayıran, özel kılan nedir? Bulgurla yapılan favori yemeklerinizden bazılarını paylaşabilir misiniz?

Öncelikle şunu söylemeliyim ki Anadolu'da yetişen bulgurun kendine has kokusu damakta bıraktığı tadı ve besin değeri dünyadaki diğer tahıl ürünlerine göre çok daha yüksektir.



Bulgur tarih boyunca kolay erişilebilir ve uygun fiyatlı olduğu için Anadolu toplumunun en çok kullandığı ve işlemleri en çok bildiği bakliyatlar arasındadır.

Ben de kendi mutfağında bulgurla birçok lezzet yapıyordum. Bunların başında Mevlevi mutfağından Mevlana'nın sevdiği yemekler arasında sayılan zerdeçalı bulgur aşı birinci sırada yer almaktadır. Ayrıca bulgur dahil birçok bakliyatın içine konularak yapıldığı ve kışık kavurma ile lezzeti artan tandır çorbası birçok davette benim soframda yerini almaktadır. Sade yağ ile yapılmış şehriyeli bir bulgur pilavı benim de en sevdiğim yemekler arasındadır.

Daha fazla ilgiyi hak ettiğini düşündüğünüz tahıl ve bakliyat içeren az bilinen Türk yemekleri var mı? Şeflerimiz bu tariflerin korunmasına nasıl yardımcı olabilir?

Bence Hatay bölgesinde mercimekle yapılan Şeyh Mualla isimli yemek hem vejetaryen hem de vegandır. Bu yemeğin dünya mutfaklarında kendine çok rahatlıkla yer bulabileceğini düşünmekteyim. Onun yanı sıra, besin değeri çok yüksek, aynı zamanda sağlıklı

olan bulgur daha henüz dünyada hak ettiği yerde değildir. Ama yakın gelecekte bulgurun çok daha kıymetlenmesine ve dünya mutfaklarında kendine çok daha fazla yer bulacağına inanıyorum.

Şeflerimizin tarifleri korumada yapacakları tek şey geleneksel yemeklerin herhangi bir yoruma ihtiyacının olmadığını düşünmeleridir.

Geleceğe baktığımızda, Türk hububat ve bakliyatlarının mutfak dünyasındaki rolüne ilişkin vizyonunuz nedir? Bunların gastronomideki trendleri nasıl etkilediğini görüyorsunuz?

Gıdanın geleceği geleneksel tarım, geleneksel ürünler ve geleneksel yemeklerdedir. Dünyada hızla hayatımıza dahil olan yapay zeka, ileri teknolojiler ve hayatı kolaylaştıran birçok yenilik bize her konuda yardımcı olsa da, bunların hiçbirisi insanın damak tadını ikna edecek lezzetli yemekler yapmamızı sağlayamaz. İnsanoğlu macerayı sever; bu yüzden bununla ilgili de birçok yeni düzenleme yapmaya çaba sarf edecektir. Ama bunların hepsi geleneksel malzemelerin ve geleneksel pişirme yöntemlerinin önüne geçemeyecektir. İnsanoğlu sağ-

lıklı ve temiz gıda tüketmek istiyorsa bakliyatın ve geleneksel tariflerin vazgeçilmez olduğunu her koşulda anlayacaktır. Bunun bilincinde olan toplumların gastronomi trendleri her zaman buna göre şekillenecektir.

Türk yemeklerini ve malzemelerini küresel ölçekte tanıtmak için en etkili stratejilerin neler olabileceğini düşünüyorsunuz?

Yemek ne fotoğraf üzerinden ne bir video kurgusu üzerinden ne de bir kitap üzerinden anlatılabilir; aslında anlatılabilir tabii ama ne derecede etkili olur onu tartışabiliriz. Geleneksel dokunuşlarla ve geleneksel malzemelerle pişmiş bir yemeği bir kaşık tattırmanız yeteri kadar ikna edicidir. Yani bulabildiğimiz bütün platformlarda doğru malzemeyle doğru teknikle ve iyi ürünle yaptığımız yemeklerimizi kim olursa olsun yabancılarla buluşturmak bizim işimizi kolaylaştıran uzun bir yoldur. Bu yöntemle yemeklerimizi dünyaya tanıtmaya bıkmadan, usanmadan ve yorulmadan devam etmeliyiz.

Ve şunu da unutmamalıyız ki; geleceğe dayandıramadığımız gerçek hiçbir değer üretimde evrenseli yakalayamaz.



Basında biz

Türkiye Gıda İhracatçıları markası ile yürütülen tanıtım çalışmalarıyla, ürünlerimizi ve ihracatçı firmalarımızı dünya genelinde temsil eden Birliklerimiz, hayata geçirdiği iletişim çalışmalarıyla yurt içinde de basından büyük ilgi görüyor. Hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörünün Türkiye geneline dair aylık verileri düzenli olarak Sektör Kurulu tarafından basına ilan edilirken, TGI çatısı altındaki birliklerimiz de kendi iştilgal bölgelerine dair sonuçları ve yürüttükleri çalışmaları basınla paylaşıyor.



YeniŞafak

TİM Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektör Kurulu Başkanı, **Ahmet Tiryakioğlu:**

“Dünyadaki buğday arz ve stoklarındaki yükselişin fiyatları aşağı çekmesini bekliyorduk. Geçen seneye göre sadece buğday unu ihracatındaki gerilemeden ötürü ülke olarak 100 milyon dolara yakın bir ihracat gelir kaybı yaşadık. Dünyanın en büyük buğday unu ihracatçısı olarak; ham maddeyi yurt dışından alan işletmelerin beklentilerini yakından takip ediyoruz. Başta TMO olmak üzere tüm kamu kurumlarımızla, ülke menfaatlerine en uygun çözümler konusunda bilgi alışverişi yapıyoruz.”

Hububat ihracatı **8 milyar \$'a dayandı**

Yeni ilk 8 aylık dönemde hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörü 28 milyar dolarlık ihracata imza etti. Ürün bazında, buğday unu ihracatı 870 milyon dolarlık ilk sırada yer aldı.

İhracatçılar, buğday unu, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörü 28 milyar dolarlık ihracata imza etti. Ürün bazında, buğday unu ihracatı 870 milyon dolarlık ilk sırada yer aldı. İhracatçıların, buğday unu ihracatında 870 milyon dolarlık ilk sırada yer aldığı, bakliyat ihracatında ise 427 milyon dolarlık ikinci sırada yer aldığı belirtiliyor. İhracatçıların, buğday unu ihracatında 870 milyon dolarlık ilk sırada yer aldığı, bakliyat ihracatında ise 427 milyon dolarlık ikinci sırada yer aldığı belirtiliyor. İhracatçıların, buğday unu ihracatında 870 milyon dolarlık ilk sırada yer aldığı, bakliyat ihracatında ise 427 milyon dolarlık ikinci sırada yer aldığı belirtiliyor.

KIRMIZI MERCİMEKTE POTANSİYEL YÜKSEK
Türkiye'de kırmızı mercimek üretimi, dünya genelinde lider konumda. Üretim, ihracat ve tüketim açısından büyük potansiyel taşıyor. Üretim, ihracat ve tüketim açısından büyük potansiyel taşıyor. Üretim, ihracat ve tüketim açısından büyük potansiyel taşıyor.



BusinessNews

Güneydoğu Anadolu Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı, **Celal Kadooğlu:**

“Biz yatırımcı kaybetme lüksüne sahip değiliz, tam aksine yeni yatırımlarla büyümesi gereken bir ülkemiz. Ancak uygulanan politikalar sonucu rekabet gücünü kaybeden firmalarımızın varlıklarını devam ettirmek için başka ülkelere gitmek durumunda kaldığını görüyoruz. Yüksek enflasyon ve faiz ortamında, neredeyse yerinde sayan kur politikasının sonucu olarak firmalar, başta enerji ve işçilik olmak üzere üretim maliyetlerinin daha düşük olduğu Mısır ve Uzakdoğu ülkelerine gitmeyi tercih ediyorlar. İstihdam piyasasını da olumsuz etkileyecek bu kayışlardan büyük üzüntü duyuyoruz.”

EN ÇOK İHRACAT İRAK, CEZAYİR VE ABD'YE YAPILDI
HUBUBAT İHRACATI
6 MİLYAR DOLARA YAKLAŞTI



Analiz

İstanbul Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı, Kazım Taycı:

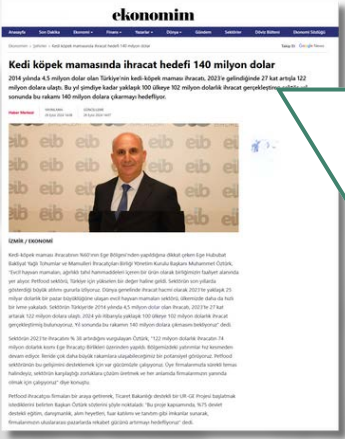
“Halihazırda ihracatımızdaki artışın en büyük sebepleri; satış ağımızın çok yaygın olması, çok geniş bir yelpazede satış gerçekleştiriyor olmamız, Türkiye'nin özellikle Avrupa, Orta Asya, Orta Doğu ve Afrika ülkeleri için tarım ürünlerinin tam dağıtım noktasında olmuş olması, özellikle bu konuda Mersin Limanı'nın bölgesel bir gıda dağıtım merkezi haline gelmesi. Gıda ve işlenmiş tarım ürünlerinde ülkemizin yatırımlarının güçlü olması ihracat artışımızdaki en güçlü yanlarımızdan biri.”

DÜNYA

Akdeniz Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı, Veysel Memiş:

“Bulgur, Türk mutfağının en temel besinlerinden biridir. Bulguru endüstriyel yöntemlerle üreten ilk ülke olan Türkiye'nin günümüzde hem üretim hem de ihracatta dünya lideri oluşu bu köklü geleneklerden kaynaklanmaktadır. Dünya çapında bir çalışma gerçekleştiriyor ve Dünya Bulgur Günü ilan etmeyi hedefliyoruz. Hedefimiz 2025 hasat döneminde bu ilanımızın Birleşmiş Milletler tarafından kabul görmesidir.”

Memiş: Türk bulguru Rusların restoran ve mutfağına girecek



Hürriyet

Ege Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı, Muhammet Öztürk:

“Dünya genelinde ihracat hacmi olarak 2023 yılında yaklaşık 25 milyar dolarlık bir pazar büyüklüğüne ulaşan evcil hayvan mamaları sektörü, ülkemizde daha da hızlı bir ivme yakaladı. Sektörün Türkiye'de 2014 yılında 4,5 milyon dolar olan ihracat hacmi, 2023 yılında 27 kat artarak 122 milyon dolara ulaştı. 2024 yılı Ocak-Eylül dönemi itibarıyla yaklaşık 100 ülkeye 102 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmiş bulunuyoruz. Yıl sonunda bu rakamın 140 milyon dolara çıkmasını bekliyoruz.”

MİLLİGAZETE

Karadeniz Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı, Eren Günhan Ulusoy:

“Buğday üretim rakamlarının sezon sonunda bir miktar düşebileceğini tahmin ediyoruz, iklim şartlarında yaşanan değişimlerden dolayı. Enflasyonun her alanda hissedildiği ve girdi maliyetlerindeki artışın hissedildiği bir dönemdeyiz. Fiyat olarak baktığımızda önceki yıllara göre çiftçimiz açısından daha düşük bir artışla karşılaştık. Ancak bunu dünya piyasasıyla karşılaştırsak dünya piyasasının katbekat üstünde bir artış gerçekleşmiş oldu. Çünkü dünya fiyatları önceki sezona göre oldukça düştü. 400 dolardan 220 dolarlara inen bir dünya fiyatı görmekteyiz buğdayda.”

“TÜRKİYE, LİDERLİĞİNİ VİLLARCA SÜRDÜRECEK”



Birliklerimizden haberler



Sektör Kurulu İstanbul'da bir araya geldi

Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektör Kurulu Toplantısı, T.C. Ticaret Bakanlığı İthalat Genel Müdürü Mehmet Azgın ve T.C. Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü Tarım Ürünleri Daire Başkanı Halis Kaya'nın teşrifleri ile 02 Eylül 2024 tarihinde gerçekleştirildi. T.C. Ticaret Bakanlığı Gümrükler Genel Müdürü Mustafa Gümüş'ün online olarak katıldığı toplantıda sektörün yaşadığı sorunlar ve çözüm önerileri dile getirilerek, sektör ihracatının artırılmasına yönelik istişarelerde bulunuldu.



tgi TÜRKİYE GIDA İHRACATÇILARI

İHBİR'den fuar ziyaretleri



İHBİR Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Şemsettin Memiş, Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Taş ve TİM Delegatesi Tuğba Sürmeli, 10-13 Temmuz 2024 tarihleri arasında İstanbul Fuar Merkezi'nde düzenlenen, F İstanbul 2024 Gıda, İçecek Ürünleri ve Üretim Teknolojileri Fuarı'nı ziyaret etti. Fuar katılım sağlayan üyelerini ziyaret eden İHBİR heyeti, firmaların fuar ile ilgili görüşleri hakkında bilgi alarak başarılar diledi.



24-26 Eylül 2024 tarihleri arasında Dubai'de düzenlenen ISM Middle East 2024 Fuarı'na İHBİR Yönetim Kurulu Başkanı Kazım Taycı ve Yönetim Kurulu Üyesi İsmail Gül fuar ziyareti gerçekleştirdi.



16-18 Eylül 2024 tarihleri arasında Miami'de gerçekleştirilen ve İHBİR tarafından Milli Katılım Organizasyonu düzenlenen Americas Food & Beverage Fuarı'nda Türkiye Milli katılımının açılışı T.C. Miami Başkonsolosu Resul Şahinol, Miami Ticaret Center Başkanı Ivan Barrios, İHBİR Başkanı Kazım Taycı ve İHBİR Yönetim Kurulu Üyesi İsmail Gül tarafından yapıldı.

Sektör Paydaşları Toplantısı GAİB hizmet binasında



Tarım ve Orman Bakanı Sayın İbrahim Yumaklı'nın teşrifleriyle Sektör Paydaşları Toplantısı GAİB hizmet binasında gerçekleşti. Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı Fatma Şahin, Gaziantep Milletvekilleri Abdulhamit Gül ve Ali Şahin, GAİB Koordinatör Başkanı Fikret Kileci, Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Celal Kadooğlu, Halı İhracatçıları Birliği Başkanı Zeynal Abidin Kaplan ile çok sayıda STK ve kamu kurumu temsilcisinin yer aldığı toplantıda; sektörün güncel durumu istişare edildi.

Venezuela La Guaira Valisi Terán Gaziantep'te



Venezuela La Guaira Valisi José Alejandro Terán ve beraberindeki heyet Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliğini ziyaret etti. Başkan Celal Kadooğlu ve Başkan Yardımcısı Mesut Acar'ın yer aldığı görüşmede iki ülke arasında yapılabilecek iş birlikleri görüşüldü.

Kadooğlu, 30 milyona yaklaşan nüfus büyüklüğüyle gıda sektörü için önemli bir konumda bulunan Venezuela'nın en büyük ikinci ithalat kaleminin hububat olduğuna dikkat çekti.



GAİB'ten Panama ve Venezuela'da sektörel ticaret heyeti



GAİB Hububat Birliği tarafından Panama ve Venezuela'da düzenlenen sektörel ticaret heyeti programının hazırlıkları kapsamında, 9 Temmuz 2024 tarihinde gerçekleştirilen ön heyet ziyaretlerine GAİB Genel Sekreter Yardımcısı Ahmet Şahbudak ve Kadooğlu Yağ İhracat Müdürü İhsan Mert katılım sağladı. T.C. Karakas Büyükelçisi Aydan Karamanoğlu'nun da ziyaret edildiği ön heyet programı kapsamında Venezuela Dış Ticaret Bakan Yardımcısı Johann Alvarez ile görüşülerek iki ülke arasındaki ticari ilişkiler ve fırsatlar konusunda fikir alışverişinde bulunuldu. Sektörel dinamiklere ilişkin durumların gözlemlendiği ön heyet programı dahilinde ANSA-Ulusal Süpermarketler Birliği, Venezuela Tarım Bakanlığı ile Fedecamaras, Conindustria, Fedeindustria ve Cavidea gibi önemli kuruluşlar ziyaret edilerek sektöre ve ihraç ürünlerine ilişkin bilgiler paylaşıldı. Ön heyet ziyaretleri kapsamında ayrıca Panama Büyükelçisi Lebibe Gülhan Ulutekin ile Panama Gıda Dağıtıcıları Birliği, Istmeña Distribütör Firması, Panama Ticaret ve Sanayi Odası ve özel sektör temsilcileri ziyaret edildi.

22-29 Eylül arasında Panama ve Venezuela'da düzenlenen sektörel ticaret heyeti programı kapsamında Panama'daki ikili görüşmeler, firmalarımıza ve ürünlerimize gösterilen yoğun ilgiyle gerçekleşti. B2B görüşmelerine katılan Panama Ticaret Bakan Yardımcısı Carlos Arturo Hoyos, Panama Büyükelçisi Lebibe Gülhan Ulutekin ve Ticaret Müşaviri Halise Büşra Ünsal Hür katılımcı firmalarla ihraç ürünlerine ilişkin görüş alışverişinde bulundu. Program Karakas-Venezuela'da 2. Venezuela Türk İhraç Ürünleri Fuarıyla eş anlı gerçekleştirilen ikili görüşmelerle sona erdi.

AHBİB İtalya'da



AHBİB, Türkiye'nin hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri ihracatında üst sıralarda gelen İtalya'ya sektörel ticaret heyeti etkinliği düzenledi. 25-28 Eylül tarihlerinde gerçekleşen Salerno Ticaret Heyeti kapsamındaki B2B ikili görüşmelerine 20 Türk firması katıldı. İkinci gününde saha ziyaretleri yapılan heyet kapsamında İtalyan firmalar yerinde ziyaret edilerek paketleme ve depolama prosesleri incelendi; süpermarket ziyaretiyle market ürünleri ve fiyatları hakkında bilgi edinildi. Toplamda, 21 İtalyan firma ile B2B görüşmeler gerçekleştirildi.



Ticaret Bakan Yardımcısı Açar PET İZMİR 2024 Fuarında



T.C. Ticaret Bakan Yardımcısı Volkan Açar, 25-28 Eylül tarihleri arasında düzenlenen PET İZMİR 2024 Fuarını ziyaret ederek EİB Hububat Başkanı Muhammet Öztürk, EİB Koordinatör Başkanı Jak Eskinazi, ESÜHMİB Başkanı Bedri Girit eşliğinde birliğin info-standı ve üye firmaların stantlarında sektör temsilcileri ile bir araya geldi. Başkan Muhammet Öztürk'ün açılış konuşmasını gerçekleştirdiği fuarda EİB Hububat yöneticileri ayrıca, evcil hayvan mamaları sektöründeki üye firmalarıyla ilişkilerini kuvvetlendirmek ve sektörü olabildiğince yakından tanımak için üye firmaların stantlarını ziyaret etti. Birliğin faaliyetleri hakkında bilgi verilen ziyaretlerde, firma temsilcileriyle sektördeki gelişmeler ve iş birliği olanakları değerlendirildi.

Egeli ihracatçılar ABD pazarında



Ege İhracatçı Birlikleri'nin gıda sektörlerinde yürütmekte olduğu ABD Turquality Projesi kapsamında ABD'li şefler Tom Macrina ve John Byrne'in İzmir ziyareti çerçevesinde Birlik Başkanları, Ticaret Bakanlığı yetkilileri ve basın mensuplarının katılımıyla basın toplantısı düzenledi. Konuşmasında projenin ABD'ye olan ihracatımızı arttırmada önemini vurgulayan EİB Hububat Başkanı Muhammet Öztürk, yürütülen UR-GE projeleri kapsamında planlanan ticaret heyeti, fuar katılımı gibi faaliyetlerin ABD Turquality Projesine eklenerek ABD pazarında daha etkin tanıtım yapılacağına müjdesini verdi.

Türkiye Gıda İhracatçıları, Rusya'ya bulguru tanıttı

Türkiye Gıda İhracatçıları Ticaret Bakanlığı Turquality Destek Programı ile desteklenen Bulgur Tanıtım Projesi kapsamında, Rusya'nın önde gelen kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşlarının temsilcilerini Moskova'da ağırladı. Türkiye'nin ev sahipliğinde düzenlenen tanıtım programına T.C. Moskova Büyükelçisi Tanju Bilgiç, TIM Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektör Kurulu Başkanı Ahmet Tiryakioglu ve AHBİB Başkanı Veysel Memiş eşlik etti.

Gastronomi alanından Rus ilgilerin yoğun ilgi gösterdiği etkinlikte ünlü Şef Arda Türkmen tarafından hazırlanan nar ekşili bulgur salatası, yoğurt yatağında sarımsaklı bulgur köftesi, kaymaklı firik üzerinde kayısı uzun pişmiş kuzu eti ve dağ meyveli kakaolu bulgur puding misafirlere ikram edildi. Kampanyanın outdoor ayağında ise Moskova'nın en önemli meydanlarında Türk bulguruna yönelik tanıtımlar gerçekleştirilirken, düzenlenen market etkinliklerinde ise AHBİB Başkan Veysel Memiş, Yönetim Kurulu Üyeleri Şahin Sayılır ve Serdar Yıldızgöner yerinde gözlemler yaptı.

AHBİB Başkanı Veysel Memiş, Rus medyası ile buluştu

Tanıtım kampanyası kapsamında AHBİB Başkanı Veysel Memiş, Rusya'nın en eski ve köklü medya kuruluşu Komsomolskaya Pravda Media'da beşi ana akım, iki sektörel olmak üzere yedi farklı Rus medya kuruluşu ile basın toplantısı düzenledi. Toplantıya, KP, Interfax, VM, AIF, Sobaka, Agroinvestor ve Teleprogramma medya kuruluşları katıldı.

AHBİB Başkanı Veysel Memiş, Rusya'nın Türk ihracatçıları için önemi, Rus tüketicisinin önem verdiği noktalar, Türk bulgurunu rakiplerinden üstün kılan nitelikler, 2024'ün ikinci yarısında ve 2025 yılında Türkiye'nin Rusya'ya olan ihracatını etkileyecek faktörler ve Türk üreticisinin doğal ve organik bulgur üretmek için kullandığı yöntemler hakkında detaylı bilgiler verdi. Rusya'nın tek iş dünyası kanalı olan RBK televizyonunun da konuğu olan Başkan Veysel Memiş, Türk bulgurunun Rus halkına ve iş insanlarına tanıtımı ve Rusya'ya bulgur ihracatını artırmak için gerçekleştirilecek projeler hakkında açıkla-malarda bulundu.

TGİ Üyeleri World Food Moskova Fuarı'nda buluştu



Türkiye Gıda İhracatçıları 17-20 Eylül 2024 tarihlerinde Rusya'nın başkenti Moskova'da gerçekleştirilen ve dünyanın en önemli gıda fuarlarından kabul edilen World Food Moskova Fuarı'nda, Güneydoğu Anadolu Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği koordinasyonuyla bir araya geldi. Sektörel ürünlerin tanıtımının yapıldığı fuarda, sektörün ana ihrac ürünlerinden oluşan menülerin sunulduğu tadım etkinliği düzenlendi. World Food Moskova Fuarı; her yıl dünyanın pek çok ülkesinden yüzlerce işletmeyi, Rusya'nın tanınmış market zincirlerinden perakendecilerine, toptancılarından üreticilerine, gıda sektörü alıcılarıyla aynı çatı altında topluyor. Fuarın ürün kategorilerinde; dondurulmuş ve konserve hazır yiyecekler, şekerleme ve hamur işleri, organik ve sağlıklı yiyecekler, taze ve kurutulmuş meyve, sebze, yağlar, soslar, et ve et ürünleri, balık ve deniz ürünleri, çay, kahve gibi yenilebilir ürünler bulunuyor.





“Rusya’nın komşularıyla iş birliği içinde olmaya ihtiyacı var”

Uluslararası ticarete tarihin en büyük yaptırımlarıyla karşı karşıya olan Rusya ile ticarete, gıda sektörünün stratejik önemine dikkat çeken TİM Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektör Kurulu Başkanı Ahmet Tiryakioğlu etkinlikte yaptığı konuşmada şunları söyledi:

“Batılı ülkelerin genişleyen yaptırım kararlarının, Rusya’ya ihracatımıza etkisi 8 aylık süreçte 1,2 milyar doları buldu. Bu yaptırımlar özünde savunma sanayisi, lojistik ve havacılık gibi savaşla ilişkili sektörleri hedef alıyor görünse de gıda ticaretimizde kayıplar oldu. 150 milyona yaklaşan nüfusunu besleyebilmek için Rusya’nın komşularıyla iş birliği içinde olmaya ihtiyacı var. Rusya’da hane halkı, gelirlerinin üçte birini gıdaya erişim için harcıyor. Ülkede tarımsal araziler toprak varlığının yüzde 13 gibi düşük bir oranını oluşturduğundan, Rusya her yıl 30 milyar dolara civarındaki gıda ithalatı yaparak, tedarikçi ülkelerin hedef pazarlarından birini oluşturuyor. Türkiye’nin Rusya’ya toplam ihracatındaki daralmayı gıda sektörü öncülüğünde aşabiliriz.”

“Rus marketlerinde ürünlerimizin sayısını artırabilirsek alıcı buluruz”

Rusya ile gıda ticaretinin önemine dikkat çeken Tiryakioğlu, iki ülke arasındaki ticarete mevcut durumu şöyle değerlendirdi:

“Yaklaşık 130 milyon tonluk tahıl rekoltesiyle dünyanın ilk 5 üretici ülkesi arasında yer alan Rusya’dan, Dahilde İşleme Rejimi kapsamında ithal ettiğimiz ürünleri işleyerek farklı coğrafyalara satış yapıyoruz. Bu ülkeden buğdaydan mısır ürünlerine, ayçiçeği tohumundan ham ayçiçeği yağına kadar birçok ürün tedarik ediyoruz. Bu iş birliğini Rusya pazarındaki yeni adımlarla daha da pekiştirebiliriz. Rusya’da her yıl 500 milyar dolara yakın perakende satış yapıyor, bu ticaretin neredeyse yarısını gıda ürünleri oluşturuyor. Eğer Rus marketlerinde Türk gıda ürünlerinin sayısını artırabilirsek mutlaka alıcı buluruz.”



Slav mutfağında çavdar, yulaf ve karabuğday gibi besleyici tahılların önemine dikkat çeken Tiryakioğlu, bulgurun talep göreceğine inandıklarını belirterek sözlerini şöyle tamamladı:

“KG başına ortalama ihracat birim fiyatlarımız buğday ununda 0,38 dolar iken, bulgurda 0,59 dolar seviyesinde. Bir ton bulgurda fark 210 doları buluyor. Üstelik bu neredeyse rakipsiz olduğumuz bir alan çünkü tüm dünya bulgurun bir Türk ürünü olduğunu biliyor. Rusya’nın iklim koşulları nedeniyle, halkın dondurulmuş veya doğası gereği uzun süre saklanabilir ürünlere ihtiyacı var. 2023 yılında 150 milyon dolarlık bulgur ihracatımızın yaklaşık yüzde 7’sini Rusya’ya yapmıştık, tanıtım çalışmalarımızın katkısıyla bu oranı yüzde 20 seviyelerine taşımak istiyoruz.”



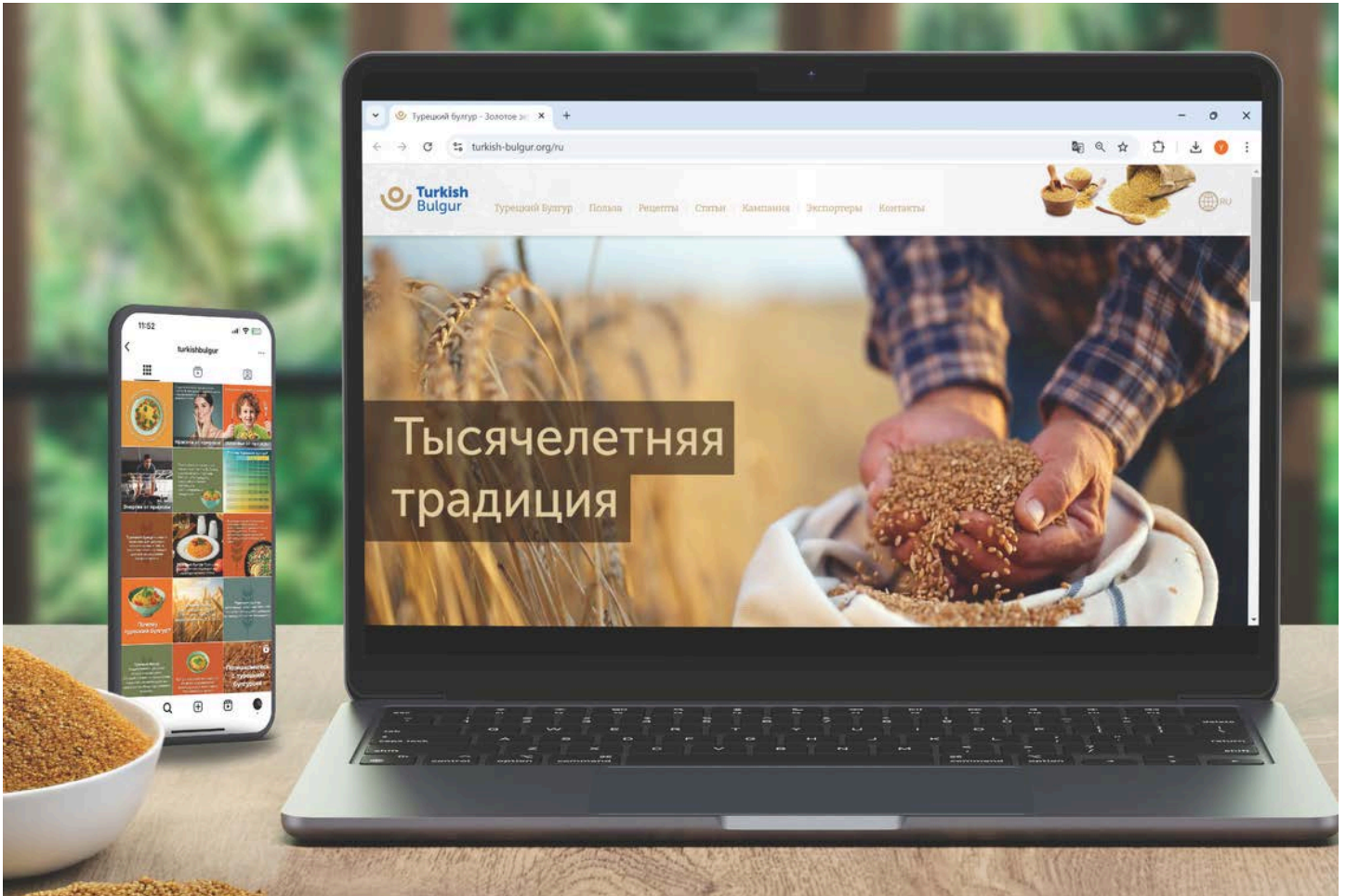
AHBİB Başkanı Veysel Memiş

“Türk bulgurunu Rus halkına sevdirmek, bu ürünün Rus mutfaklarına ve restoranlarında menülere taşımak için faaliyetler yürütüyoruz. Dünya çapında bir çalışma gerçekleştiriyor ve Dünya Bulgur Günü ilan etmeyi hedefliyoruz. Hedefimiz 2025 yılı hasat döneminde bu ilanımızın Birleşmiş Milletler tarafından kabul görmesi.”

“Bulgur, Türkiye’nin en önemli, en kadim ve en kutsal ürünlerinden biri. Her evde mutlaka yer alan, her hanenin vazgeçemediği çok özel ve kutsal bir ürün. Bulgur ile yapılacak yemeğin haddi hesabı, çeşidi, sınırı yoktur.”



Şef Arda Türkmen



Don't forget to follow
the social media accounts of
Turkish Food Exporters.



@tgi_sk



@tgi_sk



turkiyegidaihracatcilari

To receive **tgi**report regularly via email,
please subscribe to our website.

www.tgi.org.tr

