www.gidateknolojisi.com.tr

Gıda Teknolojisi

FOOD TECHNOLOGY IN TURKEY

Haziran 2023 Yıl: 27 Sayı: 3

MALİYETLER ARTIYOR, ÜRETİM DÜŞÜYOR

ÇANLAR SÜT SEKTÖRÜ İÇİN ÇALIYOR

GÜNDEM

TÜRKİYE GIDA İNOVASYON PLATFORMU

Prof. Dr. Mehmet Pala

SETBİR:

Üreticinin YÜKÜ AZALTILMALI

TÜSEDAD

Süt yeniden zarar eder duruma geldi

Necmi Erol:

Peynir fiyatları etle yarışıyor

Tarım ve Orman Bakanlığı'nda

İbrahim Yumaklı DÖNEMİ

UTİKAD:

DÜNYADA 450 milyar dolarlık GIDA ÇÖPE GİDİYOR

Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Türk gıda sektörünün rekabet gücünü artırmak için uygulamaya alınan
IPA-INNOFOOD projesi kapsamında,
TÜBİTAK MAM Yaşam Bilimleri'nin liderliğinde

TÜGİP

TÜRKİYE GIDA İNOVASYON PLATFORMU

GIDA SEKTÖRÜNDE
İNOVASYON ORTAĞINIZ

- 9 Pilot Gıda İşletme Hattı
- Konu uzmanlarına ve teknik rehberliğe ulaşım olanağı
- İleri Gıda Güvenlik Laboratuvarına erişim olanağı
- Topluluk Oluşumu ve Ekosisteme Ulaşım

Ayrıcalıklarla Dolu
Benzersiz Üyelik Sistemine Dahil Olmak İçin

TÜGİP ile tanışın!

www.tugip.org.tr

tugip.food tugipfood tugip

Bu ilan, Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti'nin maddi desteği ile oluşturulmuştur. İçerik tamamıyla, Eurecna SpA tarafından yönetilen konsorsiyumun sorumluluğundadır ve hiçbir şekilde Avrupa Birliği ve/veya Türkiye Cumhuriyeti'nin görüşlerini yansıtmamaktadır.

T.C. SANAYİ VE TEKNOLOJİ BAKANLIĞI

REKABETÇİ SEKTÖRLER PROGRAMI

TÜBİTAK MAM

Sonsuz ve
EŞSİZ
Başarınızın yıldızlarla yazıldığı,
çeşitlilik dolu bir galaksi.
BİLETİNİZİ
HEMEN ALIN!
Daha fazla bilgi için:
www.iba.de
iba
2023
22.–26.10.
Munich
www.iba.de
THE WORLD'S LEADING TRADE FAIR FOR
THE BAKING AND CONFECTIONERY INDUSTRY

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL YAYIN KURULU BAŞKANI
(EDITOR IN CHIEF OF THE SCIENTIFIC BOARD)

Prof. Dr. Mehmet PALA
Yıldız Teknik Üniversitesi Kimya Mühendisliği Bölümü

BİLİMSEL YAYIN KURULU
(SCIENTIFIC EDITORIAL BOARD)

Prof. Dr. Jale ACAR Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Filiz Açkurt Haliç Üniversitesi
Prof. Dr. Necla ARAN İTÜ
Prof. Dr. Nevzat ARTIK Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Murat BALABAN University of Florida, USA
Prof. Dr. Fikri BAŞOĞLU Uludağ Üniversitesi
Prof. Dr. Dilek BOYACIOĞLU İTÜ
Prof. Dr. Faruk BOZOĞLU ODTÜ
Prof. Dr. Bekir CEMEROĞLU Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Aziz EKŞİ Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Özgül EVRANUZ İTÜ
Prof. Dr. Hasan FENERCİOĞLU Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Artemis KARAALİ Yeditepe Üniversitesi
Prof. Dr. Şükrü KARATAŞ İstanbul Aydın Üniversitesi
Prof. Dr. J.L. KOKINI Illinois Üniversitesi, USA
Prof. Dr. Hazım ÖZKAYA Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Emel SEZGİN Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Muammer UĞUR İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa ÜÇÜNCÜ Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Sezgin ÜNAL Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Prof. Dr. Ünal YURDAGEL Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Sevinç YÜCECAN Kıbrıs Yakın Doğu Üniversitesi

Bu Sayıda İlanı Olan Firmalar

ANT TEKNİK: www.antteknik.com
AZELİS: www.azelis.com
DÖHLER: www.dohler.com.tr
ERKAYA MAKİNE: www.www.erkaya.com
F İSTANBUL: www.f-istanbul.com
FOTEG İSTANBUL: www.fotegistanbul.com
GCA: www.gca.com
IBA: www.iba.de
IMCD TÜRKİYE: www.imcdgroup.com
ISS TÜRKİYE: www.tr.issworld.com
MAYSA GIDA: www.maysagida.com.tr
MERIEUX NUTRISCIENCES: www.merieuxnutrisciences.com/tr
PALSGAARD: www.palsgaard.com
PRINOVA: www.prinovaeurope.com
SCHNEIDER ELECTRİC: www.se.com.tr
SELUZ: www.seluz.com
TOMRA: www.tomra.com.tr
TÜGİP: www.tugip.org.tr
WORLDFOOD İSTANBUL: www.worldfood-istanbul.com

RÖPORTAJ

24 Abdullah Gayret: "GCA, premium cam şişe üretimine hız verecek"
62 **Anıl Altınküplü: "ISS Hazır Yemek sanayi sektöründe büyüyecek"**
68 UTİKAD Yönetim Kurulu Başkanı Ayşem Ulusoy: "Dünyada 450 milyar dolarlık gıda çöpe gidiyor"

ADVERTORIAL

58 **Biosystems SA: Meyve suyu, meyve ve sebzeler için otomatik enzimatik analiz**
64 Modern ayırma, boylama ve paketleme çözümleri domates paketleme tesislerini nasıl rekabetçi kılıyor?
66 **Sabahnur Demirci / Mérieux NutriSciences Türkiye: Gıda endüstrisinde 360 C° çözümler**

SÜT ÜRÜNLERİ & DONDURMA

30 Süt üretim düşüyor, maliyetler yükseliyor... Çanlar süt sektörü için çalıyor
34 **Burcu Altın ve Özge Ermiş / Döhler Türkiye: Döhler ile yüksek katma değerli süt ve süt ürünleri**
36 Schneider Electric yeni nesil teknolojilerle süt endüstrisinin gelişimine destek veriyor
38 **Nihan Ünlü Hoşgör / Palsgaard Türkiye: Yeni bir alternatif olarak kahvaltılık kremalar**
39 Necmi Erol: "Peynir fiyatları kırmızı etle yarışıyor"
40 **Erkaya'dan gıda üreticilerine katma değer yaratan çözümler**
42 Aslı Kocakuşakoğlu Doğru / Aromsa: Z kuşağı tercihleri dondurma kategorisine nasıl yön veriyor?
44 **Berna Belli Akça / IMCD Türkiye: Aktif ve inovatif bir sektör olan süt ürünleri endüstrisinde yenilikçi fırsatlar**
46 LCMSMS ile bebek devam formülleri ve süt tozunda melamin analizi
49 **Pınar'dan 35 ülkeye sürülebilir peynir ihracatı**
50 Meltem Kale ve Büşra Turan / Azelis Türkiye: Sürdürülebilir vegan kahve ile değişimi yudumlayın
52 **Cem Pusat / Karma Grup: Süt ürünlerinde gıda güvenliği ve kalite kültürü kavramı**
54 Dr. İrfan Demiryol / INNOFOOD Projesi TÜGİP Ekibi: Peynir: Dünü, bugünü ve geleceği

HABERLER

20 **Tarım ve Orman Bakanlığı'nda İbrahim Yumaklı dönemi**
22 TOMRA Food, işlenmiş gıda uygulamalarıyla FOTEG İstanbul'da yerini alacak
28 **TAİDER'den Aromsa'ya 2 ödül birden**
61 F İstanbul, gıda sektöründen 15 bin profesyoneli ağırlayacak

PALSGAARD SÜT ÜRÜNLERİ EMÜLGATÖRLERİ VE STABİLİZATÖRLERİ

Pürüzsüz, kremsi, zengin ve ipeksi

Mükemmel süt ürünleri üretmek, güçlü teknik bilgi birikimi ile tüketici beklentilerini derinlemesine anlamayı birleştirmek ile mümkündür.

Palsgaard, emülgatör ve stabilizatör çözümlerinde bütünsel hizmet sunan dünyadaki tek firmadır. Süt ürünlerimiz uzmanlık alanlarımız dahilinde olup, müşteriye özel formüle edilmiş emülgatör ve stabilizatör sistemlerimiz beraberinde birçok avantajı getirir. Örneğin; kremsi ağız hissinden ödün vermeden süt yağı içeriğini azaltabilir ve tüm bunları maliyetlerinizi düşük tutarak gerçekleştirebilirsiniz.

Danimarka, Türkiye, Brezilya, Meksika, Singapur ve Çin'de uygulama merkezlerimiz bulunmaktadır. İstanbul'da yer alan süt ürünleri ve dondurma uygulama merkezimizde uzman ekibimiz mevcut ürünlerinizi iyileştirmenize ve/veya yeni ürünler geliştirmenize yardımcı olmaya hazırdır.

Detaylı bilgi için: **www.palsgaard.com/tr**

İYİ ŞEYLERİ BİR ARAYA GETİRİR

Palsgaard®

FMCG perakendesinden yüzde 99 büyüme

Global bilgi hizmetleri şirketi NielsenIQ'nun verilerine göre, Türkiye'de FMCG (Hızlı Tüketim Ürünleri) perakendesi, 2022 yılı toplamında 2021 yılına göre %99 büyüme kaydetti. Sektörde kaydedilen bu güçlü büyümenin kaynaklarını paylaşan NielsenIQ Türkiye Genel Müdürü ve Afrika & Orta Doğu Analitik Başkan Yardımcısı Didem Şekerel Erdoğan, Türkiye'nin hacimsel performansıyla dünya FMCG pazarından pozitif ayrıştığını vurguluyor; ayrıca 2023'te başarının anahtarı olarak perakende ve alışverişçi trendlerini doğru okumanın önemine değiniyor.

Pazarda büyüme dinamiğine sahip kategorileri anlamanın kritik olduğunu vurgulayan Didem Şekerel Erdoğan; atıştırmalık, içecekler ve bakkaliye gruplarının global büyümede başı çeken kategoriler olduğunu belirtiyor. Şekerel Erdoğan, "Türkiye'de FMCG büyümesine baktığımızda özellikle gıda kategorisinin; gıda başlığı altında da atıştırmalık ve içecek gruplarının güçlü hacim ve ciro performansıyla büyümeyi öne taşıdıklarını görmekteyiz" diyor.

E-ticaret trendleri hakkında açıklamalar yapan Didem Şekerel Erdoğan, e-ticaretin pandemi döneminde dünya genelinde güçlü büyümeler kaydederek toplam FMCG içindeki ağırlığını artırdığını, yeni normal dönem olarak adlandırılan 2022'de ise bu hızın normalleştiğini anlatıyor. NielsenIQ Türkiye Müşteri Hizmetleri ve E-Ticaret Direktörü Yankı Yalçın ise, e-ticaretin bu güçlü bazına rağmen 2022 yılı toplamında %100'lük bir ciro büyümesi kaydettiğini; büyümenin özellikle son aylarda ivme kazandığını ifade ediyor.

ALIŞVERİŞÇİNİN TERCİHİ KÜÇÜK PAKETLER

Dünya genelinde bozulan fiyat istikrarına ve bunun tüketiciye yansımalarına değinen Didem Şekerel Erdoğan, tüm ülkelerde fiyat artışlarının görülmekte olduğunu, bunun alışverişçi bütçesi üzerinde baskı yaparak alışverişçiyi daha temkinli olmaya sevk ettiğini vurguluyor. Bu temkinli davranışın sonucu olarak "Alışverişçiler gerektiği zaman, gereken ürünü, gerektiği kadar alıyor" diyen Şekerel Erdoğan, ürün tercihlerinin küçük paketlere yöneldiğini paylaşırken, inovasyonun da önemini korumaya devam ettiğini söylüyor.

FMCG 2023'E GÜÇLÜ BAŞLADI

2023 yılının ilk 3 ay ciro gerçekleşmelerini de paylaşan Didem Şekerel Erdoğan, 2022'de kaydedilen güçlü büyüme ivmesinin ilk 3 ayda da korunduğunun altını çiziyor. Şekerel Erdoğan, "Yılın ilk 3 ayında geçen yılın aynı dönemine göre sigara ve alkol hariç FMCG pazarının %94'lük bir ciro büyümesi kaydettiğini görmekteyiz. Gıda altında İçecek ve Atıştırmalık grupları %3'lük hacimsel artış ile güçlü büyümelerini devam ettirdiler. Kişisel Bakım ve Ev Temizlik gruplarının ise sırası ile %9 ve %8'lik hacimsel büyüme göstererek güçlü bir performans sergilediklerine tanık oluyoruz" diye konuşuyor.

DEPREM FELAKETİ TÜKETİMİ ETKİLEDİ

Ülke olarak yaşadığımız büyük deprem felaketinin etkilerine de değinen Didem Şekerel Erdoğan şöyle konuşuyor: "Ülke olarak bir daha karşılaşmamayı umut ettiğimiz bir felaket yaşadık. Bir kez daha hayatını kaybedenlere rahmet ve yakınlarına baş sağlığı diliyoruz. Deprem felaketi şüphesiz tüm ekonomiyi etkileyen bir faktör oldu. NielsenIQ olarak depremin FMCG tüketim yapısındaki sonuçlarına bakacak olursak, özellikle depremin etkilendiği illeri oluşturan bölgede sigara ve alkol hariç FMCG pazarının hacimsel olarak Şubat 2023 döneminde bir önceki senenin aynı ayına göre %13 oranında daraldığını, buna karşılık Türkiye toplamındaki hacimsel değişiminin %1 oranında gerçekleştiğini görmekteyiz. Türkiye toplamında hacimsel olarak önemli büyüme gösteren bebek maması, bebek bezi, tıraş bıçağı, hijyenik ped ve ıslak mendil kategorilerindeki büyümeleri ise bölgeye başka illerden giden yardımların etkisi olarak değerlendirmekteyiz."

Çikolata ve Şekerli Mamuller ile Gıda Üretim ve Ambalajlama konularını ele alacağımız Temmuz- Ağustos sayımızda görüşmek dileğiyle...

Özgür ÇİLEK

Gıda Teknolojisi

ESM Yayıncılık Eğitim ve Tanıtım Ltd. Şti. Adına İmtiyaz Sahibi (Publisher) ve Genel Yayın Yönetmeni (Editor-in-Chief)
Cem KAÇMAZ

Kurucu (Founder)
Hüsamettin ÜNSAL

Yazı İşleri Müdürü (Sorumlu)
Burcu GÜRSES KAÇMAZ

Haber Müdürü
Özgür ÇİLEK

Haber Merkezi (Reporter)
Gülbahar SALIK

Reklam Rezervasyon
0212 283 55 65

Ankara Temsilcisi
Aydın ARICIOĞLU

Adana Büro
Burhan AVŞAR (Temsilci)
(0532 441 40 92)

Abone (Subscription)
0212 283 55 65

Yönetim Yeri
ESM Ltd. Şti.
İnönü Cad. Yıldırım İşhanı 11/1
4. Levent- İSTANBUL
Tel: (0212) 283 55 65 (pbx)
Fax: (0212) 282 36 18
e-mail: gida@esmyayincilik.com.tr

Baskı ve Cilt: ŞAN MATBAA
Anadolu Caddesi No: 50/3
Kağıthane / İSTANBUL

Gıda Teknolojisi yılda 6 sayı yayımlanır.

Dergide yer alan yazılar kaynak gösterilmeden kısmen veya tamamen başka bir yere aktarılamaz. İmzalı yazılarda belirtilen görüşler yazarına aittir.

YEREL SÜRELİ
ISSN 1301 - 1782

Geleceğin Endüstrileri için sürdürülebilirlik yolculuğunuzu başlatmaya hazır mısınız?
Açık otomasyonla üretimi ekolojik olarak verimli, çevik ve esnek hale getirelim.

se.com/tr

Okut ve Keşfet

Life Is On | Schneider Electric

Prof. Dr. Mehmet Pala
mpala@superonline.com

TÜRKİYE GIDA İNOVASYON PLATFORMU

Bilim ve teknolojide meydana gelen hızlı gelişmeler tüm yaşamımızı derinden etkilemektedir. Son birkaç aydan beri gündeme gelen GPT geleceğin büyük değişimlerinin habercisi gibi duruyor. Dünya önemli bir dönüşüm sürecinden geçiyor. Böyle bir dünyada şirketlerin yenilikçi ürünler geliştirerek ve süreçler uygulayarak rekabetçi olmaları büyük önem taşımaktadır. İşte bu rekabet içinde ülke olarak, kurumlar olarak ve de birey olarak kendi yaşam alanını korumak ve genişletmek adına daha çok Ar-Ge ve inovasyon yapmanın önemi ortaya çıkıyor.

Artık her kuruluşun kendine göre bir Ar-Ge ve inovasyon çalışması var. Ancak bu çalışmaların etkin ve verimli yürütülmesi için daha organize ve dışa açılımlı olması, dünyada ne olup bittiğini anlaması ve pazardaki değişimleri iyi okuması gerekiyor. Dünya konjonktürü ve rekabet koşulları hızla değişirken üretimden lojistiğe ve pazarlamaya kadar yeni stratejilere ihtiyacımız vardır. Tarım ürünlerinde ve gıda sanayinin girdi fiyatlarının ölçüsüz arttığı günümüzde her türlü ham madde/malzeme ve enerji kullanımını yeniden değerlendirme zorunluluğu bulunuyor. Birçok üründe yerli üretim imkânları araştırılmalı ve ithalata bağımlılık azaltılmalıdır. Bu bağlamda üretim süreçlerinde, ürün geliştirmede ve tüm iş modellerinde araştırma, geliştirme ve inovasyon çok daha fazla önem kazanıyor. Gıda sanayinin araştırma, geliştirme ve inovasyon için belli hedeflere odaklanarak kapsamlı çalışmalar yürütmesi artık zorunluluk haline gelmiştir. Hiçbir işletme inovasyonu izole bir ortamda gerçekleştiremez. Açık ve dış destekle yapılan inovasyonlar hem maliyeti düşürür hem de hızlı sonuç verir.

Gıda sanayinin sonuç odaklı Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarını gerçekleştirmek üzere belli bir alt yapıya ihtiyacı vardır. İşte Türkiye Gıda İnovasyon Platformu (TÜGİP) bu ihtiyacı karşılamak üzere TÜBİTAK Marmara Araştırma Merkezi Yaşam Bilimleri - Gıda Araştırmaları (eski adıyla Gıda Enstitüsü) öncülüğünde Gebze'de kurulmuştur. Bundan üç yıl önce Avrupa Birliği ile Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın desteğiyle başlayan projeyle gerekli alt yapı tamamlamış ve gıda sanayimizin kullanımına hizmet verir duruma getirilmiştir. Gıda sanayi alanında ülkemize kazandırdıkları bu önemli proje için Doç. Dr. Cesarettin Alaşalvar ve değerli ekibini kutluyorum.

Proje kapsamında TÜBİTAK Gebze Yerleşkesi'nde kapalı alanı 5800 metrekare olan "Gıda İnovasyon Merkezi" kurulmuştur. Gıda İnovasyon Merkezi'nde 200 makine ve ekipmanla donatılmış 9 ürün kategorisinde pilot işleme tesisleri bulunmaktadır. Gıda işleme hatlarında bulunan makine ve ekipmanlarla her türlü gıda ürününü geliştirmek ve işlemek mümkün olmaktadır. Ayrıca Gıda İnovasyon Merkezi çeşitli gıda analizlerinin yapılabileceği 84 ileri teknolojiyi kullanan modern laboratuvar cihazlarıyla da donatılmıştır.

Gıda İnovasyon Merkezi, barındırdığı pilot tesisler ve laboratuvar olanaklarıyla ülkemizin en kapsamlı Ar-Ge çalışmalarına imkan veren merkezi konumundadır. TÜBİTAK MAM Gıda İnovasyon Merkezi'nde Ar-Ge çalışmaları, ileri gıda güvenliği analiz hizmetleri yanında gıda sanayinin ihtiyaç duyduğu alanlarda mühendis ve operatörler için teknik eğitim programları düzenlenmektedir. Böyle amaca odaklı bu eğitimlerle gıda sanayinin önemli bir ihtiyacını da karşılamış olmaktadır.

Gıda İnovasyon Merkezi'nde gerçekleştirilen Ar-Ge çalışmalarına TÜBİTAK MAM Yaşam Bilimleri gıda araştırmalarının iyi yetişmiş, konusunun uzmanı araştırma ekibi tarafından da desteklenmektedir. Gerektiğinde gıda sanayi kuruluşları pilot tesiste bulunan makine ve ekipmanları doğrudan kendileri de kullanabiliyorlar. Böylece firmalar yeni ürün denemelerinde ve/veya teknoloji geliştirmede kendi özel bilgilerini kullanma imkânı buluyorlar.

Gıda İnovasyon Platformu çalışmalarını bir üyelik modeli çerçevesinde sürdürmekte ve böylece gıda sanayi firmalarıyla organik bağ kurularak "İnovasyon Kültürü" yaratmak için çalışmalar yürütülmektedir. Gıda sanayi firmaları yıllık küçük bir bedelle İnovasyon Platformu'na üye olabiliyor ve verilen hizmetlerden (Ar-Ge çalışmaları, gıda analizleri ve eğitimler) üyelik statüsüne göre belirli bir indirimle yararlanabiliyorlar. Bugün itibariyle 132 gıda sanayi kuruluşu Türkiye Gıda İnovasyon Platformu'na üye olmuş bulunmaktadır. Üye sayısı her geçen gün artmaktadır.

Ülkemizde gıda sanayine yönelik şimdiye kadar bu kapsamda ve geniş imkanlara sahip bir alt yapı ilk defa hayata geçirilmektedir. TÜGİP, yapacağı çalışmalarda gıda sanayine ve dolayısıyla ekonomiye önemli katkılar sağlayacaktır.

Doğanın özünü hayata katıyoruz!
Doğanın sınırsız zenginliğinden ve hayatın tüm renklerinden besleniyoruz.
Yaratıcı kültürümüz ve insan kaynağımız, ileri teknolojimiz,
mükemmellik anlayışımız, tutkumuz ve sevgimizle yaratmaya,
büyümeye ve gelişmeye devam ediyoruz.

seluz.

Ajinomoto Türkiye'nin yeni CEO'su Pürnur Üner Öbek

1909 yılında kurulan; 130 ülkeye yayılmış satış ağı, 36 ülkedeki 120 fabrikası ve 34 binden fazla çalışanıyla Japonya'nın en büyük gıda şirketlerinden biri olan Ajinomoto'nun Türkiye CEO'su Pürnur Üner Öbek oldu. Boğaziçi Üniversitesi İşletme Bölümü mezunu olan Pürnur Üner Öbek, iş hayatına bankacılık sektöründe başladı. Kariyeri boyunca hızlı tüketim ürünleri, asansör-yürüyen merdiven, eğlence ve sağlık sektörlerinde faaliyet gösteren çok uluslu ve yerel şirketlerin çeşitli kademelerinde görev yaptı. Unilever, Philip Morris, Uno, Schindler, Mars Entertainment, Eczacıbaşı-Baxter şirketlerinin yurt içi ve yurt dışı operasyonlarında; finans, operasyon ve genel yönetim alanlarında üst düzey yönetici pozisyonlarında bulundu. Son olarak, 2017 yılında Japonya kökenli global gıda ve amino-bilim devi Ajinomoto'nun Bizim Mutfak ve Kemal Kükrer markalarının üreticileri Örgen ve Kükre Gıda'yı satın alması sürecinde gruba CFO olarak katılan Öbek, iki firmanın Ajinomoto İstanbul çatısı altında entegrasyonuna; sonrasında dönüşümüne ve performans artışına yönelik yapısal projelerde liderlik rolleri üstlendi.

Mutlu: "Depremin vurduğu tarım desteklerle ayağa kalkar"

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Tarım Kurulu, deprem felaketinin üretime etkilerini yerinde görmek ve alınacak önlemleri belirlemek için Hatay ve Samandağ'da incelemelerde bulundu. Dünya Gazetesi'nde yer alan habere göre bölgede yaptıkları incelemede üç başlığın öne çıktığını ifade eden TİM Tarım Kurulu Başkanı Melisa Tokgöz Mutlu, en acil olarak tarımda sürdürülebilirliği kaybetmemek için çalışanların bölgeye dönüşü-nün sağlanması gerektiğine dikkat çekti. Bunun için nitelikli barınma, çocukların eğitimi ve sağlık taleplerinin karşılanmasının şart olduğunu vurgulayan Mutlu, "Ardından tarımsal üretim için vazgeçilmez olan ve depremde ağır hasar alan sulama boruları ve kanalları ile derin kuyu pompaları yenilenerek aktif hale getirilmeli. Bunun için çiftçimiz zaman geçirmeden desteklenmeli. Son olarak da küçük ve orta ölçekli işletmelerin ayağa kaldırılması öne çıkıyor. Hafif hasarlı üretim tesisleri bir an önce ekonomiye geri kazandırılmalı. Bunun için depremden etkilenen ihracatçı firma çalışanlarının SGK ödemeleri 2 yıl süreyle devlet tarafından karşılanabilir veya faizsiz ertelenebilir. Afet bölgesi istihdamına katkıda bulunmak ve iş gücünün farklı illere yönelmesini önlemek amacıyla KOBİ çalışanları için kalıcı barınma desteği sağlanabilir. Tüm bu tespitlerimizi ilgili bakanlıklarımıza ileteceğiz" dedi.

Banvit BRF 55'inci yılını yeni yatırımıyla kutladı

Beyaz et sektöründeki 55'inci yaşını kutlayan Banvit BRF, 2021 yılında başladığı inovasyon ve büyüme odaklı yatırımları kapsamında, ileri işlem tesisinin ek bölüm açılışını törenle kutladı. Banvit BRF yönetim kurulu üyeleri ve çalışanlarının bir araya geldiği kutlamada, açılışın ardından 55'inci yıl temalı bir pasta kesildi. Banvit BRF CEO'su Tolga Gündüz, bu yeni yatırımla birlikte pazardaki yerlerini daha da ileriye taşımayı hedeflediklerini belirterek; "İleri İşlem Tesisimizin ek yatırımıyla birlikte ülkemize olan katkılarımızı artıracak olmaktan dolayı mutluyuz.

Ürün portföyümüze yeni ürünler eklemeye devam ederek, büyümemizi ağırlıklı olarak inovatif ürünlere odaklanarak sağlayacağız. Kapasitelerimizin artışına bağlı olarak üretimden, lojistiğe kadar farklı alanlarda istihdam sağlamayı sürdüreceğiz" dedi. Kaplamalı ve pişmiş ürünler ile şarküteri ürünlerinin üretildiği Bandırma İleri İşlem Tesisi'nin yeni bölümünün açılışıyla Banvit BRF'nin bu tesisteki üretim kapasitesinin yaklaşık %45 ila %50 oranında artabileceği belirtiliyor.

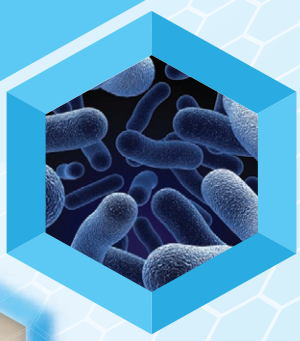
Nestlé Waters Türkiye'de önemli atama

Nestlé Waters Türkiye Genel Müdürlüğü görevini iki yıldır yürüten Michel Beneventi, koltuğunu Fausto Tazzi'ye devretti. Beş yıldır Nestlé Waters Vietnam'ın Genel Müdürü olarak görev yapan Fausto Tazzi, Nisan ayında yeni görevine başladı. 2006 yılında Nestlé Waters ailesine katılan Tazzi, son görevinde 2018 yılında Nestlé Waters Vietnam'ın Genel Müdürlüğünü üstlendi ve uyguladığı marka farklılaşma stratejisiyle zorlu pandemi koşullarında anlamlı bir başarı elde etti. Keskin stratejik vizyonu ve yönetim uzmanlığıyla üstlendiği görevlerde önemli başarılara imza atan deneyimli yönetici, su geri kazanımı, plastik nötrlüğü ve sera gazı azaltımı alanlarında şirketin önemli kazanımlar sağlamasına öncülük etti.

Patiswiss ürünleri ABD marketlerinde

2004 yılında Ankara'da kurulan ve İsviçreli çikolata uzmanlarının rehberliğinde çikolata üretimine başlayan Patiswiss ürünlerini sadece Türkiye'de değil dünyayla buluşturuyor. ABD'de temsilcilik açan şirket ABD'li dev marketlerle de anlaşmalar sağladı. Patiswiss ürünlerinin ABD pazarında büyük ilgi gördüğünü ve çeşitli büyük marketlerde yer aldıklarını dile getiren Patiswiss ABD temsilcisi Mustafa Nazif Yıldız, "Örneğin, Cosco, ShopRite ve Walmart gibi tanınmış market zincirleriyle çalışıyoruz. Bu marketler, geniş müşteri tabanları ve yaygın mağaza ağıyla biliniyor ve ürünlerimizin geniş kitlelere ulaştırıyor. ABD'deki pazar payımızı genişletmek için farklı marketlerle iş birliği yapmaya devam edeceğiz. Ayrıca Amerika'da Patiswiss USA LLC şirketimiz var" diye konuştu.

maysa



HAYVANSAL PEYNİR MAYALARI

maySECOREN

MİKROBİYEL PEYNİR MAYALARI

MUCOREN

YAYLA

FERMENTE KİMOZİN

maySFERMENTE

STARTER KÜLTÜRLER

mySTARTER CULTURE

KÜLTÜR GELİŞTİRME ORTAMLARI

MİLKECOL

DOĞAL GIDA KORUYUCULARI

maMICIN

DOĞAL GIDA KORUYUCULARI

maNISIN

DOĞAL GIDA KORUYUCULARI

maLYSOZYME
FOOD PRESERVATIVE

STABİLİZER & EMÜLSİFİER KARIŞIMLARI

TextuRole
Stabilizer & Emulsifier Systems

ERİTME PEYNİR BAZLARI

MAPROMIX

ENZİM MODİFİYE PEYNİR VE TEREYAĞI

FlavoRole
Enzyme Modified Cheese & Butter

ERİTME PEYNİR TUZLARI

kasomel

CHARM TEST KİT VE CİHAZLARI

CHARM SCIENCES INC

GERBER INSTRUMENTS LABORATUVAR ÜRÜNLERİ

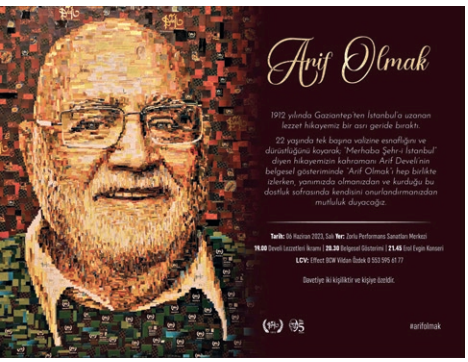
GERBER INSTRUMENTS
Since 1892

ndi Natural Dairy Ingredients

www.maysagida.com.tr

Arif Develi'ye ailesinden vefa belgeseli

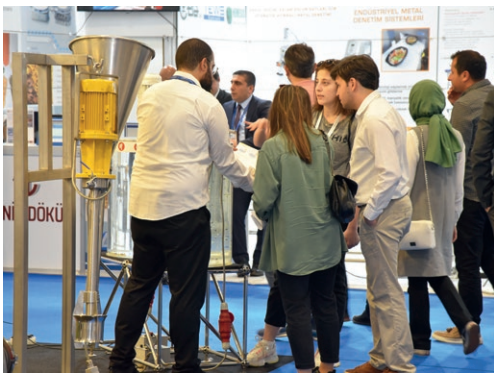
Gaziantep'te dedesinin 30 metrekarelik restoranında henüz 6 yaşındayken çalışmaya başlayan Develi Restoranları'nın kurucusu Arif Develi, 22 yaşındayken valizine esnaflığını ve dürüstlüğünü koyarak, "Merhaba Şehr-i İstanbul" dedi, bu lezzeti Samatya'ya taşıdı.



111 yıllık geçmişin izlerini taşıyan o lezzet "Develi" efsanesine dönüştü. Arif Develi'nin hikâyesi, "Arif Olmak" belgeseliyle gelecek kuşaklara aktarıldı. Yapımcılığını Arif Develi'nin oğlu Nuri Develi ve Mustafa Karadeniz'in, yönetmenliğini Mesut Gengeç'in, seslendirmesini ise Okan Bayülgen'in üstlendiği 48 dakikalık belgeselin gösterimi 6 Haziran 2023 Salı günü Zorlu PSM'de gerçekleşti. Belgeselin galasında Türk pop müziğinin duayenlerinden Erol Evgin de bir konser verdi. Belgeselde, sanatçılardan aile fertlerine, dostlarından birlikte çalıştığı ustalara kadar pek çok kişi Arif Develi ile ilgili anılarını paylaştı, Arif Develi tecrübelerini aktardı, esnaflığın ve zanaatkârlığın temelleri Develi'nin hayatından karelerle anlatıldı.

Gıda işleme teknolojileri sektörü FOTEG İstanbul'da buluşuyor

Gıda İşleme Teknolojileri Uluslararası İhtisas Fuarı – FOTEG İstanbul, gıda işleme donanımı sağlayıcılarıyla gıda üretim sektörü temsilcileri ve üst düzey yöneticilerinin en önemli buluşma noktalarından biri olarak sektörde varlığını sürdürüyor. HKF Fuarcılık A.Ş. tarafından düzenlenen bu yılki fuar, 6-8 Temmuz 2023 tarihleri arasında İstanbul Fuar Merkezi'nin 4 ve 8. salonlarında 16. kez kapılarını açacak. FOTEG İstanbul bu yıl Soğutma Sanayi İş İnsanları Derneği (SOSİAD), Kırmızı Et Sanayicileri ve Üreticileri Birliği Derneği (ETBİR) ve Ambalajlı Süt ve Süt Ürünleri Sanayicileri Derneği (ASÜD) tarafından desteklenen fuarın, sektörünün önde gelen pek çok firmanın katıldığı ve alıcılarla tüm sektörün önemli ticaret merkezi olması hedefleniyor. FOTEG İstanbul 2023, İstanbul Fuar Merkezi'nin 1,2 ve 3. salonlarında düzenlenecek, tavukçuluk endüstrisinin dünyadaki en güçlü fuarlarından VIV Türkiye 2023 ile eş zamanlı olarak gerçekleşecek.



Herbalife Türkiye'de 25. yılını kutladı

Herbalife International'a bağlı olarak Türkiye'de yürüttüğü faaliyetlerin 25. yılını geride bırakan Herbalife, başarılı çalışmalarını İstanbul'da düzenlenen bir etkinlikle kutladı. Herbalife Türkiye Genel Müdürü Naime Yalçın'ın ev sahipliğinde düzenlenen 25. yıl kutlama etkinliğine iş, sanat ve cemiyet hayatından pek çok isim katıldı. Tanem Sivar'ın sunuculuğunu üstlendiği davette misafirler Herbalife'ın en sevilen ve en yeni ürünlerini deneme imkânı da buldu. Etkinkte konuşan Herbalife Türkiye Genel Müdürü Naime Yalçın, "Arkamıza aldığımız çeyrek asrın verdiği güçle, inovatif ve sürdürülebilir ürünler geliştirmeye, kadın istihdamını destekleyemeye, geleceğin mikro girişimcileri olan Z kuşağını anlayan ve onlara çalışma alanı sunan bir marka olmaya devam edeceğiz" dedi. Yenilikçi ürünlerle portföylerini genişletirken doğrudan satış pazarının büyümesine katkı sunduklarını belirten Yalçın, bu süreçte dünyada gittikçe yükselişe geçen bitki bazlı beslenme trendinin de Herbalife'ın büyümesini yukarı yönlü ivme katacağının altını çizdi.

İzmir Kahve Fuarı'na büyük ilgi

İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin ev sahipliğinde İZFAŞ ve SNS Fuarcılık iş birliğiyle gerçekleştirilen İzmir Kahve Fuarı - Kahve, Kahve Ekipmanları ve Sarf Malzemeleri Fuarı, 1-4 Haziran 2023 tarihleri arasında fuarizmir'de yapıldı. Yarattığı ticari hacmin yanı sıra "Demleme ve Tadım Sahnesi" ile "Roastery Sahnesi ve Uygulama Alanı"nda farklı söyleşi, kahve kavurma, demleme gibi etkinliklere de sahne olan fuara ziyaretçiler büyük ilgi gösterdi. Etkinlikte sektörün önde gelen isimlerinden Şerif Başaran ile Sam Çeviköz, fuarı ve Türkiye'de kahve sektörünün geldiği noktayı değerlendirdi.

Lazika 1,5 milyon dolar ihracat hedefliyor

Çaya hak ettiği değeri vermek ve Anadolu'dan bir dünya markası çıkarmak üzere yola çıkan Türk çay markası Lazika, mayıs ayında çay hasadına başladı. 2022 yılı hasadında 19 ton el ile toplanmış çay alan Lazika'nın bu yılki hedefi bu rakamın iki katına çıkarak, 40 ton el ile toplanmış çay almak ve işlemek. Lazika'nın iç pazardaki yerinin her sene arttığını, siyah ve yeşil çayın yanı sıra fonksiyonel bitki ve meyve çaylarıyla herkese hitap edebilecek çay çeşitleri ürettiklerini belirten Lazika Kurucu Ortağı EmreEmre Erçin, 2023'te ihracat hedeflerini yeni ülkelerin de katılmasıyla beraber 1,5 milyon dolar olarak belirlediklerini açıkladı.

IMCD

Gıdada sağlıklı ve sürdürülebilir çözümlerin bir parçası **olmak ister misiniz?**

IMCD Türkiye, yenilikçi ve sürdürülebilir çözümleriyle her türlü tüketicinin çözüm ortağı olmaya devam ediyor. Vegan formüllere uygun hammadde üreticileri ile iş birligini genişleten IMCD, büyüme adımlarını sürdürülebilirlik için atıyor. Teknik satış ekiplerimiz ile sektördeki yenilikleri sizlerle buluşturuyoruz.

Detaylar için bize ulaşın!

IMCD Türkiye
T +90 216-425 48 00
E info@imcd.com.tr

www.imcdgroup.com

Creating a world of opportunity

Türk tarımına su kıtlığı ve olumsuz hava koşulları tehdidi

Dünyanın önemli ticari alacak sigortası şirketlerinden Allianz Trade tarafından hazırlanan Tarımsal Gıda Sektörü Risk Raporu'nda, sektör önündeki en önemli risklere yer verildi. "Türkiye'de Tarımsal Gıda Sektörünü Neler Bekliyor" sorusundan yola çıkarak hazırlanan raporda, Türk tarımının önündeki en büyük engellerin başında iş gücü eksikliği, su kıtlığı ve olumsuz hava koşulları geliyor. Dengesiz hava koşullarının, mahsul verimini bozabileceği, kaliteyi düşürebileceği dolayısıyla da Türkiye'deki tarımsal üretimi olumsuz etkileyebileceğinin vurgulandığı raporda, su kıtlığı, yetersiz sulama alt yapısı ve verimsiz su yönetimi uygulamalarının da Türkiye'de tarımsal üretkenliği engelleyebilecek faktörler olduğunun altı çiziliyor. Allianz Trade'in raporuna göre; Türkiye'deki tarımsal gıda sektörünün etkinliğini ve üretkenliğini etkilemesi olası bir değer etken de demografik değişimler ve göç kalıpları. Dolayısı ile sektörün işgücü sıkıntısıyla karşı karşıya kalması an meselesi. Buğday, mısır gibi emtia fiyatlarındaki dalgalanmalara da dikkat çekilen raporda, bu oynaklığın gıda işleyicilerin ve ihracatçıların gelirlerini ve marjlarını etkileyebileceği de belirtildi.

Nestlé Professional Türkiye'nin yönetimi Lorenzo Viganò'ya emanet

Dünyanın önde gelen gıda şirketlerinden Nestlé'nin uzman iş birimi Nestlé Professional'da üst düzey bir atama gerçekleşti.Hızlı tüketim ürünleri sektöründe 30 yılı aşkın tecrübeye sahip olan Lorenzo Viganò, Nestlé Professional Türkiye Genel Müdürü olarak yeni görevine başladı. Nestlé'deki kariyerinde çeşitli roller üstlenen Lorenzo Viganò, en son Nestlé Professional Avrupa Bölgesi İçecekler Başkanı olarak görev yaptı. Lorenzo Viganò, Nestlé Professional Süper Premium İçecekler bölümüne liderlik etmek üzere 2012 yılında Nestlé İtalya'ya katıldı. 2013 yılında Nestlé Professional İtalya'nın genel müdürü olarak görevlendirildi; portföyü şekillendirerek ve organizasyonu odaklayarak, iş birimin dönüşümünü başarıyla yönetti. 2015 yılında başladığı en son görevinde Viganò; küresel kahve iş stratejisini oluşturmak için stratejik iş birimiyle aktif bir çalışma yürüttü ve Avrupa, Orta Doğu ve Kuzey Afrika Bölgesi İçecek İş Birimi'ni başarıyla yöneterek, dönüştürdü. Nestlé'deki 11 yıllık başarılı kariyerinde Viganò, yüksek büyüme hedeflerini oluşturmak için Bölgesel Kahve Hedef Planı ve Çoklu Kanal stratejisinin yaratılmasında önemli rol oynadı.

Pınar Et, İngiltere'ye ihracata başladı

Avrupa Birliği standartlarında ve sertifikalarla tescillenmiş hijyenik koşullarda üretim yapan Pınar Et, Türkiye pazarındaki birçok kategoride liderliğini korumaya devam ederken ihracat ağını da genişletmeyi sürdürüyor. Nisan ayında İngiltere pazarına giriş yapan Pınar Et, global tüketicilerle buluşmak amacıyla büyümeye devam ediyor. İhracat yaptıkları ülke sayısını bu yıl 30'a çıkardıklarını söyleyen Pınar Et Genel Müdürü Hüseyin Demir, "İhracat pazarlarımızın başında BAE, Kuveyt, Katar, Bahreyn, Amerika Birleşik Devletleri, Almanya, Irak, Azerbaycan, Gürcistan ve KKTC yer alıyor. Avrupa'da Almanya, Belçika, Fransa ve İsviçre'den sonra nisan ayında İngiltere pazarına giriş yaptık. Dış pazarlarda özellikle hindi etinden üretilen nitelikli şarküteri ürünleri ile börek çeşitleri tercih ediliyor. Bunların yanı sıra yıl boyunca vegan ve vejetaryen diyetleri uygulayanlar için bitkisel kaynaklı protein içeren Power Burger, Falafel, Veggie Bites ve Soğan Halkası ürünlerimizi yurt dışı pazarlara sunmaya devam ettik. Özellikle Kazakistan, Gürcistan ve Kanada pazarlarında ağırlığımızı arttırarak 4,7 milyon dolar gelir elde ettik. Önümüzdeki 3 yıl içerisinde ihracat gelirlerimizi 3 katına çıkarmayı hedefliyoruz" dedi.

Arıların DNA'sı değiştirildi

Küresel ısınma ve iklim değişikliği birçok canlıyı olduğu gibi arıları da tehdit ediyor. Birleşik Arap Emirlikleri'nde, artan sıcaklıklara dayanıklı olmaları için arıların genetiği değiştirildi. Sıcaklıkların 45-50 dereceye dayandığı zaman arıların hayatta kalamadığı belirtilirken, bunu çözmek için kraliçenin DNA'sına müdahale ediliyor. Bu sayede kraliçenin yumurtalarından gelişecek binlerce arı da sıcağa dayanıklı hale getirilmiş oluyor. Dubai'ye bağlı Hatta bögesindeki bal arısı merkezinde 2 bin 500'den fazla kovan bulunuyor. Arıcılar, artan sıcaklıklardan etkilenen arıların nektar ve polen toplayamadığını belirterek küresel ısınmanın etkilerine dikkat çekiyor. (Dünya Gazetesi)

Hastalığa dayanıklı yeni buğday ve arpa çeşitleri tescillendi

Doğu Akdeniz Tarımsal Araştırma Enstitüsü tarafından geliştirilen yüksek verime sahip, hastalığa dayanıklı yeni buğday ve arpa çeşitleri tescillendi. Ekmeklik ve makarnalık buğday, pamuk, soya, ayçiçeği, yer fıstığı, nohut, bezelye, fiğ, arı otu, yonca, yer bademi, mısır ve arpa bitkilerinin çeşit geliştirme çalışmaları yapılan enstitüde son olarak ekmeklik buğdayda "Dinçer01", "Ahsen" ile makarnalık buğdayda "Barkın" çeşitleri, arpada da "Kınalı01" ve "Balım01" çeşitleri geliştirildi. Emsallerine göre verim, hastalık, yağış ve kuraklığa dayanıklılıkla su ve gübreye karşı daha olumlu davranış göstermesiyle öne çıkan çeşitler, Tarım ve Orman Bakanlığına bağlı Tohumluk Tescil ve Sertifikasyon Merkezince tescillenerek Türk çiftçisinin hizmetine sunuldu.

GCA

CAMI
SİZİN İÇİN
KALİTEYLE ŞEKİLLENDİRİYORUZ

FORMING GLASS WITH QUALITY
FOR YOUR CONVENIENCE

GCA

Satış ve Pazarlama
Lapishan Plaza Esentepe Mah. Cevizli
D-100 Güney Yanyol Cad. Soğanlık
Kartal İstanbul
T +90 216 488 66 00(pbx)
F +90 216 576 22 62

Üretim Tesisleri
1.OSB Rıza Güral Caddesi
No:1 Merkez Kütahya

T +90 274 277 01 20
F +90 274 277 01 10

gcaturkiye | GCA Türkiye info@gca.com www.gca.com

BAROMETRE

BEYAZ ET

Tavuk eti üretiminde YÜZDE 9,4'LÜK DÜŞÜŞ

Türkiye genelinde tavuk eti üretimi, nisanda geçen yılın aynı ayına göre yüzde 9,4 azalarak 180 bin 495 tona düşerken tavuk yumurtası üretimi yüzde 3,6 yükselişle 1 milyar 645 milyon 561 bin adete çıktı. Türkiye İstatistik Kurumu, nisan ayına ilişkin kümes hayvancılığı üretimi istatistiklerini açıkladı. Buna göre, nisanda 180 bin 495 ton tavuk eti üretimi gerçekleştirildi. Üretim, geçen yılın aynı ayına kıyasla yüzde 9,4, aylık bazda ise yüzde 9,7 azalış gösterdi. Tavuk yumurtası üretimi, nisanda aylık bazda yüzde 4,7 azalırken, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 3,6 yükseldi. Bu dönemde 1 milyar 645 milyon 561 bin adet tavuk yumurtası üretildi. Nisanda kesilen tavuk sayısı yıllık bazda yüzde 12,7 azalarak 98 milyon 517 bin olarak kayıtlara geçti. Hindi eti üretimi aynı dönemde yüzde 0,3 artarak 3 bin 551 ton oldu. Ocak-nisan döneminde geçen yılın aynı dönemine göre tavuk yumurtası üretimi yüzde 3,8 artarken tavuk eti üretimi yüzde 4,2, kesilen tavuk sayısı yüzde 7,8 ve hindi eti üretimi yüzde 7,1 azaldı.

GIDA ENFLASYONU

Türkiye, gıda enflasyonunda DÜNYA SEKİZİNCİSİ

Dünya Bankası, nisan ayına ilişkin gıda enflasyonu verilerini yayımladı. Her ay güncellenen "Gıda Güvenliği" raporundaki verilere göre tüketici fiyatlarının yıllık bazda yüzde 352 arttığı Lübnan, en yüksek gıda enflasyonuna sahip ülke oldu. İkinci ve üçüncü sırada yer alan Arjantin ve Zimbabve'de de tüketici fiyatları, son bir yılda yüzde 100'den fazla arttı. İlk 10 sırayı tamamlayan ülkeler ise İran, Surinam, Mısır, Ruanda, Türkiye, Lao ve Sierra Leone oldu. Türkiye, nisan ayında gıda enflasyonunda dünyada sekizinci sırada yer aldı. Dünya Bankası, Türkiye'ye ilişkin verileri TÜİK'ten alıyor. TÜİK'in nisan ayı verilerine göre Türkiye'de tüketici enflasyonu (TÜFE) aylık bazda yüzde 2,39, yıllık bazda ise yüzde 43,68 oranında artmıştı. Gıda ve alkolsüz içecekler kategorisindeki yıllık enflasyon ise yüzde 53,92 olarak açıklanmıştı. Türkiye, uzun zamandır dünyanın en yüksek gıda enflasyonuna sahip 10 ülkesi arasında bulunuyor. Türkiye, mart ayında, tüketici fiyatlarının en hızlı arttığı beşinci ülke olmuştu.

SEBZE VE MEYVE

Yaş meyve sebzede hedef 1,5 MİLYAR DOLAR İHRACAT

Ege Bölgesi'nde üretilen lezzetleri dünyanın dört bir tarafına ulaştırarak 5 yıldır üst üste ihracat rekorları kıran Ege Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği 1,4 milyar dolar ihracat hedefini aşmaya hazırlanıyor. Ege Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Başkanı Hayrettin Uçak, Egeli yaş meyve sebze ihracatçılarının Ocak-Mayıs döneminde yüzde 15 artışla 502 milyon dolar dövizi Türkiye'ye kazandırdığını açıkladı. Son bir yıllık dönemde de ihracatın yüzde 7 yükselişle 1 milyar 312 milyar dolara ulaştığını söyleyen Uçak, "2023'ün ilk 5 ayında yaş meyve sebze ürünlerinde en çok ihraç ettiğimiz ilk üç ürünümüz domateste yüzde 68 yükselişle 49 milyon dolar, mandarinde yüzde 14 artışla 11 milyon dolar ve elmada 8 milyon dolarlık ivme kaydettik. En çok ihracat yaptığımız ülkeler Rusya, Polonya ve Almanya oldu. Bu seneki ihracat hedefimizi 1,4 milyar dolar olarak belirledik. Ancak şu anda ihracatımızda 1,4 milyar doları aşan bir ivme var. Yıl sonunda 1,5 milyar dolarlık ihracata imza atacağımızı öngörüyoruz" dedi.

TOMRA

Her Bir Kaynak Değerlidir.
Bu bilinç ile gıda güvenliğini en yüksek seviyelere taşımak ve gıda kaybını en etkili şekilde önlemek için küresel gıda üretimini dönüştürüyoruz.

www.tomra.com/food

TOMRA 5B

TOMRA 5C

Doğanay'dan sofralara Gurme Şalgam

Türkiye'ye şalgamı sevdiren Doğanay, yeni ürünü Gurme Şalgam'ı tüketicirle buluşturdu. Tarifine daha fazla mor havuç ve biraz da sarımsak eklenmesiyle daha yoğun bir tada kavuşan Doğanay Gurme Şalgam acılı ve acısız çeşidiyle etli yemeklerden zeytinyağlılara, dolmalardan balıklara her yemeğin en favori eşlikçisi olmaya aday. Yeni ürün gazsız ve şekersiz olduğu için şişkinlik yapmıyor ve kolay bir şekilde içiliyor.

Beta Tea'den kolajen takviyeli beyaz çay

Beta Tea, kolajen üretimini destekleyen yeni ürünü Kolajen ve Vitamin Takviyeli Beyaz Çay'ı pazara sundu. Hidrolize kolajenle zenginleştirilen yeni gençlik çayı, cildi ve diğer dokuları besleyerek sağlıklı bir görünüm kazanılmasına yardımcı oluyor. Beta Tea'nin birbirinden özel yüzlerce çay çeşidine İstanbul'daki Beta Yeni Han, Adana'daki Beta Tea House ve betateashop.com online marketten ulaşmak mümkün.

Dimes'in yeni inovasyonu COOL Lime Özü

Dimes'in yeni ürünü Cool Lime Özü, özellikle genç tüketicilerin favori lezzetleri arasında yer alan Cool Lime içeceğini evde kolayca hazırlama fırsatı sunuyor. 310 ml karton kutuda sunulan Dimes Cool Lime Özü'nden 1 ölçü öz, 3 ölçü soğuk su ve bol buzla karıştırılarak 5 büyük bardak (400 ml) içecek hazırlanabiliyor. Konsantre olması sayesinde ister ekstra özlü ister bol buzlu olarak lezzetin kontrolü tamamen tüketicide olabiliyor.

Duru Pratik portföyüne garnitürü ekledi

Duru'nun 88 yıllık uzmanlığı ve tecrübesiyle geliştirilen Duru Pratik ailesinin en yeni üyesi garnitür oldu. İçeriğindeki bezelye, patates ve havuç mevsiminde üretilen Duru Pratik Garnitür, taze tüketilmesi için 400 gram ağırlığındaki porsiyonluk paketler halinde satılıyor. Bpa içermeyen ürünün ambalajı, cam ve tenekeye kıyasla içerisindeki ürünlerin sterilizasyon süresinin kısa olması sebebiyle besin değerlerini koruyabiliyor.

Bebeto renkli yaz menüsü hazırladı

Yumuşak şeker markası Bebeto, dondurma, şeftali ve karpuz gibi yaz mevsiminin en sevilen lezzetlerinden oluşan yumuşak şekerleriyle tüketicilere yeni alternatifler hazırladı. Gerçek meyve suyu lezzeti ve rengarenk figürleriyle yaz mevsiminin vazgeçilmezi olmaya aday Bebeto Ice Cream, Bebeto Peach Rings, Bebeto Watermelon, Bebeto Cola ve Bebeto Sour Worms gibi yeni ürünler pazara sunuldu.

Polonez'den mangalcılara özel yeni ürün

Polonez, geleneksel lezzetleri günümüz beslenme alışkanlıklarına ve yeni nesil tatlara uyarlayarak ürün gamını genişletmeye devam ediyor. Yaza yeni ürünüyle merhaba diyen marka, özel formülasyonuyla hazırlanıp, meşe, kayın ve kiraz ağacında tütsülenerek aromalarını etin içine hapseden Tütsülenmiş Piliç Jumbo Sosis ile özellikle mangal severlerin tercihi olmayı hedefliyor. Glütensiz etiketine sahip ürünü çölyak hastaları da tüketebiliyor.

Mérieux
NutriSciences
HAMMADDE & TEDARİK
ÜRETİM
KALİTE YÖNETİMİ
PAZARA UYGUNLUK
MÜŞTERİ ODAKLI & GÜVENİLİR HİZMET
ÜRÜN GELİŞTİRME
KİMYA GIDA TESTLERİ
MİKROBİYOLOJİ GIDA TESTLERİ
DİJİTAL ÇÖZÜMLER
DENETİM & EĞİTİM
DANIŞMANLIK & ETİKETLEME
DUYUSAL TESTLER & ARAŞTIRMA PROJELERİ
360°
Mérieux
NutriSciences
360° Hizmetler
kodu taratın
Better Food. Better Health. Better World.

Vakko L'Atelier yazı iki lezzetle karşıladı

Vakko L'Atelier, Fransız şeflerin usta ellerinde hayat bulan 'Ice-Cream' kategorisine yeni eklediği Caramel Sale ve Nature Au Chocolat seçenekleriyle yaza merhaba dedi. Vakko L'Atelier Ice Cream büyük boy kilogramlık alternatiflerinin yanı sıra 'to go' seçeneğiyle de dondurma severlerin beğenisine sunuldu. Vakko'nun bu çok özel gurme dondurmaları www.vakkolatelier.com adresinden sipariş verilebiliyor.

Balparmak Apitera Plus ailesi büyüyor

Balparmak'ın iyi yaşam markası Apitera Plus ailesine Apitera Plus Arısütü Kapsül ve Apitera Plus Propolis Kapsül katıldı. Her iki ürün kolay tüketilebilen kapsül formuyla günlük beslenmenin bir parçası oluyor. Apitera Plus Arısütü Kapsül ve Apitera Plus Propolis Kapsül, doğrudan suyla yutulabileceği gibi kapsül açılarak içerisindeki toz halindeki ürün, süt veya meyve suyu benzeri içeceklere ilave edilerek de tüketilebiliyor.

Butterfly Chocolate Rocher'ı pazara sundu

Artizan çikolatanın Türkiye'deki markası Butterfly Chocolate, çikolatalarına bir yenisini ekledi. Butterfly Chocolate'ın yeni %100 Gana Kuru Üzümlü Rocher çikolatası, hiç şeker kullanılmadan sadece kuru üzümün lezzet ve şeker katkısıyla üretiliyor. Aynı zamanda vegan da olan Kuru Üzümlü Rocher, Gana çekirdeklerinin tat notalarını sunuyor. Yeni ürün, Butterfly Chocolate şubelerinde ve internet sitesinden satın alınabiliyor.

Lezzetin PizzaLazza hali: LezzetZa

Pizza sektörünün genç markalarından PizzaLazza, günlük açılan taze hamuru üzerinde güvenilir ve helal sertifikalı ürünlerle hazırladığı ürün portföyünü LezzetZa'lar ile daha da genişletti. 6 farklı seçenekle sunulan LezzetZa'lar, çeşitlilik ve yenilik arayan pizza severlerin gözdesi olmaya aday. LezzetZa'ların üyeleri arasında Sebze Seven, Favori Üçlü, Sucuk Mısır Partisi, Keyfim, Kampüs ve Margarita yer alıyor.

Kahve Dünyası'nın fit lezzeti FROYO

Kahve Dünyası'nın 'fit lezzetler' kategorisinin kişiselleştirilebilir yeni lezzetinin adı FROYO oldu. İsmini İngilizce Frozen Yogurt'tan alan FROYO'nun reçetesinde doğal tatlandırıcı stevia bitkisinin kullanılıyor. FROYO, dondurma üretiminden tamamen farklı şekilde özel soft ice cream makinesinde üretiliyor. FROYO'nun içinde dondurmanın ana ham maddesi salep bulunmuyor. Ürün kendine has kıvamlı akışkan formuyla öne çıkıyor.

Tchibo ile frappenin 3 yeni hali

Tchibo, yaz menüsünün 3 lezzetini Haziran ayı özelinde mağazalarına getirdi. Karamel ve espressonun uyumunun damakta bıraktığı yoğun tat Creamy Caramel Frappe, çilek aromasıyla meyve severlerin favorisi olmaya aday Creamy Strawberry Frappe ve çikolatanın dolgun lezzetini hissettiren Creamy Chocolate Frappe; bir soğuk kahve klasiği frappeyi zenginleştiren çeşitleriyle serinlemenin en leziz halini sunmayı hedefliyor.

Kafein ve sütü bir arada sevenlere hem sürdürülebilir hem vegan bir alternatif!

Her gıda ve içecek ürününün mutluluk, sağlık ve güvenle tüketilmesinin müşterilerimiz için ne kadar önemli olduğunu biliyoruz. Bizim önceliğimiz de müşterilerimizin her üründe bir başarı hikayesi yazması.

Teknik uzmanlığımız, ürün bilgimiz, Pazar deneyimimiz, çözüm odaklı ekibimizle bir sonraki başarılı ürüne ilham verecek yeniliklerin peşindeyiz. Dünyanın en iyi üreticilerinin temsilcisi olarak kıvam vericilerden emülgatörlere, stabilizatör, doğal tatlandırıcı ve aromalardan fonksiyonel gıda içeriklerine kadar sürdürülebilir, yenilikçi, rekabetçi ürünler sunuyoruz. İstanbul'daki Gıda ve Beslenme laboratuvarımız ise ürün deneme, formülasyon geliştirme ihtiyaçları için müşterilerimizin hizmetinde.

Bize ulaşın. Size destek olmaktan mutluluk duyacağız.

Azelis Türkiye +90 216 504 44 44 info@azelis.com.tr

Innovation
through
formulation

azelis

Tarım ve Orman Bakanlığı'nda İBRAHİM YUMAKLI DÖNEMİ

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan tarafından yapılan cumhurbaşkanı yardımcısı ve bakanların ataması kararı Resmi Gazete'de yayımlandı. Yeni Tarım ve Orman Bakanı İbrahim Yumaklı oldu. Görevi önceki Bakan Prof. Dr. Vahit Kirişci'den devralan İbrahim Yumaklı, gelecek dönemde üretimden tüketime her aşama için planlanan yapısal reformları hayata geçireceklerini söyledi.

Tarım ve Orman Bakanlığı'ndaki devir teslim töreni bürokratlar, Bakanlık çalışanları ve basın mensuplarının katılımıyla gerçekleştirildi. Bakan İbrahim Yumaklı, törende yaptığı konuşmada, Tarım ve Orman Bakan Yardımcısı olarak görev yaptığı 14 aylık süreçte Kirişci ile birçok proje başlattıklarına işaret ederek, "Bundan sonra bize düşen Sayın Bakan'ımızla birlikte başlatılmış olan projeleri tamamlamak ve yenilerini eklemektir" dedi.

"YAPISAL DÖNÜŞÜMÜ ÜRETİME GÖNÜL VERMİŞ ÇİFTÇİLERİMİZLE TAMAMLAYACAĞIZ"

Küresel iklim değişikliğinden salgın hastalıklara, savaşlardan çatışmalara kadar içinde bulunulan dönemin "yeni normal" olarak adlandırıldığına dikkati çeken Yumaklı, "Bizler de bu döneme tarım ve orman perspektifinden baktığımızda hem tarımsal üretimde hem de girdilerin tedarikinde ezberlerin bozulduğunu gördük ve yaşadık. Orman ve su varlığımızın korunmasıyla ilgili farklı ve yeni çalışmaların yapılmasının zorunlu olduğunu da gördük. Bu, yapısal bir dönüşüm için kaçınılmaz süreci getirdi. Bizler bu yapısal dönüşümü üretime gönül vermiş çiftçilerimizle tamamlayacağız. Yol haritamız bellidir. Önümüzdeki dönemde üretimden tüketime her aşama için planladığımız yapısal reformlarımızı hayata geçireceğiz" dedi. Bakan Yumaklı, tarımsal girdi tedarikinde özellikle dışa bağımlı olunan alanlarda çalışmalar yapacaklarının altını çizerek, yerlileştirme ve millileştirme adına adımlarına öncelik vereceklerini ve hızlandıracaklarını söyledi.

"TARIM POLİTİKAMIZI ÜRETİCİLERİMİZİN GÜÇLENDİRİLMESİ VE TÜKETİCİLERİMİZİN KORUNMASI PRENSİBİYLE ŞEKİLLENDİRECEĞİZ"

"Türkiye Yüzyılı ile tarımda üretimin ve üreticinin yüzyılının başladığının altını çizmek istiyorum" diyen Yumaklı, sözlerini şöyle tamamladı: "Gıda arz güvenliğinin sağlanmasını temel alıyoruz. Yeni dönemde gıda üretim sistemlerinin sürdürülebilir risklere karşı dayanıklı ve güçlü bir yapıya kavuşması için her türlü tedbiri alırken tüketicinin de güvenilir gıdaya makul fiyatlarla erişebilmesi konusuna yoğunlaşacağız. Bu nedenle önümüzdeki dönemde hâlihazırda mevcut tarım politikamızı, üreticilerimizin güçlendirilmesi ve tüketicilerimizin korunması prensibi çerçevesinde şekillendireceğiz. Tarladan sofraya tüm süreçler bizim odak noktamızı oluşturacak. Yeni dönemde elbette ki göz ardı etmememiz gereken başka bir husus da verimlilik ve kalite olacak. Tarımı milli güvenliğin bir parçası olarak değerlendirdik. Vizyonumuzu ve politikalarımızı da bu bilinçle oluşturuyoruz."

İBRAHİM YUMAKLI'YI TANIYALIM

Yeni Tarım ve Orman Bakanı İbrahim Yumaklı, 1969 yılında Kastamonu'da doğdu. Bakırköy İmam Hatip Lisesi'nin ardından 1992 yılında Uludağ Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi İşletme bölümünden mezun oldu. İş hayatına 1993 yılında Marshall Boya A.Ş.'de ithalat işlemleri uzmanı olarak başlayan Yumaklı, 2011 yılına kadar Akzo Nobel Türkiye bünyesinde bulunan Marshall Boya A.Ş. ile bağlı grup şirketlerinin mali gruplarında yöneticilik yaptı. 2011 yılında Aljazeera Türkiye'de çalışmaya başladı. 2012-2015 yılları arasında Aljazeera Türkiye'nin sahip olduğu TV kanalını yönetti. Ocak- Ekim 2016 tarihleri arasında Anadolu Ajansı Uluslararası Operasyonlar Direktörü olarak görev yaptı. Ekim 2016'dan itibaren Genel Müdür ve İcracı Yönetim Kurulu Üyesi olarak GÜBRETAŞ'ta görev yapmış olup, 7 Nisan 2022 tarihli Resmi Gazete ile Tarım ve Orman Bakan Yardımcısı olarak atanmıştı.

Hizmet sektöründe
120 yılı aşkın deneyimimiz
ve dünyanın dört bir
yanındaki 400 bine yakın
çalışanımız ile tesis
yönetiminde dünya
lideriyiz!

İNSANLAR MEKANLARI YARATIR

TOMRA Food, işlenmiş gıda uygulamalarıyla

FOTEG istanbul'da yerini alacak

Verimliliği artıran ve israfı en aza indiren çözümleriyle gıda alanında sensör tabanlı optik ayıklama makinelerinin sektörünün lider üreticilerinden olan TOMRA Food, Türkiye'de gıda işleme endüstrisinin en büyük buluşmalarından biri olan FOTEG İstanbul Fuarı'nda en yenilikçi teknolojileri ve çözümleriyle yerini alacak.

Dünya genelinde 50, Türkiye'de 25 yılı aşkın süredir gıda endüstrisi için sensör tabanlı ayıklama makineleri ve entegre hasat sonrası çözümleri sunan TOMRA Food'un teknolojileri, gıda işleyicilerinin operasyonel verimliliği geliştirmelerine, kârlılığı artırmalarına ve güvenli gıda tedariki sağlamalarına destek oluyor. Dünya genelinde çok geniş bir yelpazedeki gıda üretim, paketleme ve işleme tesislerinde 13 bin 800'den fazla kurulu makinesi bulunan firmanın sınıflandırma ve ayıklama çözümleri, Türkiye'de öncelikli olarak kabuklu yemişler, kuru meyveler, tahıl ve tohum ürünleri, patates, dondurulmuş ve taze meyve ve sebzelerin işlenmesinde kullanılıyor.

Bu doğrultuda TOMRA Food, dijital çözümlerle desteklenen TOMRA 3A, TOMRA 5A, TOMRA 5B, TOMRA 5C, TOMRA 5X ve TOMRA 5S Advanced gibi farklı uygulamalarda kullanılan ayıklama makineleriyle ilgili bilgi vermek üzere FOTEG İstanbul Fuarı'nda ziyaretçileriyle buluşmaya hazırlanıyor. 6-8 Temmuz 2023 tarihleri arasında İstanbul Fuar Merkezi'nde düzenlenecek fuara TOMRA İşlenmiş Gıda bölümüyle katılacak olan TOMRA Food, farklı ürün grupları ve ayıklama hatları için geniş yelpazedeki sensör bazlı optik ayıklama çözümlerini sunarken TOMRA 5C makinesini de sergileyecek.

"TÜRKİYE'DE GÜÇLÜ BİR VARLIĞA SAHİBİZ"

Fuar öncesinde açıklamalarda bulunan TOMRA İşlenmiş Gıda Bölge Satış Müdürü Dimitrie Knopfmacher; "Türkiye, coğrafyası ve iklimi dolayısıyla tarım ve gıda alanında hem ürün çeşitliliği hem de ülke içinde farklı hasat sezonları nedeniyle ayrı bir öneme sahip. Birçok üründe dünyada pazar liderlikleri bulunan çok özel bir bölge. Gıda ihracatındaki gücü ise tarım alanlarının dışına çıkmış, otomasyon yatırımı yapılan işleme ve paketleme tesisleriyle yüksek kalite ve kapasitede ürün sunabilen bir ihracat hacmine sahip hale gelmiştir. Rekabetin çok olduğu böyle dinamik bir pazarda ise üstün kalitede ve güvenilirlikte ürün sunmak için gıda firmaları, otomasyona kesintisiz yatırım yaparak kendilerini geliştirmeye devam ediyorlar. TOMRA Food olarak işleyicilerin bu yüksek standartları karşılamalarına yardımcı olmak için Türkiye'de gıda sınıflandırma, ayıklama, soyma ve analitik teknolojilerinde ürün ve hizmetlerimizi sunuyoruz. Sadece optik ayıklama makinelerimizle değil çözüm ortaklarımızın projelerine destek veren danışmanlığımız ve satış sonrası hizmetlerimizle de Türkiye'de güçlü bir varlığa sahibiz" dedi.

Gıda üretim süreçleri her geçen gün zorlaşırken gıda üreticileri ve işleyicileri, teknolojiye daha fazla yatırım yaparak ürünlerini kusursuz sunmaya ve rekabet güçlerini arttırmaya çalışıyorlar. Bu doğrultuda TOMRA ayıklama makineleri, renk, şekil, boyut, yapı ve hatta biyolojik özelliklerine göre üretim ve işleme hatlarından kusurları tespit edip ayıklayarak ürün kalitesinde yüksek standartları karşılanmasına destek oluyor. İstenmeyen yabancı maddeleri ve kusurlu ürünleri satılabilir malzemeleri kaybetmeden ayıklayarak gıda israfının önüne geçilmesini sağlıyorlar.

TOMRA 5C: MAKSİMUM VERİMLİLİK, MİNİMUM YANLIŞ REDDETME

TOMRA 5C, ilk olarak kabuklu yemiş ve kuru meyveleri ayıklamak için piyasaya sunulsa da başlangıçtan itibaren dondurulmuş IQF sebzeler ve meyveler de dahil olmak üzere birçok farklı uygulama için tasarlandı. 2022 yılında IQF sebze ve meyveler için kurulumları başlayan TOMRA 5C makinesinin yüksek standartlardaki ayıklama doğruluğu, yüksek çözünürlüklü lazerlerinin TOMRA'nın yenilikçi Biyometrik İmza Tanımlama (BSI) teknolojisiyle birleştirilmesi sayesinde mümkün oluyor. Hattan geçen her ürün, yalnızca rengi ve şekli değil, aynı zamanda biyometrik özellikleri açısından da değerlendiriliyor. Yeni nesil spektral görüntüleme biyometrik özelliklerini tanımlayarak hattaki ürünlerin içeriğine bakabiliyor. BSI, iyi ve kusurlu ürünleri açıkça karşılaştırıyor ve geleneksel spektral teknoloji tarafından algılanılanlardan daha küçük kusurları bile tespit edebiliyor.

TOMRA 5C makinesiyle sağlanan verimlilik, bulut tabanlı veri platformu TOMRA Insight'a bağlantı sayesinde artırılıyor. Operatörler, ayıklama makinesinden canlı verilere erişerek hat verimliliğinde neredeyse anında iyileştirmeler yapabiliyor. Ayrıca verilere geriye dönük olarak erişim, tedarikçilerden alınan ham madde standartlarının ölçümlenmesini ve daha bilinçli işletim kararları alınmasını mümkün kılıyor.

TOMRA Food, 6-8 Temmuz 2023 tarihleri arasında İstanbul Fuar Merkezi'nde yapılacak FOTEG İstanbul 2023 Fuarı'nda 8. salonda, B54 numaralı standında ziyaretçilerini ağırlayacak.

Hol 2-4a

Gıda ve İçecek Fuarı

Hol 4b

Market ve Mağaza Ekipmanları Fuarı

Hol 6-7

Gıda Ambalaj, Katkı Maddeleri ve Teknolojileri Fuarı

Hol 8

Kuru & Sert Kabuklu Meyve ve Atıştırmalık Fuarı ve Bisküvi, Çikolata ve Şekerleme Özel Bölümü

İstanbul

12-14 Temmuz 2023

İstanbul Fuar Merkezi, Yeşilköy

Organizatör

federal fuar ve kongre yönetimi

İşbirliği ile

TPF Türkiye Perakendeciler Federasyonu

Türes Tüm Restoranlar ve Turizmciler Derneği

Resmi Hava Yolu

TURKISH AIRLINES

f-istanbul.com
july@f-istanbul.com
0538 972 61 20

f_istanbul_exhibition
0212 706 10 89

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.

Dr. Abdullah Gayret

GCA, premium cam şişe ÜRETİMİNE HIZ VERECEK

Önceki yıllarda olduğu gibi bu yıl da yurt içi ve yurt dışı pazarlara gıda, içecek ve özellikle premium cam şişe kategorilerinde dünya standartlarında üretim yapmaya devam edeceklerini açıklayan GCA Genel Müdürü Abdullah Gayret, "Özellikle global piyasalardaki premium cam şişe projelerimizi ve dolayısıyla premium cam şişe ürünlerinin toplam üretimimiz içindeki oranını artırmayı temenni ediyoruz" diyor.

Sayın Gayret, cam ambalaj dünyada büyüyen bir sektör. GCA'nın global bir oyuncu olarak hem Türkiye'de hem dünyada bu alandaki hedefleri nelerdir?

Temelleri 2015 yılında atılan GCA, Gürok Grubun 25 yılı aşkın süredir sofra camı üretiminden edindiği birikim ve deneyimini cam ambalaj sektöründe de yenilikçi bir yaklaşımla devam ettiriyor. GCA olarak, sadece ülkemizde değil dünya çapında da önemli başarılara imza atarak, uluslararası arenada cam ambalaj sektöründe öncelikli tercih edilen oyunculardan biri olma yolunda hızla ilerliyoruz. Ar-Ge alanında gerçekleştirdiğimiz etkin ve sürdürülebilir çalışmalarla ülkemizdeki cam ambalaj sektörünü ileriye taşıyacak projeleri başarıyla yürütüyoruz. Bu kapsamda Şubat 2015'te açtığımız ilk fabrikamızın kapasitesini 2021 yılında 2 katına çıkararak ikinci fabrikamızın da açılışını gerçekleştirdik. Önümüzdeki dönemde yatırımlarımıza devam etmeyi hedefliyoruz.

"GIDA VE İÇECEKTE CAM AMBALAJ ORANI ARTIYOR"

Dünyada gıda arzı ve güvenirliğinin önemi hızla artıyor. GCA'nın bu konudaki yaklaşımları, Ar-Ge çalışmaları ve geri dönüşüme yönelik çalışmaları nelerdir?

Cam, ambalaj malzemeleri içinde tüketiciler nezdinde sağlıklı bir malzeme ve çevre de dikkate alındığında en güvenli ambalaj malzemelerinden birisi olarak her zaman öne çıkıyor. Yaşadığımız pandemi

sürecinde, bağışıklık sistemimiz ve fiziksel kondisyonumuza daha fazla özen göstermeye başladığımız için özellikle perakende sektöründe cam ambalaja gösterilen talebin bir miktar daha arttığını gözlemledik. Pandeminin tüketicilerimizin sağlıklı gıda ve içecek türlerini cam ambalajda tercihini artıran bir etken olduğunu söyleyebiliriz. Şu anda toplam ambalaja giren ürünler içindeki cam ambalaj oranının artacağını öngörüyoruz.

Şirketimiz kalite ve güvenlik standartları çerçevesinde üretim aşamalarının tamamında sürdürülebilirliği, çevreye ve insana saygıyı daima ön planda tutuyor. Tasarımdan satış pazarlama faaliyetlerine kadar tüm süreçlerinde ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi ve BRC/IoP Ürün Güvenliği Yönetim Sistemleri'ne uygun çalışan GCA'da, çevre dostu bir şekilde faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. Tasarım ekibimiz, ürünleri katıldığı tasarım yarışmalarından ödüllerle dönen yaratıcı, genç ve dinamik tasarımcılardan oluşuyor. GCA olarak Türkiye'de camın geri dönüşümünü artıracak çalışmalara hem kendi bünyemizdeki çalışmalar hem de desteklediğimiz projelerle katkı sağlıyoruz. Yüzde 100 ve sonsuz kez kendisine geri dönüştürülebilen bir malzeme olan camı global standartlara uygun üretirken, bir yandan da üretimdeki ayak izimizi azaltacak projeler geliştiriyoruz.

GELECEĞİN TRENDİ CAM

Yeni dönemdeki inovatif tasarım özelliklerinizden bahseder misiniz?

Avrupa Cam Ambalaj Üreticileri Federasyonu'nun araştırmasına göre; her 10 kişiden 8'i ambalaj malzemesi olarak camı kullanırken, katılımcıların 10'da 7'si geri dönüştürülmüş

camın gıdayı korumaya devam ettiğine inanıyor. Camın doğal yapısı, yüzde yüz geri dönüştürülebilir ve sağlıklı olması, tüketiciler arasında en çok tercih edilen ambalaj malzemesi olmasının temel nedenleri arasında yer alıyor. GCA olarak geleceğin malzemesi olduğuna inandığımız ve tüketicilerin bu ilgisini dikkate alarak ürettiğimiz cam ürünlerimizin çekiciliğini artıran birçok tasarımımız bulunuyor. Ancak bunları 2 ürünle sınırlandıracak olursak Pürsu su şişesi ve Kınık meyveli maden suyu şişelerimizi örnek verebiliriz. Özel tasarım ürünlerin standart ürünlerle karşılaştırıldığında katma değerlerinin daha yüksek olduğunu düşünecek olursak şirketimize ciddi avantajlar sağladığını söyleyebiliriz. Pürsu için yapmış olduğumuz tasarımımız, marka hikayesiyle bütünleşmiş ve yenilikçi anlayışıyla piyasada dikkatleri üzerine çekerek, yurtiçi ve global ambalaj yarışmalarında birçok ödülle taçlandırıldı. Ambalajın Ay Yıldızları, Design Turkey, World Star ve Asian Star ödülleri, Pürsu şişesi tasarımımız ulusal ve uluslararası arenalarda aldığı önemli ödüller arasında yer alıyor.

Bir diğer projemiz olan Kınık meyveli maden suyu şişesi ise enerjik formuyla hem yenilik hem de fark yaratmak için tasarlandı. Gençleri hedefleyen ve trendleri yakalayan eğlenceli şişe tasarımımız raflardaki ürünlerden farklılaşarak göz alıcı etkisiyle merak uyandırıyor. Bir diğer farklılık noktası da ürünün kullanım süresini uzatırken atık miktarını azaltmak ve tüketicilerin yaratıcılığını desteklemek adına ikinci kullanıma yönelik tasarlanması. GCA olarak bu projelerle tasarımın her aşamasında hem yüzde 100 müşteri memnuniyeti hem de tüketicilerden aldığımız olumlu dönüşlerle markamıza avantaj sağladık. Her geçen gün üzerine koyarak geliştirdiğimiz tasarım gücümüzle, iş ortağımız olarak gördüğümüz müşterilerimize yenilikçi ve ilgi çekici tasarımlar sunmaya devam edeceğiz.

"TASARIMLARIMIZ ULUSLARARASI YARIŞMALARDAN ÖDÜLLERLE DÖNÜYOR"

Yenilikçi ürünleriniz ve GCA'ya özgü tasarımlarınız hakkında bilgi alabilir miyiz?

GCA, yaratıcı tasarımlarla ürünlerinin karakteristik özelliklerini ortaya çıkaran geniş ve yetkin bir ekibe sahiptir. Birkaç örnek vermek gerekirse, ödüllü tasarımlarımızdan Beyoğlu Gazozu'nun şişesi GCA ve Beyoğlu Gazozu iş birliği sonucunda Galata Kulesi'nden ilham alınarak tasarlandı. Şişe, dünyanın en prestijli ödüllerinden biri olarak kabul edilen "Red Dot

TASARIM KADROMUZU İKİ KAT GENİŞLETTİK

Şirket olarak istihdam odaklı büyümeyi misyon edindiklerini açıklayan GCA Genel Müdür Abdullah Gayret, kuruldukları tarihten bugüne her alanda olduğu gibi tasarım kadrolarını da sürekli genişlettiklerini söyledi. Bu kapsamda tasarım kadrsunda iki yıl öncesine oranla iki kat artışa gittiklerini ifade eden Gayret, "Söz konusu artışla birlikte kadromuza ürün tasarım uzmanı ve grafik tasarım uzmanı pozisyonlarını ekledik. Müşterilerimize bütünsel tasarım bakış açısıyla hizmet verebilmek için kapağından etiketine, yenilikçi ve piyasadaki ürünlerden farklılaşan ambalaj tasarımları sunabilen bir ekip olmak ve hizmet kalitemizi arttırmak amacıyla ekibimizi genişletmeye devam edeceğiz" dedi.

Communication Design” yarışmasında “Packaging Design” kategorisinde ödüle layık görüldü. Su şişesi üzerinde farklı kar tanelerinin özgün kullanımı kaliteyi ve özgünlüğü simgeleyen Pürsu Su Şişesi ise “Crescents and Stars for Packaging Contest 2020” yarışmasında Golden Award’a layık görülmüştür.

En inovatif olarak nitelendirebileceğimiz ürünlerimizden biri; üretim şartlarını oldukça zorladığımız ve bu sektörde eşi benzeri bulunmayan su ve mineralli su şişemiz. 2019 Red Dot Design Award Winner ve 2020 Silver A’ Design Award Winner ödüllerini kazanan tasarım, günümüzün modern ve özgün mimari yapılarından biri olan Dubai Infinity Tower’dan esinlenilerek üretildi. İnovatif tasarım yaklaşımının güçlü bir ifadesi olan ürünümüz dışında geliştirdiğimiz pek çok ürünümüzle de yurt içi ve yurt dışında çeşitli ödüller aldık. Yeni dönemde 4 adet premium cam şişe tasarımımızın üretimine başladık.

Ürettiğiniz cam ambalajların hacimleri ne kadar?

Şu an ürettiğimiz en büyük hacimli cam ambalajlar 3 ve 2 litrelik kavanozlar ile 75 cl’lik premium cam şişeleri. Bununla birlikte 20 ve 25 cl’lik alkolsüz içecek şişeleri ve 244-3000 cc arasında çeşitli boylarda kavanozlarımız mevcut.

Yurt dışına sattığımız beş litrelik içecek galonlarımız da var. Ayrıca 7-8 litrelik kavanoz ve galon üretmek için yeterli teknik altyapımız var.

“LOJİSTİK SÜREÇLERİMİZİ DAHA HIZLI VE VERİMLİ HALE GETİRDİK”

Dijital dönüşüm sürecinin cam sektörüne etkilerini öğrenebilir miyiz?

Teknolojinin hızla ilerlemesiyle birlikte, müşterilerin beklentileri de değişiyor. Artık müşteriler, ürün veya hizmet satın alırken sadece kaliteli bir ürün veya hizmet değil, aynı zamanda iyi bir müşteri deneyimi de bekliyorlar. Bu noktada dijital çözümler, müşteri memnuniyetini artırmak için önemli bir araç haline geldi. Biz de GCA olarak, iş ortaklarımıza kattığımız değeri artırmak için dijitalleşmeden yararlanıyoruz. Kurulduğumuz yıldan bu yana işimizi dünya lideri müşteri ilişkileri yönetim sistemlerini kullanarak yönetiyoruz. Cam ambalaj, teknoloji konusunda şanslı sektörlerden biri. Cam ambalaj sektörünün otomasyon ve makine bazlı bir üretim yapısı var. Dolayısıyla, dijital dönüşüme çok uygun. Ana üretim prosesleri, ham madde hazırlama ve cam ergitme süreçleri komple otomasyon sistemiyle yönetiliyor.

Günümüzün rekabetçi iş dünyasında, işletmelerin verimliliği artırmak ve daha yüksek bir iş ortağı memnuniyeti sağlamak için sürekli olarak yeni teknolojilerin keşfedilmesi gerekiyor. Bu bağlamda GCA olarak hayata geçirdiğimiz yeni dijital sevkiyat ve randevu sistemiyle, sevkiyat sürecini daha akıllı, daha hızlı ve daha verimli hale getirmeyi amaçlıyoruz. Türkiye’ye ve dünyaya yenilik getiren sistem sayesinde, iş ortaklarımız sevkiyat sürecinde karşılaşabilecekleri hataların sayısını azaltacak, lojistiği sağlayacak firma ile randevu oluşturarak teslimat zamanlarını kendileri belirleyebilecekler.

2023 yılında piyasaya sunacağınız ürünler nedir?

2023 yılında da yurt içi ve yurt dışı piyasalara gıda, içecek ve özellikle premium cam şişe kategorilerinde dünya standartlarında cam şişe ve kavanoz üretmeye devam edeceğiz. Özellikle global piyasalardaki premium cam şişe projelerimizi ve dolayısıyla premium cam şişe ürünlerinin toplam üretimimiz içindeki oranını artırmayı temenni ediyoruz.

Geniş Hammadde Portföyümüz ile Piyasada Öncü Olun

Lider ve zengin içerikli üreticiler ile işbirliği

- Aminoasitler
- Proteinler
- Tatlandırıcılar
- Vitaminler & Türevleri
- Asitler & Asitlik Düzenleyiciler
- Potasyum Sorbat & Sorbik Asit
- Hidrokolloidler ve Kıvam Arttırıcılar
- Fosfatlar
- Aroma Kimyasalları
- Patentli İçerikler
- Zenginleştirme & Premiks Karışımları

Prinova Gıda ve Kimya Tic. Ltd. Şti | +90 212 573 13 95 | info@prinova.com.tr

Prinova
NAGASE Group

©2022 Prinova Europe Ltd.
All rights reserved. prinovaglobal.com

TAİDER'DEN AROMSA'YA 2 ÖDÜL BİRDEN

Türkiye'nin önde gelen aroma ve sos üreticilerinden Aromsa, Aile İşletmeleri Derneği (TAİDER) Kuzey Yıldızı Aile Aile Şirketlerinde Sürdürülebilirlik Programı'nda, çalışanlar kategorisinde birincilik ve KUZEY Yıldızı Büyük Ödülü'nün sahibi oldu.

Melis Yasa Aytaman- Aromsa 2. Kuşak Temsilcisi

Aromsa, bu sene 6.'sı düzenlenen Taider Kuzey Yıldızı Aile Şirketlerinde Sürdürülebilirlik Programı'nın 13 Nisan'da gerçekleşen ödül töreninde, hem "Çalışanlar" kategorisinde hem de Kurumsal Yönetim, İş Modeli, Gelecek Nesiller, Çalışanlar, Çevre ve Toplum olmak üzere 6 kategori ve 228 kriter kapsamında 2 günlük değerlendirme sonucunda en yüksek puanı alarak "Büyük Ödül"e hak kazandı.

"ÇALIŞANLARIMIZ AİLEMİZİN BİRER PARÇASI"

Amacı dünyaya sürdürülebilir lezzetler katmak olan Aromsa'nın 2. kuşak temsilcisi Melis Yasa Aytaman, ödül töreninde yaptığı konuşmada, bir şirketin yapıtaşlarının çalışanları olduğunu, Aromsa için ise çalışanlarının ailenin birer ferdi olarak değerlendirdiklerini ve onların mutluluklarının önce geldiğini söyledi. Bir firmanın ancak çalışanları mutlu ise sürdürülebilir başarıya imza atabileceğine dikkat çeken Aytaman, "Aromsa'nın insana olan yaklaşımı onu sadece bir çalışan olarak görmek değil, aynı zamanda hayatına dokunacak farklı renkleri onlara – hatta ailelerine - katacak eğitimlerle sosyal aktivitelerle onların yaşamlarını zenginleştirmek ve bir 'sosyal şirket' prensibiyle hareket etmektir. Büyük önder Mustafa Kemal Atatürk'ün sosyal fabrika vizyonu bu noktada yolumuzu aydınlatan fener olmuştur" dedi.

"EN 'MUTLU' ŞİRKETİZ"

Aromsa'nın geçtiğimiz şubat ayında 41. yılını geride bıraktıklarını ve kurumsallaşmış bir aile şirketi olarak her zaman insan kaynaklarına önem verdiğini kaydeden Melis Yasa Aytaman, "Bunun bir örneği olarak bu yılın başında bağımsız bir kuruluş tarafından yapılan Türkiye'nin en mutlu iş yerleri araştırmasında sektörümüzde en mutlu şirket ödülüne layık görülmemiz, çalışanlarımızın verdiği en değerli geri bildirim olarak bizi mutlu etmiş ve gururlandırmıştır. Öncelikle kurucusu olan babam Murat Yasa'nın sıfırdan girişip maddi, manevi ve entelektüel birikimiyle kurduğu, 'Ar-Ge ve bilgi temelli' bir yaklaşımla bugünlere getirdiği Aromsa'nın ikinci kuşak temsilcisi ve 18 yıllık çalışanı olarak çok mutlu ve gururlu olduğumu paylaşmak isterim. TAİDER'den aldığımız bu ödülle 6 kilit kategoride değerlendirildik. Değerlendirmenin tüm süreçlerinde ben de bizzat bulunmayı arzu ettim ve değerlendirmeye gelen arkadaşların büyük bir titizlikle her kategoriyi derinlemesine irdelediğine şahit oldum. Bizler her zaman olduğu gibi ekip çalışması yaptık ve bu ödüle layık görüldük. Türkiye'de üçüncü nesile devir olan aile firmalarının oranı %13 kadar düşük bir orandayken bunun benden sonraki nesile aktarılması için gayretle çalıştığımı söylemekten gurur duyuyorum" diye konuştu.

"'HER FABRİKA BİR KALEDİR' SÖZÜNDEN FEYZ ALIYORUZ"

Ülke ekonomimizin lokomotifi olan olan aile şirketlerinin faaliyetlerini geliştirmek ve iş sürekliliklerini sağlamanın ekonominin sağlıklı ve sürdürülebilir büyümesi için büyük önem taşıdığını dile getiren Aytaman sözlerine şöyle devam etti:

"Bizler de bunun bilincinde olarak hareket ediyoruz ve etmeliyiz. Cumhuriyetimizin 100. yılını, Aromsa'nın 41. yılını kutladığımız seneye denk gelmesi TAİDER'den aldığımız bu 2 ödülü bizim için daha da eşsiz ve anlamlı kılıyor. Büyük önder Atatürk'ün dediği gibi 'Her fabrika bir kaledir' sözünden feyz alarak, Cumhuriyetin sürdürülebilirliği üreten bireylerin ve kurumların sayısının artmasıyla mümkün kılınacaktır. Bunun için de Cumhuriyetin kazanımlarına hepimizin sahip çıkması ve onları geliştirmesi ciddi önemdedir. Bu ödülü fabrikamızın birer kalesi olarak nitelemek istediğim Aromsa ailesinin her bir ferdi adına alıyorum ve bütün çalışanlarımıza en içten teşekkürlerimi sunuyorum. Nice 41 yıllara. Aynı zamanda bu organizasyonda ve ödül sürecinde emeği geçen herkese, süreçte bizlerle birlikte iki gün emek harcayan değerlendiricilerimize ve Türkiye'de aile şirketlerinin gelişimi için böylesi önemli bir platform yaratma vizyonunu ortaya koyan TAİDER Yönetimi ve üyelerine de teşekkürlerimi sunuyorum."

70'TEN FAZLA ÜLKEYE İHRACAT

Bu yıl 41. yılını kutlayan Aromsa, Murat Yasa tarafından 1982 yılında İstanbul'da kurulan yüzde yüz yerli sermayeli bir aile şirketi. 1990 yılı itibariyle faaliyetlerini Gebze Organize Sanayi Bölgesi'nde sürdüren Aromsa; Türkiye'de 7 fabrikasıyla üretim, kalite kontrol, Ar-Ge merkezi, satış, pazarlama, satın alma gibi fonksiyonlarla faaliyetlerini sürdürüyor. Almanya'nın Emmerich kentinde iki fabrika ve uygulama laboratuvarları bulunan şirket, 70'ten fazla ülkeye ihracat yaparak toplam satışlarının %40'ı ile dış piyasaya hizmet veriyor. Cinsiyet eşitliği, çeşitlilik ve kapsayıcılık gibi konulara oldukça önem veren Aromsa'da çalışanlarının yarısını, yönetim ekibinin ise yaklaşık %70'ini kadın çalışanlar oluşturuyor.

SEKTÖRÜNDE AR-GE'YE EN FAZLA YATIRIM YAPAN 3. FİRMA

2022 yılı itibariyle gıda sektöründe Türkiye'de Ar-Ge'ye en çok yatırım yapan 3. şirket konumunda olan Aromsa; başta gıda aromaları olmak üzere ekstraktlar, sos ve şuruplar, karamelize şeker, karamel renklendirici, meyve tozları, çeşni ve baharat karışımları, emülsiyonlar, enzim modifiye süt ürünleri gibi çeşitli ürünleriyle Türkiye'de sektörünün liderlerinden biri konumunda. Fırıncılık, sakız, şekerleme ve çikolata, süt ve süt ürünleri, tuzlu ürünler, içecekler firmanın hizmet sunduğu kategoriler arasında yer alıyor. Aromsa bu hizmetlerini, başta Türkiye olmak üzere tüm dünyada ihracat yaptığı pek çok ülkedeki lokal tüketicilerin tercihleri ve yasal düzenlemelerine uygun olarak geliştermekte ve sunmakta. Aromsa, çalışanlarının kişisel ve toplumsal gelişimiyle birlikte ilerleyen bir şirket. Bu gelişimi sağlamak için fabrika içerisinde kütüphaden spor salonuna, şirket içi "Aromsa ile Lezzet Notalarda" klasik müzik konser serilerinin verildiği konferans salonuna kadar her türlü sosyal alan mevcut. Ayrıca, şirket içerisinde her sene sonunda çalışanlar tarafından bağışlanan kitaplarla sürdürülebilir yılbaşı ağacı yapılıyor ve toplanan tüm kitaplar sosyal sorumluluk bilinciyle ihtiyaç sahibi okul kütüphanelerine bağışlanıyor. Özetle Aromsa'da, çalışanlarının sağlığı ve esenliğini sürdürülebilir kılmak öncelikli hedeflerden biri olarak görülüyor.

SÜT ÜRETİMİ DÜŞÜYOR, MALİYETLER YÜKSELİYOR

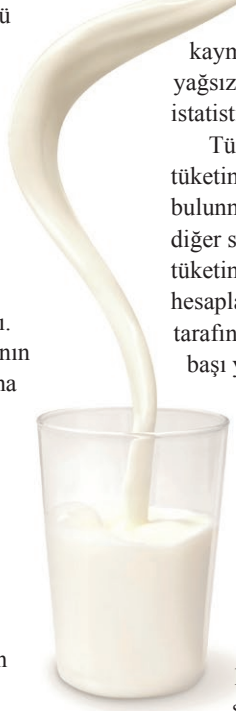
ÇANLAR SÜT SEKTÖRÜ İÇİN ÇALIYOR

TÜİK verilerine göre, Türkiye'de 2020 yılında 23,5 milyon ton olan süt üretimi 2021 yılında %1,3 azalışla 23,2 milyon tona, 2022'de ise bir önceki yıla göre %7 düşüşle 21,5 milyon tona geriledi. Artan girdi maliyetleri yüzünden üretici para kazanamadığını belirtirken, tüketiciler ise yükselen süt ve süt ürünleri fiyatlarından dert yakınıyor.

Dünya genelinde 1 milyarı aşkın üretici süt üretimiyle geçimini sağlarken 2022 yılında küresel çiğ süt üretimi yaklaşık 930 milyon ton seviyesinde gerçekleşti. Türkiye süt ve süt ürünleri sektörü, her gün yaklaşık 1 milyonu aşkın süt işletmesinden aldığı çiğ sütü sağlıklı, ambalajlı, hijyenik süt ürünlerine dönüştürerek tüketicilerle buluşturma hedefiyle faaliyetlerini sürdürüyor. Ülkemiz, dünyanın en büyük sekizinci, Avrupa'nın ise en büyük üçüncü süt üreticisi konumunda.

SÜT ÜRETİMİ DÜŞÜYOR

Türkiye'de Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından onaylı 2 bin 491 süt işleme tesisi ve 6 bin 54 süt toplama merkezi bulunuyor. Süt ürünleri, her gün binlerce satış noktasında tüketicilerle buluşurken, Avrupa Birliği ve Avrasya Ekonomik Birliği ülkelerinin de dahil olduğu 100'ü aşkın ülkeye süt ve süt ürünleri ihracatı yapılıyor. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre, Türkiye'de süt üretimi 2020 yılı itibariyle 23,5 milyon ton iken; 2021 yılında bir önceki yıla göre %1,3 azalarak 23,2 milyon ton ve 2022 yılında ise bir önceki yıla göre %7 düşüşle 21,5 milyon ton oldu. 2022 yılında üretilen 21,5 milyon ton sütün %92,3'sini inek, %5'ini koyun, %2,5'ini keçi, %0,2'sini ise manda sütü oluşturdu. Yine geçtiğimiz yıl 9 milyon 750 bin 801 ton inek sütü sanayi işletmelerince toplandı. İşletmelerce toplanan inek sütü miktarı, üretilen inek sütünün %49'unu oluşturdu. 2023 yılının ilk 3 ayında ise 2,6 milyon ton inek sütü sanayi işletmelerince toplandı. Toplanan inek sütü, 2022 yılının aynı dönemine göre %3,8 daha yüksek olarak kayıtlara geçti.



Yine TÜİK verilerine göre, 2022 yılında ülkemizde 1,5 milyon ton içme sütü, 1,2 milyon ton yoğurt, 703 bin ton inek peyniri, 766 bin ton ayran, 89 bin ton yağsız süttozu, 95 bin ton tereyağı, 32 bin ton kaymak, 45 bin ton tam yağlı süttozu, 20 bin ton diğer türlere ait peynir üretimi gerçekleşti. Bu yılın ilk 3 ayında ise, 417 bin ton içme sütü, 272 bin ton yoğurt, 189 bin ton inek peyniri, 175 bin ton ayran, 23 bin ton tereyağı, 19 bin ton yağsız süttozu, 13 bin ton yağlı süttozu, 7,9 bin ton kaymak ve 3,6 bin ton diğer türlere ait peynir üretildi. 2023 yılı ilk 3 aylık süt ürünleri üretimi, 2022 yılı ilk 3 aylık verilerle kıyaslandığında; içme sütü üretiminde %3,8, inek peynirinde %7,6, diğer türlerin peynirlerinde %12,6, yağlı süttozunda %11,1, ayranda %1,2 ve yoğurtta %2,5 artış meydana geldiği; kaymakta %17, tereyağında %25,5 ve yağsız süttozunda %33,5 azalma olduğu istatistiklşere yansıdı.

Türkiye'de süt ve süt ürünlerinin tüketimine ilişkin net veriler bulunmamakla beraber, içme sütü ve diğer süt ürünlerinde kişi başı yıllık tüketim miktarları tahmini olarak hesaplanmaktadır. Ulusal Süt Konseyi tarafından yapılan hesaplamaya göre, kişi başı yıllık içme sütü tüketimi yaklaşık 39,1 kg, peynir 19,6 kg, yoğurt 29 kg, ayran 10 kg, tereyağı tüketimi ise yaklaşık 2,15 kg'dır. TÜİK tarafından her yıl yayımlanan çiğ süt üretim miktarıyla aynı yıla ilişkin nüfus verileri ele alındığında ve süt ve süt ürünleri ithalat - ihracat rakamları göz ardı edildiğinde, ülkemizin 2022 yılı kişi başı tüketimi yaklaşık 253 kg süt eşdeğeridir.

2022'DE İHRACATTAN 573,5 MİLYON DOLAR GELİR

Gelelim ihracata... Türkiye tarafından 2022 yılında 192 bin ton süt ve süt ürünü ihracatı gerçekleştirilirken, 573,5 milyon dolar gelir elde edildi. 2022 yılında yapılan süt ve süt ürünleri ithalatı ise 11,6 bin ton olup, bunun ciro olarak karşılığı 53,4 milyon dolar oldu. 2023 yılı ilk 3 ayında ise 25 bin 539 ton süt ve süt ürünleri ihracatı yapılırken parasal değeri 78,5 milyon dolar şeklinde verilere girdi.

TÜRKİYE'DE ÇİĞ SÜT ÜRETİMİ 2020-2022 (TON)

Yıl	Toplam	İnek	Manda	Koyun	Keçi
2020	23 503 790	21 749 342	63 767	1 101 065	589 617
2021	23 200 306	21 370 116	63 643	1 143 762	622 785
2022	21 563 492	19 912 135	43 589	1 067 342	540 426

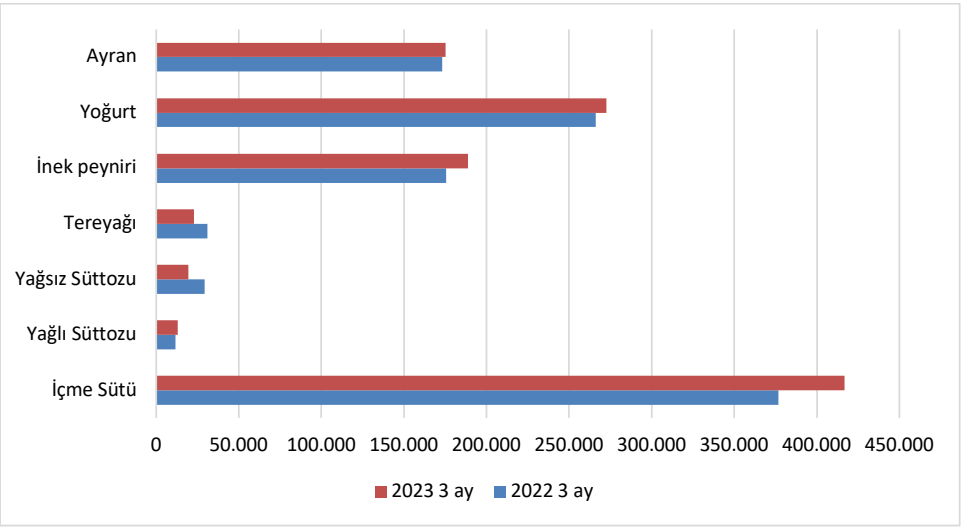
Kaynak: TÜİK

Buna karşılık 4 bin 189 ton ithalat yapıldı, parasal değeri 23,2 milyon ton oldu. 2022 ile bu yılın ilk 3 ayı karşılaştırıldığında da süt ve süt ürünleri ihracatında miktarsal olarak %62, ciro olarak ise %59,5 azalma yaşandığı görülüyor. Bunun nedeni, 2022 yılında ihracatı en çok artan ürünler olan süttozu ve tereyağı için 2023 yılında iç piyasayı düzenleme amaçlı ihracat kısıtlamaları getirililmiş olması. En çok ihracat yapılan pazarlar Orta Doğu ülkeleri ve Türk Cumhuriyetleri'dir. Ülkemizde Avrupa Birliği'ne ihracat izni bulunan 38 adet, Rusya Federasyonu'na ihracat izni almış 9 adet, Çin Halk Cumhuriyeti'ne ihracat izni almış 60'a yakın süt işletmesi bulunmakta olup halihazırda ihracat yapılıyor. Çin pazarı 2020 yılında açılmış ve önemli bir ihracat destinasyonu haline gelmiştir.

Peki "süt üretiminde yaşanan düşüşün sebebi nedir?", "süt ve süt ürünleri üretimi yeterli mi?", "üreticinin beklentisi neler?", "market raflarında süt ve süt ürünlerinin fiyatı neden yükseliyor?" Sütte bugünkü durumu, yaşanan sorunları ve çözüm önerilerini sektörün temsilcileri değerlendirdi.

Sencer Solakoğlu

2022 3 AY VE 2023 3 AY SÜT VE SÜT ÜRÜNLERİ ÜRETİMLERİ KARŞILAŞTIRMASI



TÜSEDAD YÖNETİM KURULU BAŞKANI SENCER SOLAKOĞLU: "SÜT ÜRETİMİMİZ YETERLİ DEĞİL"

Geçtiğimiz günlerde Habertürk TV'de Sena Alkan'ın sunduğu Haber Hattı programına katılan Tüm Süt, Et ve Damızlık Sığır Yetiştiricileri Derneği (TÜSEDAD) Yönetim Kurulu Başkanı Sencer Solakoğlu, Türkiye'de son 5 yıldır hem süt tarafında hem de et tarafında çok ciddi bir kriz yaşandığını söyledi. Tüketicilerin bu krizi fiyatlardan dolayı derinden hissettiğini kaydeden Solakoğlu, "Üretim düştü. Bakıldığı zaman TÜİK'in 2021 verilerinin altında bir üretim yapıyoruz. TÜİK süt üretimi istatistiklerini belirli işletmelerden anketlerle edindiği veriler ışığında oluşturuyor. Ancak saha, üretimin çok ciddi oranda azaldığı yönünde farklı bir tabloyu önümüze koyuyor. Gerçi son 4-5 aylık dönemde süt üreticisi para kazanıyordu çünkü uzun bir aradan sonra süt fiyatları maliyetlerin üzerine çıkmıştı. Bu süreçte üretici ineğini kesmek yerine sağmaya başladı. Ancak inek sayısımızın azalmış olmasından dolayı üretimin kısıtlı olması ve bu üretimle beraber asgari ücrete gelecek zamla birlikte alım gücünün nispeten iyileştiği bir ortamda Türkiye'de üretilen et ve süt miktarı ne yazık ki yeterli değil. Ümidimiz var. Yeni Tarım Bakanı İbrahim Yumaklı'nın yapacağı ilk işlerden birinin, verilerin sahadan fiili sayımla toplanıp elimizdeki envanterin çıkartılması olduğunu düşünüyoruz. Bu yapıldığı takdirde ihtiyacımıza göre süt üretiminin telafi edilmesi çok kısa bir süre eçinde gerçekleşebilir. Ancak yaz mevsiminin yaşandığı şu günlerde sıcaklardan kaynaklı stresten ötürü ineklerin daha az süt üretecekleri bir ortamda fiyatların daha da artabileceği riskiyle karşı karşıyayız. Gerek ette gerekse de sütte iç açıcı bir tablo ne yazık ki görünmüyor. Dolayısıyla Tarım ve Orman Bakanlığı'nın alacağı kararların burada çok önemli olacağını söylemek isterim" dedi.

TÜRKİYE'DE SÜT ÜRÜNLERİ DIŞ TİCARETİ (TON)

	İhracat Miktar (ton)	İhracat (Dolar)
2018	192.130	325.240.975
2019	208.151	356.850.975
2020	182.091	336.784.791
2021	233.062	487.323.949
2022	192.440	573.510.266
2023 3 ay	25.539	78.467.402

	İthalat Miktar (ton)	İthalat (Dolar)
2018	20.518	90.733.864
2019	19.479	80.339.409
2020	18.399	69.384.782
2021	13.327	45.755.082
2022	11.576	53.369.505
2023 3 ay	4.190	23.249.086

Kaynak: TÜİK

"YEM FİYATLARI ARTTI, SÜT YENİDEN ZARAR EDER DURUMA GELDİ"

"Bir ineği sağıyorsanız göbeğinizden dolar kuruna bağlısınız demektir çünkü yem ve gübre gibi birçok ürün yurt dışından ithal ediliyor" diyen Solakoğlu, dolar kurunun yükseldiği bugünlerde yem fiyatlarına çok ciddi zamlar geldiğini belirtti. Bu durumun sütü yeniden zarar eder duruma getirdiğini vurgulayan Solakoğlu, "Yaşanan bu gelişmeler kesime gönderilen inek sayısının artmasına yol açıyor. Bunlar çok vahim dinamikler. Bu yüzden ölçümü yaptıktan sonra muhakkak iyi bir üretim planlamasına ihtiyaç var. Özellikle de kesilmiş olan ineklerin telafisi için damızlık anaç hayvanların yeniden Türkiye'ye sokulması gerekecek. Bu da çok ciddi bütçe gerektirecek bir operasyon. Ezcümle çiftçimizi zararına üretime zorlandığınız zaman sonunda karşılacağımız tablo hiçbir zaman farklı olmayacaktır. Bugün yaşadığımız gibi üretimdeki düşüş ve düşük seviye devamı edecek. Bu da halkımızın daha yüksek fiyatlara süt ve et tüketmesi anlamına gelir" diye konuştu.

SETBİR YÖNETİM KURULU BAŞKANI İSA COŞKUN: "ARTAN MALİYETLERİN ÜRETİCİLER ÜZERİNDEKİ YÜKÜ GİDERİLMELİ"

Türkiye Süt, Et, Gıda Sanayicileri ve Üreticileri Birliği Derneği (SETBİR) Yönetim Kurulu Başkanı İsa Coşkun, 2,5 yıl süren Covid-19 pandemisi dönemi, devam eden Rusya-Ukrayna savaşı ve 10 ilimizi etkileyen deprem felaketinin tarım ve gıdanın önemini çok net biçimde gözler önüne serdiğini belirterek, "İçinde bulunduğumuz süreç birbirinden ayrılmaz olan süt, et, yem sektörlerinin ülkemiz için stratejik sektör olduğunu ortaya koymaktadır. Bu sektörlerde oluşabilecek fiyat artışları hem enflasyonu hızlandırmakta hem tüketicinin satın alım gücünü düşürmektedir. 2021 yılından itibaren TÜFE ana grup ağırlıkları içerisinde en fazla payı

İsa Coşkun

gıda ve alkolsüz içecekler oluşturmaktadır. Bu grup, 2023 yılında %25,43 ile en fazla paya sahip olup, süt ürünlerinin payının yüksek olduğu ortadadır. Diğer tüm gıda ürünlerinde olduğu gibi süt ürünlerindeki fiyat artışları ve tüketicinin alım gücündeki azalma nedeniyle tüketimde belirli miktar düşüş olduğu, aynı zamanda market markalı ürünlere ve sokak sütüne kayma olduğu tahmin edilmektedir" ifadelerini kullandı.

Türkiye'de süt sektörünü olumsuz etkileyen sorunlara yönelik çözüm önerileri hakkında konuşan İsa Coşkun, "Özellikle son iki yılda yaşanan tarımsal girdi (gübre, tohum, elektrik, mazot, doğalgaz, finansman, döviz gibi) maliyetlerindeki çok yüksek artışların üreticiler üzerindeki yükü giderilmelidir. Bu dönemde gıda ve ham madde fiyatlarındaki artışları giderecek konjonktürel destek mekanizmaları geliştirilmelidir. Sektörde öngörülebilirliğin sağlanması adına kamu-özel sektör-akademi iş birliğiyle değişen şartlara uygun olarak kısa-orta-uzun vadeli strateji, politika ve takvime bağlanmış eylem planı oluşturulması gereklidir. Tarımsal planlamanın yapılabilmesi için gerçekçi bir bitkisel ve hayvansal üretim envanteri çalışması yapılmalı, bu kapsamda sağlıklı politikaların üretilmesi için veriler doğru bir şekilde temin edilmeli, zamanında ve düzenli periyotlarda açıklanmalıdır. Başta yem hammaddeleri olmak üzere temel girdilerin yerel üretiminin teşvik edilmesi, yerli üretim için gerekli altyapının oluşturulması gerekmektedir" şeklinde konuştu.

"ÇİĞ SÜT FİYATI GEÇMİŞ YILLARDAKİ GİBİ REFERANS FİYAT OLMALI"

Süt üreticisinin üretimine devam edebilmesi için süt-yem paritesinin en az 1,3 oranında olması gerektiğinin altını çizen Coşkun sözlerini şöyle sürdürdü: "Bunun anlamı 1 litre çiğ süt üretiminden 1,3 kg yem alınabilmesidir. Bu nedenle çiğ süt fiyatının, çiftçinin girdi maliyetlerine göre belirlenmesi gerekmektedir. 2021 ve 2022 yıllarındaki maliyet artışları, çiğ süt üreticilerini de olumsuz yönde etkilemiştir. Maliyetlerin uzun süre çiğ süt fiyatlarına yansımaması, süt hayvanlarının kesilmesine sebep olmuştur. Anaç hayvanların kesilmiş olması kısa vadede süt arzını azaltmış, buna karşılık Ulusal Süt Konseyi (USK) tarafından belirlenen çiğ süt referans fiyatının yükseltilmesi anaç hayvan kesimlerini azaltmış olsa da orta ve uzun vadede doğum sayılarının azalması, kırmızı et sektörüne besilik ham madde arzını azaltmıştır. Ulusal Süt Konseyi tarafından açıklanan referans

USK Başkanı Harun Çallı: "Süte uygulanan regülasyon sektöre olumlu yansıdı"

Ulusal Süt Konseyi (USK) Başkanı Harun Çallı, süt üreticilerinin arz artışıyla ortaya çıkabilecek üretici mağduriyetinin önüne geçmek amacıyla Tarım ve Orman Bakanlığı ile Et ve Süt Kurumu koordinasyonunda gerçekleştirilen piyasa regülasyonundan memnun olduğunu açıkladı. Süt üreticilerinin karşılaştığı sorunlara değinen Çallı, "Üreticilerimizin en büyük sorunlarından biri, başta yem fiyatları olmak üzere

Harun Çallı

süt üretim maliyetindeki artış. Hem yem ham maddelerinin uluslararası fiyatlarındaki artış hem de döviz kurundaki yükseliş içeride yem fiyatlarına artış olarak yansıyor. Bu hususta raporlarımızı Tarım ve Orman Bakanlığına düzenli olarak sunuyoruz. Üreticilerimizin bu konudaki beklentisi, süte zam yapılmasından ziyade yem fiyatlarındaki artışın önüne geçilmesi" şeklinde açıklamalarda bulundu.

TÜRKİYE'DE TOPLAM HAYVAN VARLIĞI

Yıl	Sığır	Manda	Koyun	Keçi	TOPLAM
2013	14.415.257	117.591	29.284.247	9.225.548	**53.042.643**
2014	14.223.109	122.114	31.140.244	10.344.936	**55.830.403**
2015	13.994.071	133.766	31.507.934	10.416.166	**56.051.937**
2016	14.080.155	142.073	30.983.933	10.345.299	**55.551.460**
2017	15.943.586	161.439	33.677.636	10.634.672	**60.417.333**
2018	17.042.506	178.397	35.194.972	10.922.427	**63.338.302**
2019	17.688.139	184.192	37.276.050	11.205.429	**66.353.810**
2020	17.965.482	192.489	42.126.781	11.985.845	**72.270.597**
2021	17.850.543	185.574	45.177.690	12.341.514	**75.555.321**
2022	16.851.956	171.835	44.687.888	11.577.862	**73.289.541**

Kaynak: TÜİK

Prof. Dr. Barbaros Özer

fiyatlar piyasada karşılık bulamadığı için, son dönemde piyasada oluşan fiyatlar, USK referans fiyatlarına göre farklılık göstermiş, bölgesel ihaleler yoluyla daha yüksek çiğ süt fiyatları belirlenmiştir. Bilindiği üzere çiğ süt referans fiyatı sektör için çok büyük öneme sahiptir. Piyasada oluşan fiyat, 8,5 TL olarak açıklanan referans fiyatın çok üzerindedir. Bu nedenle sektörle ilgili tüm taraflardan oluşan Ulusal Süt Konseyi'nin belirlediği çiğ süt fiyatının eskiden olduğu gibi bir referans fiyat olma özelliğini taşıması beklentisi içerisindeyiz."

PROF. DR. BARBAROS ÖZER: "DAR GELİRLİ AİLELERİN ÇOCUKLARI SÜT VE SÜT ÜRÜNLERİNE ULAŞABİLMELİ"

Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Süt Teknolojisi Bölümü Öğretim Üyesi ve Süt Akademisi Eğitim Koordinatörü Prof. Dr. Barbaros Özer, sağlıklı nesillerin yetişmesinde önemli bir rolü olan süt ve süt ürünlerinin tüketiminin artırılmasına yönelik çabaların yoğunlaştırılması gerektiğine vurgu yapıyor. Bu noktada okul sütü programının yıl boyuna yayılacak şekilde uygulamaya konulması, kalite kontrol ve denetim süreçlerinden geçen süt ve süt ürünlerinin tüketimine yönelik desteklerin artırılması ve ekonomik yetersizlikler nedeniyle süt ve süt ürünleri tüketemeyen bebek ve çocuklara destek sağlanmasının önem teşkil ettiğini anlatan Özer, "Ülkemizde süt üretiminde ciddi yapısal ve finansal zorluklar bulunmasına karşın süt endüstrisinin teknoloji kullanım düzeyi oldukça iyi bir noktada. Ancak çiğ süt üretimindeki kayıt dışılığın giderilmesi ve girdi maliyetlerinin düşürülmesi için etkin adımlar atılmaması durumunda güvenli süt ve süt ürünlerine erişimin giderek zorlaşacağı unutulmamalı. AB'de çiğ sütün yüzde 97'si kayıtlı olarak sanayi ölçeğinde işlenirken ülkemizde bu oran yaklaşık yüzde 45-50 dolayında. Bir anlamda üretilen çiğ sütün yaklaşık yarısı kayıt dışı olarak pazarlanıyor ya da çiftlik düzeyinde kullanılıyor" diye konuştu.

Döhler ile Yüksek Katma Değerli Süt ve Süt Ürünleri

Burcu Altın
Ürün Müdürü - ISS İş Birimi

Özge Ermiş
Satış Müdürü

Tüketicilerin günümüzde gıda ürünleri konusunda daha bilinçli hale gelmesiyle birlikte kaliteli, sağlıklı ve yeterli miktarda gıda tüketim alışkanlığı edinmek oldukça büyük bir önem kazandı. Dünyada 2019 yılında başlayıp, ülkemizi Mart 2022 itibariyle etkisi altına alan Covid salgını sonrası tüketicilerin genel tüketim alışkanlıkları daha büyük önem arz etmeye başladı ve tüketiciler sağlıklı, besin değeri yüksek ürünlere daha fazla yöneldi. Tüm bu gelişmelerin ardından, enerji ve besin öğelerinin günlük ihtiyaca uygun miktarlarda alınmasını sağlayan besin grupları günden güne daha fazla tüketicinin dikkatini çekiyor. Bu ürün grupları arasında süt ve sütten elde edilen ürünler ise sağlığa faydaları dolayısıyla ilk sıralarda yer alıyor. Sütü ve sütten elde edilen ürünleri bu kadar önemli bir besin maddesi yapan şüphesiz içeriğindeki kalsiyum ve fosfor başta olmak üzere bazı önemli mineraller, protein ve riboflavin gibi B grubu vitaminleridir.

Yiyecek ve içecek endüstrisi için doğal içerikler, içerik sistemleri ve özelleştirilmiş entegre çözümler sağlamak konusunda dünyanın önde gelen üretici ve tedarikçileri arasında yer alan Döhler Gıda, portföyünde bulunan çeşitli aroma, bitki ekstraktları, meyve suyu konsantreleri, meyve püre/püre konsantreleri ve içerik sistemleri (özelleştirilmiş hepsi bir arada B2B çözümleri) ile süt ürünleri kategorisindeki ürünlerin katma değerini artırmaya olanak sağlayan bir portföy sunmaktadır.

Süt tüketim alışkanlığı direkt tüketimin yanında farklı şekillerde karşımıza çıkmaktadır. Meyveli süt, aromalı süt, sütlü-meyveli içecek (Milky Juice), soğuk kahve gibi formlarda da tüketici tercihlerine yansıyor. Bunlar arasında soğuk kahve, özellikle kahve alışkanlığından vazgeçemeyen tüketicilerin sıcak yaz günlerinde diğer soğuk içeceklere alternatif olarak tükettiği bir üründür. Meyveli sütler ise, özellikle çocukların süt tüketim alışkanlığı kazanması açısından önem teşkil ediyor. Tüm bu kategoriler için fabrikalarımızda ürettiğimiz hammaddelerimizi İstanbul'daki uygulama laboratuvarlarımızda en lezzetli formalarına dönüştürüyor ve istenen farklı ambalaj türlerinde ürünler sunabiliyoruz.

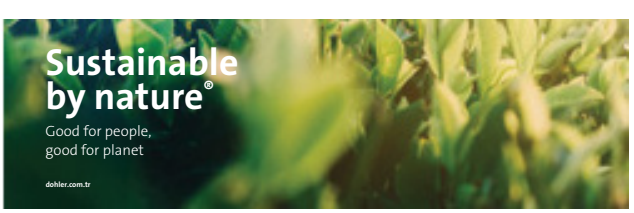
Dünya genelinde ve özellikle ülkemizde insanların günlük diyetlerinin vazgeçilmez gıdalardan biri olan yoğurt, süt ve süt ürünleri

arasında en çok tercih edilen önemli bir probiyotik ürün olarak karşımıza çıkıyor. Yoğurdun insan sağlığı üzerine olumlu etkilerinin tespit edilmesi, yoğurdun çeşitlendirilerek hayatımızda daha geniş yer almasını sağlamıştır. Mevcut yoğurt tüketimini artırmak için, sade yoğurdun yanısıra meyveli, aromalı, çeşitli bitki tohum ve ekstraktları içeren yoğurt çeşitlerinin geliştirilmesi hem süt hem de yoğurt tüketme alışkanlığı olmayanlar için yoğurdun cazip hale getirilmesi açısından oldukça önemlidir. Diğer yandan sağlık konsepti çerçevesinde şeker ilavesiz ya da ilave şekeri azaltılmış yoğurt ürünleri için de çözümler mevcuttur. Bu noktada Döhler Gıda; meyve ve/veya meyve parçacıkları içeren, doğal renk çözümleri sunan, doğal aroma ve çeşitli bitki ekstraktlarıyla desteklenen meyve preparat ve sosları portföyüyle, yenilikçi işleme teknolojilerini kullanarak hepsi bir arada ürünleri ile sektöre pratik çözümler sunmaktadır.

Bir diğer probiyotik ürün olan kefir, sağlığa faydası açısından oldukça ünlü fermente süt ürünleri arasında önemli bir yere sahiptir. Kefir, esansiyel amino asitleri ve bazı yağ asitlerini, vücudun temel fonksiyonları ve çeşitli faaliyetlerini sürdürmesi için gerekli olan yararlı bakterileri içerir. Tam da bu yönü ile probiyotik ürünler arasında yoğurt ve fermente sütler dışında önemli bir yer teşkil eder ve tüketimi her geçen gün artmaktadır. Yoğun fermente tatlar içerdiği için bazı tüketiciler tarafından tercih edilirliği düşük bulunabilmektedir fakat tüketimin daha da artırılması ve kefir tadını sevmeyen tüketiciler tarafından da ilgi çekici hale gelmesi adına tıpkı meyveli/aromalı yoğurtlar gibi geliştirilen meyveli/aromalı kefirler de oldukça üzerinde durulan bir ürün tipi olarak karşımıza çıkıyor. Meyveli kefir gibi sağlıklı ürünlerin tüketiminde şüphesiz ürünün içeriğindeki şekerin azaltılarak kalorisinin düşürülmesi de üzerinde durulan noktalardan birisidir.

Dondurma artık her mevsim tüketilen, hem lezzetli hem de besleyici özellikleri nedeniyle her yaş grubu tarafından tercih edilen bir besindir. Özellikle artan dondurma tüketiminin tetiklenmesinin en önemli sebeplerinden biri içerdiği zengin vitamin ve mineral bileşimi, yağ ve protein açısından zengin oluşu iken bir diğer sebebi de içeriklerinin zenginleşmesi ve dondurma çeşitliliğin artması ile farklı tüketici beklentilerine cevap verebilmesidir. Örneğin, vegan dondurma dünyada bir trend olarak yükselişte olup badem ve hindistan cevizi bazlı içecekler başta olmak üzere çeşitli kaynaklar ile vegan dondurmalar geliştirilmiş ve market raflarında yerini almıştır. İçerikte kullanılan meyve-sebze girdilerinin çeşitliliği, botanik girdilerin ve doğal aroma çözümlerinin varlığı, doğal renk çözümlerinden özellikle antosiyaninin ve betaninin dondurma içeriği, kaplamalar ve dondurma külahlarında kullanılabilmesi, vegan dondurma alternatifleri gibi çözümlerle Döhler Gıda, dondurma sektörüne de hareket kazandırmaktadır.

Döhler Gıda, sağlık açısından oldukça faydalı olan süt ve süt ürünlerinin katma değerini artırmak adına gıda sektörüne destek veren bir firma olarak konumlanmıştır. Döhler'in Türkiye ve dünyadaki üretim kapasitesinin yanında, hem dünya genelinde çok geniş bir coğrafyada aktif olması sayesinde trendleri yakından takip edebilmesi, hem de sağladığı ARGE ve güçlü tedarik zinciri desteği ile, siz iş ortaklarımıza en uygun son ürünleri bulma konusunda eşsiz bir uzmanlığa sahibiz. Döhler Gıda olarak, süt ve süt ürünleri kategorisinde stratejik iş birliği yaptığımız iş ortaklarımız ve raflarda yerini alan ürünlerimiz ile, bitki bazlı ürün çeşitliliğinin de artması üzerine yaptığımız çalışmalar ve yeni kategorilerin yaratılmasına dair projelerimizle sizleri nice başarılara davet ediyoruz. Gelin hayata yeni fikirler katalım!



Schneider Electric yeni nesil teknolojilerle süt endüstrisinin gelişimine destek veriyor

Schneider Electric, süt ürünleri endüstrisinin yaşadığı zorlukları aşmada teknolojinin önemini vurguluyor. Şirketin geliştirdiği yenilikçi çözümlerle "Endüstriyel Nesnelerin İnterneti'nin" entegre edildiği tesislerde verimlilik ve sürdürülebilirlik sağlanırken, tedarik zincirlerine de çeviklik ve dayanıklılık kazandırılıyor.

186 yıllık köklü deneyimi ve 100'ü aşkın ülkedeki faaliyetleriyle Schneider Electric, gıda ve içecek sektöründe dönüşüme liderlik etme hedefiyle çalışmalarını sürdürüyor. Şirket bu kapsamda, süt ürünleri alanında endüstrinin hızla değişen ihtiyaçlarına ve sektörde yaşanan zorluklara teknolojiyle çözüm sunmaya odaklanıyor. Schneider Electric, süt ürünleri alanında yüksek verimlilik ve üretim hacmi sağlayan akıllı sistemler ve teknolojilerle dünyanın dört bir yanında süt üreticilerini destekliyor.

SÜT ÜRETİMİNDE ŞEFFAFLIĞI, GÜVENİLİRLİĞİ VE VERİMİ MÜMKÜN KILAN TEKNOLOJİLER

Schneider Electric'in gıda ve içecek sektörü için geliştirdiği sistem mimarisi 'EcoStruxure for Food and

Beverage', ileri dijital teknolojilerle süt üretiminde şeffaflığı, güvenliği, güvenilirliği ve verimliliği mümkün kılıyor. Bu teknolojiyle sürdürülebilir, verimli ve pazar hızına uyumlu bir tesisi inşa etmek için tüm alt yapıyı tasarlamak, işletmek ve bakımını yapmak için tek bir otomasyon sistemi kurmak mümkün. Bu teknoloji, kolay bakım ve işletme imkanının yanı sıra gelecekte oluşabilecek kapasite artışı ihtiyaçları için de ölçeklenebilir ve esnek bir sistem mimarisi sağlıyor. Ayrıca yüksek kontrol ve denetim fonksiyonları sayesinde yeni hatların tasarlanması ve işletilmesi sırasında zaman ve para tasarrufu sağlayarak dağıtım sürecini hızlandırıyor.

TEDARİK ZİNCİRİ BOYUNCA YÜKSEK GÖRÜNÜRLÜK VE TAKİP AVANTAJI

Süt endüstrisi bugün ayrıca operasyonel verimliliği etkileyen sınırlı izleme ve takip olanakları, enerji tüketiminin takibindeki yetersizlikler gibi bir dizi zorlukla karşı karşıya. Süt ürünleri üreticilerinin dijital teknolojileri işlerine entegre etmeleri, sadece kendi operasyonlarında değil, tedarik değer zinciri boyunca yüksek bir görünürlük ve takip avantajı sağlıyor. Bu da ürünlerini güvenli bir şekilde üretme, depolama ve dağıtma olanağına imkan tanıyor. Optimizasyon, dijitalleşme ve elektrifikasyon süreçleriyle uçtan uca verimli, güvenli ve güvenilir sistemler inşa ediliyor.

Schneider Electric

Böylece değişen tüketici talepleriyle uyumlu ve piyasanın zorluklarını aşmaya hazır bir işletmeye sahip olmak mümkün oluyor.

Ayrıca Schneider Electric, ölçeklenebilir sistemlerle yüksek maliyetli yatırım veya büyük alt yapı değişikliklerine ihtiyaç olmadan dijitalleşmeyi mümkün kılmaya odaklanıyor. Bu da tedarik zinciri yönetiminden üretime, dağıtımdan e-ticarete kadar her alanda hızı, kolaylığı ve esnekliği getiriyor. Böylece süt ürünleri üreticileri sundukları kaliteyi sürdürülebilir kılarken, gerçek zamanlı veriyle işini tüm risklere karşı güvence altına alıyor. 35 yıldır Türkiye'de endüstrilerin gelişiminde rol alan Schneider Electric, süt üreticileri için de güçlü bir çözüm ortağı olmayı sürdürmeyi hedefliyor.

186 yıllık köklü deneyim: Schneider Electric

Enerji yönetimi ve otomasyonun dijital dönüşümüne liderlik eden kuruluşlardan Schneider Electric, 186 yıllık köklü deneyimiyle enerjinin güvenli, güvenilir, verimli ve çevreci bir şekilde yönetilmesi için çalışıyor. Dünyada 100'den fazla ülkede, yaklaşık 130 bin çalışanıyla endüstrileşme, şehirleşme ve dijitalleşme trendlerine paralel olarak artan enerji ihtiyacına cevap verebilmek amacıyla teknolojik çözümler geliştiriyor. Tüm faaliyetlerinin merkezine sürdürülebilirliği alan Schneider Electric, küresel bir 'Etki Şirketi' olarak bu alana liderlik ediyor. Corporate Knights, CDP İklim Değişikliği, Dow Jones Sürdürülebilirlik Dünya Endeksi (DJSI), EcoVadis ve S&P Global gibi itibarlı platformlarda dünyanın öncü kurumları arasında gösteriliyor.

Türkiye'de ise Schneider Electric, Manisa ve Sancaktepe'de bulunan 2 üretim tesisi, 1500'ün üzerinde çalışanı ve 200'e yakın yerel iş ortağıyla 35 yıldır faaliyet gösteriyor. EcoStruxure mimarisi adını verdiği bina, veri merkezi, endüstri ve alt yapı sektörlerine sunduğu enerji verimliliği çözümleri sayesinde Türkiye'nin enerji kaynaklarının etkin ve verimli kullanımına katkıda bulunuyor. AVEVA ile enerji ve süreç verilerini bir araya getirerek ve bir dizi özel endüstriyel yazılımla zenginleştirilmiş bir kurumsal veri merkezi oluşturarak, müşterilerinin operasyonları için bütünsel bir dijitalleşme çözümü sunuyor. Aynı zamanda iş dünyası, akademisyenler ve öğrenciler için de bir laboratuvar görevi gören inovasyon merkeziyle gerçek zamanlı teknoloji çözümleri geliştiriyor ve "İklim 2030: Eğitimciler Özel İklim Değişikliği Eğitimi" girişimine destek veriyor. Tüm bu hizmetleriyle Schneider Electric, müşterileri ve iş ortaklarına daha çevik ve esnek çözümler sunarak enerji verimliliğini en üst düzeye çıkarıyor, sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşılmasında çözüm ortaklığı yapıyor.

YENİ BİR ALTERNATİF OLARAK KAHVALTILIK KREMALAR

Nihan Ünlü HOŞGÖR
Süt Ürünleri ve Dondurma
Kıdemli Teknik Satış Müdürü
Palsgaard Türkiye

Günümüzde ağırlıklı Orta Doğu'da yaygın olarak tüketilen kahvaltılık kremalar, teknik olarak incelediğimizde geleneksel ürünümüz kaymağın , yağı azaltılmış versiyonları olarak tarif edilebilir. Taze süt ve süt yağına erişimin kısıtlı olduğu ülkelerde daha çok tüketicinin süt ürünü tüketmesine vesile olan, net bir ihtiyaca cevap veren ürünler olduğu söylenebilir.

Türk Gıda Kodeksi Krema ve Kaymak Tebliğindeki net tanımına göre: Kaymak; işlem görmüş kremalar grubu içinde yer alır ve ağırlıkça en az %60 süt yağı içeren kremayı ifade eder. İşlem görmüş diğer kremalar ise yağ oranlarına ve kullanım amaçlarına göre ayrıca sınıflandırılmıştır. Süt yağı sütün en kıymetli bileşenidir ve ülkemiz mevcut koşullarında artan süt fiyatları, süt yağını yüksek miktarda içeren kaymak, tereyağı gibi süt ürünlerinin fiyatlarının giderek artmasına ve talep düşüşü sebebiyle toplam üretiminin azalmasına sebep olmaktadır. Geçen yıllara ait TUIK süt ve süt ürünleri üretim verileri kıyaslandığında bu kalemlerdeki düşüş oranının, toplam çiğ süt üretimi düşüş oranından çok daha fazla olduğu görülmektedir.

Kahvaltılık kremalar bu şartlar altında hem daha ekonomik hem de daha az yağlı ve sağlıklı alternatifler olarak karşımıza çıkmaktadır ve Türkiye pazarında yaygınlaşma eğilimindedir.

Peki daha az süt yağı ile kaymak lezzetine, aynı kremsi yeme kalitesine ulaşmak mümkün olabilir mi?

Doğru proses ve reçete çalışmalarıyla mümkün olduğunu açıklıkla söyleyebiliriz. Palsgaard pilot tesislerinde üretilen Palsgaard ®Creamer emülgatör ve stabilizatör sistemleri kullanılarak yapılan reçeteler ile; %15 - %30 süt yağı oranlarında hazırlanan, pastörize, UHT ve homojenize kremalar duyusal değerlendirmeler sonucunda, kremsi yapı, lezzet, parlaklık ve yeme kalitesi gibi bir çok parametrede takdir kazanmıştır.

%30 süt yağı içeren bir kahvaltılık krema reçetesi aşağıda belirtildiği gibi hazırlanabilir:

- %30 yağlı süt kremasına önerilen oranda Palsgaard® Creamer emülgatör, stabilizatör ürünü eklenir.
- 200 kp/cm² basınç ile 75°C'de homojenize edilir.
- 85°C / 60 sn ön ısıtma yapılır.
- 142° C/ 3 sn UHT uygulanır.
- 55°C ye soğutularak aseptik dolum yapılır.
- 5° C ye soğutulur.

UHT ve aseptik dolum alternatifi ile 6 aya varan raf ömrüne sahip ürünler üretilerek gıda israfının önüne geçilebilir. Sonuç olarak kahvaltılık kremalar uygun reçetelerle üretildiğinde, hem kahvaltı sofralarında hem de pasta, tatlı uygulamalarında rahatlıkla alternatif olabilir ve daha geniş kitlelere ulaşabilirler.

PALSGAARD, DÜNYA ÇAPINDA 6 UYGULAMA MERKEZİ VE 6 ÜRETİM TESİSİ İLE FAALİYET GÖSTERİYOR

Kurucusu Einar Viggo Schou'nun 1917'de modern bitki bazlı gıda emülgatörünü icat etmesinden bu yana, Palsgaard sektöre bilgi birikimi ve yenilik sunmaya devam ediyor. Palsgaard'ın dünya çapındaki 6 uygulama merkezinde çalışmalarını sürdüren deneyimli gıda teknolojisi uzmanları; üreticilerin mevcut tariflerini optimize etmelerine ve daha iyi beslenme profillerine sahip lezzetli ürünler geliştirmelerine yardımcı oluyor.
Palsgaard, aynı zamanda yüzyılı aşan uzmanlığını gelecek nesiller için hissettiği derin sorumluluk duygusuyla bir araya getiriyor. Bu nedenle; Danimarka, Hollanda, Meksika, Brezilya, Çin ve Malezya'daki tüm üretim tesislerinde CO_2 nötr üretim yaparak yoluna devam ediyor. Şirketin ürünleri GDO içermiyor ve helal, koşer gerekliliklerini karşılıyor.

Peynir fiyatları kırmızı etle yarışıyor

Zincir marketlerde peynirin 154 lira ile 200 lira arasında etiket fiyatını gördüğünü belirten Muratbey Yönetim Kurulu Başkanı Necmi Erol, bu durumun besi ve süt üreticiliğindeki maliyet artışlarından kaynaklandığını açıkladı.

Türkiye'nin sevilen peynir markalarından Muratbey'in Yönetim Kurulu Başkanı Necmi Erol, son dönemlerde yükselen gıda fiyatlarında etle birlikte süt ve süt ürünlerinin başı çektiğini, hatta zaman zaman peynir fiyatlarının eti de geçtiğini söyledi. Zincir marketlerde peynirin 154 lira ile 200 lira arasında etiket fiyatını gördüğünü belirten Erol, bu durumun besi ve süt üreticiliğindeki maliyet artışlarından kaynaklandığını, bu sebeple hem üretici hem de tüketici açısından acilen önlem alınması gerektiğini kaydetti.

KANAYAN YARA TAKLİT VE TAĞŞİŞ

Süt ve süt ürünleri sektörünün en önemli sorunları arasında taklit ürün ve merdiven altı üretimin bulunduğunu anlatan Necmi Erol, "Sağlıksız koşullarda üretilen peynirler raflarda markalı ürünlerle yan yana satılıyor. Gıda güvenliği açısından piyasada yer alan ürünlerin tümünün mikrobiyolojik kriterleri sağlaması gerekmektedir. Geçmiş dönemlerde peynir üretiminde bitkisel yağ kullanımı gibi çeşitli taklit/tağşişe sebebiyet veren ürünlerin kullanıldığı görülmektedir. Burada sıkı şekilde denetimleri artırmak önemlidir. Cezalar caydırıcı olmadığı ve denetimler daha sık ve etkin yapılmadığı sürece gıda güvenliğinden bahsedilemez. Tüketicilerimizin bilinçlendirilmesi de kuşkusuz büyük önem taşıyor. Bu konuda biz de üzerimize düşen görevi yapmak adına Sürdürülebilir Gıda Platformu (SGP) çatısı altında Sorumlu Tüketim ve Sağlıklı Beslenme Grubu içinde çalışıyoruz" dedi.

"PEYNİRDE DEŞİFRE EDİLMİŞ 200 COĞRAFİ İŞARETİMİZ VAR"

Türkiye'nin süt ve türevlerinde coğrafi işaret potansiyeli çok yüksek bir ülke olduğuna dikkat çeken Necmi Erol, "Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Süt Teknolojisi Bölümü ve özel sektör iş birliğiyle oluşturulan Süt Akademisi'nin geçtiğimiz günlerde açıkladığı verilere göre; peynirlerde deşifre edilmiş 200 coğrafi işaretimiz bulunuyor. Bu alanda Türkiye'nin 55 tescilli coğrafi işareti var. Bunların dağılımına bakıldığında 36 tescilli coğrafi işaretle peynirler başı çekiyor. İzmir Tulum Peyniri, İvrindi Kelle Peyniri, Çayeli Koloti Peyniri, Çankırı Küpecik Peyniri, Yüksekova Çirek Peyniri, Yozgat Çanak Peyniri, Van Otlu Peyniri, Vakfıkebir Külek Peyniri, Urfa Peyniri, Sakarya Abhaz Peyniri, Pınarbaşı Uzunyayla Çerkes Peyniri, Maraş Parmak / Sıkma Peyniri, Manyas Kelle Peyniri, Malkara Eski Kaşar Peyniri coğrafi işaretli peynirlerimizden bazıları. Süt ürünlerinde başvuruları yapılan 45 coğrafi işaret daha tescil edilmeyi bekliyor" diye konuştu.

Necmi Erol

25 ÜLKEYE İHRACAT

Avrupa Birliği, Orta Doğu ülkeleri, ABD ve Türki Cumhuriyetler ağırlıklı olmak üzere yaklaşık 25 ülkeye ihracat yaptıklarını anlatan Muratbey Yönetim Kurulu Başkanı Necmi Erol, yöresel ürünler adını verdikleri tel peynir, dil peyniri gibi 15 çeşit ürünlerinin özellikle AB'de ve ABD'de etnik pazarda ilgi gördüğünü dile getirdi. Bunun yanı sıra inovatif ürünler kategorinde yer alan D Plus ürünlerinin de ihracatta yüksek ilgi gördüğünü vurgulayan Erol, "Şu anda pazardaki daralma, süt fiyatları ve ekonomik durum dolayısıyla geçtiğimiz yılki hedefimizi koruma ağırlıklı bir strateji izliyoruz" dedi.

"PEYNİRİN MARKALAŞMASI YOLUNDAKİ ÇALIŞMALAR UMUT VERİCİ"

Tarım ve Orman Bakanlığı'nın Türk peynirinin yurt dışında hak ettiği konumu elde etmesi adına son dönemde değerli adımlar attığını belirten Necmi Erol, "Süt üreticisinin daha fazla desteklenmesini öngören başta Tarım Kanunu olmak üzere birçok yasal düzenleme hayata geçirildi. Önceki Tarım ve Orman Bakanımız Sayın Vahit Kirişçi, çiğ süt ve kırmızı et üreticilerinin gelirlerini garanti altına alacak modeli hayata geçireceklerini müjdeledi. Bu desteklerin verilmesi, Türk tarım ve hayvancılığını dolayısıyla süt ve süt ürünleri sektörünü daha iyi bir noktaya taşıyacaktır. Ayrıca yine Bakanlığımız tarafından başlatılan 'Türkiye Geleneksel Peynir Envanterinin Oluşturulması Projesi'nin de Türk peynirinin markalaşma yolculuğuna değerli katkılar yapacağına inanıyoruz" ifadelerini kullandı.

Erkaya® Food Technology

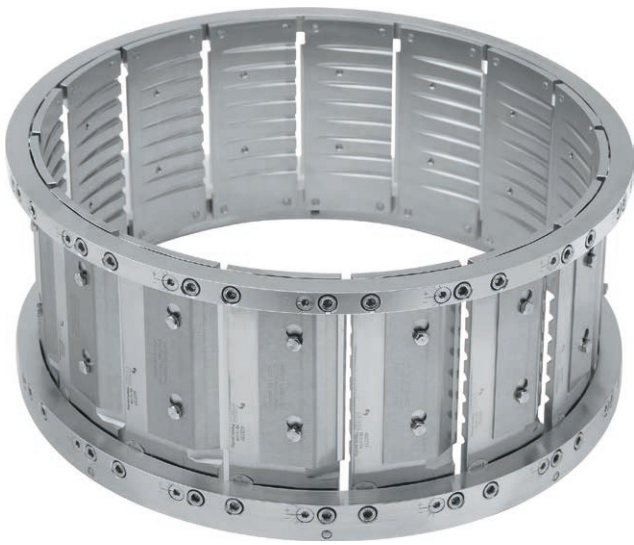
'dan gıda üreticilerine KATMA DEĞER YARATAN ÇÖZÜMLER

Dünyanın önde gelen makine firmalarının ürünlerini Türk gıda sanayicilerinin hizmetine sunan Erkaya, güvenilir, kaliteli ve katma değerli gıda üretimine katkı yapıyor.

Erkaya Makine/Food Tech.1998 yılından bu yana endüstriyel gıda proses sistemleriyle ilgili makine ve tesislerin pazarlanması, satış ve satış sonrası servis hizmetleri ve bu konularda yatırımcılara danışmanlık hizmetleri sunuyor. Firma ayrıca konularında her biri kendi alanında dünya çapında bilinen makine üreticilerinin temsilciliğini yapıyor.

Erkaya'nın çalışma alanlarını; ön hazırlık makineleri, proses makine ve ekipmanları, sarf malzemeleri, ürün geliştirme, mühendislik ve danışmanlık hizmetleri ile satış sonrası servis hizmetleri oluşturuyor. Firmanın portföyünde bulunan makine sistemleri başta donmuş gıda sanayi, sebze ve meyve işleme tesisleri, mozzarella ve benzeri peynir ve süt ürünlerinin kesim makineleri ve hatları, teneke kutu ve cam kavanozlarda konserveler, hazır gıdalar, patates, cips ve çerez işleme tesislerinde kullanılabiliyor. Erkaya'nın Türkiye temsilciliğini yaptığı firmalar arasında; FAM küp ve şerit kesme, doğrama ve dilimleme makineleri, STUMABO kesim takımları ve bıçakları, AIT sebze ve meyve işleme hatları ve makineleri, CTI meyve işleme, çekirdek çıkartma makineleri, IQF ve Spiral şoklama tünelleri, Marcelissen sebze ve meyve işleme hatları ve makineleri, Ashworth ve WardBelt muhtelif tel bantlar, düz ve viraj konveyörleri yer alıyor.

Firma olarak 25 yıldır Türkiye distribütörlüğünü yaptıkları FAM kesme makinelerinin uzun yıllardır dondurulmuş gıda, peynir, et ürünleri ve konserve sanayine kadar pek çok alanda başarıyla kullanıldığını belirten Erkaya Makine/Food Tech. Satış & Pazarlama Müdürü Erk Erkaya, bu zaman zarfında farklı gıda sektörlerinde edindikleri tecrübeleri meşterileriyle paylaşmaktan mutluluk duyduklarını belirtti. Bu yıl itibariyle Türkiye 'de kurulu 130'dan fazla FAM ekipmanı olduğunu kaydeden Erkaya sözlerine şöyle devam etti: "FAM ekipmanlarının yerli teknik servis hizmetine de başladık. Stoklarımızda hem makineler hem de yedek parçalar mevcut, 1 günde kargoyla müşterilerimize ulaştırıyoruz. Bodrum 'da FAM-Erkaya ortaklığında oluşturduğumuz bir test merkezimiz var, Müşterilerimiz ürünlerini test merkezimize getirerek deneme kesimler yapabiliyorlar. Bunun yanı sıra 2024 yılında yoğun sezonlarda müşterilerimize 1, 2 ve 3 aylık tekliflerle makine kiralama opsiyonu sunacağız,"



Erk Erkaya, FAM çatısı altında portföylerinde bulunan makinelerle ilgili şu bilgileri paylaştı:

MAKİNEDE 70 YILLIK TECRÜBE FAM'DAN CENTRIS

"Gıdalar için keskin çözümler" mottosuyla hareket eden Belçika

menşeli FAM nv firması, kurulduğu tarih olan 1945 yılından itibaren gelen bütün birikimini ve tecrübesini daha akılcı, pratik ve müşteri odaklı çözümler yaratmaya adıyor. Kendi sektöründe dünyanın öncü markası olan FAM; sebze, meyve, peynir ve et ürünlerinin farklı ebat ve boyutlarda kesilmesi konusunda yaratıcı çözümlerine her geçen gün bir yenisini ekliyor. Firma, oldukça uygun bir fiyata yüksek kalite sunan ve pazardaki diğer santrifüjlü parçalayıcılara göre daha az yer kaplayan santrifüjlü bir dilimleyici ve rende olan yenilikçi Centris® 400c'yi geliştirdi. FAM Centris 400c, üretim maliyetini azaltırken, işleri tamamlamak için gerekli süreyi düşürerek mükemmel kesim, yenilikçi makine sistemleriyle kaliteli gıda üretimini teşvik ediyor.

CE, FDA ve HACCP yönetmeliklerine göre tasarlanmıştır. Motor, ürün ve elektronik bölgeler tamamen ayrılmıştır.

KESİM TEKNOLOJİSİ

Jilet gibi kesin bıçaklar, yeni ve yenilikçi kesme başlığı ile mükemmel kesim kalitesi, uzun süreli sağlamlık ve çok düşük atık oranı sağlıyor. %100 paslanmaz çelik kesme başlığı, sadece 8 kg ağırlığında ve temizliği kolaylaştırıp kurulumu basitleştirecek şekilde çok az parçaya sahiptir. Centris 400c kullanıcılara;

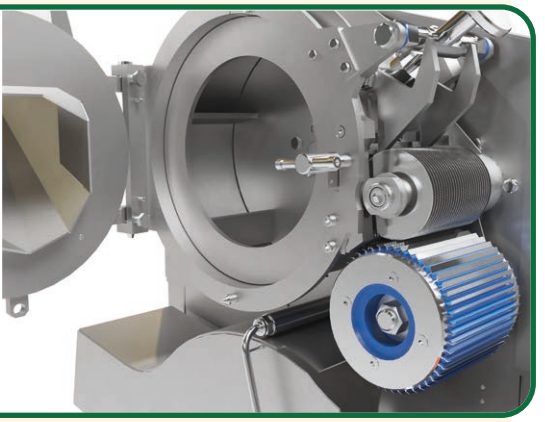
- Düz veya 'crinkle' kesim dilimler
- 1,8 mm, 2,5 mm ve 3,2 mm V-kesim rende
- 2,4 mm ve 4,8 mm jülyen kesim dilimler
- 3,2 mm x 6,4 mm oval kesim rende
- 1,8 mm x 4,0 mm azaltılmış oval kesim rende

gibi farklı kesim alternatifleri sunuyor.

Taze meyve – sebze rendeleyen ve kesim yapan firmalar, cateringler, yemekhaneler, kurutulmuş ve dondurulmuş meyve /sebze üreten firmalar için FAM ideal çözüm ortağıdır.

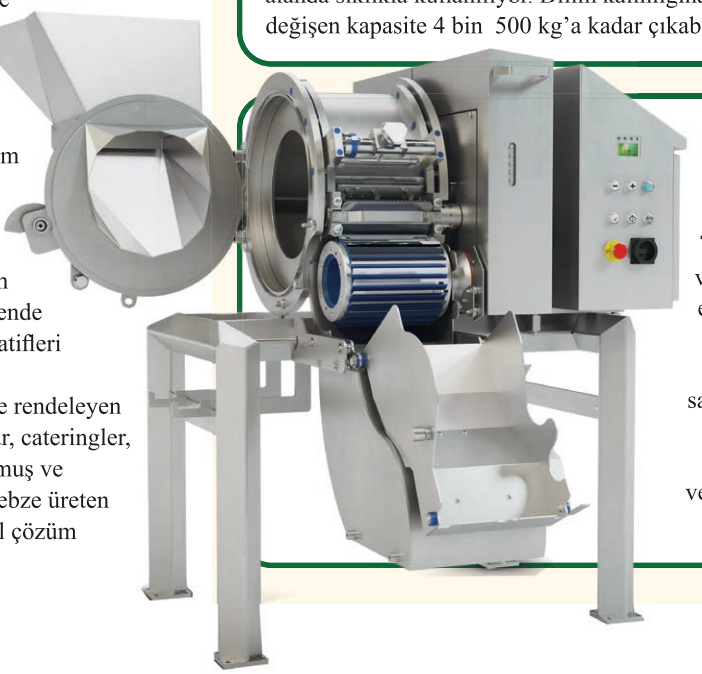
FAM MARKASINA AİT DİĞER KESME MAKİNELERİ

DORPHY: Bu küçük dev, endüstriyel ebatta bir küp kesme makinesinin tüm avantajlarını kompakt bir yapıda sunuyor. Saatte 1,500 kg kapasiteye kadar üretim yapabilen Dorphy, üç boyutlu kesme (dilim, şerit ve küp) imkanıyla işe yeni giren ve esneklik arayan gıda işletmecileri, taze meyve sebze işleyen işletmeler, catering firmaları için ideal bir başlangıç modelidir.



LİFİS2: Marul, ıspanak gibi yapraklı sebzeler başta olmak üzere çeşitli sebze ve meyvelerin kesilmesinde kullanılan esnek ve hijyenik V-bantlı bir dilimleme makinesi olan Lifis, geniş ağız açıklığı ile ürünlerin kesim tekerinden serbest ve yumuşak bir şekilde geçebilmesini sağlayarak maksimum kapasiteye ulaşımasını garanti eder. 180 mm çapına kadar olan ürünleri düz ve tırtıklı dilimler, yarım dilimler olarak kesme imkanı sunar.

FLEXİFAM: Kesim takımlarını taşıyan şaftların kolay sökülüp takılabilmesi özelliğiyle Flexifam, geniş kesim aralıkları ve uygulamalarıyla başta peynircilik sektörü olmak üzere pek çok alanda sıklıkla kullanılıyor. Dilim kalınlığına göre değişen kapasite 4 bin 500 kg'a kadar çıkabilir.



TRIDIS: Donuk meyve ve sebzelerin dilim ve küp kesimi için Avrupa'nın en çok tercih edilen yüksek kapasiteli kesim makinesinin 2 modeli bulunuyor. 10mm'lik kesimlerde saatte 6 ton ürün kesebilen Tridis180 ve saatte 12 ton ürün kesebilen Tridis240. Ürün akışkanlığı, hijyen ve kolay kullanımı ile tanınan Tridis modeli, başta donuk meyve ve kurutulmuş domates olmak üzere pek çok üründe kullanılıyor.

Z kuşağı tercihleri dondurma kategorisine nasıl yön veriyor?

aromsa
YARATICI LEZZET ORTAĞINIZ

Aslı Kocakuşakoğlu Doğru
Aromsa Süt & Süt Ürünleri
Ar-Ge Müdürü

Dondurma, kategorisinde en sevilen tat profillerinden olma özelliğini koruyor. Nedenini aslında hepimiz biliyoruz. Dondurma kendimizi iyi hissetmemizi sağlıyor, yaz aylarında bizi serinletiyor. Diğer şerbetli tatlılarla kıyaslandığında bizim için sağlıklı masum bir kaçamağa dönüşüyor. Trend belirleyicileri olarak tanımlanan Z kuşağı tüketiciler, diğer kategorilerde olduğu gibi dondurma kategorisinde de inovatif çalışmalara ilham vermektedirler.

Yeni ürünleri deneyimlemeye hevesli, meraklı, farklılık istekleriyle bilinen Z kuşağı; üretici firmaların da inovatif fikirlerini hayata geçirmelerinde itici güç olmaktadır. Yetişkin olarak tanımladığımız Baby Boomers ve X kuşağı ise tüketim tercihlerini daha çok alışılmış tatlardan yana kullanmak isterken, Z kuşağı yeni ürünleri denemeye ve yeni fikirlerle buluşmaya isteklidir. Z kuşağının bu yönü inovatif fırsatların önünü açmaktadır.

DONDURMADA TEKLİ TATLAR YERİNE KOMBİN TATLAR ÖN PLANDA

Bu doğrultuda dondurmada tekli tatlar yerine kombin lezzetlerin ön plana çıktığını görüyoruz. Çikolata popülerliğini korurken, çikolatanın meyvelerle kombinleri de beğenilen lezzetler arasında yerini almaktadır. Bununla birlikte cappuccino, caramel macchiato, mocha gibi sevilen kahve profilleri dondurmada beğeni kazanmaktadır. Popüler çikolata ve şekerleme markalarının tat profillerinin dondurmaya uyarlandığı lezzetler de sevdiği tadın peşinden gitmek isteyen tüketiciler için ilgi çekicidir. Aynı zamanda yeni ürün deneyimi fırsatlarında tekstürüyle öne çıkan dondurma çeşitlerini de raflarda görmek mümkündür. Bisküvi parçalı, akışkan soslu, "crunch" çikolatalı dondurmalar ağızda bıraktıkları hisle tüketicilere güçlendirilmiş deneyimler sunmaktadırlar.

Fonksiyonel ürünlere yönelim, alınan bir üründe birden fazla fayda beklentisiyle proteince desteklenmiş, şeker oranı düşürülmüş ürünler, bağışıklığı destekleyici girdiler ile formüle edilmiş dondurmalar da tüketiciye geniş bir seçim alternatifi oluşturmaktadır.

DİJİTALLEŞMENİN ÖNEMİ VE UZAY, GALAKSİ GİBİ KAVRAMLARLA TANIMLANAN TAT PROFİLLERİ

Dijitalleşmenin giderek arttığı bu dönemde, Z kuşağı dijital dünyada kendine büyük bir alan yaratmıştır. Dijital ortamdaki oyunların ve uzay, galaksi gibi kavramlarla tanımlanan tat profilleriyle piyasaya sunulan ürünlerin de popülerliği artmaktadır. Sosyal medya kullanımının yaygın ve popüler olmasıyla birlikte renkli ve farklı şekildeki ürün görsellerinin genç tüketiciler tarafından paylaşılması, inovasyonda görünümü de ön plana çıkarmaktadır. Sürdürülebilirlik kavramını desteklemek ya da çeşitli sağlık kaygılarıyla süt ürünleri tüketmeyen kesim için bitkisel kaynaklı alternatifler, bu kategoride de giderek büyüyen bir pazar haline gelmiştir. Süt ya da farklı bir hayvansal ham madde içermeyen, Antep fıstıklı, bademli, kakaolu, tamamen meyve içerekli ürünler, aynı zamanda da "organik", "%100 doğal" ibarelerine ambalajları üzerinde yer vererek, tüketicilerin bu gıdaları tüketerek kendinlerini daha iyi ve mutlu hissetmelerini sağlamalarını hedeflemektedir.

YEREL TATLAR SAYESİNDE TÜKETİCİLER KENDİNİ ÖZEL HİSSEDİYOR

"Belçika çikolatası" gibi belirli yere ait olan tatlar, otantik lezzetler ve premium içerikler de tükecilerin kendilerini özel

hissetme nedeniyle satın alma tercihlerini yönlendirmektedir. Renkli ve inovatif fırsatlara açık olan dondurma kategorisinin Z kuşağının meraklı ve yeni deneyimlere açık yaklaşımıyla inovasyon fırsatlarına daha da teşvik edileceğini düşünüyoruz. Bu doğrultuda, Aromsa olarak her yaş grubu ve her tüketici kesiminde de olduğu gibi Z kuşağının da istekleri ve beklentisine uygun ürün çalışmalarında üretici firmalara ilham oluyoruz. Trendlerle paralel ürün örneklerini Ar-Ge ve inovasyon merkezimizde ve uygulama laboratuvarlarımızda çalışıyoruz ve iş ortaklarımızla paylaşıyoruz. Bir ürünün fikir aşamasından raflardaki yerini almasına kadarki yolculuğunda var olmaktan mutluluk duyuyoruz. Keyifli bir yaz dileriz.

Daha fazlası için
www. aromsa.com.tr adresini ziyaret ediniz.

Aktif ve inovatif bir sektör olan SÜT ÜRÜNLERİ ENDÜSTRİSİNDE YENİLİKÇİ FIRSATLAR

Berna Belli AKÇA
Gıda Bölüm Müdürü – Gıda & Beslenme
IMCD Türkiye

Süt ürünleri segmenti ürün geliştirmeciler, pazarlamacılar ve mühendisler için her zaman ilgi çekici bir alan olmuştur. Sektör, çok çeşitli ürünler, süreçler, teknolojiler ve bileşenleri içerir. Tüketicilerin bildiği içeriklere sahip, temiz etiketli ürünlerin trendi süt ürünlerine ve içeriklerine olan ilgiyi de artırmıştır. Bağırsak sağlığı, sağlıklı yaşam için başka bir odak alanıdır. Günümüzde tüketiciler, bağırsak sağlığının bağışıklıkla nasıl ilişkili olduğuyla ilgilenmektedir. Prebiyotik bağırsak sağlığı tüketici bilincine iyice yerleşmiştir ve kökenlerini süt ürünleri segmentinde bulmaktadır. Tüketiciler, liflere ve bağırsak sağlığına olan ilgileriyle bağlantılı olarak prebiyotiklerin "her bir yoğurt porsiyonuna sağlayacağı ek yarar" olarak neler sunabileceğiyle ilgilenmektedir.

FRUTAFİT® VE FRUTALOSE® FAYDALARI

Frutafit® inülin ve Frutalose® oligofruktoz, hindiba köklerinden elde edilen doğal gıda bileşenleridir. İnülin ve oligofruktozun süt ürünlerinde büyük ölçekte kullanılmasının birkaç nedeni vardır:

BESİNSEL FAYDALAR

- Çözünebilir diyet lifi
- Prebiyotik ve buna bağlı sağlık etkileri
- Şeker ve yağ alternatifi
- Düşük kalori değeri
- Simbiyotik

FONKSİYONEL FAYDALAR

- Yapı sağlama
- Tat gelişimi
- Kolay çözünürlük
- Şeker ve yağ alternatifi

Aşağıdaki paragraflarda çeşitli süt ürünlerinde Frutafit® inülin ve Frutalose® oligofruktoz kullanımı tavsiyelerini görebilirsiniz.

YOĞURT VE AYRAN

Tüketicilerin yoğurtla ilgili sahip oldukları olumlu imaj, onu yenilikler için mükemmel bir ürün haline getirmektedir.

Prebiyotik ürünler: Avrupalı ve Asyalı tüketiciler yoğurt, prebiyotikler ve sağlıklı bir bağırsak florası arasında bağlantı kurmayı başardılar. Yakult ve Nestlé'nin LC1'inin iddialı ve çok başarılı tanıtımından sonra birçok üretici bir sonraki adım olarak Frutafit® inülin veya Frutalose® oligofruktoz gibi prebiyotik bileşenlerle zenginleştirilmiş yoğurtları piyasaya sürdü. Pre- ve probiyotiklerin birleştirildiği çeşitli simbiyotik ürünler geliştirildi.

YAĞSIZ YOĞURTLAR

İnülin ve oligofruktoz, yağsız yoğurtların dokusunu ve ağızda bıraktığı hissi iyileştirerek viskozite üzerinde olumlu bir etki göstermektedir, bu da eklenen yağsız süt tozu miktarının azaltılabileceği anlamına gelir. Ayrıca az yağlı ürüne pürüzsüz ve kremsi bir hissiyat verirler. Fransa'da %0 yağlı yoğurt denemeleri (yağsız ve şekersiz, inülinli) son derece başarılı olmuştur. Standart yağsız yoğurt formülasyonunda inülinin varlığına bağlı olarak sineresisin önlendiği görülmüştür.

Daha az şeker: Son günlerde tüketicilerin şeker alımını azaltmak veya sınırlandırmaya yönelik genel bir ilgisi vardır. İnülin ve oligofruktoz nötr bir tada

sahiptir ve kütle özellikleriyle birlikte, tatlandırılmış yoğurtlardaki şekerlerin yerini almak için mükemmel bir alternatif olmaktadır.

Lifçe zenginleştirilmiş yoğurtlar: İnülin, nötr bir tada sahip çözünür bir diyet lifidir ve bu nedenle yoğurtların lifçe zenginleştirilmesi için mükemmel bir çözümdür. Yoğurdun tipik görünümü ve yapısı, Frutafit® veya Frutalose® ilavesi nedeniyle olumsuz yönde etkilenmeyecektir.

Tat iyileştirme: Yoğurt ürünlerinin büyük bir kısmı meyve aromaları veya meyveyle zenginleştirilmiştir. Bu tip yoğurtlarda inülin ve/veya oligofruktoz kullanımı, ürünün lezzet profilini iyileştirecektir. Üreticilerin çoğunluğu, meyve preparatı yoluyla yoğurda eklenecek sıvı Frutalose® ürünlerini seçmektedir. Frutalose®, yüksek yoğunluklu tatlandırıcılarla iyi bir sinerji oluşturur ve bazen istenmeyen veya mekanik lezzetler için maskeleme etkisine sahiptir.

TAZE PEYNİR / KUARK

Frutafit® ve Frutalose® kuark ürünlerinde aynı yoğurtlardaki gibi prebiyotik bileşenler olarak kullanılabilir. Ek olarak, inülin ve oligofruktoz mükemmel bir ağız hissine sahiptir ve sinerezisin önlenmesine katkıda bulunur.

SÜTLÜ İÇECEKLER

Frutafit® ve Frutalose'un® sütlü içeceklerde kullanılmasının en önemli nedenleri, aşağıdaki beslenme özellikleri olarak sayılabilir. Nötr ve fermente sütlü içeceklerde kullanılabilir.

Lif zenginleştirme: İnülin ve oligofruktoz, nötr veya hafif tatlı bir tada sahip çözünür diyet lifleri olması sebebiyle, görünümü etkilemeden sütlü içeceklerde yüksek bir lif seviyesi elde etmeyi mümkün kılar. Aynı anda ağız hissini arttırırken, kremamsı yapıya katkı sağlar.

Prebiyotik ve ilgili sağlık yararları: Frutafit® ve Frutalose®, fermente sütlü içecekler için mükemmel prebiyotik bileşenlerdir. İnülinin prebiyotik bir bileşen olarak sağlığa faydalarından biri de, kalsiyum gibi minerallerin biyoyararlanımını iyileştirme yeteneğidir. İnülin, kalsiyum bakımından zenginleştirilmiş sütlü içecekler için mükemmel bir güçlendirici olabilir.

Şeker azaltma: Aromalı sütlü içeceklerde genellikle tat profilini iyileştirmek ve tatlılık hissiyatını arttırmak için Frutafit® inülin veya Frutalose® oligofruktoz da kullanılabilir.

HAVALANDIRILMIŞ TATLILAR

Genel olarak, çikolatalı mus gibi havalandırılmış tatlılar, tadı ve kalorisi bakımından zengin, lüks ürünler olarak görülür. Yağ, havalandırılmış tatlıların duyusal ve dokusal özelliklerinde önemli bir rol oynar. Frutafit® ürün yelpazesi, havalandırılmış tatlılardaki yağın yerini almak için son derece uygun olan inülin tiplerini içerirken, doku ve ağız hissi açısından yüksek kaliteyi korur. Frutalose® ürün yelpazesi tatlılık sağlar ve tatlılarda şeker yerine kullanım için mükemmeldir.

SÜRÜLEBİLİR PEYNİRLER VE YAĞLAR

Süt ürünleri segmentinde Frutafit® inülinin sürülebilir işlenmiş peynir ve sürülebilir yağlarda kullanımı mevcuttur. Frutafit® inülin ile çok düşük yağ içeriğine ulaşılabilir ve iyi sürülebilirlik, kremamsı yapı ve ağız dolgunluğu özellikleri sağlanabilir. Örneğin %20-40 yağ içeriğine sahip sürülebilir yağlara Frutafit inülin eklenmesi durumunda iyi bir sürülebilirlik ve mükemmel bir lezzet zenginliği elde edilir.

LCMSMS İLE BEBEK DEVAM FORMÜLLERİ VE SÜT TOZUNDA MELAMİN ANALİZİ

ÇALIŞMANIN AMACI

Bebek devam formülü ve süt tozunda, basit ekstraksiyon ile melamin analizi. Melaminin ilk olarak 2007 yılında Çin'de evcil hayvan mamalarında, ardından da 2008 yılında bebek mamalarında hile yapmak amacıyla kullanıldığı tespit edilmiştir. Yüksek protein içeriği gibi görünmesini sağlamak için ürünlere melamin eklenmiştir.

Melaminin doğru ve güvenilir bir şekilde analiz edilmesi için çeşitli yöntemler geliştirilmiştir. Bunlar; "kromatografik yöntemler, spektroskopik yöntemler ve immunolojik yöntemlerdir."

Yüksek performanslı sıvı kromatografisi (HPLC) ve kütle spektrometresi (MS) gibi teknikler, melamin tespiti için kullanılan doğru ve güvenilir tekniklerdir.

Bebek ve evcil hayvan ölümlerinin yanı sıra hastalanmalara da yol açan melamin skandalının patlak vermesi, dünya çapında halk arasında paniğe ve gıda güvenliği konusunda büyük endişelere sebep oldu. Çalışmamızda, bebek süt tozu örneklerinde melaminin LCMSMS yöntemi ile hassas olarak tespiti ve miktar tayinin yapılması amaçlanmaktadır.

METOD VE MATERYALLER

Numune hazırlığı

Gerçek numuneler: Formülasyon (devam sütü) üretici tarafından önerilen şekilde hazırlanır (1 ölçek toz formülasyona 30mL su eklenir) ve buradan 1mL alınarak numune üzerine 5mL formik asit içeren su eklenir, vortekslenen karışım üzerine 14mL asetonitril eklenerek son karışım, shakerda 30 dakika çalkalanır, santrifüj edilir ve 0,22 µm'lik PTFE şırınga ucu filtreden süzülerek sisteme enjekte edilir. Süt tozunda ise herhangi bir ön seyreltme yapılmadan doğrudan ekstraksiyon işlemine başlanır.

Standard hazırlığı

Sertifikalı analit standardları, melamin içermeyen devam sütü ekstraktı ile, uygun derişimlere seyreltilir.

MS Koşulları

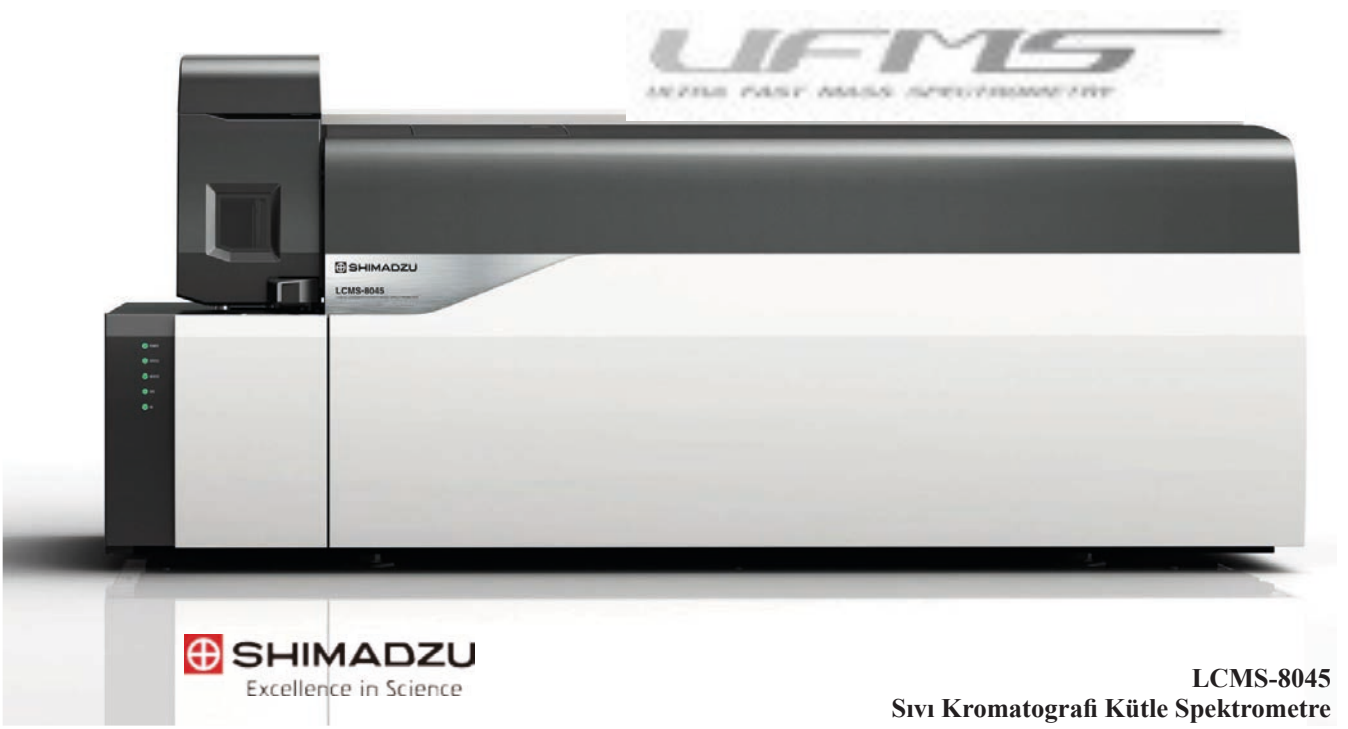
	: Shimadzu LCMSMS
	: LCMS-8045
Cihaz	: 400 °C
Model	: 250°C
Block Heater Temp	: 2.5 L/dk
DL Temp	: 15 L/dk
Nebulizing Gas	: ESI(+)
Drying Gas	
Source/Polarity	

LC Koşulları

Cihaz	: Shimadzu UHPLC
Model	: Nexera XR UHPLC
Kolon	: Merck SeQuant Zic-HILIC (3.5µm, 100x3.0mm)
Kolon Fırını Sıcaklığı	: 40 °C
Mobil Phase A	: Asetonitril: Su (95:5, 0.1% Formik Asit)
Mobil Phase B	: Asetonitril: Su (50:50, 20 mM Amonyum Format
Akış Hızı	: 0.2 mL/min (Gradient Program)
Enjeksiyon Hacmi	: 1 µL

MRM Transitions

ID#	Name	m/z	Ref. Ions
1	Melamine	127.30>60.00	127.30>110.00



LCMS-8045
Sıvı Kromatografi Kütle Spektrometre

SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

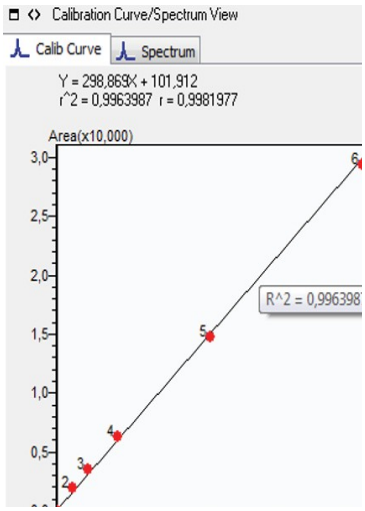
Değerlendirmeler

Çalışmada, bebek devam sütü ve süt tozu matriksleri seçilmiş ve her iki matrikste de matriks matched kalibrasyon eğrileri çizilerek geri kazanım çalışması yapılmıştır.

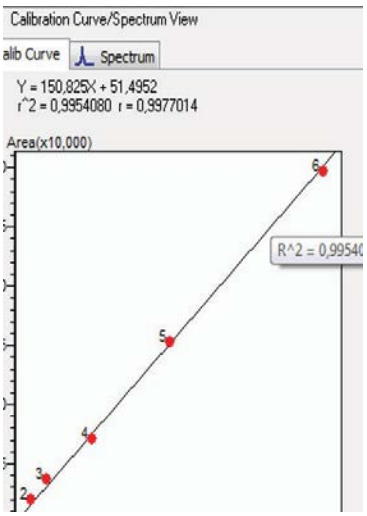
Kalibrasyon Çözeltisi (Kantitatif Kromatogramlar)

Bebek devam sütü (10 µg/L)

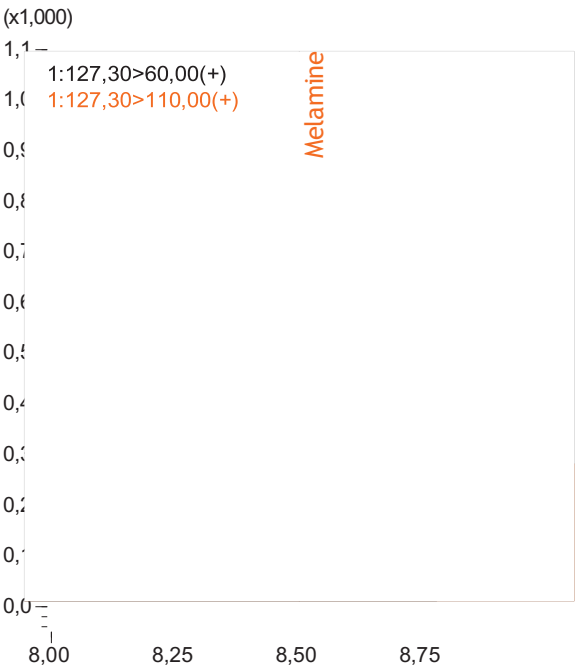
Melamin Kalibrasyon Eğrisi (Matrix-Matched, 5-50 µg/L) Devam Sütü



Melamin Kalibrasyon Eğrisi (Matrix-Matched, 5-50 µg/L) Süt Tozu

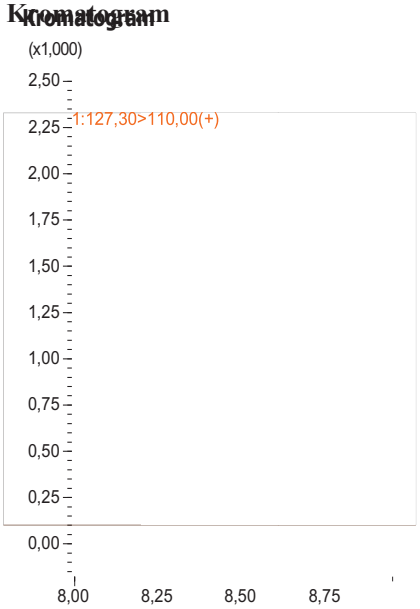


Süt Tozu (10 µg/L)



Örnek Sonuçları (Spike Miktarı: 1mg/L)

Matriks	Geri Kazanım (%)	Kromatogram
Süt Tozu	84.4	



KAYNAKÇA

High Sensitivity Quantitation Method of Dicyandiamide And Melamine in Milk Powders by Liquid Chromatography Tandem Mass Spectrometry, Shimadzu Corp. App. Note, No: PO-CON1459E, ASMS 2014.

Pınar'dan 35 ülkeye sürülebilir peynir ihracatı

Sürülebilir peynir pazarında %27'lik payla sektörün lider markalarından biri olan Pınar, aralarında Azerbaycan, Amerika, Almanya, Çin, Rusya ve Körfez ülkeleri gibi farklı kıtalardan toplam 35 ülkeye sürülebilir peynir ihracatı gerçekleştiriyor.

Günümüzde sürülebilir peynir pazarına olan ilgi, geçen sene pazarın yüzde 3 oranında büyümesiyle artışını sürdürüyor. Sürülebilir peynir pazarının lider markalarından Pınar, pazarda 4 kategoride toplam 22 ürünüyle tüketicilere ulaşıyor.

Serpil Veral

Pınar, büyüyen sürülebilir peynir pazarına son olarak Pınar Cheddarlı Krem Peynir, Pınar Organik Labne, Pınar Beyaz Ekstra Yumuşak, Pınar Kahvaltı Keyfi Taze Peynir ve Pınar Kahvaltı Kreması ürünlerini sundu.

SERPİL VERAL: "HER 100 EVİN 75'İNDE PINAR ÜRÜNÜ YER ALIYOR"

Ürünlere dair bir değerlendirme yapan Pınar Süt Pazarlama Direktörü Serpil Veral, "Pınar olarak sürülebilir peynir pazarında yüzde %27 paya sahibiz. Yalnızca geçen sene sürülebilir kategorisinde 21 milyon 300 bin kutu peynir satışı gerçekleştirdik. Pınar olarak Labne, Taze Peynir, Krem Peynir ve Üçgen peynir de dâhil olmak üzere tüm kategorilerdeki ürünlerimizle her yıl, 100 evden 75'inin sofrasında yer alıyoruz" dedi. Ürünlerinin yalnızca iç piyasada değil, dış pazarlarda da büyük ilgi gördüğüne dikkat çeken Veral, "Arasında Azerbaycan, Amerika, Almanya, Çin, Rusya ve Körfez ülkeleri gibi farklı kıtalardan ülkelerin yer aldığı toplam 35 ülkeye sürülebilir peynir ihracatı gerçekleştiriyoruz. Kategorideki tüm ürünler ve bunlara ek olarak ülkelerin kendi geleneksel damak zevklerine özel olarak hazırlanan ürünler ihraç ediliyor. Sarımsak ve frenk soğanlı, limon cheesecake aromalı, mantarlı, kurutulmuş domatesli Labne bunlara örnek gösterilebilir. Özellikle Labne, lokomotif ürünümüz olup tüm ihracat yaptığımız pazarlarımızda öne çıkıyor" diye konuştu.

Geçen yıl eylül ayı itibariyle Pınar Krem Peynir ailesine katılan Pınar Cheddarlı Krem Peynir, Türkiye genelindeki satış noktalarında raflardaki yerini aldı. Yüzde 55 oranında cheddar peyniri içeren Pınar Cheddarlı Krem Peynir içindeki özel peynirler sayesinde dikkat çekiyor, yüksek kalsiyum oranıyla da besleyici bir öğün sunuyor. Labnenin mucidi Pınar Labne ailesinin yeni üyesi olan Pınar Organik Labne ise, organik inek sütünden üretiliyor ve sağlıklı tariflere lezzet katıyor. Yüksek kalsiyum oranı sayesinde bebek ve çocukların beslenmesinde de sağlıklı ve lezzetli bir peynir alternatifi sunan Pınar Organik Labne, orijinal lezzetiyle damaklarda farklı bir tat bırakıyor.

Pınar Beyaz Ekstra Yumuşak, Pınar Beyaz'ın bol sütlü, özel lezzetini yumuşak kıvamıyla birleştiriyor. Pınar'ın bir diğer yeni ürünü olan kahvaltı kreması yumuşak kıvamı, süt kokusu ve lezzetiyle kahvaltıların vazgeçilmezi olmaya aday. Kaymağa göre %50 daha düşük yağ oranına sahip olan Pınar Kahvaltı Kreması, tatlılıların üzerinde de servis edilebiliyor. Pınar Kahvaltı Keyfi Taze Peynir de hafif lezzeti ve yumuşak kıvamıyla kahvaltılar için farklı bir lezzet alternatifi.

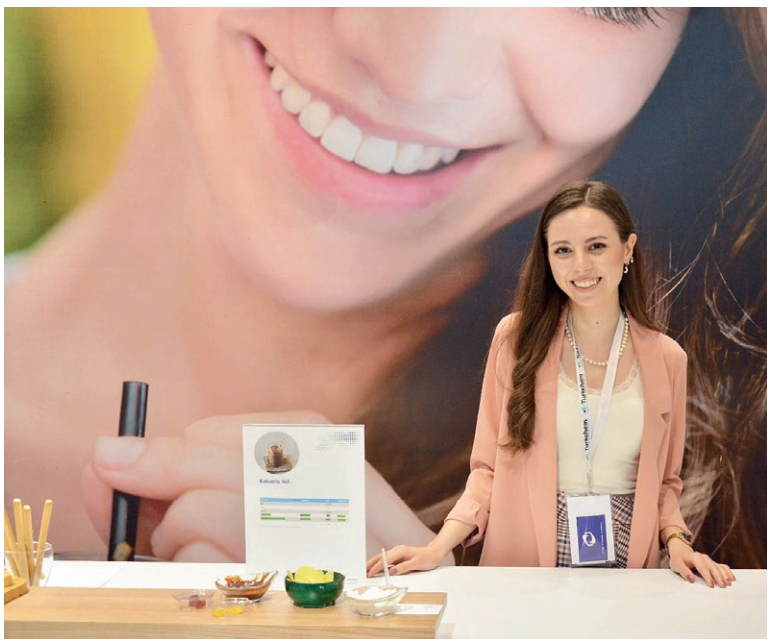
EGE PERDER'DEN TEKSÜT'E ZİYARET

Yerel ve bölgesel marketleri bünyesinde toplayan Türkiye Perakendeciler Federasyonu'na bağlı Ege Perakendeciler Derneği üyeleri, 25-26 Mayıs 2023 tarihlerinde Teksüt'ün Gönen'deki fabrikasında sütün üretim yolculuğunu ve farklı ürünlere dönüşmesini yerinde inceleme fırsatı buldu. Ege PERDER üyeleri, Teksüt'ün 27 bin metrekaresi kapalı, toplam 80 bin metrekare büyüklükteki tesiste başta süt, beyaz peynir, kaşar, krem ve yöresel peynir hatları olmak üzere, üretim alanlarını gezdi. Tedarik, üretim, mikrobiyoloji, hijyen, kalite ve lojistikle ilgili teknik bilgiler yöneticiler tarafından konuklara anlatıldı. Yeni yatırımlar hakkında bilgi verildi. Konuklar tesisteki son teknoloji ürünü endüstriyel makinelere de büyük ilgi gösterdi.

CEVDET ARINIK: "GÜNDE BİN TON SÜT İŞLİYORUZ"

Fabrika gezisi kapsamında Ege PERDER üyelerine Teksüt Yönetim Kurulu Başkanı Cevdet Arınık ile Satış ve Pazarlama Direktörü Murat Keleş tarafından ayrıntılı bir sunum yapıldı. Teksüt Yönetim Kurulu Başkanı Cevdet Arınık burada yaptığı konuşmada, 67 yıllık tarihiyle Türkiye'nin en köklü süt ve süt ürünleri kuruluşu olduklarını söyledi. Arınık, "Günde bin ton süt işleyebilen fabrikamızda hem geleneksel hem de yenilikçi lezzetlerimizi modern teknolojinin yardımıyla üretiyoruz. Teksüt olarak sütün en iyisini kullanıyoruz, tamamen kalite ve hijyen odaklı üretim yapıyoruz. Ürünlerimizi sadece Türkiye çapında değil; Amerika Birleşik Devletleri'nden Çin'e kadar geniş coğrafyadaki farklı ülkelere de ihracatını yapıyoruz" dedi.

SÜRDÜRÜLEBİLİR VEGAN KAHVE İLE DEĞİŞİMİ YUDUMLAYIN



Büşra TURAN
Uygulama ve Eğitim Merkezi Uzmanı - Azelis Türkiye

Meltem KALE
Uygulama ve Eğitim Merkezi Stajyeri - Azelis Türkiye

Sürdürülebilirliğin zamanın çağrısı olduğu bir dünyada, vegan beslenme sahnede merkez rolü alıyor. İnsanlar günlük yaşamlarında giderek daha fazla etik ve sürdürülebilir alternatifler arıyorlar. Her geçen gün değişen dünyamızda geleceğe en güzel yatırım sürdürülebilir yaşamı kucaklamak olacaktır. Bu hareketlenmeyle beraber önemli bir dönüşüm geçiren alanlardan biri de kahve kültürümüzdür. Kahve çekirdeklerinden gelen tazelik pek çoğumuzun güne taze ve zinde başlamasını sağlarken, canlandırıcı ve sürdürülebilir bir seçim olan vegan kahve, sadece kafein açlığımızı gidermekle kalmaz, aynı zamanda daha sağlıklı bir gezegeni de destekler. Bu yazıda veganizmdeki artışın arkasındaki nedenleri, vegan soğuk kahvenin faydalarını ve neden günlük rutininizde değerli bir yeri hak ettiğini keşfedeceğiz.

VEGANLIĞIN YÜKSELİŞİ

Çevresel sorunlarla boğuşan bir dünyada sürdürülebilirlik, bilinçli yaşamanın kalp atışı haline geldi. Bitki temelli seçimlere vurgu yapan veganizm, bu sürdürülebilirlik devriminin ön saflarında yer alıyor. Veganizmdeki küresel artış, etik kaygılar da dahil olmak üzere çok sayıda faktöre bağlanabilir. Birincil sebeplerden biri çevre için artan endişemizdir. Seçimlerimizin ekolojik etkisinin daha fazla farkına vardıkça, insanlar beslenme kararlarının da sürdürülebilirlik için oynadıkları kritik rolün farkına varıyorlar. Hayvansal ürün sektörü, kuraklığa, sera gazı emisyonlarına ve su kirliliğine neden olan etkenlerden biridir. Bireyler veganizmi benimseyerek aktif olarak karbon ayak izlerini azaltmakta ve daha yeşil bir geleceği desteklemektedir. Geleneksel kahve içecekleri süt ve krema gibi hayvansal kaynaklı bileşenlere dayanır. Veganizme dönüp vegan soğuk kahveyi benimseyerek, daha yeşil ve daha sürdürülebilir bir geleceği besleyerek değişim için aracı oluyoruz.

VEGAN SOĞUK KAHVENİN CAZİBESİ

Vegan soğuk kahve, sürdürülebilirlik vaadimiz ve kafeine olan sevgimizi birleştirmek için mükemmel bir fırsat sunuyor. Vegan kahve, sadece gezegenimizi beslemekle kalmaz, aynı zamanda

geleceğimizi de besler. Geleneksel kahve içecekleri genellikle süt ve krema gibi hayvansal kaynaklı bileşenler içerirken vegan kahve, bu hayvansal ürünleri badem sütü, soya sütü, yulaf sütü veya hindistan cevizi sütü gibi bitkisel bazlı alternatiflerle değiştirir. Vegan soğuk kahveyi tercih ederek daha yeşil bir gelecek bırakabilirsiniz!

VEGAN SOĞUK KAHVENİN FAYDALARI

Sürdürülebilirlik: Vegan soğuk kahveyi tercih ederek karbon ayak izinizi azaltma yolunda önemli bir adım atmış olursunuz. Bitki bazlı süt alternatifleri, hayvan kaynaklı muadillerine kıyasla daha az kaynak gerektirir ve daha az emisyon üretir. Vegan soğuk kahveyi tercih ederek ormanların korunmasına, su tasarrufuna ve iklim değişikliğinin azaltılmasına katkıda bulunuyoruz.

Sağlık Bilinci: Vegan soğuk kahve sadece gezegene değil aynı zamanda vücudumuza da naziktir. Bitki bazlı süt seçenekleri genellikle doymuş yağ ve kolesterol bakımından daha düşüktür, bu da onları kalp için sağlıklı alternatifler olarak değerlendirmemizi sağlar. Ek olarak, birçok bitki bazlı süt alternatifi, temel vitaminler ve minerallerle güçlendirilerek ek bir besin takviyesi sağlar.

Etik Hususlar: Vegan soğuk kahveyi seçmek sadece sürdürülebilirlikle ilgili değil; aynı zamanda hayvanlara karşı güçlü bir şefkat ve saygı ifadesidir. Süt endüstrisi genellikle ineklerin ve buzağıların refahını tehlikeye atan uygulamalarla ilişkilendirilir. Vegan alternatifleri benimseyerek hayvanların doğal yaşamına müdahale etmek durumunda kalmadan kahvenizi içmenin keyfini sürersiniz. Her yudum, bu gezegende yaşayan dostlarımıza karşı bir nezaket eylemi haline gelir.

Tatların Senfonisi: Vegan soğuk kahve, lezzet sınırlarını aşarak tatlar senfonisi ve heyecan verici bir olasılıklar dünyası sunar. İster badem sütünün kadifemsi pürüzsüzlüğü, ister yulaf sütünün zarif tatlılığı veya hindistan cevizi sütünün tropikal dokunuşu olsun, vegan soğuk kahve deneyiminize kendi benzersiz özünü katar. Yeni kombinasyonlar keşfederek ve damak tadınıza mükemmel uyum sağlayan kişisel favorinizi bulup vegan kahvenin çeşitli lezzet dünyasına dalın.

SONUÇ

Vegan soğuk kahve, sürdürülebilirliği, etik seçimleri ve enfes tatları tek bir fincanda harmanlayarak, dünyadaki olumlu değişimin temsilcisi olmanızı sağlar. Bu keyifli içeceği tercih ederek, daha şefkatli ve çevre dostu bir dünyaya aktif olarak katkıda bulunuyoruz. Azaltılmış çevresel etki, sağlık avantajları ve hayvan refahını destekleme gibi sayısız faydasıyla vegan soğuk kahve, kucaklanmaya değer bir seçimdir. Bu nedenle, bir dahaki sefere kahvenize uzandığınızda, vegan olarak yaratabileceğiniz olumlu etkiyi düşünün. Daha iyi bir gelecek için kupanızı kaldırın - sağlığınıza her yudumda daha yakınsınız!

Azelis Türkiye olarak teknik bilgi ve tecrübeye sahip ekibimizle bu yenilikçi kategoride ürün geliştirirken yaşayabileceğiniz zorlukların üstesinden gelmenize destek olmayı, piyasaya rekabetçi ürünler sunmanıza katkıda bulunmayı hedefliyoruz. Ürünlerin besin özelliklerinin vitamin-mineral portföyümüzle zenginleştirilmesi; aroma seçeneklerimizle çeşitlendirilmesi, hidrokolloidlerle uygun yapı elde edilmesi için uygulama merkezimizde ihtiyacınıza yönelik formülasyonlar hazırlıyor ve inovatif yönlerinin geliştirilmesine yardımcı oluyoruz. İstanbul Ümraniye'deki Azelis Türkiye Gıda ve Beslenme Uygulama Merkezi'nde formülasyon geliştirmenin yanı sıra ürün denemelerinden performans iyileştirmeye ve maliyet optimizasyonuna kadar geniş bir yelpazede teknik destek hizmeti veriyoruz.

Bitkisel süt ve süt ürünleri kategorileri için dünyanın ve Türkiye'nin önde gelen tedarikçilerinin ürünleri ile sunduğumuz çözümlerle tanışmak, Azelis Türkiye Gıda ekibinden teknik destek almak ve uygulama merkezimizde size özel formülasyonlar geliştirmek için bize her zaman **info@azelis.com.tr** adresinden ulaşabilirsiniz.

SÜT ÜRÜNLERİNDE GIDA GÜVENLİĞİ VE KALİTE KÜLTÜRÜ KAVRAMI

Cem PUSAT
Karma Grup Denetim ve Eğitim Bölüm Yöneticisi

Süt ve süt ürünleri, ülkemizde ve dünyada temel beslenme gruplarında ön sıralarda yer almaktadır. Toplumsal duyarlılığın (Uzakdoğu coğrafyasının genetik olarak laktoz intolerans yatkınlığı olduğu bilinmektedir) veya inanç hassasiyetinin olmadığı gruplarda, sağlıklı bireylerin süt ve geleneksel süt ürünlerini tüketme alışkanlığı yaşamımızda büyük öneme sahiptir. Süt ve süt ürünlerinin tüm yaş gruplarında, özellikle kemik sağlığı açısından oldukça önemli olduğu ve mineral, protein, B grubu vitaminlerin kaynağı olarak günlük diyetimizde halk sağlığı açısından çok önemli bir grubu oluşturduğu bilinmektedir.

Sütün beslenme ögeleri açısından zengin içeriğe sahip olması, aynı zamanda hastalık yapıcı mikroorganizmaların gelişimine destekleyen bir ortam olmasını gerçeğini de ortaya çıkarmaktadır. Bu nedenle, "çiftlikten çatala" ilkesiyle sütün elde edilmesinden tesislerde işlenip son tüketiciye ulaşmasına kadar geçen süreçte, temel gıda güvenliği prensiplerinin ve spesifik hijyen önlemlerin eksiksiz olarak uygulanması gerekmektedir. Ülkemizde, Avrupa Birliği müktesebatına uyum programı çalışmalarının bir sonucu olarak, güvenli gıda üretimi için gerekli olan yasal düzenlemeler ve işletmelerdeki alt yapı iyileştirmeleriyle birlikte süt ve süt ürünleri sektöründe de büyük bir atılım gerçekleştirilmiştir. Global ticaretin gelişmesiyle birlikte ülkemizdeki süt ürünleri ihracatındaki artış, ürünlerde yaşanacak gıda güvenliği problemlerinin etkilediği tüketici sayısını artırmakta ve yaşanabilecek geri çekme/geri çağırma vakalarının kapsamını genişleterek, işletmelerin yasal ve operasyonel yükünün artmasına neden olmaktadır.

ETTEN SONRA EN ÇOK TAKLİT VE TAĞŞİŞ SÜT ÜRÜNLERİNDE YAPILIYOR

RASFF bildirimlerinin 2022 istatistiklerine baktığımızda, süt ve süt ürünleriyle ilgili bildirimlerin, toplam bildirimlerin %2'sini oluşturduğu görülmektedir. RASFF kayıtlarında, Türkiye menşeili süt ürünlerinden kaynaklanan herhangi bir bildirim bulunmamaktadır. FDA verileri incelendiğinde, 2021 yılında 414 geri çağırma gerçekleştirilirken, 2022 yılında 423 geri çağırmanın gerçekleştirildiği kayıtlara geçmiştir. Geri çağrılan ürünlerde, gıda kategorisinde birinci sırayı hazır gıdalar alırken, süt ürünleri (unlu mamullerle beraber) 13 geri çağırmayla ikinci sırada yer almaktadır. Toplam geri çağırma sayısında %2,18'lik bir artış olsa da, geri çağırılan ürün miktarında dramatik bir artış meydana gelmiştir. 2021 yılında 52,1 milyon birim ürün geri çağrılırken, 2022 yılında bu rakamın %700 artışla 416,9 milyon birime çıktığı görülmektedir. Ülkemizde Tarım ve Orman Bakanlığı'nın yaptığı kontroller sonrasında 2022 Mart ayında yayınlamış olduğu tüketicilerin hayatını ve sağlığını tehlikeye düşürecek şekilde bozulmuş, değiştirilmiş ve taklit/tağşiş edilmiş ürünlere ait bilgilerde; süt ve süt ürünleri, et ve et ürünlerinden sonra en çok uygunsuzluk tespit edilen ikinci ürün grubu olarak karşımıza çıkmaktadır. Süt ve süt ürünleri sektöründe güvenli gıda üretimi için gerekli olan yaklaşımlar, başta yasal otoriterin koyduğu kurallar olmak üzere, akademik bilgilerin/araştırmaların sonuçları, uluslararası gıda güvenliği temel prensipleri ve ortak akıl prensibiyle oluşturulmuş gıda güvenliği ve kalite yönetim sistemlerinin metodolojileriyle harmanlanarak şekillenmektedir.

GIDA GÜVENLİĞİ VE KALİTE KÜLTÜRÜ

Güvenli gıda üretimi prensiplerine ek olarak son yıllarda gıda güvenliği ve kalite kültürü kavramı gıda sektörüne girmiş bulunuyor. Gıda güvenliği ve kalite kültürü kavramının 2018 yılından itibaren gıda güvenliği standartları sertifika programlarında bir gereklilik olarak ve GFSI tavsiyelerinde karşımıza çıktığını görmekteyiz. Sertifikalandırmaya tabi olan gıda güvenliği standartlarının gerekliliklerinin gıda işletmelerinde uygulanması, gönüllülük esasına dayanan bir yapı olsa da, 2020 yılında Avrupa Birliği içerisinde faaliyet gösteren

gıda işletmelerinin gıda güvenliği kültürü yaklaşımını benimsemeleri için yasal girişimlerin başladığını görüyoruz. Avrupa Parlamentosu Konseyi, 29.04.2004 tarih ve (EC) 852/2004 sayılı "Gıda Maddelerinin Hijyeni Hakkında Yönetmeliğinde" değişiklik yapılması hakkındaki taslak çalışmada (08.08.2020), "Gıda Güvenliği Kültürü" yaklaşımının ilgili yönetmeliğe eklenmesi konusunda görüş bildirilmiştir. Ortaya konulan bu görüş ve taslak çalışma sonrasında, 03.03.2021 tarihinde EU 2021 / 382 sayılı komisyon raporuyla teklif edilen değişiklik, Avrupa Birliği mevzuatlarında yerini resmen almış bulunmaktadır. Gıda güvenliği kültürü kavramının Avrupa Birliği "Gıda Maddelerinin Hijyeni Hakkında Yönetmelik" düzenlemesinde ve Codex Alimentarius "Gıda Hijyeni Genel Prensipleri" dokümanında yer almasıyla, güvenli gıda üretimi için gerekli olan temel gereklilik olarak tanınması, tüm gıda işletmelerinin kültür kavramı üzerinde değerlendirme yapmaları zorunluluğunu getirmiştir.

ABD Gıda ve İlaç Dairesi (FDA), insanların inançlarını, tutumlarını, en önemlisi davranışlarını ve kuruluşların eylemlerini etkilemek için gıda güvenliği kültürü gerekliliklerini uygulamaya koymuş, Avustralya ve Yeni Zelanda'daki eyalet düzenleyicileri süt ürünleri sektörüne gıda güvenliği kültürü gerekliliklerini zorunlu hale getirmiştir. Son olarak 2023 Nisan ayında, BSI tarafından, PAS 320:2023 "Gıda Güvenliği Kültürünün Geliştirilmesi ve Sürdürülmesi" rehberi yayınlanmış ve işletmelere gıda güvenliği kültürünün temelini anlama konusunda yol göstermesi amaçlanmıştır.

Gıda güvenliği ve kalite kültürü en yaygın tanımıyla, bir kuruluşun genelinde gıda güvenliğine ve ürün kalitesine yönelik zihniyeti ve davranışları etkileyen, paylaşılan değerler, inançlar ve normlardır. Gıda güvenliği ve kalite kültürünü oluşturmak, sürdürmek ve geliştirmek karmaşık bir süreçtir ve kuruluşun zaman içerisinde stratejik ihtiyaçlarına yanıt verebilecek ve bunlara uyum sağlayabilecek kapsamlı bir yaklaşım gerektirir. Güçlü bir kültür oluşturma çabalarımızda başarılı olmak için, kuruluştaki herkesin güvenli ve kaliteli gıda üretimindeki rolünü ve bunun neden önemli olduğunu anlaması gerekir.

Üst yönetim, gıda güvenliği ve kalitesi konusunda güçlü bir taahhüde sahip olmalı ve bunu bir öncelik haline getirmelidir. Kuruluşun ihtiyacı olan kültürel normları oluşturmak, temelde üst yönetimin sorumluluğundadır. Bu doğru bir yol gibi görünse de, mutlak bir doğru olarak kabul etmek mümkün değildir. Üst yönetimin sadece kendi anlayışı çerçevesinde oluşturduğu değerler üzerinde hemfikir olması, tüm çalışanların işleri üst yönetimin gözünden gördüğü anlamına gelmemektedir. Kurumun, çalışanlarını kültürün geliştirilmesine dahil etmek için programlar ve fırsatlar yaratması gerekir. Çalışanların kuruluşa getirdikleri inançları, davranış şekilleri, iletişim özellikleri, sosyokültürel durumları ve motivasyon öncelikleri, kuruluşun gıda güvenliği ve kalite kültürü üzerinde doğrudan etkilidir. Bu nedenle üst yönetimin ortaya koyduğu kavramlarla çalışanların kuruluşa getirdiği kavramların, ortak akılla asgari müşterekte birleşmesi, etkin ve işlevsel bir kültürün oluşmasına destek olacaktır. Güçlü bir gıda güvenliği ve kalite kültürü oluşturma çabalarınızda başarılı olmak için, işletmedeki herkes ortak hedeflere yönlenmeli, gıda güvenliğindeki rollerini ve bunun neden önemli olduğunu anlamalıdır. Çalışanların, kendilerini bütünün hayati bir parçası olarak görmeleri, odağı kişisel çıkarlardan uzaklaştırarak, ortak iyiye kaydırmalarını sağlayacaktır.

Ortak akıl sonucunda, şu anda bulunan noktanın olmak istenen nokta olmadığı anlaşılırsa, kuruluşu farklı bir kültüre sahip olacak şekilde hareket ettirmeye çalışmak gerekebilir. Etkin bir gıda güvenliği ve kalite kültürü, kuruluşun ortaya koyduğu değerlerin beklenen seviyede güvenli ve kaliteli gıda üretimi üzerinde etkisi olan tüm çalışanlar tarafından içselleştirilmiş davranışlara dönüştürülmesiyle işlevsel hale gelebilmektedir. Tüm çalışanların davranışları, işletmedeki kültürünün bir yansımasıdır. Temelde, çalışanların sadece ne yaptıkları ve bunu nasıl yapmaları gerektiğini değil, aynı zamanda neden yapmaları gerektiğini de anlamalarını isteriz. Yeni işe başlayan personellerin, sözleşmeli mevsimsel çalışan sayısının fazla olması, kültürel normların, davranışsal tutarlılığa dönüştürülmesindeki en önemli sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

TÜKETİCİLERİN KORUNMASI YAKLAŞIMI

Etkin ve işlevsel bir gıda güvenliği ve kalite kültürünün, kuruluşunuz için yapabileceği en önemli şeylerden biri tüketicilerinizi korumaktır. Özünde etkin bir gıda güvenliği ve kalite kültürü, kuruluşun her üyesine, yalnızca müşterilerine değil ailelerine de rahatlıkla sunabilecekleri sürdürülebilir, sağlıklı gıdalar üretme gücü verir. Olgun bir gıda güvenliği ve kalite kültürü, daha az maliyetli geri çağırmalara ve potansiyel olarak markaya zarar veren gıda güvenliği sorunlarının

önlenmesini sağlayacaktır. Esasen, güvenli olmayan davranışların güvenli olmayan gıdayla sonuçlanması muhtemeldir ve bu durum, ürünün geri çağrılması, fire miktarının artması, yasal cezaların oluşması ve marka itibarın zedelenmesi gibi yönetilmesi pahalı sonuçlar doğurabilir. Bu nedenle, bir kuruluşun mükemmel bir gıda güvenliği kültürü aşılamak için ihtiyaç duyduğu tüm teşvik bu olmalıdır.

Gıda güvenliği kültürünün, kısmen deneysel doğrulamadan yoksun olduğu için, belirsiz bir akademik kavram olduğunu düşünülmektedir. Çünkü gıda güvenliği kültürünün performansını ölçmek için neyin geçerli ve güvenilir bir yaklaşım oluşturduğu konusunda bir anlaşmazlık vardır. Bilimsel bir bakış açısından bu çok hoş karşılansa da, uygulama ve izleme için paydaşlardan hala önemli itirazlar vardır. Buradaki zorluk, ilkelerin endüstriye nasıl entegre edileceği ve etkinliklerinin nasıl ölçüleceği ve doğrulanacağıdır. İşletmeler için gıda güvenliği kültürünü değerlendirmek için "kullanıma hazır" bir reçete veya formül yoktur. Kullanılan yöntemler genel olarak niteliksel ve niceliksel olarak ikiye ayrılabilir ve her birinin kendi avantajları ve dezavantajları vardır. Toplantılar, tartışma grupları veya birebir görüşme vb. doğrudan bilgi paylaşımının gerçekleşeceği nitel yöntemlerin, işletmelerde zamansal sıkıntılar nedeniyle, zor ve uzun bir yol olduğu görülmektedir. Zaman tasarrufu sağlaması ve yöntem kolaylığı göz önüne alınınca, anket gibi nicel yöntemlerin etkin bir veri toplama aracı olduğu görülmektedir.

Etkin bir gıda güvenliği ve kalite kültürü yaklaşımının işletmelerde oluşturulmasıyla, tüm çalışanların güvenli gıda üretim ilkelerini içselleştirdiği ve çalışmalarında taviz vermeden uygulamalarıyla birlikte, toplum sağlığı üzerinde olumsuz etki yaratmayan ürünlerin tüketiciye sunulmasını garanti altına almak mümkün olacaktır. Temel gıda grubumuz içerisinde yer alan süt ve süt ürünlerini, ürün güvenliğinden emin olduğumuz ve ticari markalara güvenin üst seviyede olduğu tüketici algısının oluştuğu piyasa ortamında, sofralarımızda gönül rahatlığıyla tükettiğimiz günler olması dileğiyle…

PEYNİR: DÜNÜ, BUGÜNÜ VE GELECEĞİ

PEYNİRİN KISA TARİHİ

Peynir; inek, koyun, keçi ve mandadan elde edilen sütlerin peynir mayası veya bilinen bazı asitlerle pıhtılaştırılması sonucunda elde edilen bir süt ürünüdür. Günümüzde hemen hemen her yerde imal edilmekle birlikte ilk defa nerede ve nasıl üretildiği ile ilgili farklı görüşler vardır. İnsanların toplayıcı-avcılık döneminden sonra yerleşik tarıma geçmesiyle birlikte Güney Asya'da MÖ 9000'li yıllarda inekleri evcilleştirdikleri ve bu sütlerini kullanmaya başladıkları , Avrupada ise MÖ 3000-3500 yıllarında süt tüketildiği kabul edilmektedir. Arkeolojik kalıntılarda bulunan resimlerden, süt ve sıvıların taşınması ve saklanması amacıyla da hayvanların mesane ve işkembelerinin kullanıldığı anlaşılmıştır. Sütün bu şekilde taşınması ve saklanması sırasında pıhtılaştığı ve serumdan ayrılarak peynirleştiği kuvvetli bir olasılıktır.

Günümüzde sütten peynir yapılmasına ilişkin aşamalar sırasıyla sütün süzülerek yabancı maddelerden arındırılması, çiğ süt veya ısıl işlem

Dr. İrfan DEMİRYOL
INNOFOOD Projesi TÜGİP Ekibi

uygulandıktan sonra uygun sıcaklıkta kültür ilavesi, mayalama sıcaklığına getirilerek peynir mayası katıldıktan sonra pıhtılaştırılması, daha sonra da peynir altı suyunun ayrılması için pıhtının kırılması, presleme ve kalıplama ve tuzlama işlemlerinden oluşur. Peynir oluşumunda peynir mayası en önemli fonksiyona sahiptir. Aslında süt emen genç yaştaki hayvanların midesinde bulunan ve kimozin olarak adlandırılan bir sindirim enzimidir. Fonksiyonu ise, anne sütünü midede pıhtılaştırarak daha uzun süre kalarak doygunluk hissi yaratması ve sindirim süresini uzatmasıdır. Bu enzim yaşın ilerlemesiyle birlikte azalarak yerini yine bir başka sindirim enzimi olan pepsine bırakır. İşkembenin süt saklamak için kullanıldığı dönemlerde, doğal olarak içerdiği kimozinin, sütün peynire dönmesinde fonksiyonunu ortaya çıkardığı görüşü vardır.

İlk peynirin nerede yapıldığı bilinmemekle birlikte, Güney Asya'da yapıldığı ve göçlerle batıya taşındığı kanaati vardır. Polonya'da yapılan kazılarda MÖ 6000 yıllarına ait olan ve topraktan yapılmış süzgeçlerin peynir pıhtısını süzmek için kullanıldığı kabul edilmektedir. Ayrıca MÖ 2000 yılına tarihlenen Eski Mısır mezar duvarlarında peynir saklaması ve tuzlanmasını gösteren resimlere rastlanmıştır. Aynı döneme ait Irak'ta bulunan çivi yazısı tabletlerde de peynirden söz edilmektedir. Peynir adının, Latincede caseus fermente anlamında kullanıldığı ve eski İngilizceye de ekşi sütten yapılmış anlamında chees olarak geçtiği kabul

edilmektedir. Farsçada panir olarak kullanılan tabirin dilimize peynir olarak aktarıldığı kabul görmektedir. Sütün önemli bir bileşeni olan süt şekerinin (laktoz) sütte bulunan bakterilerce kullanılarak süt asidinin (laktik asit) oluşması da sütte bulunan proteinlerden kazeinin pıhtılaşmasını sağlayabilmektedir. Peynir mayasına kıyasla daha yumuşak olan bu pıhtının da süzülmesiyle ortaya peynir yapısında bir kitlenin çıktığını biliyoruz.

Hangi yöntemle yapılırsa yapılsın ilk peynirlerin yumuşak yapıda, bugün bilinen Cottage veya ülkemizdeki çökelek benzeri olduğu öngörülebilir. Bu ve benzer peynirlerin daha iyi korunması için tuzlamanın başladığını görüyoruz. Avrupa kıtası peynirin çeşitlendiği ve günümüze gelen peynir çeşitleri için önemli bir merkeze dönmüştür. Asya kıtası ise genetik olarak laktozu tüketme güçlükleri (laktoz intolerans) nedeniyle süt mamullerine mesafeli duran toplumlardır. Güney ve Uzak Asya toplumlarında laktoz intolerans nüfusun %90'ına varmaktadır. Avrupa kıtasında peynir yapımı özellikle manastırlarda yaşayan rahipler için ilgi çekici bir meslek haline gelmiş; peynir yapımı için geliştirdikleri yöntemleri kendilerine saklayarak bir sır olarak tutmuşlar ve gittikleri yerlere de bu teknikleri taşımışlardır. Nüfusun az ve dağınık olmasının yanı sıra kapalı toplumların varlığı her yerde farklı özelliklerde olan geleneksel peynir çeşitlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bugün bile hala bilinen peynirlerden cheddar 1500'de, parmesan 1597 yılında, Gouda 1697'de ve Camambert'in 1791'de üretildiği bilinmektedir.

PEYNİRLERİN SAKLANMASI

Orta ve Kuzey Avrupa ülkelerinde üretilen peynirlerde asitlik ve tuzun daha az olduğu dikkat çekmektedir. Bunun nedeni serin ve soğuk iklim koşullarının peynirlerin saklanmasına yardımcı olmasıdır. Oysa güneye doğru gidildikçe Akdeniz, Kuzey Afrika ve Orta Doğu bölgesinde sıcak iklim koşulları peynirin daha yüksek asitli olmasını ve daha yüksek oranda tuz içermesini gerektirdiğinden salamura (tuzlu su) içinde saklanmasını zorunlu kılmıştır. Peynirlerin uzun süre saklanmasında, özellikle sert peynirlerin yapımında pıhtıya ısıl işlem uygulanması sonucunda suyun daha çok uzaklaştırılması ve kısmen mikrobiyolojik güvence ortaya çıkmıştır. Sert peynirlerde oluşan doğal kabul ayrıca yüzeye sürülen tuzla da daha güvenli muhafaza yöntemi haline gelmiştir.

Eski Avrupa'da peynirlerin saklanmasında topraktan yapılan fanus görünümlü (cheese bell) kapların kullanıldığını biliyoruz.

Bölgemizde ve Orta Doğu'nun birçok yerinde ise peynir saklama yöntemleri arasında küçükbaş hayvan derileri, toprak küpler kullanılmıştır. Tenekelerin kullanımı ise sonraki yıllarda olmuştur. Hollanda'da ise peynirlerin saklamasını kolaylaştırmak için mumsu maddelerle kaplanmasını görmekteyiz. 1900'lü yılların başında ise soğutuculu dolapların evlerde kullanılmaya başlamasının, peynirlerin güvenle saklanması için önemli katkıları olmuştur.

PEYNİRDE İLK STARTER KÜLTÜR KULLANIMI

Peynir yapım tekniğinde geçmişten gelen uygulamalardan biri de ilk starter kültür kullanımı olarak ortaya çıkmaktadır. İlk peynirlerin çiğ sütten yapılmasıyla birlikte elde edilen peynirlerin sütün içerdiği bakteri, maya ve küflerin tür ve miktarına bağlı olarak her partinin farklı tat ve yapıda olduğunu bugün de biliyoruz. Hatta ısıl işlem uygulanan peynirlerde de benzer sonuçlar alıyoruz. Avrupa'da yapılan peynirlerde sütün pıhtılaşması sonrasında preslemede ayrılan peynir altı suyunun bir sonraki peynir yapımında süte bir miktar ilave edilerek yapıldığında elde edilen peynirlerin daha iyi olduğu anlaşılmıştır. Bu bir anlamda ilk starter kültür uygulamaları olarak görülebilir.

PEYNİR ENDÜSTRİSİ VE GELİŞİMİ

Peynir imalatında genellikle inek sütü kullanılmaktadır. İstatistiklerde belirtilen üretim değerlerinde de genellikle inek sütünden yapılan peynirlerden söz edilir. Koyun ve keçi sütlerinden yapılan peynirler ise Akdeniz ve Orta Doğu ülkelerinde yoğunlaşmaktadır. Özellikle küçükbaş hayvan sütlerinin toplamasındaki güçlükler nedeniyle bu sütlerden yapılan peynirler, fabrikalardan daha çok küçük yerel hatta gezici nitelikteki mandıralarda yapılmaktadır. Mandıra olarak tanımlanan süt işleme kapasitelerinin az ancak ustalık bilgileri ve deneyimin ön plana çıktığı bir teknikle uzun yıllar varlığını korudu. Avrupa'da bile geleneksel peynirler bugün modern ve yerleşik ancak küçük veya aile işletmeleri yapısındadır. Peynirin endüstriyel boyutlarda üretildiğine ait kayıtlarda ise 1815 yılında İsviçre ve 1851'de ABD'de üretildiği belirtilmektedir.

Ülkemizde de salamuralı peynir ve kaşar peynir üretimi uzun yıllar mandıralarda yapılmıştır. 1960'lı yıllarda Süt Endüstrisi Kurumu öncülüğünde kaşar peynir ve1900'lü yılların başında Kars'ta gravyer tipi peynir üretilmiştir., 1970'den sonra da İzmir ve Marmara Bölgesi'nde açılan modern fabrikalarda diğer Avrupa tipi sert peynirlerin üretilmeye başladığını görmekteyiz. Günümüzde ise çok sayıda süt fabrikasında peynir üretimi yapılmaktadır. İstatistikleri incelediğimizde, 2021 yılında dünyada üretilen inek sütü peynirlerinin 24 milyon ton civarında olduğunu, Türkiye'de ise yıllara göre değişmekle birlikte 750 bin ton civarında inek sütü peyniri olduğunu biliyoruz. 1.8 milyon tona yakın koyun ve keçi sütlerinin de önemli bir kısmı salamuralı peynir imalatında kullanılmaktadır.

Dünya peynir ticareti ise 37 milyar dolar seviyesindedir. Almanya, Hollanda, İtalya ve Fransa bu ticaretin en büyük ortaklarıdır. Ulusal Süt Konseyi raporlarına göre, Türkiye 51 milyon dolar değerinde 9 bin 438 ton peynir ithal edilirken, 203 milyon dolar tutarında 48 bin 567 ton peynir ihraç etmiştir. İthal edilen peynirlerde Avrupa tipi peynirler ön plana çıkarken, taze kaşar, labne ve eritme peynirler dikkati çekmektedir. İhracatta Orta Doğu ülkeleri büyük pay almakla birlikte çok sayıda ülkeye ulaşılmıştır. Gelişmiş ülke ortalamalarında kişi başına düşen peynir tüketimi miktarı ortalama 20 kg/yıldır. Ulusal Süt Konseyi raporlarında, Türkiye'de inek sütü peynirleri dışında üretilen peynirler de dikkate alındığında bu rakamın 19.7 kg/yıla ulaştığı tahmin edilmektedir.

PEYNİRDE YENİ EĞİLİMLER

Avrupa ve Amerika pazarında bilinen peynir çeşitlerinin hakimiyeti devam etmekte ancak gıda güvenliği ve ambalajlamadaki yeni uygulamalar ve süt teknolojisindeki gelişmelerin peynir teknolojisine uygulandığını görmekteyiz. Son 40 yılda özellikle ambalaj malzemeleri ve makinelerinde ortaya çıkan gelişmeler kısa sürede sektör tarafından kabul görmüş ve uygulanmıştır. Vakum ambalajlama ve farklı geçirgenliklere sahip malzemeler birçok ülkede kullanılır hale gelmiştir. Ancak son yıllarda doğada kısa sürede yok olabilen malzeme çalışmaları öne çıkmıştır.

Ultra filitrasyon teknolojisi de özellikle salamuralı peynirde yeni bir dönem açmıştır. 1980'li yılların başında Kuzey Avrupa'da kullanılmaya başlayan bu teknoloji, ülkemizde de süzme peynir adıyla satılan peynirlerin üretiminde yaygın olarak kullanılmaktadır.

Peynir üretiminde en önemli maliyet unsurlarından biri olgunlaşma süresi içinde oluşan maliyetlerdi.. Bu nedenle ilgili gıda mevzuatının da izin verdiği pastörize sütten yapılan peynirlerin olgunlaşmadan satışına izin vermesi sayesinde, kısa sürede satışa verilen taze peynir kategorisinin büyümesi olarak ortaya çıkmaktadır. Bu anlamda taze kaşar, dilimli tost peyniri, pizza peyniri, eritime peynirler , ,labne ve taze salamuralı peynirler raflarda büyük yer almaktadır. Peynir pazarında dikkati çeken diğer bir gelişme de ambalajlı ve küçük porsiyonlu ürünlerin varlığıdır.

Ülkemizde üretilen peynirlerin yaklaşık%60'ını beyaz peynir olarak tanımladığımız salamura peynirin oluşturduğu tahmin edilmektedir. Zaman içinde peynire işlenen süte uygulanan ısıl işlemde de bazı değişiklikler ortaya çıkmıştır. Mandıra tipi üretimlerde 63°C'de 30-60 dakika kadar açık kazanlarda ısıl işlem yerine, plakalı ısıtıcıların sektörde kullanılmasıyla birlikte 72-75°C'de 15-40 saniye işlem uygulanmaya başlanmıştır. Ancak son yıllarda taze beyaz peynirler için 85°C'ye varan uygulamalar la peynir altı suyu proteinlerinin de pıhtı içinde bırakılmasıyla randıman yükselmesi sağlanmaktadır.

Uzun yıllardan beri starter kültür varlığı ve yararları bilinmesine karşı özellikle beyaz peynir imalatında asitliği hızla yükseltmek için yoğurt ilavesi yapılarak üretim yapılmıştır. Türk tipi beyaz peynirde uygun starter kültür belirleme çalışmaları çok uzun yıllardır yapılmasına rağmen starter kültür üretimi, ülkemizde endüstrinin ihtiyacını karşılayacak düzeyde değildir ve ithalatla karşılanmaktadır. Bazı işletmelerde S.lactis, L.casei ve S.cremoris'in bazı

suşlarının kullanıldığını biliyoruz. Ancak olgunlaştırılmış beyaz peynirlerde hala her işletmede, yılın her ayında ve farkı ambalajlarında standart bir üretimin olmadığını da görüyoruz. Olgunlaşma süresince farklı aşamalarda etkili olan bakterilerin etkili olduğu açıktır. Her imalatçının farklı bir üretim tekniği ve kültür kullanması sonucunda standart bir peynir üretilemediğinden , tüketicinin özellikle ambalajsız peynir alımında tatmadan almama alışkanlığı sürmektedir.

PEYNİR ALTERNATİFLERİ

Son yıllarda artan bir ilgiyle soya, tahıllar ve badem gibi bazı ürünler esas alınarak özellikle vegan ve vejeteryen bireylere yönelik, ayrıca laktoz intolerans ve süt alerjisi olan kişileri de hedefleyen peynir alternatifleri olarak tanımlanan peynirleri görmekteyiz. Uzak Doğu, ABD ve Avrupa ülkelerinde hızla büyüyen bir pazar olmakla birlikte toplam peynir tüketimi içinde sınırlı olarak kalmaktadır. Peynir alternatiflerinin kompozisyonunda genellikle süt yağının,, kolesterolün , laktozun bulunmadığı ve süt yerine soya, tofu gibi Uzak Doğu'da çok kullanılan bitkisel proteinler içeren ürünlerle, bazı tahıl proteinleri ve badem başta olmak üzere yağlı tohumlarla kısmen de kazein ve kazeinatların kullanıldığı reçetelerin değişik bitkilerden elde edilen özleri veya bitki parçaları ya da baharatlarla ile çeşnilendirildiği görülmektedir. Sütle ilgili otoritelerin gerçek süt kullanılmadığı durumlarda bunun gerçek bir süt ürünü olamayacağı ve peynir olarak isimlendirilmesine karşı olmalarına rağmen birçoğu peyniri anımsatan isimlerle satılmaktadır. Bu tip ürünler kazein ve kazeinat içeren çeşitler veganlar tarafından kabul görmezken, süt proteini olan kazeine alerjisi olanlar, laktoz intolerans veya vejeteryan bireyler tarafından tercih edilmektedir.

Gıda mevzuatımızda olmamakla birlikte analog peynirler olarak tanımlanan, sütteki kıymetli bir bileşen olarak bulunan süt yağının alınarak yerine uygun bitkisel yağlar ilave edilerek yapılan peynirlerin gelecekte giderek kabul göreceği, özellikle de maliyette sağlanan avantajlar nedeniyle düşük gelirli ülkelerdeki insanları süt proteininden mahrum etmeyecek ulaşılabilir bir peynir çeşidi olarak kabul göreceği kanaatindeyim. Etikette belirtilmek kaydıyla bu tip ürünler de gelecek için pazarda yer alacaktır.

INNOFOOD PROJESİ NEDİR?

Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmekte olan, T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Rekabetçi Sektörler Programı kapsamında gerçekleştirilen INNOFOOD Projesi, gıda sektörünün bölgesel rekabet gücünün artırılmasına yönelik araştırma ve inovasyon tesislerinin geliştirilmesini kapsıyor. Türkiye'nin kalkınmada öncelikli bölgesi olarak tanımlanan ve Sinop-Hatay boylamının doğusunda yer alan 12 Düzey II bölgesinde başta olmak üzere, tüm Türkiye'de güçlü ve rekabetçi bir gıda ve içecek sektörünün oluşması hedeflenmekte.

INNOFOOD Projesi, gıda ve içecek sektöründe faaliyet gösteren KOBİ ve girişimleri desteklemek için; Ar-Ge, inovasyon, pilot işleme hatları ve test/analiz laboratuvarları kuran kapsamlı bir alt yapı yatırımı ve kapasite geliştirme projesidir. Projeyle gıda ve içecek sektöründeki KOBİ'lerin ürün kalitesini ve güvenliğini iyileştirmesi, Ar-Ge temelli ürün ve üretim teknolojisini geliştirmesi ve katma değerli ürünlerle ulusal/uluslararası rekabet gücünü artırması hedefleniyor.

PEYNİR SEKTÖRÜNE TÜGİP'İN KATKILARI NE OLABİLİR?

TÜBİTAK MAM Gebze Yerleşkesi'nde bulunan ve Türkiye Gıda İnovasyon Platformu - TÜGİP bünyesinde yer alan 9 farklı pilot işletme tesislerinden 2 tanesi doğrudan peynir sektörüne hizmet olanaklarına sahiptir. Ayrıca diğer ünitelerden de bazılarında bulunan kimi ekipmanlar da planlanacak çalışmalarda kullanılabilecektir. İleri analizlerin yapılmasına uygun laboratuvarlar ise ham madde ve son analizlerini yapabilecek kapasitededir. Bu tesislerde yapılacak çalışmaların laboratuvar boyutundan bir ileri aşama olan işletme boyutundaki üretimler için özellikle KOBİ düzeyinde olan ve sınırlı olanaklara sahip işletmeler için bulunmaz bir fırsat olduğu açıktır.

Pilot tesislerde mevcut starter kültür hazırlama ve peynir üretim tesisinde, peynirlerimiz için proses geliştirme, standardize etme, farklı starter kültürleri geliştirme ve olgunlaştırma süresince takibi yapılabilir. Ayrıca peynir üretimi sırasında ortaya çıkan peynir altı suyunu sanayide en önemli değerlendirme şekli toz ürün haline getirmektir. Ancak bu değerli yan üründen laktoz ve türevleri, amino asitler gibi yeni bazı endüstriyel ham maddelerin elde edilmesine dönük çalışmalar yapılması mümkündür. Geleneksel yöntemlerle yapılan peynirler gelişmiş ülkelerde büyük talep görmeye devam etmektedir. Bu nedenle Hollanda, Fransa, İtalya, Almanya gibi ülkelerde geleneksel yöntemlerle üretim yapan firmalar koruma altındadır. Türkiye'de de 400 civarında geleneksel peynir çeşidi olduğu ifade edilmekle birlikte, birkaç tanesi hariç ancak mahalli pazarlarda yer bulmaktadır. Bu peynirlerin standart bir üretim metoduna kavuşması ve tanıtımı için de bu platform önemli bir fırsattır.

Meyve suyu, meyve ve sebzeler için OTOMATİK ENZİMATİK ANALİZ

KÜRESEL PAZARDAKİ EĞİLİMLER

Meyve, sebze ve içecek endüstrisi, meyve suları, konsantrelerden yapılan meyve suları, meyve konsantresi suları, meyve püresi, konsantre püresi, nektar, enerji içecekleri, alkolsüz içecekler gibi çeşitli segmentleri içeren, farklı ihtiyaçlara sahip oldukça çeşitli bir pazardır. Codex'e göre meyve suyu, iyi durumda, uygun şekilde olgunlaşmış ve taze meyvelerin yenilebilir kısmından elde edilen fermente edilmemiş ancak fermente edilebilir sıvı veya hasattan sonra uygun prosedürlerle iyi durumda tutulan meyveler olarak anlaşılır.

Yaşam tarzlarındaki ve tüketici yeme alışkanlıklarındaki değişiklikler, insan sağlığı üzerinde olumsuz etkileri olabilecek ilave şekerler, yapay renklendiriciler, koruyucular veya kafein içermeyen sağlıklı ürünlerin tüketiminin artmasına neden olmuştur. Bu nedenle, meyve ve içecek endüstrisi, genel etiketleme düzenlemelerine uymak ve bileşimlerini, kalitelerini, güvenliklerini ve orijinalliklerini sağlamak için rutin kontroller ve doğrulamalardan geçen, koruyucu veya ilave şeker içermeyen meyve sularına yönelik küresel bir talep tarafından yönlendirilmektedir.

Bu endüstride ilgilenilen analitleri tanımlamanın yanı sıra resmi analiz yöntemlerini tanımlamak için de farklı standartlar vardır. Uluslararası Meyve, Sebze ve Meyve Suyu Birliği (IFU), özellikle bahçe ürünleri için analiz yöntemleri oluşturmayı ve standartlaştırmayı ana misyonu olarak üstlenmiştir. Analiz Yöntemleri Komisyonu bu amaçtan sorumludur ve IFU'da 'IFUMAS' olarak yayınlanan yöntemler Codex'te (CODEX STAN 247) resmi yöntemler olarak kabul edilmektedir.

HER İHTİYACA ÖZEL ANALİTİK ÇÖZÜMLER

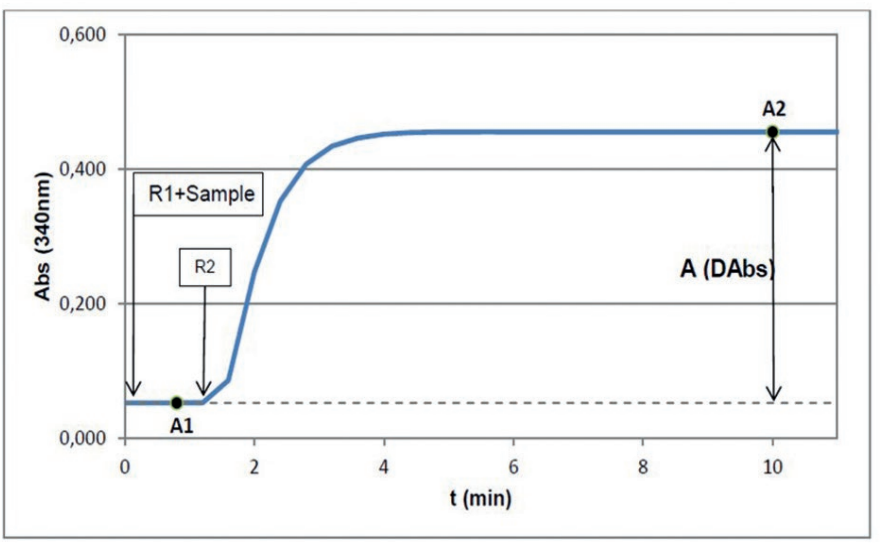
BioSystems olarak, insan hastalık teşhisleri, veteriner hastalık teşhisleri, tarımsal gıda analizi ve biyoproses izleme gibi çeşitli sektörlerde analitik çözümler geliştirme konusunda 40 yılı aşkın deneyime sahibiz. En büyük önceliğimiz, kullanıcı deneyimi aracılığıyla her müşterinin özel ihtiyaçlarını anlamak ve karşılamak, yenilik yapmak ve yeni

reaktiflerin ve cihazların geliştirilmesini kolaylaştırmaktır.

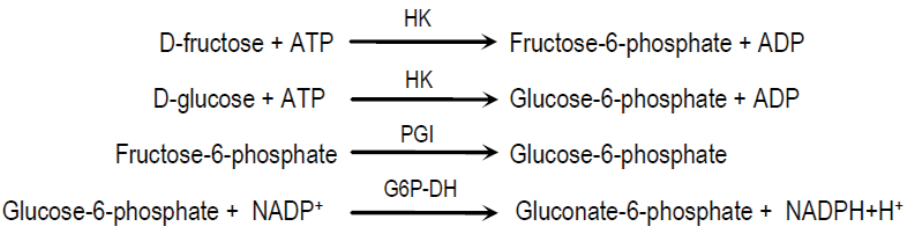
Dünya çapında 16 şirketten oluşan BioSystems, tüm bu çözümleri kullanıcılarla iş birliği içinde araştırıyor, tasarlıyor, geliştiriyor ve üretiyor, her zaman günlük laboratuvar operasyonlarını iyileştiren kaynaklar sunmak için iş birliği yapıyor. Otomatik analiz cihazlarının teknolojisi, öncelikli olarak biyokimyasal reaktifler kullanılarak farklı dalga boylarında çözeltideki bir türün absorbans okumalarını sağlayan fotometri kullanımına dayanmaktadır. Numunelerin konsantrasyonu, eksiksiz bir çözüm sağlamak için analiz kitlerinde bulunan kalibratörlere dayalı olarak yazılım tarafından otomatik olarak hesaplanır.

Analitik yöntem, hedef analiti, bir fotometrik algılama sistemi aracılığıyla ölçülebilen, belirli bir dalga boyunda ışığı emen bir ürüne dönüştüren oldukça spesifik enzimlere dayanır. Reaksiyon kinetiği, hedef analiti tüketen doyuma kadar devam eder. Enzimler, çözeltideki substratları tespit eden ve bunu, düşük konsantrasyonlarda bile ve genellikle müdahale olmaksızın ışığı emen moleküle dönüştüren katalitik proteinlerdir.

Reaktifler, diferansiyel çift reaktif modeline göre çalışır, burada önce numunenin ve birinci reaktifin absorbansı ölçülür, ardından doygunluk reaksiyonunu gerçekleştiren ikinci bir reaktif eklenir. İki absorbans arasındaki fark, bir kalibrasyon eğrisi veya çizgisi kullanılarak bir konsantrasyona dönüştürülen değerdir. Bu tür bir yöntem, özellikle meyve suları gibi renkli örneklerde, örneğin renginin oluşturabileceği paraziti önler.



Şekil 1. Bir Enzimatik Reaksiyon Örneğinin Kinetiği (Diferansiyel Bi-reaktif)



Şekil 2. Glikoz ve fruktozu ölçme yönteminin temeline örnek.

Kromatografi veya manuel yöntemler gibi diğer karmaşık sistemlerin yanı sıra, analizörler, gerektiğinde otomatik ön ve son dilüsyonlar dahil olmak üzere otomatik ve multiparametrik olarak çalışma (farklı analitleri aynı anda analiz etme) avantajına sahiptir, işleme maliyetlerini ve hataları en aza indirir, daha düşük reaktif tüketimiyle çalışır, kit performansını yüksek hassasiyetle en üst düzeye çıkarır ve karşılaştırılabilir sonuçlarda doğruluk sağlar. Kalibrasyonlar, reaktifin raf ömrü boyunca sabit kalır ve analiz sisteminin düzgün çalışmasını sağlayan bir kalite kontrol programı vardır.

Meyve ve sebze suyu sektörü için, hammaddelerin ve ürünün kalitesini ve organoleptik özelliklerini kontrol etmek, ürünü uygun şekilde etiketlemek, katkı maddelerini analiz etmek, ham maddelerin orijinalliğinden emin olmak ve hatta mikrobiyal fermantasyon yan ürünlerinin izlenmesi yoluyla ürünün mikrobiyolojik hijyeninin sağlanması için otomatik analizörümüzle birlikte onaylanmış enzimatik reaktiflerden oluşan bir sistemimiz vardır.

Son zamanlarda, enzimatik reaktiflerle birlikte biyokimyasal otomatik analizörlerin kullanımı konusunda endüstriye ve sektördeki laboratuvarlara tavsiyelerde bulunacak bir rehberin geliştirilmesine katıldık. Endüstri ve çeşitli laboratuvarlarla iş birliği içinde hazırlanan ve "Manuel IFU prosedürüne uygun olmalarını sağlamak için otomatik enzimatik yöntemlerin performansının değerlendirilmesi kılavuzu" başlıklı belge, tüm üyeler için Uluslararası Meyve ve Meyve Suyu Birliği'nin resmî web sitesinden indirilebilir.

Sektöre sunduğumuz çözümler, diğerlerinin yanı sıra şekerler, organik asitler veya etanol gibi çeşitli fizikokimyasal analitleri kapsamaktadır. En iyi sonuçları sağlamak için, yöntem karşılaştırmalarının yanı sıra dahili doğrulamalar da gerçekleştirdik. Ek olarak, sektörde oldukça tanınan yıllık bir laboratuvarlar arası programa (BIPEA) katılıyoruz.

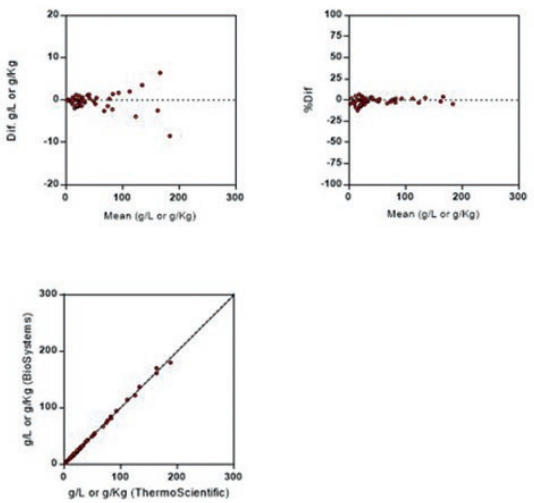
» ŞEKERLER

Sektörde ilgi gören başlıca şekerler glikoz, fruktoz ve sükrozdur. Bu şekerler meyvelerde doğal olarak bulunur ve teknolojik amaçlarla dışarıdan eklenebilir. Endüstride sıklıkla kalite kontrol, organoleptik özellikler, beslenme etiketlemesi ve hatta tağşişleri tespit etmek için analiz edilirler. Daha az bilinen ancak yine de ilgili karbonhidratlar olan laktoz, maltoz veya nişastanın analizi için başka reaktifler de sağlıyoruz. Ana şekerler, CODEX Stan247 ve IFU yöntemlerine (IFUMA 55, IFUMA 56) dayalı enzimatik yöntemlerdir (Şekil 2).

(Numunede bulunan D-fruktoz ve D-glikoz, spektrofotometri ile ölçülebilen, açıklanan reaksiyon yoluyla NADPH üretir. Bu reaktiflerin konfigürasyonu, PGI enzimi eklendiğinde D-glikoz / D-fruktozun veya eklenmediğinde tek başına D-glikozun belirlenmesine izin verir.)

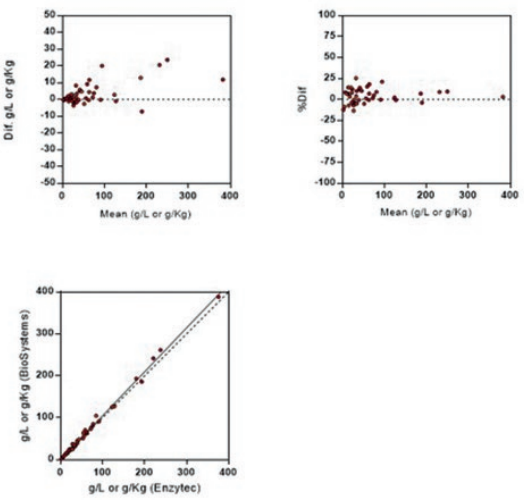
Glikoz ve fruktoz için referans yönteme göre yöntem karşılaştırmaları, şekerlere örnek olarak aşağıda gösterilmiştir (Şekil 3 ve 4).

Absolute diff.	Relative diff. (%)	a	b	r^2
-0,3 (-1,0/0,3)	-1,3 (-2,5/-0,1)	-0,1 (-1,1/0,8)	0,996 (0,982/1,010)	0,998



Şekil 3. Yöntemlerin karşılaştırması, D-Glikoz (45 örnek)

Absolute diff.	Relative diff. (%)	a	b	r^2
3,4 (1,4/5,4)	4,2 (1,5/6.9)	0,4 (-1,9/2,6)	1,047 (1,024/1,070)	0,995



Şekil 4. Yöntemlerin karşılaştırması, D-Fruktoz (43 örnek)

Yöntemler arasındaki korelasyonlar her durumda tutarlı bir şekilde 1'e yakındı ve ölçümün bu sisteme uygunluğunu gösterdi.

» ORGANİK ASİTLER VE ETANOL

Endüstri, askorbik asit, sitrik asit, D-izositrik asit, malik asit ve glutamik asit gibi çeşitli ilgili organik asitleri içerir. Bu farklı asitlerin konsantrasyonu, meyveye bağlı olarak değişir ve bu benzersiz profil, tağşişlerin, organoleptik özelliklerin, vitamin etiketlemesinin vb. değerlendirilmesi için gereklidir.

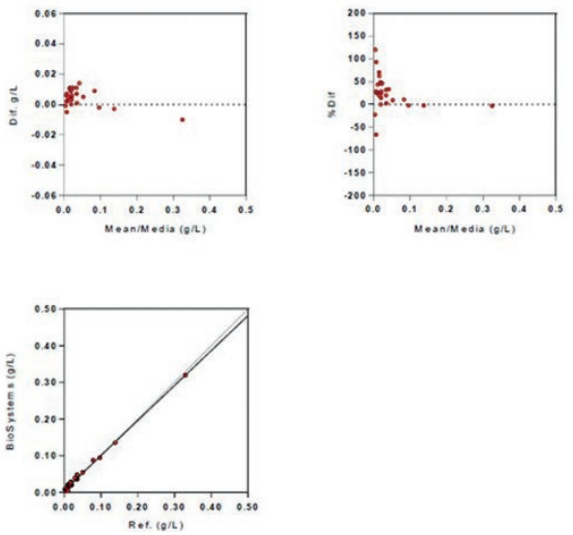
Sektör matrislerinde (meyveler, sebzeler, konsantreler, püreler, meyve suları vb.) farklı organik asitleri doğruladık ve sonuçlar referans yöntemle karşılaştırıldığında oldukça tatmin edici oldu. Referans yöntemler ayrıca CODEX 247'de ve IFU'da (IFUMA 21, IFUMA 22, IFUMA 54, IFUMA 76) bulunabilir.

Son zamanlarda, geleneksel olarak HPLC ile analiz edilen askorbik asit, enzimatik bir yöntem kullanılarak 17c koduyla resmi IFU yöntemlerine dahil edilmiştir.

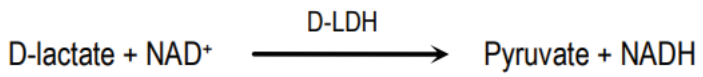
Bakteriyel kontaminasyonu ölçmek için, mantar kontaminasyonunun bir göstergesi olarak D- ve L-laktik asitlerin, asetik asidin ve / veya etanolün analizi kullanılır. KODEKS 247'de de resmi olan bu yöntemler, IFUMA 53, FIDUMA 66 ve FIDUMA 52 enzimatik yöntemlerine karşılık gelir (Şekil 5).

Numunedeki D-laktik asit, aşağıda açıklanan reaksiyon yoluyla, NADH üretir; Spektrofotometri ile ölçülebilir.

Absolute diff.	Relative diff (%)	a	b	r^2
0,004 (0,002/0,007)	26,3 (12,1/40,6)	0,006 (0,004/0,008)	0,953 (0,924/0,982)	0,995



Şekil 6. Yöntemlerin karşılaştırması, D-laktik (27 örnek)



Şekil 5. D-laktik asit ölçümü için enzimatik yöntemin arka planı

Daha sonra, referans yönteme karşı D-laktik asit için yöntem karşılaştırması, organik asitlerin bir örneği olarak gösterilmektedir (Şekil 6).

SONUÇ

BioSystems tarafından sağlanan sistem, resmi yöntemlerle desteklenen, diğer yöntemlerle karşılaştırılabilir yüksek doğruluk ve sonuçlara sahip, hızlı, verimli, doğrulanmış bir sistemdir. Geliştirmeler, performansın iyileştirilmesinde kilit rol oynayan ve kullanıcı deneyimlerini geliştirmeye yardımcı olacak daha kapsamlı analitik çözümler sunmak için çalışmaya devam ettiğimiz müşteriler tarafından test edilmiş ve test edilmeye devam etmektedir.

BioSystems

BIOSYSTEMS, S.A.
C/ Costa Brava, núm. 30
08030 BARCELONA
Tlf.: 933 110 000
www.biosystems.es

F İstanbul gıda sektöründen 15 bin profesyoneli ağırlayacak

İlki geçtiğimiz yıl yapılan F İstanbul Gıda İhracat Fuarı'nın ikincisi, 12-14 Temmuz 2023 tarihleri arasında İstanbul Fuar Merkezi Yeşilköy'de gerçekleştirilecek. Gıda sektöründeki son iş fırsatlarını, sektörün önde gelen firmalarını ve iş insanlarını bir araya getirmeye hazırlanan fuar, gıda sektöründeki en son trendlerin sergilendiği, yeni ürünlerin tanıtıldığı ve iş birliği olanaklarının keşfedildiği zengin bir deneyim sunmayı hedefliyor.

Türkiye'de fuarcılık sektörünün deneyimli kuruluşlarından So Fuar Grubu tarafından organize edilen F İstanbul Fuarı, İstanbul Fuar Merkezi Yeşilköy'de 12-14 Temmuz 2023 tarihleri arasında gerçekleştirilecek. F İstanbul, gıda sektöründe yenilikçilik, sürdürülebilirlik ve büyüme konularını vurgulayan geniş bir etkinlik programına sahip. Katılımcılar, dijitalleşme, teknolojik yenilikler, lojistik çözümleri ve e-ticaret gibi sektörün geleceğini şekillendiren konuları 3 gün boyunca keşfetme imkanına sahip olacaklar. Ayrıca fuar süresince düzenlenecek olan seminerler, paneller ve iş görüşmeleri katılımcılara sektör liderleriyle doğrudan etkileşim ve bilgi paylaşımı imkânı sunacak.

GIDA SANAYİNİN TÜM PAYDAŞLARI AYNI ÇATI ALTINDA

İşlenmiş gıda, içecek, şekerleme, gıda katkı maddeleri, gıda işleme ve ambalaj endüstrisi dahil gıda sanayinin tüm paydaşlarının katılımıyla gerçekleşecek olan F İstanbul'da firmalar, üretim konularına göre farklı salonlarda katılımla ürünlerini sergileyecek. F İstanbul; Gıda ve İçecek Fuarı, Gıda, Ambalaj, Katkı Maddeleri ve Teknolojileri Fuarı, Market ve Mağaza Ekipmanları Fuarı, Kuru & Sert Kabuklu Meyve, Atıştırmalık Fuarı ve Bisküvi, Çikolata, Şekerleme Özel Bölümü kapsamında alanında tüm sektörleri tek çatı altında bir araya getirerek, gıda ticareti açısından katılımcı firmalara yeni pazar imkanları sunmaya odaklanacak.

15 BİN ZİYARETÇİ BEKLENİYOR

Türkiye'nin klasik ihracat pazarları olan Avrupa, BDT, Kuzey Afrika ve Orta Doğu'nun yanı sıra uzak ülkeler stratejisi çerçevesinde bu yıl Güney Asya ve Güney Amerika pazarlarını hedef alan fuar, sektör devlerini profesyonel alıcılarla buluşturacak. 96'dan fazla ülkeden toplam 15 bin profesyonel ziyaretçi beklenen fuar; gıda sanayisinde faaliyet gösteren 1000'den fazla markaya "müşteri eşleştirme programları" ile yeni ticari bağlantılar kurma fırsatı sunacak. Ayrıca 6 ve 7. hollerde yer alan teknoloji firmaları gıda üretiminin son trendlerini 3 gün boyunca ziyaretçilere tanıtacak.

"GIDA SEKTÖRÜ GELECEK VADEDİYOR"

So Fuar Grubu Kurucusu Özgür Sofuoğlu, "Gıda sektörü, uluslararası alanda ülkemizin geliştiği, markalaştığı ve rekabet gücünü artırdığı bir sektör olarak gelecek vadediyor. Geçen yıl F İstanbul Fuarı 96 ülkeden 5 bin 586 profesyonel ziyaretçi ağırladı. F İstanbul'un en önemli özelliklerinden birisi de Türkiye'nin ihracatına katkı sağlamak isteyen tüm firmalara eşit mesafede olmasıdır. Katılımcı firmalarımızı, önceden ayrıntılı firma bilgilerini ve hedeflerini bizlere kayıt yaptırarak bildiren yurtdışından gelecek satın almacılarla bir araya getirerek ikili iş birlikleri sağlayacakları özel alanlar oluşturacağız. Fuar, sürekli yeni ticari bağlantılar kurmaya hizmet edecek; üretici, ihracatçı, ithalatçı, toptancı, dağıtıcı, e-ticaret siteleri ve zincir marketleri buluşturarak bu yıl da gıda sektörünün tüm paydaşlarının katılımına açık olacak" ifadelerini kullandı.

Anıl Altınküplü

ISS Hazır Yemek sanayi sektöründe büyüyecek

Tesis yönetimi hizmetleri sektörünün güçlü aktörlerinden ISS Türkiye'nin çatısı altında faaliyet gösteren ISS Hazır Yemek, müşterilerine özel konseptlerle üst düzey standartta yemek hizmet sunuyor. Hazır yemek kategorisinde toplumsal sorumluluk bilinciyle hareket ettiklerini belirten ISS Türkiye CCO'su (Chief Commercial Officer) Anıl Altınküplü, "Ülkemizde 6 bin 500 adet irili ufaklı sanayi kuruluşu var, hedefimiz burada büyüme göstermek" diyor.

Anıl Bey merhaba. Öncelikle sizi kısaca tanıyabilir miyiz?

Bilgi Üniversitesi İşletme Bölümü mezunuyum. Profesyonel iş hayatına Net Holding'e bağlı grup şirketinde başladım. 2008 yılında ise ISS Türkiye'de satış & pazarlama departmanında asistan olarak görev aldım. Uzman olarak terfi ettikten sonra şirketimizin tüm global fırsatlarındaki satış süreçlerinde ve ülkemizdeki uyarlamalarında aktif olarak rol aldım. Satış pazarlama direktör yardımcısı ve ticari ilişkiler direktörü görevlerinde ise ekiplerimizle birlikte şirketimizin büyüme hedeflerine önemli katkılar sağlayabildik. 15 yıllık bu serüvende pandemi yılı hariç %16 ile %33 arasında değişen organik büyüme oranlarıyla şirketin bugünkü büyüklüğe ulaşmasında önemli bir rol oynadık. Ocak 2023'te ise ISS Türkiye CCO'su olarak atandım.

"45 BİNDEN FAZLA ÇALIŞANIMIZLA HİZMET VERİYORUZ"

ISS'in global pazarda ve Türkiye'deki konumundan bahsederek, ISS Hazır Yemek'in kuruluşundan bugüne gelişimi ve günümüzdeki faaliyetleri hakkında bilgi verir misiniz?

ISS, kuruluşu itibariyle dönemin ihtiyacına uygun güvenlik hizmetleri sunmak üzere 1901 yılında Danimarka'da kuruldu. Değişen ve dönüşen ihtiyaçlara karşın yemek, temizlik, haşere kontrol, bitki bakım, teknik bakım, bina yönetimi alanlarında tesis yönetimi hizmetleriyle bugün 30'dan fazla ülkede 40 bini aşkın kurumsal müşteriye hizmet veren küresel bir şirket. 400 bine yakın çalışanıyla her segmentte kurumsal şirketlerin ihtiyaçlarına çözüm sunuyor.

ISS Türkiye ise, ISS A/S tarafından 2005 yılında tesis yönetiminin çeşitli alanlarında hizmet veren Türkiye'nin en güçlü şirketlerinin satın alınıp aynı çatı altında toplanmasıyla kuruldu. ISS Türkiye 45 binden fazla çalışanıyla 4 binden fazla müşteriye, 5 bin noktada hizmet veriyor. ISS ülkeleri arasındaki konumumuzdan bahsedecek olursak, istihdam ettiği çalışan sayısı bazında tüm ülkeler arasında her zaman ilk 3 ülke arasında yer almıştır.

ISS Türkiye olarak tesis yönetim hizmetlerinin her alanında olduğu gibi hazır yemek kolumuzda da toplumsal sorumluluk bilinciyle hareket ediyoruz. Amacımız, müşteri segmentimize özel konseptlerle üst düzey standartta yemek hizmet sağlamak. 2022 yılının Şubat ayında tüm ülkelerde uygulanacak "Gıda Sürdürülebilirlik" programı halka açık şekilde duyuruldu. Bu program içinde gıda atıklarının %50 azaltılması, tek kullanımlık plastik ürünlerin kullanımının azaltılması ve yemek üretimindeki enerji israfının önüne geçilmesi gibi iddialı hedeflerimiz bulunuyor. Özellikle enerji giderlerinin azaltılması noktasında IoT çözümlerimizle diğer ülkelerin de faydalanabileceği örnek projelere imza atmış durumdayız.

ISS Hazır Yemek olarak bugün hangi sektörlerde, kaç kurum ve kuruluşa hizmet veriyorsunuz?

Endüstri, özel hastaneler, şehir hastaneleri, dikey binalar, finans kuruluşları, eğitim kurumları gibi pek çok sektörde uzun vadeli kontratlarla hizmetlerimiz devam ediyor. ISS olarak 150'ye yakın endüstri markası öncelikli olmak üzere; 110 AVM, 12 banka, dikey binalar, 120 özel hastane ve 11 şehir hastanesinde aktif olarak hizmet veriyoruz.

"YEREL TEDARİKÇİLERLE İŞ BİRLİĞİ HALİNDEYİZ"

Yenilikçi ve yaratıcı menülerinizin ve hizmet anlayışınızın merkezinde sağlıklı ve besin değerleri açısından dengeli beslenme düzeni olduğunu belirtiyorsunuz. Bunu biraz açabilir misiniz?

Türkiye'de alanında en büyük ve kaliteli üretim yapan firmalarla çalışıyoruz. Bunun yanı sıra tedarikçilerimizi periyodik olarak gıda mühendisleriyle denetliyoruz. Temel ham maddelerin mikrobiyolojik ve kimyasal analizlerini düzenli olarak yaptırarak, ürün kalitesini kontrol altında tutuyoruz. Yerel işletmeler için denetim, tedarikçi

problem bildirimlerinin yapılması ve gerekli aksiyonların alınmasıyla toplantı faaliyetleriyle gelişim sağlıyoruz. İnsan sağlığına doğrudan etkisi ve risklerin büyüklüğü nedeniyle müşteri sağlığı ve güvenliği, hazır yemek hizmetlerimiz açısından büyük önem teşkil etmektedir. Ayrıca catering faaliyetlerinde yerel tedarikçilerle çalışma konusundaki politikalarımız öne çıkıyor.

> "Tarladan çatala hizmet anlayışında zincirin ilk halkası tedarikçileri çalışmaya başlamadan önce ve dönemsel olarak denetlemeyi, gıda güvenliği, kalite ve müşteri beklentilerini sağlamayı hedeflerimizin her zaman ilk sıralarında tutuyoruz. Bu amaçla yürüttüğümüz tüm tedarikçi denetim faaliyetlerini, mutfak ham madde kabul kontrolleriyle de destekliyoruz. Türkiye'de alanında en büyük ve kaliteli üretim yapan firmalarla çalışıyoruz. Bunun yanı sıra tedarikçilerimizi periyodik olarak gıda mühendisleriyle denetliyoruz."

"SEKTÖRÜMÜZDE KENDİ MİKROBİYOLOJİ LABORATUVARINI KURAN İLK KURULUŞUZ"

ISS Hazır Yemek Mikrobiyoloji Laboratuvarı, catering sektöründe hizmet veren ve kendi bünyesinde kurduğu ilk mikrobiyoloji laboratuvarı olma özelliğine sahip. Laboratuvarınızı tanıtarak, çalışmalarınıza katkısı ve denetimleriniz hakkında bilgi paylaşabilir misiniz?

ISS Catering Mikrobiyoloji Laboratuvarı, Türk Standartları Enstitüsü tarafından ISO 17025 yeterlilik belgesine sahip ve numune kabulden raporlamaya kadar uzanan tüm süreçlerde tarafsızlık ve güvenilirlik ilkesi doğrultusunda çalışmalarını yapıyor. Analizler ise tüm projelerde eksiksiz olarak su güvenliği ve salata izleme olarak gerçekleştiriliyor. Bunu yanı sıra soğuk ve sıcak yemekler, ham maddeler ve dış denetim analizleriyle de ISS Catering'in en önemli aygıtlarından oluyor. Ayrıca bu merkez, catering sektöründe hizmet veren bir firmanın kendi bünyesinde kurduğu ilk mikrobiyoloji laboratuvarı olma özelliğini de taşıyor.

Firma olarak orta ve uzun vadede ajandanızda yer alan projeleriniz ve hedefleriniz hakkında bilgi verebilir misiniz?.

ISS olarak her gün yüz binlerce insana dokunuyor ve global anlamda günlük olarak yaklaşık 1 milyon kişiye yemek servis ediyoruz. Hedefimiz unutulmaz yemek deneyimleri yaratırken, hizmet kalitemizi her geçen gün artırmak.

Sektör olarak ise belirttiğim gibi endüstri ve üretim tesisleri büyüme önceliğimiz. Endüstri segmentindeki tesis yönetim toplam potansiyelinin %60'ını ciro olarak hazır yemek oluşturuyor. 6 bin 500 irili ufaklı sanayi kuruluşu var, hedefimiz burada büyüme göstermek. Ayrıca bu yılın sonu itibariyle toplam 50 bin çalışana ulaşma hedefimiz var. 2025 itibariyle bu sayıyı 60 bine taşıyacağımıza inanıyoruz.

SAĞLIKLI YEMEK ÇALIŞANLARI MUTLU EDİYOR

Uzun yıllar boyunca elde ettikleri deneyime dayanarak sağlıklı, taze ve lezzetli yemekler sunmanın çalışanlarda memnuniyet yaratarak verimliliği artırdığını vurgulayan Anıl Altınküplü, "Türkiye'de ve dünyada gıda konusunda yayınlanan yasal mevzuatları, faaliyet alanımızla ilgili her türlü yeniliği ve teknolojiyi izleyip sürekli gelişim göstererek, bu yeni uygulamaların şirket genelinde yaygınlaştırılmasını da gerçekleştiriyoruz. Aynı zamanda bu uygulamaların tesisteki işleyişini kontrol edip takibini yapıyoruz" diye konuştu.

DOMATES PAKETLEME TESİSLERİNİ NASIL DAHA REKABETÇİ KILIYOR?

TOMRA Food'un geliştirdiği en yeni teknolojiler, domates işleyicilerine verimliliği artırma, gıda israfını azaltma, ürün kalitesini iyileştirme, talep edilen ürün özelliklerini karşılama, paketlemeyi en üst seviyeye çıkarma, manüel iş istihdamına dayalı sorunları azaltma ve kârlılığı artırma gücü veriyor.

Domatese yönelik küresel talep artarken, paketleme hatlarına getirdiği baskılar da zorlaşıyor. Kısa hasat mevsiminde yüksek kalite standartlarının korunması gerekirken giderek artan hacimlerdeki domatesleri ayırma, boylama ve paketleme ihtiyacı önem kazanıyor. Öte yandan tüketicilerin domates çeşitlerinde küçük cherry domatesler gibi daha fazla seçeneğe doğru artan talebi, mahsulün ayrılmasını ve boylamasını da zorlaştırıyor. Ayrıca işleyicilerin iş hacmini artırmaya çabalarken eş zamanlı olarak gıda güvenliğini ve ürün kalitesini de korumaları veya geliştirmeleri gerekiyor.

Sezonda yoğun olarak çalışan paketleyiciler, müşterilerin talep ettiği ürün özelliklerini hassasiyetle karşılamak zorunda kalıyor: gereğinden az teslimat iş kaybına neden olabiliyor, gereğinden fazla dağıtım kârlılığı düşürebiliyor. Maliyet etkinliğini optimize etmek ve büyük perakendecilerin tedarikçilerinden beklediği sürdürülebilirlik taahhüdünü sunabilmek üzere gıda israfının da en aza indirilmesi gerekiyor. Bütün bunların, nitelikli iş gücü istihdamının zor olduğu durumlarda bile başarılması önem taşıyor.

Tüm bunların yanı sıra domatesin artan popülaritesi, yılda yaklaşık 190 milyar tonluk küresel üretimle sonuçlanıyor. Bu ürünler, yaklaşık beş milyon hektarlık bir alanı kaplıyor ki bu da dünyadaki 192 ülkenin 153'ünden daha büyük bir toplam yüzölçümü anlamına geliyor. Pazar araştırmacıları, önümüzdeki beş yılda taze ve işlenmiş domateslerin küresel satışının yıllık yaklaşık %4-6'lık bir bileşik büyüme oranıyla artmaya devam edeceğini ön görüyorlar.

ZORLUKLARI AŞMAK ARTIK İMKÂNSIZ DEĞİL

Gıda alanında birçok kullanım şekliyle sunulan domateslerin ayıklanması, boylaması ve paketlenmesi gibi temel işleme görevleri çok daha karmaşık hale geldi. Yeni domates çeşitlerinin sunulması, meyvenin rengi, boyutu ve şekli açısından çok daha geniş bir yelpazede farklılıklar getirdi. Perakendeciler ve tüketicilerin kalite beklentileri, daha önce ulaşılamayan seviyelere yükseldi. Dünyanın dört bir yanına ihracat yapmak, uzun raf ömrünü ve bunu tahmin etme becerisini gerektirdi. Tüm bunlara rağmen iki önemli kalite ölçütü olan sertlik ve şeker içeriği, insan gözü veya kameralar ile saptanamayabiliyor ve mahsul, herhangi bir aşamada yeterince dikkatli işlenmezse, kalite kaybı görülebiliyor.

Bu zorluklarla başa çıkmak imkânsız gibi görünse de günümüzün en son teknolojileri, domates işleyicilerine verimliliği artırma, gıda israfını azaltma, ürün kalitesini iyileştirme, talep edilen ürün özelliklerini karşılama, paketlemeyi en üst seviyeye çıkarma, manüel iş istihdamına dayalı sorunları azaltma ve kârlılığı artırma gücü veriyor.

TOMRA Food, uzun yıllardır gıda endüstrisi için optik ayırma ve boylama teknolojilerindeki standartları belirliyor. Son beş yılda TOMRA, Yeni Zelanda merkezli iki yenilikçi şirket olan BBC Technologies ve Compac'ı da bünyesine katarak ürün yelpazesini genişletti. Böylece artık entegre hasattan paketleme çözümlerine kadar

lider tedarikçi konumunu güçlendirdi. Bu donanımlar, meyvenin hatta beslenmesinden diğer uçta paketlenmesine kadar her aşamada domatesler için de uygun olan çözümler sunuyor. Bu çözümler, modüler ve ölçeklenebilir olduğundan, her büyüklükteki işletmeye uyarlanabiliyor. TOMRA'nın kontrol yazılımı sayesinde, rakipsiz bir kolaylık ve hızla bir domates çeşidinden diğerine geçiş yapılabiliyor. (Küçük salkım domatesler bir istisnadır, manuel olarak ayrılması gerekir.)

HASAT SONRASINDAN PAKETLEMEYE ENTEGRE ÇÖZÜMLER

Büyük domatesler için TOMRA'nın yenilikçi, sektör lideri çözümleri arasında TOMRA 5S Advanced ayıklama ve boylama platformu, Spectrim ayıklama ve boylama görüntüleme teknolojisi ile UltraView inceleme modülü veya Inspectra² şeker ölçüm sistemi yer alıyor. Küçük, iştah açıcı domatesler için TOMRA, MIRA360 ve InVision2 boylama sistemine sahip Küçük Meyve Boylama (SFS) makinesi olmak üzere iki ayıklama makinesi sunuyor. Ayrıca TOMRA, farklı boyuttaki domatesler için çok çeşitli otomatik tartma ve doldurma çözümleri sunuyor.

Tüm bu ayırma ve boylama teknolojileri, her bir hattın ihtiyacına göre kalibre ediliyor. TOMRA mühendisleri, işleme ve paketleme tesisleriyle uzun yıllara dayanan çalışma deneyimleri sayesinde, müşterilerin operasyonel zorlukları ve bunların nasıl çözüleceği konusunda derin bir deneyime sahip. Bu anlamda TOMRA, yerel olarak hizmet ve destek sağlamak üzere birinci sınıf teknik uzmanlığını rakipsiz bir küresel erişimle birleştiriyor.

2021'de piyasaya sürülen TOMRA 5S Advanced boylama hattı, büyük domatesleri (minimum çapı 40 mm ve maksimum çapı 120 mm olan) ağırlık, boyut, şekil, yoğunluk, renk, kusurlar ve yumuşaklığa göre ayırmak ve boylamak için kullanılıyor. Bu makine, Compac'ın Çok Hatlı boylama ünitesi sınıfında lider performansını temel alıyor ancak baştan sona yeniden tasarlandı. Ekipman gerektirmeyen temizlik ve sanitasyon, %100 paslanmaz çelik ve gıda ile güvenli polimer temas alanları sayesinde gerçekten hijyenik çalışma için tasarlanmış tek platform olma özelliğini taşıyor. Adından da anlaşılacağı gibi TOMRA 5S Advanced, meyve ayıklama için en gelişmiş platform olarak ön plana çıkıyor. Makinenin gelişmiş yazılım özellikleri ve veri platformu TOMRA Insight'a bağlanabilirliği, rakipsiz verimlilikleri mümkün kılıyor.

TOMRA 5S Advanced'in yazılım özellikleri, hat genelinde optimizasyon ve verimlilik sağlıyor. Element karıştırma, tam paketleme optimizasyonu, verimlilik kontrolü, her hattı doldururken kapasiteyi optimize eden ve diğer sistemlere göre hat başına %10-15'e kadar daha fazla meyveye işlenmesini sağlayan Dinamik Hat Dengeleme programlarını içeriyor. Bu özellikler, ayırma makinesinin sezgisel grafik kullanıcı arayüzü aracılığıyla kolayca kontrol edilebiliyor.

Cherry domatesler gibi daha küçük meyve boylarını işlemek için MIRA360 ve SFS, ürünleri yumuşaklık dahil olmak üzere renk ve kusurlar için boyuta ve sınıflarına göre birden çok akışa ayırabiliyor. Büyük domatesler için Spectrim önce yüzeydeki kusurlara göre ayırıyor, ardından kabuk lekeleri, böcek hasarı, şekilsiz meyve, morarma, aşınma ve yumuşaklık gibi küçük ve büyük kusurlara göre sınıflandırıyor. Ayırma parametreleri, farklı kusur seviyelerine göre derecelendirilecek şekilde yapılandırılabiliyor. Böylece ürün kalitelerini farklı pazarlarla eşleştirirken tam kontrol sağlanıyor.

UltraView inceleme modülü, "yüzeyi görme" gücünü bir sonraki seviyeye taşıyarak Spectrim görüntüleme sistemi ile entegre oluyor. Meyveye ideal bir şekilde yakın ve hareket yönüne paralel olarak yerleştirilmiş özel bir yüksek çözünürlüklü çoklu spektral (renkli ve kızılötesi) kamera ve LED ışıklar sayesinde

dünyanın en güçlü taze ürün boylama platformu oluyor.

Öte yandan ne yazık ki meyvenin kabuğu, tüm hikayesini anlatmıyor. Şeker içeriği ve sertlikten bahsederken de belirttiğimiz gibi, içeriğinde bazı önemli kalite özellikleri gizli bulunuyor. Bu nedenle TOMRA, iç kusurların ayrılması için non-invaziv bir çözüm olan Inspectra²'yi sunuyor. Bu platformun yakın kızılötesi spektrometresi, şeker içeriğini, çekirdek çürümesini, kuru maddeyi ve sertliği algılayabiliyor. Bu algılama özellikleri, kusurlu domateslerin iyi bir kutuya girmesini engelliyor ve meyve kaybını azaltıyor. Hattın sonuna yaklaşan domatesler, TOMRA'nın dolum ve paketleme makinelerinde hassas bir şekilde işleniyor. Bu otomatik çözümler, farklı pazarlar için farklı sınıflandırmadaki meyveleri aynı anda paketleyebiliyor. 2, 8, 12 ve 16 dolum istasyonuyla sunulan CURO dolum sistemi, çok çeşitli paketleme seçenekleri arasında kolayca geçiş yapma esnekliği ile hassas ağırlıklarda tutarlı ve yüksek hızda dolum sağlıyor.

Paket hattının bir ucundan diğerine tüm bu bileşenler, entegre bir çözüm oluşturmak için birbirine bağlanıyor. Bulut tabanlı, abonelik hizmetiyle sunulan TOMRA Insight ile bağlanabilirlik, ayıklama makinelerini işleme ve paketleme operasyonlarının dijital kalbi haline getiriyor. Makine operatörleri, hat verimliliklerini hızla iyileştirmek için TOMRA Insight'tan edindikleri gerçek zamanlı verilere anında ve kolayca ulaşabiliyor. TOMRA mühendisleri, hatta ve hammadde tedarikinde verimliliğin daha da iyileşmesini sağlayan geçmiş verileri analiz etmek için müşterilerle yakın iş birliği içinde çalışıyor. Bu, TOMRA Insight'ın kutudan pakete izlenebilirlik için bir yol açtığı ve daha iyi, veriye dayalı kararlar alarak verimliliği artırmak için paketleme tesislerini güçlendirdiği anlamına geliyor.

Bu veriler, yalnızca anlık değer katmıyor aynı zamanda önümüzdeki 10 yıl veya daha uzun süre boyunca endüstrinin gelişen ihtiyaçlarını karşılayarak işleme ve paketleme tesislerini geleceğe hazırlıyor. Tüm bu teknolojik çözümler, hızla değişen endüstrideki işletmelerin rekabetçi ve kârlı kalmalarını sağlıyor.

Gıda Endüstrisinde 360° ÇÖZÜMLER

Sabahnur DEMİRCİ
Genel Müdür
Mérieux NutriSciences Türkiye

SABAHNUR DEMİRCİ KİMDİR?

1995 yılında ODTÜ Gıda Mühendisliği Bölümü'nden mezun olan Sabahnur Demirci, 1995-1996 yılları arasında Ascosu Doğal Kaynak Suyu Tesisleri'nde kalite mühendisi olarak iş hayatına başladı. 1996-2014 yıllarında Doğadan'da farklı pozisyonlarda ve en son Tedarik Zinciri ve Kurumsal Strateji Geliştirme Direktörü olarak görev yaptı. 2014-2015 yılları arasında Tte Coca Cola Company'de Regional Audit Operations Manager, 2015-2016 yıllarında Yörsan'da Chief Technical Officer pozisyonlarında çalışan Demirci, 2017'den itibaren de Mérieux NutriSciences Türkiye'nin Genel Müdürlüğü'nü yapıyor.

GÜVENİLİR BİR İŞ ORTAĞI

Mérieux NutriSciences olarak gıda endüstrisinin ihtiyaçlarını karşılamak için 50 yılın üzerindeki bilimsel uzmanlığımızdan faydalanıyoruz. Günümüzde tedarik zincirinde yaşanan global zorluklar, gıdaların üretim, pazarlama ve tüketim yöntemlerini etkiliyor. Bu nedenle müşterilerimizin güvenilir analitik sonuçlardan daha fazlasına ihtiyaç duyduğunu biliyor ve gıda tedarik zincirinin daha güvenli, daha sağlıklı ve daha sürdürülebilir olmasına katkıda bulunacak pratik ve yenilikçi çözümler yaratmaya çalışıyoruz.

1800'lü yıllarda başlayan mikrobiyoloji alanındaki ilk dönem uzmanlığımızdan sonra, 2000'li yıllarda müşterilerimizin ihtiyaçlarını eksiksiz karşılamak için bilimsel uzmanlık kapsamımıza kimya, dijital çözümler, denetim, eğitim, danışmanlık, belgelendirme, duyusal hizmetler, etiketleme ve mevzuat ile AR-GE hizmetleri yetkinliklerimizi ekledik.

Bugün, global anlamda tüketicilerin sağlığına katkıda bulunurken, ürün geliştirmeden sürdürülebilir işletmeler yaratmaya kadar müşterilerimizi desteklemek için 360° çözümler sunuyoruz. Dünya çapında, 100'den fazla akredite laboratuvar ve 8000'in üzerinde kendini işine adamış çalışandan oluşan büyük bir ekibiz. Birlikte kuvvetle inanıyoruz ki **"Daha iyi gıda, daha sağlıklı toplum ve daha iyi bir dünya"** sözümüzü yerine getireceğiz.

HEDEFLERİNE KİLİTLİ BİR ORGANİZASYON

Mérieux NutriSciences, daha sürdürülebilir bir gıda tedarik sistemi oluşturmakta önemli bir role sahiptir. Sürdürülebilirlik ve gıda güvenliği hedeflerini aynı anda karşılayan süreçler yürütmeleri için gıda işletmelerini destekliyoruz. 'Her zaman hedeflerine kilitlenmiş bir organizasyon' olmak için hareket ediyoruz. İklim değişikliği üzerindeki etkimizi azaltmanın yanı sıra çalışanlarımızın farklılıklarına değer vermeye ve kapsayıcı olmaya öncelik veriyoruz. Değer zincirimizdeki paydaşlarımızla farklı alanlarda iş birlikleri oluşturup, daha güçlü bağlar kurarak toplum için değer yaratmaya devam edeceğiz.

KURUMSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YÖNETİMİMİZ

Sürdürülebilirlik, vizyon, misyon ve iş planlarımızın merkezindedir. Yönetimimiz, grubun her bir üyesini somut eylemler ile ilerleme sağlamak için yetkilendirmiştir. Özellikle gerçeklere ve kapsamlı verilere dayalı uluslararası ölçülebilir hedeflerimizi gerçekleştirmek için faaliyetler planlıyoruz.

» Kurumsal sürdürülebilirlik çalışmalarımız, CEO'muz Nicolas Cartier liderliğinde yürütülmektedir.

» Bölgesel ve lokal ekiplerimiz, tüm ülke organizasyonlarımızda gerçek değişiklikler ve etki yaratmak için somut eylemler planlar ve uygular.

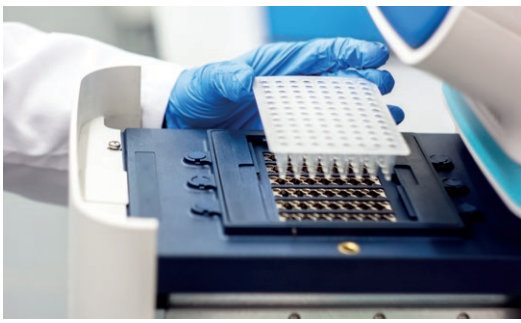
» Tüm dünyadaki laboratuvarlarımızda Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'ndan operasyonlarımıza uygun olan ve yukarıda gösterilen 9 hedefi gerçekleştirmek yolunda faaliyetler yürütülmektedir.

» Bu doğrultuda, karbon ayak izimizin hesaplanması ve azaltılması, enerji tüketimimizin kontrol altına alınması gibi global inisiyatiflerin Türkiye'de uygulanmasının yanında, Mérieux NutriSciences Türkiye olarak laboratuvarlarımızda ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi ve ISO 45001 Çalışan Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi belgelendirmeleri yapılmış olup, laboratuvarlarımız **"Sıfır Atık"** programı üyesi olarak faaliyet göstermektedir.

YÜKSEK KALİTE STANDARDI

Mérieux NutriSciences olarak gıda güvenliği ve kalitesini garanti ederek tüketicilerin sağlığını korumayı amaçlıyoruz. Rutin testlerden özel projelere, danışmanlık ve eğitim yoluyla hedefimiz, gıda endüstrisinin ticari kararlar alırken güvenebileceği çözümler sunmaktır. Dünya çapındaki akredite laboratuvarlarımızın her birinde, ISO 17025 standardını karşılayan kalite standartlarını koruyoruz. Akredite Uluslararası Kalite Sistemi'miz şu ögeleri içerir:

» Numune alım sürecinden sonuca kadar tam izlenebilirlik.



» Global ağımızdaki tüm laboratuvarlar arasında sonuçların tutarlı bir şekilde yorumlanmasını sağlamak için çok adımlı yetkinlik programı.

» Çeşitli saygın gıda laboratuvarı yeterlilik programlarına aktif katılım.

Uluslararası Kalite Sistemi'miz, veri kalitesini ve sonucu garanti eder. Bu sistemin faydaları:

» Laboratuvar verilerinin kalitesinin ve savunulabilirliğinin güvencesi.

» Belgelenebilir, tekrarlanabilir ve ispatlanabilir kalite süreçleri.

» Müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamak için özel tasarlanmış, gelişmiş iletişim sistemleri.

» Etkili gıda güvenliği ve kalitesi girişimlerinin geliştirilmesi, doğrulanması ve sürdürülmesi.

» Uluslararası ağımız genelinde tutarlılık ve standart hizmet.

» Teknik uzmanlar.

Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği (UTİKAD) Yönetim Kurulu Başkanı Ayşem Ulusoy, dünyada her yıl 450 milyar dolarlık gıda ve tarım ürününün tarladan sofraya ulaşana kadar kayba uğradığını belirterek, "Toplamda israfla birlikte dünyada çöpe giden gıda miktarı 1,5 miyar ton. Yaşanan bu kaybın yaklaşık yüzde 80'ini üretim, depolama ve lojistik süreçlerdeki hata ve yanlışlıklar oluşturuyor" diyor.

Ayşem Ulusoy

DÜNYADA 450 MİLYAR DOLARLIK GIDA ÇÖPE GİDİYOR

Ayşem Hanım, Türkiye'nin dünyada lojistik pazarındaki yeri ve önemini anlatabilir misiniz?

Dünya Bankası'nın yayınladığı Lojistik Performans Endeksi raporuna göre, ülkelerin puanları 6 farklı kritere göre belirlenmektedir. Gümrük, alt yapı, hizmet kalitesi, zamanında teslimat, uluslararası sevkiyat, takip ve izlenme ülkelerin puanlandıkları kriterlerdir. Bu doğrultuda, Türkiye LPI sıralamasında 2018 yılında 47. iken 2023 yılında 38. sıraya yükseldi. Bu yükseliş ülkemizde sunulan uluslararası lojistik hizmetlerin kalitesinde ve rekabetçiliğinde iyileşme olarak yorumlanabilir

Türkiye'de lojistik sektörünün genel yapısı ve pazarın büyüklüğü hakkında bilgi verebilir misiniz?

Lojistik, Türkiye'nin ekonomisine katkı sağlayan ve istihdam yaratan en önemli sektörlerinden biridir. Özellikle, jeopolitik konumu sebebiyle kara, hava, demir ve denizyolu lojistik faaliyetleri ülkemizde oldukça gelişmiş durumdadır. Genç ve nitelikli iş gücüne sahip ülkemizin etrafındaki uluslararası lojistik koridorlarıyla bağlantıları, bölgesinde bir lojistik merkez olarak ortaya çıkmasına katkı sağlamaktadır. Ülkemizin son dönemlerde alt yapıları güçlendirilen karayollarına yapılan yatırımlar, teknolojik ve yenilikçi sistemlerle kurulan deniz limanları ve uluslararası arenada öncü hava meydanları lojistiğin ülke ekonomimizdeki etkisinin bir yansımasıdır. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Hizmet Ticaret İstatistikleri'ne göre, 2022 yılında yüzde 47 artışla 90,3 milyar dolar ihracat rakamına ulaşan uluslararası hizmet ticaretimiz hizmetler dengesinde 49,9 milyar dolara yükseldi.

"GIDADA KAYBIN YÜZDE 80'İ ÜRETİM, DEPOLAMA VE LOJİSTİKTE GERÇEKLEŞİYOR"

Türkiye'de gıda sektörü ve lojistik arasındaki ilişkiden söz ederek, gıda lojistiğinde yaşanan başlıca sorunları ve bunların sebeplerini bizimle paylaşabilir misiniz?

Ülkemizde soğuk zincir lojistiğinin uygulamaları gıda sektörü başta olmak üzere ilaç ve aşı lojistiğinde görülmektedir. Tarımın ülke ekonomisinde büyük bir yer tutması ve yoğun nüfus, gıda taşımalarına sebep olan başlıca etmenlerdir. Hasattan sofraya ulaşana kadar tarım ürünleri, hayvansal ürünler, et ve süt ürünleri zincirin tüm aşamalarında çeşitli kayıplara uğrayabilmektedir. Tarım ürünlerinin soğuk zincir lojistiği, gıda güvenliği ve gıdanın israfının önlenmesi için de önemli olan bir konudur. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü'nün (FAO) verilerine göre, dünyadaki toplam tarımsal üretim 3 trilyon dolar civarında olup her yıl üretilen toplam gıdanın yüzde 15-25'i üreticiden tüketiciye ulaşana kadarki süreçte ziyan oluyor. Bu oran yaklaşık 450 milyar dolarlık gıda ve tarım ürününün tarladan sofraya ulaşana kadar ziyan olduğunu gösteriyor.

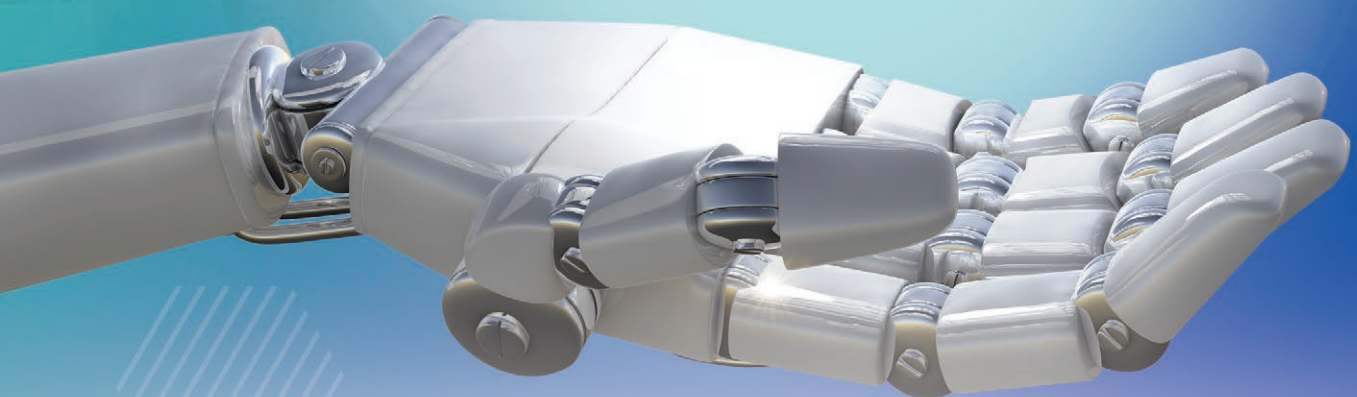
FOTEG İSTANBUL

16. Gıda İşleme Teknolojileri Uluslararası İhtisas Fuarı

6-8 TEMMUZ 2023

İSTANBUL FUAR MERKEZİ HALL 4-8
YEŞİLKÖY / İSTANBUL

- GIDA İŞLEME
- GIDA KATKI MADDELERİ
- PAKETLEME
- DEPOLAMA
- SOĞUTMA VE TEDARİK ZİNCİRİ
- GIDA OTOMASYON
- GIDA GÜVENLİĞİ VE HİJYEN
- İÇECEK TEKNOLOJİLERİ
- BASKI VE ETİKETLEME
- DANIŞMANLIK HİZMETLERİ



Bilgi için:

www.fotegistanbul.com

Organizatör:

ufi Member Host of the 75th UFI Congress in 2008

hkf Fuarcılık AŞ Trade Fairs www.hkftradefairs.com

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.

Toplamda israfla birlikte dünyada çöpe giden gıda miktarı 1,5 miyar ton. Genel olarak değerlendirdiğimizde, yaşanan bu kaybın yaklaşık yüzde 80'ini üretim, depolama ve lojistik süreçlerdeki hata ve yanlışlıklar oluşturuyor.

Özellikle gıda alanında soğuk zincir yönetimi birçok paydaşa sahiptir. Üreticiler, aracılar, haller, taşıyıcılar, marketler, restoranlar ve nihayetinde son tüketiciler zincirin halkalarını oluşturmaktadır. Soğuk zincirin toplum ve insan sağlığı için de sahip olduğu önem dikkate alındığında tüm paydaşların bilinçli ve donanımlı olması gerekmektedir. Türkiye'de soğuk zincir uygulamalarında eksiklikler olsa da Bozulabilir Gıda Maddelerinin Uluslararası Taşımacılığı ve Taşımalarında Özel Araçların Kullanımı (ATP) Anlaşması'na 2012 yılında taraf olmuştur. Anlaşmanın tüm hükümlerinin ülke kanun ve mevzuatlarına aktarımı henüz tam olarak gerçekleşmemekle birlikte özellikle gıda taşımalarında kullanılan araçların sertifikalandırılması işlemi Türk Standartları Enstitüsü (TSE) tarafından gerçekleştirilmeye başlanmıştır.

Türkiye'de soğuk zincir gıda lojistiğinde bugünkü durumu ve bu alanda kullanılan son teknolojilerden söz eder misiniz?

Kablosuz sıcaklık izleme teknolojileri, özellikle radyo frekanslı tanımlama (RFID) etiketleri son 20 yılda önemli ölçüde gelişmiş ve daha doğru, daha rahat ve daha düşük maliyetle kullanılabilir duruma gelmiştir. Soğuk zincir yönetiminde sıcaklık izleme, raf ömrü görünürlüğü ve stok stratejisi kaliteyi arttırıp, ekonomik kayıpları azaltmak için hem soğuk zincir yöneticileri hem de çalışanlar için önemli konulardır. Bu amaçla soğuk zincirin her aşaması için sensörlerle sıcaklığın devamlı olarak kontrol edilmesi gerekmektedir. Bu yolla anlık veri paylaşımı sayesinde ürünlerin raf ömrü hesaplanabilir ve işletmeler kendilerine uygun depolama ve nakliye kararlarını alabilirler. Soğuk zincir lojistiğiyle taşınan gıdaları yalnızca doğru sıcaklık aralığında tutmak yeterli değildir. Taşınan gıda ürünlerinin kalitesi ve güvenliği için sıcaklıklardaki artış ve azalışların da izlenmesi, sıcaklıktaki artış ve azalışların belirlenen sınırlar içinde kalması sağlanmalıdır.

> "Soğuk zincir yönetiminde sıcaklık izleme, raf ömrü görünürlüğü ve stok stratejisi kaliteyi artırıp, ekonomik kayıpları azaltmak için hem soğuk zincir yöneticileri hem de çalışanlar için önemli konulardır. Bu amaçla soğuk zincirin her aşaması için sensörlerle sıcaklığın devamlı olarak kontrol edilmesi gerekmektedir."

Gıda ürünlerindeki soğuk zincirin kırılması, sıcaklıklardaki çok küçük değişiklikler bile ürünlerin raf ömrünü ve güvenliğini önemli derecede etkilemektedir. Gıda güvenliği için hasat veya üretimden sonra, ürünün mümkün olan en kısa zamanda ideal saklama sıcaklığına getirilmesi sağlanmalıdır. Özellikle gıda ürünlerinin soğuk hava depolarından nakliye araçlarına transferi sırasında, liman veya havalimanında ise soğuk hava depolarından gemi veya uçağa taşınmaları sırasında sıcaklık değişimleri oluşabiliyor. Bu risklerin azaltılması için yeni teknolojik çözümler, indikatör etiket sistemleri üreticiler ve nakliyeciler tarafından kullanılmaktadır. Uluslararası ticareti yapılan gıda ürünleri çoğunlukla deniz ve havayolu ile taşınmaktadır. Havalimanı veya limanlardaki aktarmalar ise, ideal saklama sıcaklığını korumak amacıyla, soğutmalı kamyonlar ile yapılır. Kamyonların soğutma kapasiteleri bu amaçla tasarlanmıştır. Transfer sırasında dışarıdaki sıcaklık -5 derece ile 50 derece arasında değişebilmekte, ürünler liman veya havalimanındaki transferleri sırasında doğrudan güneş ışınına maruz kalabilmektedir. Güneş altında sıcaklık ise daha yüksek seviyelere ulaşabilmektedir. Deniz veya havayolu transferi sırasında ideal derecenin korunması için kullanılan çözümler soğuk zincirin devamlılığını sağlamaktadır.

"LOJİSTİK SEKTÖRÜNDEKİ 2023 İHRACAT BEKLENTİSİ 25-30 MİLYAR DOLAR"

Lojistik sektörünün ülkemiz ihracatındaki payı ve gıda ihracatında lojistik sektörünün önemi nedir?

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Hizmet Ticaret İstatistikleri'ne göre 2022 yılında yüzde 47 artış ile 90,3 milyar dolar ihracat rakamına ulaşan uluslararası hizmet ticaretimiz hizmetler dengesinde 49,9 milyar dolara yükseldi. Lojistik sektöründeki 2023 ihracat beklentisi ise 25-30 milyar dolar bandında seyretmesi öngörülüyor. Bu durum sektörümüzün ekonomideki artış gösteren payının önemini gözler önüne sermektedir. Birleşmiş Milletler her yıl insan tüketimi için üretilen tüm gıdaların yaklaşık üçte birinin boşa harcandığını tahmin etmektedir. Bu nedenle gıda ihracatında verimli lojistik süreçler hem ihracatımız hem de gıda enflasyonu açısından büyük önem taşımaktadır.

ATP standartlarına göre bir denetim yapılması durumunda, normlara uymayan çok sayıda araç olduğu görülecektir. Anlaşmaya göre, taraf ülkeler arası sınır ötesi bozulabilir gıda maddesi taşıması yapılırken ATP sertifikası olmayan araçlar kullanmak yasa dışıdır. Birçok ülke ATP

SOĞUK ZİNCİR GIDA LOJİSTİĞİNDE EN ÇOK YAPILAN HATALAR

- Taşınan ürün cinsinin tam olarak bilinmemesi, taşıma gerekliliklerine vakıf olmamak,
- Navlun ücreti endişeleriyle uygun taşıma modunun seçilmemesi
- Soğutma sistemlerinde yaşanan teknik problemler
- İstifleme ve ambalajlama hataları
- Süre gecikmeleri nedeniyle sözleşmelere uyulamaması
- Teknoloji kullanımı ve Ar-Ge yetersizliği nedeniyle yaşanan sorunlar
- Sertifikasyon süreçlerindeki eksiklikler

WorldFood Istanbul

ufi Approved Event

WorldFood

31. Uluslararası Gıda Ürünleri ve Teknolojileri Fuarı

31st International Food Products & Processing Technologies Exhibition

6 - 9 Eylül / *September* 2023

TÜYAP FUAR ve KONGRE MERKEZİ İSTANBUL

TUYAP Fair Convention and Congress Center ISTANBUL

www.worldfood-istanbul.com

Gıda Dünyasının Türkiye Buluşması

Where the World of Food Meets

Destekleyenler / *Supporters*

T.C. TARIM VE ORMAN BAKANLIĞI

T.C. TİCARET BAKANLIĞI

KOSGEB

İşbirliğiyle / *In Cooperation with*

İHBİR

Organizatör / *Organiser*

icaevents

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.
THIS FAIR IS ORGANIZED UNDER SUPERVISION OF TOBB (THE UNION OF CHAMBERS AND COMMODITY EXCHANGES OF TURKEY) IN ACCORDANCE WITH THE LAW NO.5174

"Türkiye, lojistik sektöründe aldığı aksiyonlarla transit ticaret merkezi olmayı hedeflemektedir. Özellikle Rusya-Ukrayna savaşının etkisiyle yeniden canlanan Orta Koridor, Türkiye'nin bu noktada önemini daha da artırdı. Ülkemizin bu vesileyle transit taşımacılıktaki rolünü güçlendirmesi epey olasıdır. Orta Koridor'un aktive edilmesi konusunda geçiş ülkelerinin mevzuat, gümrük ve alt yapı sistemlerinin yeniden düzenlenmesi ise önemlidir."

Anlaşması'nı kendi ulusal kanunlarına uyarlamıştır ve ülkemizde bu süreç devam etmektedir. Bu noktada araç yatırımlarının finansmanı önemli bir sorundur. Teşvik sağlamadan bu yatırımların yapılması olası gözükmemektedir. Ayrıca bu alanda yeterli nitelikte eleman gereksinimi ve denetim konusu önem arz eden diğer konulardır.

"SEKTÖR OLARAK DEPREM FELAKETİNDE KRİTİK ROL OYNADIK"

Ülkemiz 6 Şubat'ta büyük yıkıma ve can kaybına yol açan deprem felaketi yaşadı. Bu büyük afet lojistik sektörünü nasıl etkiledi?

Afet zamanında kullanmak üzere lojistik koridorların belirlenmesi, hangi malzemelerin nereden nereye taşınacağının ve sahra hastanelerinin nerelere kurulacağının belli olması dahil tüm sürecin baştan sona kurgulanmasını afet lojistiği yönetimi kapsamında değerlendirmeliyiz. Sonuç olarak afet sürecinin yönetiminde hazırlık sürecinin hayati öneme sahip olduğunu tecrübe ettik ve özellikle lojistik faaliyetlerin gerek akut dönemde acil müdahale ve gerekse uzun vadeli dönemde afet bölgesindeki ihtiyaçların yerine getirilmesi noktasındaki rolünü gördük. Bu kapsamda lojistik sektörünün tecrübesi ve refleksleri son derece etkili bir ağ kurulmasına yardımcı oldu ve kamu idaresiyle eş güdümlü çalışmaların sonucunda lojistikçiler olarak hızlı ve çevik bir şekilde çalışmalarımızı yürüttük.

"KÜRESEL TİCARETTEKİ YENİ ROTA ARAYIŞLARI ÖNEMLİ FIRSATLAR SUNUYOR"

Pandemi ve hemen ardından başlayan Rusya-Ukrayna savaşının Türk lojistik sektörüne yansımalarını değerlendirebilir misiniz?

Pandemi döneminde ülkeler, dünyanın en büyük tedarik merkezi olan Çin'e alternatif ülkeleri tedarik zincirlerine dahil etmeye başladı. Pandemi ticaret hacminin azalmasına yol açarak, uluslararası ticaret üzerinde büyük bir etkisi oldu. Türkiye, küresel tedarik zincirlerinde nearshoring merkezi olarak ortaya çıktı. Bu terim, yatırım faaliyetlerinin lojistik ve operasyonel avantajları sebebiyle daha yakın bölgelere kaydırılması anlamına gelmektedir. Türkiye, Avrupa ülkelerine yakınlığı ve üretim kapasitesi açısından önemli avantajlara sahiptir. Rusya-Ukrayna Savaşı; dünya ticaretindeki rota değişimi ve alternatif yeni üretim merkezi arayışları pandemi sonrası tedarik zincirindeki kırılma nedeniyle başlayan bir süreç olarak şekillendi. Bugün gelinen noktada ise dünya ticareti Rusya-Ukrayna savaşı sonrası düzenli konteyner taşımacılığında yeni rota arayışlarına devam etmektedir.

Küresel ticaretteki yeni rota arayışları Türk lojistik sektörü açısından kimi zorluklarla beraber fırsatları da beraberinde getirdi. Bu süreçte Ukrayna limanları konteyner gemileri için kapanırken batılı konteyner şirketlerinin çoğu Rusya limanlarına seferlerini durdurma kararı aldı ve Türkiye limanları Bağımsız Devletler Topluluğu ülkeleri için aktarma limanı haline geldi. Bir diğer rota değişimi ise kuzey rotasının kapanmasıyla Avrupa menşeli yüklerin Batılı şirketler tarafından karayoluyla Türkiye üzerinden Türkî Cumhuriyetlere taşınmasıyla yaşandı. Bu değişim Türkiye lojistik sektörünün gerçekleştirdiği hamlelerle uluslararası mal akışının sürdürülebilmesi adına değerli bir coğrafya olduğunu da bir kez daha kanıtladı. Pandemi döneminde bir adım öne çıkan Türk lojistik sektörü, Rusya-Ukrayna savaşında kapanan güzergahlar söz konusu olduğunda da olağanüstü bir başarı sergiledi.

Türkiye, lojistik sektöründe aldığı aksiyonlarla transit ticaret merkezi olmayı hedeflemektedir. Özellikle Rusya-Ukrayna savaşının etkisiyle yeniden canlanan Orta Koridor, Türkiye'nin bu noktada önemini daha da artırdı. Ülkemizin bu vesileyle transit taşımacılıktaki rolünü güçlendirmesi epey olasıdır. Orta Koridor'un aktive edilmesi konusunda geçiş ülkelerinin mevzuat, gümrük ve alt yapı sistemlerinin yeniden düzenlenmesi ise önemlidir.

"E – TİCARET TÜRKİYE GENELİNDE YAYGINLAŞMALI"

Son yıllarda hızla yaygınlaşan e - ticarette lojistiğin payı, e-ticaretin geleceği ve lojistik sektörüyle iş birliğinin geliştirilmesi adına yapılması gereken faaliyetler size göre nelşer olmalı?

Rakamlara bakıldığında e-ticarete olan ilgi tüm dünyada artışını sürdürmektedir. Dijitalleşme günlük yaşamın içine de yerleşmiş, birçok perakende sektörü e-ticarete dahil olmuştur/olmaktadır. 2020'de 2 milyardan fazla insan çevrimiçi mal veya hizmet satın almış ve aynı yıl boyunca e-perakende satışları dünya çapında 4,2 trilyon doları aşmıştır. 2020 yılının başından itibaren dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisi ise bu artışın en önemli faktörlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Türkiye'nin e-ticaret hacminin bir önceki yıla göre yüzde 116 artarak 2022 yılında 348 milyar TL olduğu kaydedildi. Gelişen dijital süreçler iş gücü optimizasyonu sağlayabilmekte ve işletmelerin üretkenliğini artırabilmektedir. Dolayısıyla e-ticaret, işini yurt içi ve küresel pazarlarda büyütmek isteyen tüm işletmeler için büyük fırsatlar sunmaktadır. E-ticaretin Türkiye'nin sadece büyük şehirlerinde değil, diğer tüm şehirlerinde de yaygınlaşması hedeflenip, bu alanda faaliyet gösteren firmaların iş yapış şekillerinin önündeki engeller kaldırılarak dünyayla rekabet edilebilir.

FAM stumabo
INDUSTRIAL FOOD CUTTING SOLUTIONS

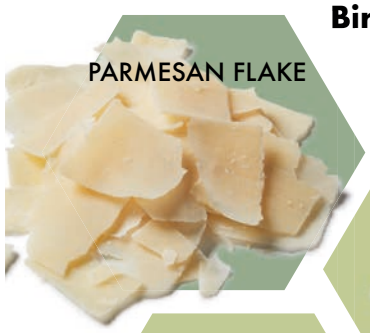
Lider Peynir Kesim Teknolojileri

Erkaya® Food Technology

FAM Centris 400C Optitec

Bir çok farklı şekillerde peynir rendeleyebilen yüksek kapasiteli rende makinesi

PARMESAN FLAKE



RENDE PARMESAN
TOZ HALİNDE

V KESİM RENDE MOZZARELLA

FAM makinelerini FOTEG 2023 sonrası YENİ SHOWROOM/ TEST merkezimizde deneyebilirsiniz.

FAM Flexifam 55

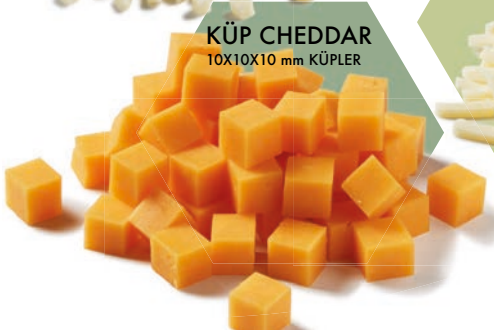
Esnek ve sorunsuz operasyonlar için dizayn

KÜP MOZZARELLA
4X4X4 mm KÜPLER

ŞERİT CHEDDAR
3X3X25 mm JÜLYEN

ŞERİT MOZZARELLA
4X4X20 mm JÜLYEN

KÜP CHEDDAR
10X10X10 mm KÜPLER



www.erkaya.com
info@erkaya.com

SHIMADZU
Excellence in Science

ANT TEKNİK

Gıda Analizlerinize Yenilikçi Çözümler

Deneyimli kadromuz, teknolojik olanaklarımız, üstün hizmet anlayışımız ve geniş kapsamlı analitik ve laboratuvar çözümlerimizle gıda laboratuvarlarınıza doğru analiz ve güvenilir üretim olanakları sunuyoruz.

LCMS/LCMSMS
- Pestisit Analizleri ▪ Veteriner İlaç ve Hormon Analizleri
- Multivitamin Analizi ▪ Multitoksin Analizi ▪ Gıda Boyaları Analizi
- Pirolizidin Alkaloidleri (PA) Analizi

GCMS/GCMSMS
- Pestisit Analizleri ▪ Yağ Asitleri Analizi ▪ Aroma ve Alkol Analizleri
- Koruyucu Analizleri ▪ Dioksin Analizleri ▪ Etilen Oksit Analizleri
- Gıda ile Temas Eden Madde ve Malzeme Analizleri

GC/GC-HS
- Yağ Asiti Metil Ester (FAME) Analizleri ▪ Hekzan Analizi
- Sterol Bileşimi, Wax Esterleri ▪ Alifatik Alkol ▪ Mineral Yağ

HPLC
- Aflatoksin Analizleri ▪ Katkı ve Renklendirici Analizleri
- Fenolik Bileşikler, Antioksidan, Vitamin Analizleri
- ECN 42 Trigliserit Analizi ▪ PAH (Benzopiren vb.) Analizi
- HMF (Hidroksimetilfurfural) ve Patulin Analizi

UV-VIS Spektrofotometre
- HMF (Hidroksimetilfurfural) Analizi
- Krom +6 Analizi ▪ Özgül Absorbans Analizi

FTIR Spektrofotometre
- Gıda ile Temas Eden Madde ve Malzeme Analizleri

AAS / ICP-OES/MS / EDX
- Gıda ile Temas Eden Madde ve Malzeme Analizleri
- Ağır Metal Analizleri ▪ Yabancı Madde Analizleri

BioUV

LCMS-8045
Sıvı Kromatografi Triple Kuadrupol Kütle Spektrometre

GCMS-QP2020 NX
Gaz Kromatografi Kütle Spektrometre

THINK BIG, SEE BEYOND
|antteknik.com|

©ANT Teknik, 2023 All rights reserved.

▶ Analitik Cihazlar ▶ Yaşam Bilimleri ▶ Endüstriyel Cihazlar ▶ Sarf Malzeme ve Aksesuarlar |Spektroskopi|▪|Kromatografi|