

Gıda Teknolojisi

FOOD TECHNOLOGY IN TURKEY

Ağustos 2020

Yıl: 24 Sayı: 4

Çikolata ve şekerli mamullerden pandemide

847 MİLYON \$ İHRACAT

Şekerleme endüstrisinde

YENİLİKÇİ ÇÖZÜMLER

Necdet Buzbaş

HALK SAĞLIĞI hedef olunca

BM uyarıyor:

2030'da

SIFIR AÇLIK

HEDEFİ

tutmayabilir



GÜNDEM

CORONA EPİDEMİSİNİN ÖĞRETTİKLERİ

Prof. Dr. Mehmet Pala

Korona ambalajlı gıdanın

ÖNEMİNİ HATIRLATTI

GIDAMO

Gıdada bağımsız bilim kuruluna

İHTİYAÇ VAR

Makale

Et işleme tesisleri ve

COVID-19

SALGINI

Kırmızı ette fiyat bilmecesi

Ayın Toplantısı

Gıdada inovasyon

ÇATALDAN MİDEYE

odaklanmalı



TOMRA 3C – BAKLIYAT, TAHIL, ÇEKİRDEK VE KABUKLU YEMİŞ ENDÜSTRİSİ İÇİN ÜSTÜN VERİMLİLİK SAĞLAYAN YENİ AYIKLAMA ÇÖZÜMÜ

Optik ayıklamada dünya lideri olan TOMRA Food, bakliyat, tahıl, çekirdek ve kabuklu yemiş işleyicileri için en yüksek üretim kapasitesi, nihai ürün kalitesi ve rakipsiz yabancı madde ayıklaması sağlayan yeni TOMRA 3C makinesini sunuyor. Uygun ilk yatırım maliyeti ile de avantaj sunan TOMRA 3C, bu zamana kadar kanal tipi makinalarda ayıklanması mümkün olmayan zorlu yabancı maddeleri en yüksek başarı ve minimum kayıpla ayıklıyor. Ayrıca renk ve şekil kusurları olan ikinci kalite ürünleri de beklentileri en üst noktada karşılayacak şekilde algılıyor.





Uludağ İçecek Türk A.Ş.
koronavirüs ile mücadele
sürecinde almış olduğu
tedbirler ve hijyen
koşulları sayesinde
**TSE COVID-19 Güvenli
Üretim Belgesi'ni doğal
kaynak suyu, doğal
maden suyu ve içecek
sektöründe alan ilk firma
olmuştur.**



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 Açıktur 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

AROMSA: www.aromsa.com.tr

AZELİS TÜRKİYE: www.azelis.com

CHEMSHOW EURASIA: www.chemshoweurasia.com

DÖHLER: www.dohler.com.tr

GÜRALLAR CAM AMBALAJ: www.gca.com

IBAKTECH: www.ibaktech.com

MAYSA GIDA: www.maysagida.com.tr

MESSAN: www.messan.com.tr

PRINOVA: www.prinovaurope.com

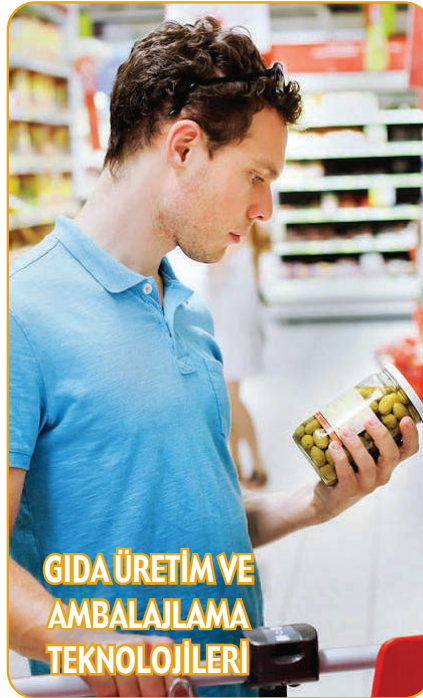
TEKNAROMA: www.teknaroma.com.tr

TOMRA: www.tomra.com.tr

UDDEHOLM: www.uddeholm.com/turkey/tr

ULUDAĞ: www.uludagiccek.com.tr

WORLDFOOD İSTANBUL: www.worldfood-istanbul.com



MAKALE

- 38 Necdet Buzbaş – TÜGİS:
Halk sağlığı hedef olunca
- 54 Enis Burkut – Burkut Su
Tekniği A.Ş.: Su filtresi
kaç mikronluk olmalı?
- 60 Dr. İsmail Mert: Kanatlı sektörü
kırmızı et açığını kapatabilir mi?

ÇİKOLATA VE ŞEKERLİ MAMULLER

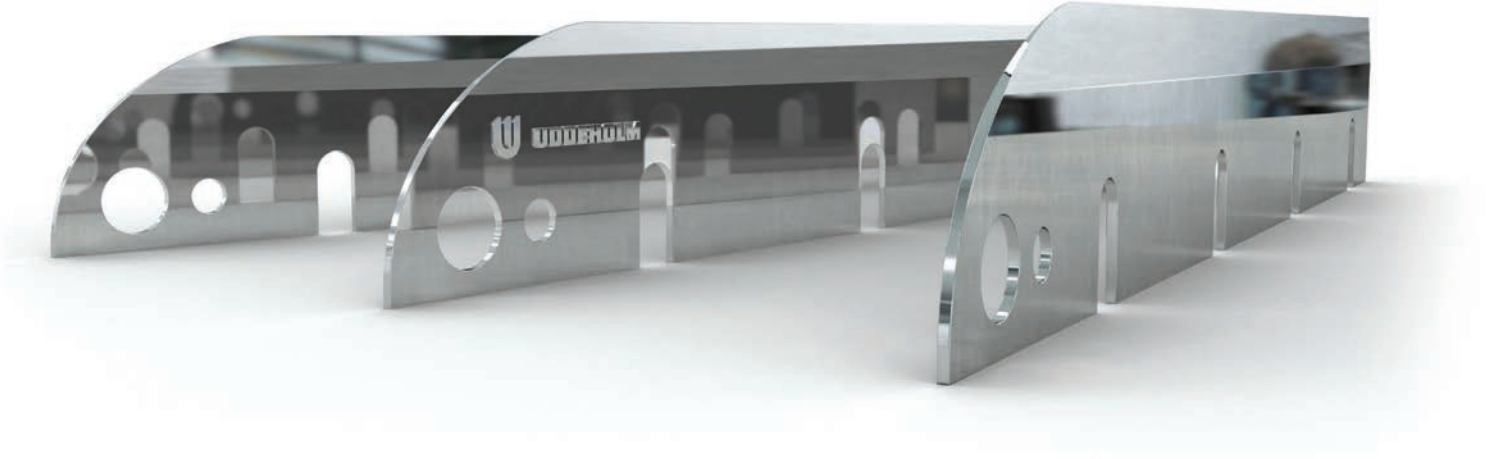
- 30 Çikolata ve şekerli ürünlerden
847 milyon dolar ihracat geliri
- 32 Gurbet Alkan ve Burcu Kaya -
Döhler Gıda: Çikolata ve
şekerleme endüstrisinde
yenilikçi çözümler
- 34 Mehmet Can Altümsek - Uddeholm
Türkiye: Çikolata ve şekerleme
üretiminde kullanılan yüksek aşınma
dirençli paslanmaz çelikler
- 36 Melis Ayabakan - Aromsa:
Çikolata ve şekerleme
sektörüne genel bakış

GIDA ÜRETİM VE AMBALAJLAMA TEKNOLOJİLERİ

- 40 ASD Başkanı Zeki Sarıbekir:
Koronavirüs ambalajlı gıdanın
önemini hatırlattı
- 42 GCA şeffaf cam ambalaj üretimini
iki katına çıkaracak
- 44 Uludağ İçecek AR-GE Müdürü
Tuğba Şimşek: Pandemi, tüketicileri
ambalajlı içeceklere yönlendiriyor
- 47 Hayat Su'dan Türkiye'nin ilk
geri dönüştürülmüş şişesi
- 48 Durak Fındık yeni TOMRA makineleri
ile otomasyon gücünü artırıyor
- 50 Makina Mühendisi Filiz Pehlivan:
Et işleme tesisleri ve
COVID-19 salgını

HABERLER

- 22 Ayın Toplantısı: Gıdada inovasyon
'tarladan çatala değil', 'çataldan
mideye' odaklanmalı
- 26 Ette fiyat bilmececi
- 29 GİDAMO: Gıdada bağımsız bir bilim
kurulu oluşturulmalı
- 56 Sabri Ülker Vakfı:
Pandemine makarna stokladık,
ara öğün yapmaya başladık
- 58 BM raporu uyarıyor: 2030'da 'sıfır
açlık hedefine' ulaşmak mümkün
olmayabilir



Çelikleriniz gıdaya uygunluk sertifikasına sahip mi?

Avrupa Parlamentosu ve Avrupa Komisyonu'nun 1935/2004 no'lu kararları uyarınca gıda ile temas eden malzemeler 80/590/EEC ve 89/109/EEC nolu tüzüklere uygun olarak sertifikalı olmalıdır. Makinalarımızda kullanılan çeliklerin paslanmaz çelik olması yetmez, nasıl bir paslanmaz çelik olduğu ve çalışacağı koşullara istinaden sertifikalı olup olmadığı önemlidir. Uddeholm size sağlık riski taşımayan sertifikalı AB ve ABD mevzuatına uygun ürünler sunmaktadır.

Uddeholm Tyrax ESR

- Paslanmaz takım çeliği
- 60 HRc sertliğine ulaşabilen
- Çok yüksek tokluğa sahip (ESR)
- Sertifikalı: Gıda ile temas eden malzemeler



1668 yılından beri takım çeliğinde yenilikçi ve üstün çözümler üretiyoruz. Yüzyıllardır tüm dünyada çeliklerimizin ismi marka oluyor. Dünyada yüze yakın ülkede deneyimli, işinin ehli mühendislerimizle sizin için rekabetçi çözümler de üretiyoruz. Bu yüzden de en çok tercih edilen kalıp çeliği üreticisiyiz. 1 numaralı takım çeliğine, Uddeholm'e hoşgeldiniz.



TARTIŞMALI ETKEN MADDE GLİFOSAT

Glifosat, endüstriyel tarımda en çok kullanılan tarım zehiri (pestisit) etken maddelerinden biri. Yabancı otlara karşı kullanılan glifosat için Uluslararası Kansere Araştırmaları Kurumu 2015 yılında “muhtemel kanserojen” uyarısında bulundu. Ayrıca Uluslararası Pestisit Eylem Ağı (PAN International), glifosatın hormonal sistem bozucu olduğuna dikkat çekiyor. Solunduğunda, ağız yoluyla alındığında veya deriye nüfuz ettiğinde hormonal sistemin işleyişinde bozulmalar meydana getiren maddeler için “hormonal sistem bozucu” tanımı kullanılıyor. Hormonal sistem bozucu pestisitler için güvenli bir maruz kalma düzeyi ya da güvenli bir doz söz konusu değil. Çok düşük dozlarda bile maruz kalındığında aynı zararlara yol açabiliyor.

Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği’nin öncülüğünde bir araya gelen Zehirsiz Sofralar Sivil Toplum Ağı tarafından hazırlanan “En Tehlikeli Pestisitler” raporuna göre glifosat, sadece tüketiciler için değil, üreticiler açısından da ciddi sağlık sorunlarına neden oluyor. Rapora göre glifosat, çiftçilerde, tarım işçilerinde ve onların çocuklarında kanser riskini artıran pestisitler arasında yer alıyor. Kuzey Amerika Pestisit Eylem Ağı (PAN North America) tarafından hazırlanan “Risk Altında Bir Nesil” adlı rapora göre çocuklarda, ana rahminden ilk gençliğe kadar yaşanan hızlı fizyolojik değişimler sırasında, çok düşük seviyede olsa bile pestisitlere maruz kalmak, ileride çok ciddi sağlık sorunlarına neden olabiliyor. Söz konusu rapor, glifosatın da dahil olduğu herbisitlerin (ot öldürücü tarım zehirleri) çocuklarda kanser, doğum kusurları, bağışıklık sistemi bozuklukları ve astıma neden olabileceği gibi, beyin ve sinir sistemine, üreme ve gelişim sistemlerine zarar verebildiği belirtiliyor.

TOPRAĞA FAYDADAN ÇOK ZARAR VERİYOR

Glifosat kullanımı, toprağın daha sağlıklı ve verimli olmasını sağlayan doğal süreçlere zarar vererek, topraktaki canlılığı yok ediyor. Örneğin, topraktaki organik maddeyi parçalayarak etrafa yayan, açtıkları boşluklar sayesinde bitki köklerinin toprağa nüfuz etmesini kolaylaştıran ve toprağın bereketini artıran solucanların üremesini engelleyerek azalmasına neden oluyor. Aynı şekilde topraktaki mikroorganizmalar, bitkilerin kendi savunma mekanizmaları ve tozlaştırıcılar (anlar vb) glifosat nedeniyle zarar gördükleri için, bitkiler ve toprak canlılığını yitiriyor.

Zehirsiz Sofralar Sivil Toplum Ağı’nın Mart 2020’de yayımladığı “Dünyayı Zehirleyerek Milyarlarca Dolar Kazanıyorlar” adlı basın bültenine göre, dünya genelinde pestisit piyasasına hakim olan beş şirket (Bayer, BASF, Syngenta, FMC ve Corteva), 2018 yılındaki 37,2 milyar dolarlık ürün satışlarının %35’ini glifosat gibi yüksek seviyede zararlı pestisitlerden elde ettiler. Adı geçen beş şirketin sadece glifosat etken maddesinden 2018 yılında elde ettikleri gelir yaklaşık 1 milyar dolar. Round Up adlı herbisitinin içeriğinde glifosat bulunması nedeniyle, Bayer firması, çiftçilerin açtığı yüksek tazminat davaları ile uğraşıyor. Kanserle yol açması gerekçesiyle, ABD’de firmaya açılan 125 bin dava bulunuyor. Haziran 2020’de New York merkezli hukuk firması Weitz & Luxenberg, Bayer’le 95 bin kişi adına anlaşmaya vardığını açıkladı. Söz konusu anlaşmaya göre Bayer davacıları 10,9 milyar dolar ödemeyi kabul etti.

Türkiye’de glifosat kullanımının giderek arttığı tahmin ediliyor. Tarım ve Orman Bakanlığı’nın en son pestisit kullanım verilerini paylaştığı 2013 yılında, glifosat kullanımının 4 bin 500 ton olduğu belirtiliyordu. Gıda Mühendisi Bülent Şık’ın araştırmaları sonucunda yaptığı tahminlere göre bu rakam 2018 yılında yaklaşık 8 bin tona yükseldi. Glifosat ya da başka bir herbisit kullanmadan istenmeyen otlarla mücadele edebilmek mümkün. Çevre ve insan sağlığının yanı sıra, uzun vadede toprağın bereketini ve ekosistemin canlılığını yeniden kazanması için, glifosat ve diğer pestisitleri ortadan kaldırmak gerekiyor. Malçlama, ekim nöbeti, yoğun ekim, sıg sürme gibi pek çok teknik ya da organik tarım, agroekoloji gibi pek çok yöntem ile glifosat kullanmadan istenmeyen otlarla mücadele edebilmek mümkün. Örneğin 2018 yılı verilerine göre dünya genelinde 2.8 milyon üretici 71.5 milyon hektar alanda organik tarım yapıyor ve glifosat benzeri herhangi bir herbisit kullanmadan üretimlerini sürdürebiliyor.

Zehirsiz Sofralar Sivil Toplum Ağı, sağlıklı bir toprak, sağlıklı bir toplum ve ekosistem için alternatif yöntem ve tekniklerin geliştirilmesi, bu tip yöntem ve teknikleri kullanan üreticilerin desteklenmesi, glifosat ve diğer yüksek seviyede zararlı pestisitlerin acilen yasaklanması gerektiğini vurguluyor.

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 GÜRSER KAÇMAZ

Haber Müdürü
Özgür ÇİLEK

Haber Merkezi (Reporter)
Gülbahar SALIK

Reklam Rezervasyon
0212 283 55 65

Ankara Temsilcisi
Aydın ARICIÖĞLU

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@esmayayincilik.com.tr

Baskı (Printing)
ŞAN OFSET
Matbaacılık San. ve Tic. Ltd. Şti.
Hamidiye Mah. Anadolu Cad. No: 50
34406 Kağıthane / İSTANBUL
Tel: (0212) 289 24 24

Gıda Teknolojisi yılda 6 sayı yayımlanır.
Dergide yer alan yazılar
kaynak gösterilmeden
kısım veya tamamen
başka bir yere aktarılamaz.
İmzalı yazılarda belirtilen
görüşler yazara aittir.

YEREL SÜRELİ
ISSN 1301 - 1782

Sağlığınız için Doğal Olanı Seçin!



Gıdaların Tadını ve
Tazelikliğini Koruyan

Cam Ambalajı
Tercih Edin,
Sağlıklı Hayatı Seçin.

GCA

GÜRALLAR
CAM AMBALAJ



Prof. Dr. Mehmet Pala
mpala@superonline.com

CORONA EPİDEMİSİNİN ÖĞRETTİKLERİ

Corona epidemisinin ülkemizde başlamasının altıncı ayını tamamlıyoruz. Salgının dünyada ve ülkemizde nasıl geliştiğini ve yayıldığını görüyoruz. Salgının başlarında hepimiz konuyu ciddiye alıp büyük ölçüde kurallara zorlu da olsa uyma başarısı gösterdik. Ancak 1 Haziran itibarıyla kontrolsüz olarak normal hayata dönmeye başlanmasıyla birlikte salgında beklenen artma belirgin olarak ortaya çıkmıştır. Nitekim bugün gelinen noktada 3 ay öncesine dönmüş, alınan önlemler ve evde kalınan zamanlar boşuna harcanmıştır. Verilen yanlış mesajlarla toplum sanki salgın bitmiş gibi davranmaya başlamıştır. Aslında kademeli bir normalleşmenin uygulanması çok daha doğru olurdu. Bireysel önlemlerden de büyük ölçüde vazgeçilmiştir.

Bunun sosyolojik nedenlerini araştırmak gerekiyor. Toplumumuzun sorunları algılamada ve ciddiyetini anlamada yetersiz olduğu bir kez daha anlaşılmıştır. Toplum ve birey olarak bir sorun canımızı yakıncaya kadar beklemek ve ciddiye almamak gibi bir alışkanlığımız var. Corona virüsün kendimizde ya da yakın çevremizde yaptığı hastalığı gördüğümüz ya da yaşadığımız zaman öneminin farkına varıyoruz. Sorun algılamada sadece Corona'ya karşı değil genel sorunlarımıza karşı da duyarlı hale gelmemiz gerekiyor. Bu duyarlılığı yaşadığımız çevreye, insanlara ve hayvanlara karşı da göstermeliyiz. Toplumsal yaşamda sadece ben/biz değil, hepimizin olduğu unutulmamalıdır. Bireyin davranışlarını herkesi etkilediği artık anlaşılmalıdır.

Corona salgınıyla bilimin ne kadar önemli olduğu ortaya çıktı. Salgını değerlendirmek ve yönetmek üzere Bilim Kurulu'nun oluşturulması bunun önemli bir göstergesidir. Bu yüzden bilimin önü açılmalı ve özgürlük alanı genişletilmelidir. Sadece Sağlık Bakanlığı'nda değil başka bakanlıklarda da bilim kurulları oluşturulmalıdır. Bu bilim kurullarına sadece yönetime yakın insanların değil, konuyu bilen uzmanların da davet edilmeleri önem taşımaktadır. Bilim kurulları, sağlıklı politik kararların alınmasına zemin hazırlarlar. Bilim insanları da topluma güven verici ve sorumlu davranış sergilemek durumundadırlar. Aynı şekilde salgının yönetiminde uygulanan politikalarda da açıklığa ve güvene önem verilmelidir. Toplum doğru bilgilendirilmelidir.

Salgın pek çok konunun gündeme taşınmasına da neden oldu. Sağlık konusunda devletin daha çok sorumluluk alması gerektiği ortaya çıktı. İlaç ve aşı üretiminde yerleşmenin gerekliliği görüldü. Yıllar önce kapatılan Hıfızissıhha Enstitüsü'nün önemi ve fonksiyonu anlaşıldı. Sağlık araştırmalarında lokal kaynaklara dönüldü. Yıllardır aşıya karşı çıkanların yanlış yolda oldukları anlaşıldı. Aşıya karşı çıkanlar, aşının bir an önce gelmesini, üretilmesini bekler oldular. Aynı şekilde işlenmiş ve ambalajlanmış gıdaya karşı sürdürülen haksız propaganda yapanlar da kaybetmiş oldular.

Corona salgını ile e-ticaretin önemi artmış ve tüketici e-ticareti çok daha fazla kullanır olmuştur. Bu bağlamda lojistik sektörü de önemli bir gelişme sağlamıştır. Yıllardır ihmal edilen tarım ve gıda teminin önemi anlaşılmıştır. Her ülke kendi yerel kaynaklarını harekete geçirmesi gerçeğini görmüştür. Tarımda bugüne kadar uygulanan yöntem ve teşvik sisteminin iyi çalışmadığı görülmelidir. Türkiye'de tarım 2010 yılından itibaren irtifa kaybetmeye başlamıştır. Türkiye tarımsal üretime yeni bir modelle yeniden canlılık getirmek zorundadır.

Corona epidemisinin nasıl gelişeceği, yaşamımızı daha nasıl etkileyeceği ve şekillendireceği henüz öngörülebilir. Şurası kesin, yaşamımızda her şeyin farklı olacaktır. Olağanüstü bir dönemden geçtiğimizi bilmeliyiz. Yarın ne olacağı bilinmiyor. Ancak şu anda yaşadığımız epideminin henüz kontrol altına alınamadığını söylemek mümkündür. Bu nedenle kendimiz ve toplum için kurallara uymamız ve bilimsel önerilere göre davranmamız çok büyük önem taşıyor.

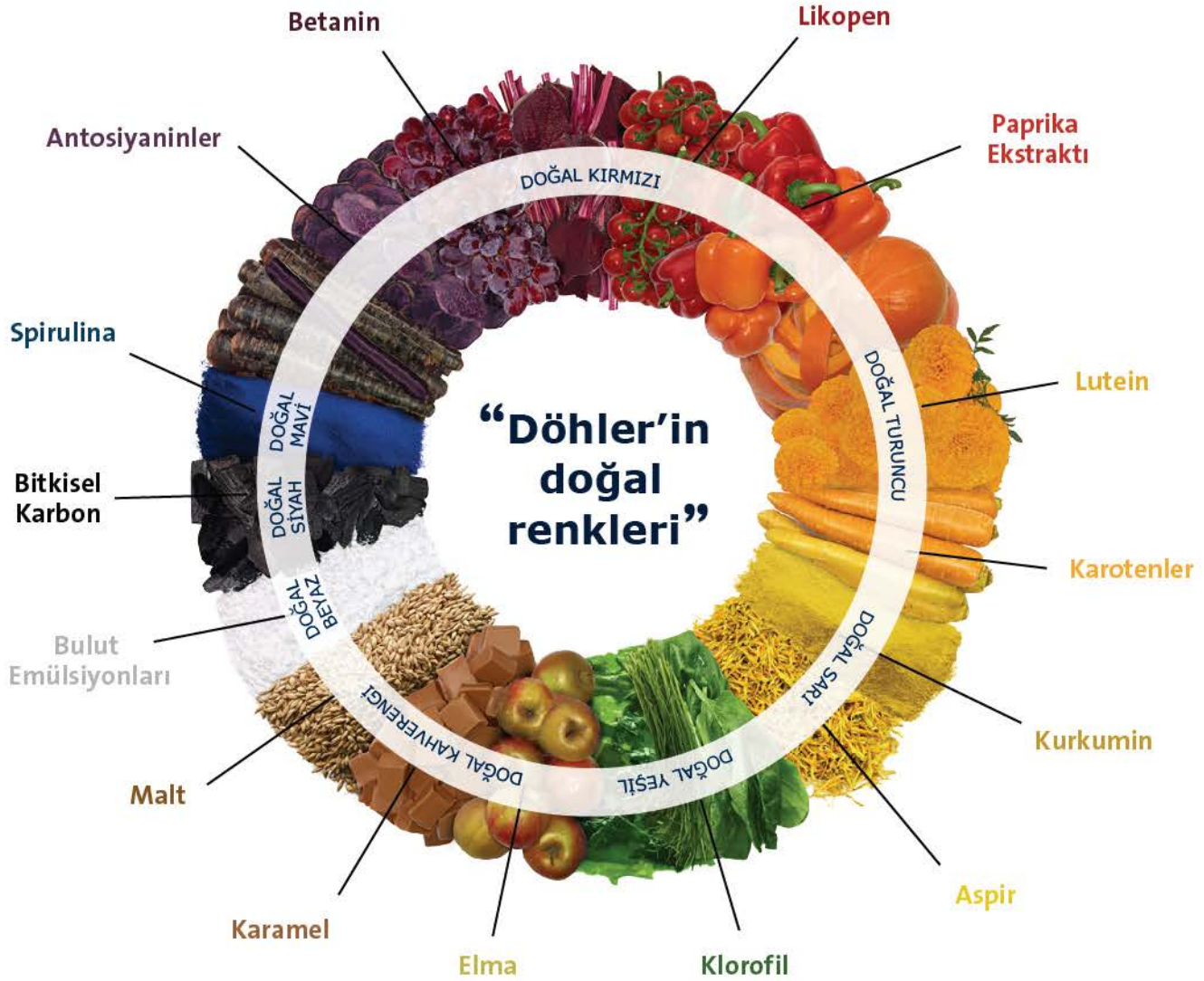
Her şey farklı olacak derken daha az tüketen, daha az israf eden, daha çok sahip olduğu değerleri koruyan, doğa ve insana daha çok saygı gösteren, hayvanlara sempati ile bakan, daha yerel, kendi isteklerine sınır koyan ve her şeyin bir bedeli olduğunu artık anlayan bireyler ve toplum olmamız gerektiğini düşünüyorum.

Herkese sağlıklı ve umutlu günler diliyorum.

Döhler doğal renklendirici çözümleri ile ürünlerinizi dikkat çekici hale getirin



İçecek, süt, dondurma, sakız, şekerleme ve fırıncılık ürünleri için geliştirdiğimiz doğal renklendirici portföyümüz ile ürünlerinize benzersiz bir çekicilik kazandırıyoruz. Firmaya özel çözümler üreterek raflarda fark yaratmanıza yardımcı oluyoruz.



ANT TEKNİK ve TÜRKLAB'dan online seminer

Kalibrasyon ve Deney Laboratuvarları Derneği (TÜRKLAB) ve ANT TEKNİK iş birliği ile düzenlenen "Yüksek Hassasiyetli Floresans Dedektör Teknolojili HPLC ile Gıdalarda ve Yemde Kobracell'siz Aflatoksin Analizi ve İçme suyu ve atık suda 17'li PAH Analizi" konulu e-seminer, 23 Temmuz 2020 tarihinde gerçekleştirildi. ANT TEKNİK Servis Müdür Yardımcı Ozan Halisçelik ve Aplikasyon Takım Lideri Ömer Halit Turmuş tarafından yapılan sunumların ilk kısmında; HPLC'nin çalışma prensipleri ve donanımı ikinci kısmında ise, yüksek hassasiyetli floresans dedektör ile içme suyu ve atık suda 17'li PAH analizi ve gıdalarda aflatoksin analizi konulu çevre ve gıda uygulamalarına yer verildi. Seminerin son bölümünde ise TÜRKLAB üyelerinden A&T Gıda Kontrol Laboratuvarı'nda kurulu HPLC'de online enjeksiyon yapıldı ve A&T Gıda Teknik Müdürü Mehtap Keskin Evcimen, kobracell'siz aflatoksin analizi ile ilgili deneyimlerini aktardı.



Yıldız Holding'in 65 milyar TL cirosu Fahrettin Ertik'e emanet

Yıldız Holding'in Mali İşler Başkanlığı'nda üst düzey atama gerçekleştirildi. Daha önce grup şirketlerinde 18 yıl boyunca farklı pozisyonlarda görev alan Fahrettin Günalp Ertik, Yıldız Holding'e Mali İşler Başkanı olarak yeniden katıldı. 65 milyar TL ciroya sahip Yıldız Holding'in gelecek dönemde tüm mali süreçlerini yönetecek olan Ertik, özellikle büyüme ve karlılık hedeflerine ulaşılmasında önemli bir rol üstlenecek. Fahrettin Günalp Ertik, Bilkent Üniversitesi İşletme Bölümü'nü bitirmesinin ardından, iş hayatına Finansbank'ta Finansal Kontrolör olarak başladı. 2002-2019 yılları arasında Yıldız Holding'de sırasıyla İç Denetçi, Kellogg Finans Müdürü, Ülker Mali İşler Koordinatörü, Gıda Grubu Mali İşler Koordinatörü, Gıda&İçecek ve Perakende Grup CFO'su, Besler Genel Müdürü ve Önem Gıda Başkan Yardımcısı olarak görev aldı. Yıldız Holding'deki kariyeri boyunca önemli projelerde sorumluluklar üstlenen Ertik, 2011 yılında INSEAD Liderlik programını bitirdi. Ardından Wharton Business School ve Kellogg School of Management'da finans, satış, pazarlama ve liderlik alanlarında eğitim aldı. Ertik, 2019 yılından bu yana Azersun Holding'de Mali İşler Başkanı ve Yönetim Kurulu Üyesi olarak görev yapıyordu.



WorldFood İstanbul Fuarı 25 - 28 Kasım 2020'ye ertelendi

Katılımcılar ve ziyaretçiler başta olmak üzere, tüm paydaşların geri bildirimlerinin değerlendirilmesinin ardından daha verimli ve faydalı bir fuar geçirilebilmesi için 02-05 Eylül 2020'de düzenlenecek olan 28. Uluslararası Gıda Ürünleri ve Teknolojileri Fuarı – WorldFood İstanbul'un 25-28 Kasım 2020 tarihlerinde gerçekleştirilmesine karar verildi. WorldFood İstanbul'u düzenleyen küresel fuarcılık şirketi Hyve Group'un Bölge Direktörü Kemal Ülgen konuyla ilgili olarak,

"Tüm taraflarla yoğun temaslarımız nihayetinde Fuarımızın tarihinin değiştirilmesine yönelik talepleri değerlendirdik. Tarih değişikliğinin faydalı olacağını tespit ettik. Katılımcılarımızı ve kamuoyunu, yerel ve küresel çapta sektör ve markamız özelinde yaşanan gelişmelerle ilgili bilgilendirmeye devam edeceğiz. Ticaret Bakanlığı'nın desteği ile Hyve Group'un düzenlediği WorldFood İstanbul, güçlü bölgesel ağı ile yerli paydaşlarımız için yeni iş, ortaklık ve satın alım fırsatları yaratarak, paydaşlarımızın pandemi sürecini hızla atlatmalarına katkı sunacaktır" diye konuştu.



PepsiCo Türkiye'de hedef yüzde 100 yenilenebilir enerji

PepsiCo Türkiye, global olarak belirlenen yüzde 100 yenilenebilir enerji hedefi doğrultusunda Suadiye, Manisa ve Tarsus fabrikalarında yaptığı solar yatırımlarıyla; yıllık ortalama 2.120 megawatt saat elektrik üreterek, yaklaşık 1.425 evin elektriğine karşılık gelen 8 bin 900 ton karbon emisyonunu azaltıyor. Yiyecek fabrikalarına ek olarak içecek fabrikalarında da solar panel bazlı yenilenebilir enerji yatırımlarına devam eden şirket, yakın zamanda İzmir, Adana ve Çorlu içecek fabrikalarında yıllık ortalama 2 bin 200 megawatt saat elektrik üretimi yapılacak solar yatırımını tamamlayarak devreye alacak.



Limondaki ihracat kısıtlaması kaldırıldı

Pandemi sürecinde tüketimi artan ve kilogram fiyatı 18 liraya kadar yükselen limona getirilen ihracat kısıtlaması Resmi Gazete'de yayımlanan kararla kaldırıldı. Ege Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Başkanı Hayrettin Uçak, 7 Nisan'da Resmi Gazete'de yayımlanan kararla limon ihracatının Tarım ve Orman Bakanlığı'nın ön iznine bağlandığını hatırlatarak, "Bu karar 31 Ağustos'a kadar geçerliydi. Ancak Ticaret Bakanlığı süre dolmadan ön izin şartını kaldırdı. Limon tüketimi pandemi döneminde başışıklığı güçlendiren C vitamini ihtiyacını karşılamaya yönelik yoğun talep nedeniyle arttı. Dolayısıyla fiyatlar birdenbire yükseldi. Bakanlıklarımız hem üreticiyi hem tüketiciyi koruma prensibiyle limon ihracatını ön izne bağladı. Daha sonra fiyatlar normal seviyelere döndü" dedi.



KARIŞIMLARI

TextuRole
Stabilizer & Emulsifier Systems

MAPROMIX

FlavoRole
Enzyme Modified Cheese & Butter



TOMRA'dan yenilikçi ayıklama makinesi

Kabuklu yemiş, bakliyat ve çekirdek işlenmesinde çığır açan yenilikler nadir görülse de TOMRA'nın geçen yıl saha testlerinde büyük başarı yakalayan, yüksek performansta ayıklama verimliliği ve ürün kalitesi sağlayan optik ayıklama makinesi TOMRA 3C, yenilikçi çözümler sunuyor. Günümüzde sadece büyük ölçekli üreticiler değil, artık küçük çaplı işletmeler de mekanik temizleme ve optik ayıklama teknolojilerinin entegre edildiği, ürün kaybını en aza indirgeyen çözümlere yöneliyor. TOMRA 3C, sezonun başladığı aylarda en yüksek kapasiteyle ürün işlenmesi, mekanikten optik çözümlere doğru geçişin hızlanması ve verimli olmayan bazı optik çözümlerin yenilenmesi için ideal. TOMRA 3C, diğer geleneksel optik kanal ayıklayıcılardan farklı özelliklere sahip. TOMRA'nın geliştirdiği çoklu spektral kamera ve lazer teknolojileri, kanallı makinelerle günümüze kadar mümkün olmayan ayıklama görevlerini en yüksek kapasite ve başarıyla yerine getiriyor. Bunun yanı sıra sadece renkli kameraya sahip modelleriyle de yalnızca renk ayıklaması gerektiren işlemler için çok uygun ilk yatırım maliyetiyle en yüksek performansı garanti ediyor. TOMRA 3C, ürün kabulü, kırma ve ön temizleme hatlarında zorlu şartlarda çalışabilmek üzere mümkün olan en basit şekilde tasarlandı.



Şişecam'a birleşme yolunda SPK'dan onay

Şişecam Topluluğu'nun tüm faaliyetlerini tek çatı altında toplamak üzere Sermaye Piyasası Kurulu'na (SPK) yaptığı başvuru onaylandı. Türkiye Şişe ve Cam Fabrikaları A.Ş.'nin ana iştirakleri konumundaki Anadolu Cam Sanayii A.Ş., Denizli Cam Sanayii ve Ticaret A.Ş., Paşabahçe Cam Sanayii ve Ticaret A.Ş., Soda Sanayii A.Ş. ve Trakya Cam Sanayii A.Ş.'yi devralmak suretiyle birleşmesine ilişkin çalışmalar 30 Ocak 2020 tarihinde başlatılmış, 27 Nisan 2020 tarihinde ise SPK'ya resmi başvuru yapılmıştı. SPK tarafından 23 Temmuz 2020 tarihinde verilen onayın ardından 26-28 Ağustos 2020 tarihleri arasında birleşme özel gündemiyle gerçekleştirilecek olan Şişecam ve söz konusu ana iştiraklerinin Olağanüstü Genel Kurul toplantılarında birleşme işlemine ilişkin karar alınması bekleniyor. Şişecam Topluluğu Yönetim Kurulu Başkan Vekili ve Genel Müdürü Prof. Dr. Ahmet Kırmızı, tüm faaliyet alanlarının tek şirket çatısı altında toplanması sonucunda Topluluğun yarattığı ekonomik değer ve sahip olduğu rekabet gücünün artacağını belirtti.



Kahve Dünyası'ndan 50 milyon TL yatırım hamlesi

“Hepimizin Ortak Noktası” söylemiyle hizmet veren Kahve Dünyası, mağaza ağını yaygınlaştırarak gücüne güç katmaya devam ediyor. Farklı ihtiyaçlara yanıt veren farklı konseptlerle hem Türkiye’de hem de yurtdışında milyonlarca kahve tutkunuyla buluşan Kahve Dünyası, dinamik hizmetin özel ürünler ve dijital teknolojiyle desteklendiği “Kahve Dünyası Algötür” mağazalarıyla da Türkiye’nin her köşesine ulaşıyor. Misafirlerine 200’ü aşkın mağazasında yaklaşık 2 bin 500 çalışanıyla hizmet veren Kahve Dünyası, yeni mağazalarıyla Türkiye ekonomisine destek olurken istihdama da katkı sağlıyor. Bu çerçevede 2020 yılını 30 yeni mağazayla tamamlamayı planlayan marka, büyük şehirlerin yanı sıra seyahat edenlerin de uğrak noktası olan otoban mağazalarında da ürünlerini Kahve Dünyası severlerle buluşturuyor. Hali hazırda 400 adet akaryakıt istasyonundaki varlığını bu yaz açtığı ve sene sonuna kadar açmayı hedeflediği toplamda 3 otoban mağazasıyla da güçlendirmeyi arzu eden Kahve Dünyası, 2020 sonu itibarıyla 50 milyon TL yatırım rakamına ulaşmayı hedefliyor.



EGEMDEN'e bir ödül daha

Egemden Natürel Sızma Soğuk Sıkım, Asya bölgesinin en prestijli zeytinyağı yarışmalarından biri olan 'Japan Olive Oil Prize - JOOP'dan gümüş ödülle döndü. Egemden, geçtiğimiz günlerde de Avrupa'nın en prestijli yarışmalarından London IOOC'de kalite kategorisinde bronz ödülün sahibi olmuştu. Japonya'nın en prestijli yarışması JOOP'da, 15 farklı ülkeden gelen yüzlerce zeytinyağı dünyanın dört bir yanından katılan bağımsız uzmanlar tarafından değerlendirilerek gümüş ödülün sahibi oldu. Ayvalık ve çevresi olarak bilinen Kuzey Ege'de yetiştirilen zeytinlerden elde edilen Egemden Gurme Lezzetler Serisi; Erken Hasat, Organik ve Soğuk Sıkım çeşitleriyle şişelenerek raflarda yerini alıyor.



9 tarım ilacına yasak getirildi

Tarım ve Orman Bakanlığı geçtiğimiz haziran ayında hastalık ve zararlı organizmaların ürüne zarar vermesini önlemek için kullanılan 16 tarım ilacını (bitki koruma ürünü) yasaklamışken, 5 Ağustos 2020 tarihinde bu listeye 9 pestisit daha ilave etti. 7 pestisit in ise; Aralık 2021 tarihinde yeniden yapılacak değerlendirmeye kadar kullanım alanlarının kısıtlanmasına karar verdi. Tarım ve Orman Bakanlığı'nın bu kararını 81 il müdürlüğüne genelge ile duyurduğunu belirten Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Birol Celep, 2009 yılından beri Türkiye’de kullanımı yasaklanan ve kısıtlanan pestisitlerin sayısının 220’e ulaştığını kaydetti.

Yıllara dayanan tecrübemizi bilim ile harmanlıyor, lezzet tasarımında inovatif çözümlerimiz ile sevilen tatları sizlerle buluşturuyoruz.

Tetra Pak Türkiye’de yeni dönem



Dünyanın önde gelen gıda işleme ve ambalaj çözümleri şirketlerinden biri olan Tetra Pak, İran ve Türkiye faaliyetlerini birleştirerek Türkiye’den yönetme kararı aldı. Tetra Pak’ın Türkiye ve İran Genel Müdürlüğü görevine, şirkette uzun bir geçmişe sahip olan Konstantin Kolesnik getirildi. Tetra Pak bünyesinde değişik ülkelerde birçok görevde bulunan Kolesnik, yeni görevini İstanbul’dan sürdürecektir. Tetra Pak’taki kariyerine 2000 yılında başlayan ve 2014 yılında Tetra Pak İran Genel Müdürü olan Konstantin Kolesnik; öncesinde Tetra Pak İran Satış Direktörü, Tetra Pak Ukrayna Ticari Direktörü, Tetra Pak Rusya Müşteri Direktörü ve Tetra Pak Rusya Batı Sibirya Bölge Direktörü pozisyonlarında görev yaptı. Tetra Pak’taki kariyerine 1995 yılında başlayan ve 2014 yılından bu yana Tetra Pak Türkiye Genel Müdürü olarak görev yapan Nejat Çalışkan’ın ise Tetra Pak Vietnam Genel Müdürü olarak göreve başladığı belirtildi.



Balparmak’a Covid-19 Güvenli Üretim Belgesi

Balparmak, Türk Standardları Enstitüsü (TSE) tarafından verilen Covid-19 Güvenli Üretim Belgesi’ni almaya hak kazandı. Yapılan denetimlerin ardından verilen bu belgeyle Balparmak, TSE’nin yayınladığı Covid-19 Hijyen, Enfeksiyon Önleme ve Kontrol Kılavuzu’na uygun olarak üretim yaptığını ve paketlenmeden dağıtım aşamalarında gıda güvenliği ve hijyeni en üst düzeyde tuttuğunu bir kez daha gözler önüne serdi. Uluslararası geçerliliğe sahip Covid-19 Güvenli Üretim Belgesi, üretim tesisinden giriş çıkışlara, yemekhanelerden soyunma odalarına tüm alanlarda enfeksiyon önleme ve kontrol eylem planları dahilindeki önlemlere uyulup uyulmadığı, temizlik ve dezenfeksiyon planları hazırlanıp hazırlanmadığı gibi birçok konunun incelenmesi sonucunda veriliyor.

Assan Foods’tan Susurluk’a 13 milyon liralık yatırım



Kibar Holding bünyesinde bulunan ve Türkiye’nin önemli ketçap, mayonez, sos üreticilerinden Assan Foods, mevsimin ilk hasadı domateslerin Susurluk Fabrikası’na gelişini çiftçilerle birlikte kutladı. Gelenekselleşen kutlama töreninde, Assan Foods bünyesinde pandemi döneminde kesintisiz süren, uzman bir İtalyan şirketinden hizmet alınarak geliştirilen 13 milyon TRY yatırımla oluşturulan son teknoloji domates yıkama havuzu da devreye alındı. Kibar Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ali Kibar, “Yatırımlarımız, Kibar Holding’in Assan Foods’u alanında sürekli daha güçlü bir konuma getirme yolundaki azim ve desteğinin yeni bir göstergesidir. Ülkemizin önde gelen kuruluşlarının ve dünya devlerinin Türkiye’de ve yurt dışında güvenip tercih ettikleri iş ortağı Assan Foods, Türkiye’deki liderliğini de uzun senelerdir sürdürüyor; inovasyon ve Ar-Ge çalışmalarıyla yepyeni soslar üretmeye, ülkemizde ve dünyada mutfaklara lezzet katmaya devam ediyor. Bu yatırım, Assan Foods’un küresel şirketler ile maliyet rekabetini güçlendirmenin yanı sıra, salçanın ham maddesi domatesin değerini daha da iyi bir yere getirecek; ülkemiz tarım ve sanayine katkı sağlayacak” şeklinde konuştu.



Pinar Öney Bilsel’e önemli görev

Nestlé Türkiye’de 2016 yılından bu yana İçecekler İş Birimi Genel Müdürü olan Pinar Öney Bilsel, Temmuz ayı itibarıyla, Global Dijital ve Sosyal Medya Hizmetleri Lideri olarak görev yapacak. Bilsel, Nestlé’nin İsviçre Vevey’deki Global Merkezindeki yeni rolünde, tüm Nestlé markalarına ve pazarlarına değer sağlama vizyonu ile dünya genelindeki 7 ülkede bulunan merkezlerden verilen Pazarlama, Digital ve Sosyal Medya alanlarındaki hizmetlerin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılmasına liderlik edecek. Nestlé Türkiye’de 13 yıldır görev yapan Pinar Öney Bilsel’in transferinde pazarlama ve iş geliştirme alanlarındaki tecrübeleri, pragmatik düşünce yapısı, çevik ve güçlü liderlik tarzının etkili olduğu belirtiliyor.

Kızılay İçecek yeni Ar-Ge merkezini hizmete açtı

Afet ve acil durumlarda beslenme ihtiyacını karşılamak amacıyla hizmet standartlarını sürekli geliştiren Türk Kızılay, bu görevini daha etkin bir şekilde yerine getirmek amacıyla ‘Prof. Dr. Besim Ömer Akalın AR-GE Merkezi’ni Afyonkarahisar’da hizmete açtı. Yeni AR-GE merkezi aynı zamanda Kızılay İçecek bünyesinde satışa sunulacak inovatif ürünler geliştirmek için çalışacak ve maden suyu ihracatında Kızılay’ı çok daha iddialı bir konuma da taşıyacak. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı’nın onayıyla Afyonkarahisar’da Kızılay İçecek bünyesinde kurulan merkez, afet sonrası kullanılacak içecek ve yiyeceklerle ilişkin bilimsel çalışmalar yürütecek. Merkezde ayrıca bu içecek ve yiyeceklerin üretilmesi için gereken ekipmanlar üzerine de çalışmalar yürütülecek. 600 metrekare alan içerisinde kurulan Prof. Dr. Besim Ömer Akalın AR-GE Merkezi’nde 20 uzman çalışıyor. Burada hayata geçirilecek ulusal ve uluslararası birçok proje ile insani yardım alanında inovatif çözümler üretilecek.



LIFE SCIENCES

Food
& Health

Çikolata & Fırıncılık ürünlerinde Malt mucizesi

Azelis, Muntons firmasının 1921'den bu yana gıda & içecek üreticileri için özel olarak geliştirdiği geniş malt ürünleri yelpazesini, Türkiye'de sizler ile buluşturuyor.

Ürün gamında bulunan malt ekstreleri, malt parçacıkları ve malt unları ile son ürünlere renk, tat ve yapı kazandıran doğal çözümleri sizlerin formüllerine göre dizayn ediyor, size özel çözümlerimizle ürünlerinizi özel kılıyor. Fırıncılık ürünlerinde kullanılan malt ekstreleri; pişme esnasında kırmızı kahve rengi tonları ile üründe pişme rengini zenginleştirirken, raf ömrü boyunca ürünlerinizin daha gevrek ve taze kalmasını sağlar. Yine benzer malt ekstrelerinin çikolatada verdiği etki; yoğun tat algısı ve istenen yapı olacaktır.

Muntons'un her adımda sürdürülebilir olma hedefi; tıpkı "malt tutkusu" gibi. Bu yüzden Muntons'un dünyada en yeşil malt üreticisi olduğunu söylemekten gurur duyuyoruz.



Innovation
through
formulation



BAROMETRE

BİTKİSEL YAĞ



Bitkisel yağ ihracatında ÇITA YÜKSELİYOR

Ege Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği son bir senede ihracatını 388 milyon dolardan 514 milyon dolara çıkardı. Bitkisel yağ ise Haziran'da yüzde 350'lik yükselişe en çok artış gerçekleşen ihracat kalemlerinden biri oldu. Ege Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Terci, 2019 ve 2020'nin ilk yarısında artış rekortmeni olduklarını söyledi. Haziran'da yeni bir rekora daha imza atarak son 6 ayda çok iyi bir performans sergilediklerini belirten Terci, "Hububat, bakliyat ve yağlı tohumlar sektörümüz yüzde 179'luk artışla ihracatını 47,7 milyon dolara taşıdı. Son bir senelik dönemde ise ihracatımız yüzde 32 artarak 514 milyon dolara ulaştı. 2020'deki 500 milyon dolarlık ihracat hedefimize ilk yarıda ulaştık. İhracatımızdaki bu hız devam ederse bu sene 600 milyon doları hedefliyoruz. Haziran'da en çok artış gösteren ürünümüz bitkisel yağlar oldu" dedi.

GIDA HARCAMALARI



Online gıda harcamaları 6 KAT ARTTI

Ticimax E-ticaret Sistemleri Kurucusu Cenk Çiğdemli, "Normalde ayda ortalama 300 e-ticaret sitesi kurarız. Pandemi sürecinde ise, altyapısını kurduğumuz e-ticaret sitesi sayısı ayda 600'e kadar ulaştı. Online gıda harcamaları 6 kat arttı" dedi. Karantina geride kaldı ama e-ticaret ciroları gerilemedi. Küresel Covid-19 pandemisi ile evlere kapandığımız karantina döneminde e-ticaret sektörü hızlı bir büyümeye sahne olmuştu. Karantinadan çıkmamıza rağmen e-ticarette daralma yaşanmadığını ifade eden Ticimax E-ticaret Sistemleri Kurucusu Cenk Çiğdemli, "Mağazaların yeniden açılması ve dışarı çıkabilir durumda olmamıza rağmen, e-ticarette yakalanan büyümede bir gerileme olmadı, Özellikle gıda kategorisinde online alışveriş alışkanlığı yerleşti diyebiliriz. Pandemi döneminde e-ticaret sitesi açan veya operasyonlarını e-ticarete kaydıranlar kazanmaya devam ediyor. Bu süreçte altyapısını kurduğumuz e-ticaret sitesi sayısı normalden 2 kat fazla oldu" dedi.

YUMURTA



Yumurta üretiminde YÜZDE 8,5 AZALMA

Türkiye İstatistik Kurumu, haziran ayına ilişkin kümes hayvancılığı üretimi istatistiklerini açıkladı. Buna göre, tavuk yumurtası üretimi haziranda bir önceki aya göre yüzde 8,5 azalırken, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 1,7 arttı. Bu dönemde 1,5 milyar adet tavuk yumurtası üretildi. Haziranda kesilen tavuk sayısı aylık bazda yüzde 3,3 artarak 105 milyon 629 bin adet olarak kayıtlara geçti. Geçen yılın aynı ayına göre de kesilen tavuk sayısı yüzde 10,2 arttı.

Tavuk eti üretimi haziranda bir önceki aya göre yüzde 2,4, geçen yılın aynı dönemine kıyasla da yüzde 11,5 arttı. Bu dönemde tavuk eti üretiminin 187 bin 979 ton olduğu görüldü. Hindi eti üretimi ise haziranda aylık olarak yüzde 23,2, yıllık olarak da yüzde 58,6 artış gösterdi. Söz konusu ayda hindi eti üretimi 6 bin 294 ton oldu. Ocak-haziran döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre hindi eti üretimi yüzde 9,4, tavuk eti üretimi yüzde 6,1, kesilen tavuk sayısı yüzde 5,4, tavuk yumurtası üretimi de yüzde 0,9 arttı.

PALSGAARD ÇİKOLATA EMÜLGATÖRLERİ

Parlak, zengin, ağızda eriyen, dayanılmaz

Tüketicilerin çikolatalarıyla ilgili yüksek beklentileri vardır ve onlara bırakırsanız üretim maliyetleri uçabilir. Palsgaard'ın emülgatörleri çikolata tadından ödün vermeden maliyetleri düşük tutar.

Çikolatadaki kakao yağı miktarını ve kaloriyi azaltıp yine de hava baloncukları, çapak bulunmayan, kötü kokulardan arındırılmış, muazzam lezzetli ürünler üretebilir misiniz? Yanıt yüksek sesle evet olmalı. Palsgaard'ın emülgatörleriyle, kalıplanmış veya kaplanmış çikolatalarınız ile tüketici beklentilerini tam olarak karşılarken üretim maliyetlerinizi de ciddi ölçüde azaltabileceksiniz.

Palsgaard partiden partiye değişmediğini garanti ettiği PGPR ve AMP çözümlerini sunar ve özel çikolata uzmanları ekibimiz her zaman reçeteler için yardımlarını sunmaya hazırdır.

Çikolata emülgatörlerimizle ilgili daha fazla bilgi için www.palsgaard.com/confectionery

İYİ ŞEYLERİ BİR ARAYA GETİRİR

Palsgaard®
(Teknaroma)



MANTI 7 kişiye özel mantı üretecek



Kemal Yıldırım

Kayseri'nin yöresel ev mantılarını tüketicilerle buluşturan Manti 7'nin kurucusu Kemal Yıldırım lezzet sırlarını paylaştı. Bigchefs ve Huqqa gibi büyük zincir markalarla birlikte çalışan Yıldırım, kişiye özel mantı üretimine başlayacaklarını duyurdu ve doğru yapılan mantıyı herkesin sevebileceğini söyledi. Manti7'nin 2011 yılında kurulduğunu anlatan Kemal Yıldırım, "Evde yapmaya başladığımız Kayseri yöremize ait mantıya çevremiz tarafından gelen yoğun talep üzerine imalathane ortamına taşındık. Mantılarımızı hazırlarken temiz içerik ve doğallığını koruyarak üretime başladık. Küçük bir adımla başladık hikayemiz. Zaman içerisinde giderek büyüdük. Birçok ünlü zincir yemek restoranıyla çalışmaya başladık. Ünlü şeflerin bizlerden mantı istemesi ticari olarak bizi mutlu ettiği kadar gururlandırdı da. Bu kadar beğenilip talep görmesi tesadüf mü dersenez, bence hayır. Biz doğal olan her şeyin lezzetli ve sağlıklı olduğunu düşünüyoruz" dedi.

Türkiye içerisinde 81 ilde ve dünyanın her bölgesine dağıtım gerçekleştirebildiklerini açıklayan Kemal Yıldırım, -18 derecede şoklanan ürünleri soğutucu araçlarla birlikte soğuk zincir kırılmadan çeşitli şehir ve bölgelere ulaştırdıklarını belirtti. Manti alanı içerisinde farklı çeşitlerde mantılar ürettiklerini ve ürün gamlarında 17 çeşit mantı bulunduğunu kaydeden Yıldırım, kendi formüllerinin dışında reçeteye göre de mantı yapabildiklerini sözlerine ekledi. Geleceğe dönük hedefleriyle ilgili de konuşan Kemal Yıldırım, "Birçok hedefimiz var. Şu an AR-GE aşamasında olan formüllerimizden, yeni tesisimize kadar, ama öncelikli olarak her insana uygun mantı üretimi gerçekleştirmek istiyoruz. Sağlık problemi olan, kilo kontrolü sağlamak isteyen herkese. Biz doğru yapılan ve aslına sadık kalınan mantıyı herkesin sevebileceğini düşünüyoruz. Bunların dışında üretim kapasitemizi arttırmayı hedefliyoruz. Bunun için ise yeni bir tesis kuruyoruz" ifadelerini kullandı.

www.manti7.com

Kaya Çiftliği pandemiye rağmen yüzde 40 büyüdü

Türkiye'nin yaygınlaşan kahvaltılık market zincirini yaratan süt ve süt ürünleri üreticisi Kaya Çiftliği, 2020'nin ilk yarısında yüzde 40'a varan oranda büyüme gerçekleştirdi. Özellikle peynir çeşitlerinde yakaladığı başarıyla adından en çok söz ettiren marka haline gelen Kaya Çiftliği, iç pazarda perakendede yakaladığı başarıyı sınır ötesine taşımayı hedefliyor. Kaya Çiftliği Yönetim Kurulu Başkanı Zülfikar Kaya, "Yıla girerken yurt dışı ve HORECA hedeflerine ağırlık verdik. 2020 ilk çeyreğinde yüzde 40'a varan oranda büyüme gerçekleştirdik. Günde 200 ton, ayda 6 bin ton süt işleme kapasitesine ulaştık. Şimdi en önemli hedefimiz yakaladığımız başarıyı yeni pazarlara ve ihracata taşımak. Türk kahvaltısını dünyaya tanıtacağız" dedi.



Zülfikar Kaya

Kaya Çiftliği'nin hem içi hem dış pazarda büyümesine devam edeceğini söyleyen Kaya, "Beyaz peynir, yoğurt, kaşar peyniri, yöresel ürünler ve tereyağı olarak beş ana grup altında, 140 çeşit ürün çeşitliliğimiz var. Tüketicie mağazalarımızda toplam 700 kalem ürün sunuyoruz. Otomasyona verdiğimiz öncelikli yatırımlarımızı geliştirdik. İnsan kaynağımızın kalitesini sürekli eğitimlerle artırarak 2019 için belirlediğimiz hedeflerin yüzde 120 üzerine çıktık. 2020 yılının geri kalanında da yeni şubeler açmaya devam edeceğiz. Franchise başvurularını değerlendirmeye devam ediyoruz. Lojistikte yaptığımız yatırımla maliyetlerimizden tasarruf yapmayı hedefliyoruz. Şu anda 21 ilde 109'a ulaşan satış mağazalarımız var. Günlük 200 tonluk süt işleme kapasitemizin yarısını kullanıyoruz. Yıllık 12 bin ton sevkiyat gerçekleştiriyoruz. Lojistik operasyonlarımızın yüzde 98'ini kendi bünyemizde yürütüyoruz" diye konuştu.



www.kayaciftligi.com.tr

BEE'O Yayla Çiçek Balı'na İngiltere'den altın madalya

Bu yıl ikincisi düzenlenen Londra Bal Ödülleri'nde ödüller sahiplerini buldu. Arıların, Anadolu'nun yaylalarında yetişen çiçeklerin nektarlarından elde ettiği, zengin mineral ve vitamin içeriğine sahip BEE'O Yayla Çiçek Balı, yarışmada altın madalya kazandı. Dünya genelinden bal üreticilerinin katıldığı yarışmada, ürünler jüri tarafından koku, doku, lezzet ve ağız hissi kriterlerine göre değerlendirildi. Ödüller, yapılan puanlamalara göre verildi. Bu kapsamda yüksek derecelendirme alan ürünler, Altın Bal Ödülü'nün sahibi oldu. BEE'O Yayla Çiçek Balı da bu kategoride yer alarak, altın madalya kazandı. Yeni Zelanda, İspanya, Norveç ve Yunanistan gibi farklı ülkelerden bal üreticilerinin katıldığı yarışmada onlarca

farklı ürün yarıştı. BEE'O Yayla Çiçek Balı'nın altın madalyaya layık görülmesinin kendileri için büyük bir onur kaynağı olduğunu belirten BEE'O Propolis Genel Müdürü ve Gıda Yüksek Mühendisi Aşlı Elif Tanuğur Samancı, "BEE'O Propolis olarak, Türkiye'nin ilk ve halen tek ulusal ve uluslararası inovasyon ödüllü yerli propolis üreticisiyiz. Sözleşmeli arıcılık modeli ile çalışıyoruz. Anadolu arı ürünleri ve

Anadolu arıcılığını geliştirmek için şirketimizin kuruluşundan itibaren her geçen gün büyüyen bir aşkla ürünlerimizi üretiyoruz. Anadolu arı ürünlerini bir dünya markası yapmak için 2013 yılından bu yana azim ve inançla çalışıyoruz. BEE'O olarak yaptığımız projeler ve geliştirdiğimiz ürünlerle ulusal ve uluslararası arenada toplamda 33 farklı ödüle layık görüldük" dedi.



www.beeo.com.tr

Product expertise and leading marketing positions in a diverse range of product categories



Nutritional Premixes Additives
Proteins (Dairy, Vegetable and Meat)
Sweeteners Aroma Chemicals
Vitamins & Derivatives **Amino Acids**
Botanical Extracts Essential Oils
Preservatives

0212 573 13 95

**Prinova Gıda ve
Kimya Tic. Ltd. Sti.**



CODIVA'dan yeni ürün: Signature Mini Bars

Godiva, yeni ürünü Signature Mini Bars'ı tüketicilerle buluşturdu. Özenle hazırlanmış her bir Signature Mini Bars paketinde yer alan sekiz stick çikolata, özel ambalajları sayesinde hijyenik koşullarda tüketime imkan tanıyor. Tariflerini Godiva Çikolata Şefi Jean Apostolou'nun özel olarak geliştirdiği altı ayrı çeşidiyle Signature Mini Bars, Godiva'nın ikonik tatlarının yanı sıra yeni lezzetleri de içeriyor.



2 yeni NESCAFÉ Xpress raflarda yerini aldı

NESCAFÉ Xpress, şeker ilavesiz ve düşük kalorili yeni ürünleriyle kahveseverlere sıcak yaz günlerinde serinletici iki alternatif sundu. Yeni NESCAFÉ Xpress'ler hem sütlü hem de sade kahve sevenlerin beklentilerini karşılıyor. Kahvesini sütlü sevenler için Şeker İlavesiz ve Tatlandırıcısız NESCAFÉ Xpress Café Latte ve sade sevenler Şeker İlavesiz ve Tatlandırıcısız NESCAFÉ Xpress Americano aflatdaki yerini aldı.



POLONEZ'den 3 farklı ağaçta tütsülenmiş sosis

Polonez, Ar-Ge çalışmalarıyla geleneksel lezzetleri günümüz beslenme alışkanlıklarına ve yeni nesil tatlara uyarlayarak ürün gamını genişletiyor. Yüzde yüz dana etinden üretilen, özel baharatların kullanıldığı, meşe, kayın ve kiraz ağaçlarında fümelenen Polonez Dana Bratwurst ve Frankfurter sosisler piyasaya çıktı. Üç farklı ağaç kabuğunun talaşında tütsülen sosislerin aromaları, klasik sosislerden oldukça farklı.



BEE'O Kudret Narını zengin içeriklerle buluşturdu

Kudret narı, faydaları uzun yıllardır bilinen ancak "Nasıl tüketmeliyiz?" sorusunun yanıtı da oldukça merak edilen bir meyve. BEE'O, kudret narını zengin içeriklerle bir araya getirerek hazırladığı shot ile pratik kullanım sundu. "Sözleşmeli Arıcılık" modeliyle kovandan sofraya kontrollü koşullarda ürettiği arı ürünleriyle dikkat çeken markanın yeni ürünü de diğer tüm ürünleri gibi ilave yağ, şeker, koruyucu ve katkı maddesi içermiyor.



HERO BABY'den Organik Bebek Bisküvisi

Hero Baby'nin pazara sunduğu Organik Bebek Bisküvisi, zengin içeriğiyle ara öğünler için güçlü bir alternatif olmaya aday. Folikasit kaynağı olan yeni ürün, sütte hızlı bir şekilde eriyerek bebeklerin günlük ihtiyaçlarına cevap veriyor. Ek gıdaya geçiş döneminde annelerin hayatına kolaylık getiren Organik Bebek Bisküvisi, formülünde bulunan çinko, demir, kalsiyum ve A, D vitaminleriyle öne çıkıyor.



LEZİTA restoran lezzetlerini evlere getirdi

Lezita, pratik, besleyici ve doyurucu atıştırılmalık arayanlar için ürettiği Çıtır Kova ürün ailesini yeni lezzetlerle genişletti. Restoranlarda yemeye alışık olunan çıtır piliç lezzetini evlerde hazırlama imkanı sunan Lezita Çıtır Kova ailesine yeni eklenen Jumbo Piliç Fileto ve Çıtır Piliç Lokmaları ile Lezita Çıtır Kova ailesi evde maç, oyun ve sinema saatlerinin, arkadaş buluşmalarının aranılan lezzeti olmayı hedefliyor.



MQF SİRAL ŞOKLAMA VE SOĞUTMA SİSTEMLERİYLE ÜRÜNLERİNİZİ EN SAĞLIKLI ŞEKİLDE ŞOKLAYIN

- ✓ Yüksek Verimlilik
- ✓ Paslanmaz Konstrüksiyon
- ✓ Mevcut Sisteme Kolay Entegrasyon
- ✓ Otomasyonlu Sistem
- ✓ İhtiyaca Özel Tasarım Çözümleri
- ✓ Kolay Montaj Ve Temizlik

SOĞUK DEPO CİHAZLARI



SOĞUK DEPO PANELLERİ



SÜRGÜLÜ VE ÇARPMA
SOĞUK DEPO KAPILARI



HIZLI SOĞUTMA TÜNELİ



SWİNG VE OFİS KAPILARI



ŞOKLAMA SİSTEMLERİ





COLORADO lezzet ailesine yeni soslar

Assan Foods, Colorado markası ile 4 yeni lezzetin lansmanını gerçekleştirdi. Pesto, Guacamole, Buffalo ve Relish, Colorado'nun ürün portföyüne yeni soslar olarak eklendi. HORECA sektöründe şeflerin mutfakta kullanımını kolaylaştırmak amacıyla, Colorado Pesto Sauce ve Colorado Guacamole Sauce'ları cam kavanozda, Colorado Relish Sauce ve Colorado Buffalo Sauce'ları ise 2 litre bidon ambalajda üretildi.



OLIPS SOFT MINTS ile ferahlık deneyimi

Mondelez International Türkiye'nin ferahlatıcı şeker pazarındaki yenilikçi markası Olips, bir yeniliğe daha imza atarak tüketicilerini Olips Soft Mints ile tanıştırdı. Çiğnenebilir şeker formatındaki Olips Soft Mints'in nane ve karpuz olmak üzere iki farklı çeşidi bulunuyor. Olips yeni lezzetlerini "Ferahlığı Çiğne, Harekete Geç" sloganıyla tüketicilerine sunuyor. Yeni ürünler perakende noktalarında bulunuyor.



BURGER KING kahvaltı seçeceklerini genişletiyor

Burger King kahvaltı seçeneklerini genişleterek lezzet severlere yeni ürünler sunmaya devam ediyor. Bu kapsamda kahvaltı kategorisine iki yeni ürün ekleyen marka, Panini İki Peynirli Tost'un yanında Panini Tost Ailesi'ne yeni eklediği Panini Fıme Etli Peynirli Tost ve Panini Kavurmalı Peynirli Tost ile kahvaltıda klasik lezzetlerin dışına çıkmak isteyenler için hem doyurucu hem de ekonomik bir alternatif sunmayı hedefliyor.



CHIPS MASTER'dan kabuklu patates cipsi

Patatesin lezzet ustalarından Chips Master'ın kabuklu özel serisi raflarda yerini aldı. Marka, yeni kabuklu patates cipslerinin çıtırılığı ve yoğun patates tadıyla lezzeti kabuğunda algısını yeniden hatırlatmayı hedefliyor. Klasik, baharatlı, yoğurt ve mevsim yeşillikleri aromalarıyla çok çeşitli ürün gamına sahip olan kabuklu özel seri, özel tasarım mat ambalajıyla da dikkat çekiyor.



METRO TÜRKİYE'den soğuk içecek çeşitleri

Metro Türkiye, sıcak yaz günlerinde serinlemek isteyenlere birbirinden lezzetli ve organik içecekler sunuyor. Metro Türkiye'nin kendi markası olan Rioba çatısı altında sunduğu Smoothie'den soğuk çaya, detoks meyve suyundan Kombucha çaylarına kadar yaza renk katmaya aday. İçeceklerde, Türk Gıda Kodeksi gereğince renklendirici ve koruyucu madde bulunmuyor.



ÜLKER'den yeni lezzetler

Ülker, aralarında Ülker Select, Laviva ve Caramio'nun mini çeşitlerinin de bulunduğu çikolata ve şekerlemede 52 ürünüyle tüm satış noktalarında ve online alışveriş sitelerinde yerini aldı. Çikolatada Ülker Ece ve Ülker Çikolatin gibi sevilen ürünlerin yanı sıra, dışı sütlü ve beyaz çikolata, içi lezzetli fındık kremasıyla dolu, deniz kabuğu formunda şekilleriyle "Ülker Select Çikolata" isimli yeni ürünü tüketicilerle buluştu.

Gıda Dünyasının Türkiye Buluşması

WorldFood

28. Uluslararası Gıda Ürünleri ve Teknolojileri Fuarı

25 - 28 Kasım 2020

TÜYAP FUAR ve KONGRE MERKEZİ
İSTANBUL

www.worldfood-istanbul.com



Destekleyenler



İşbirliğiyle



Gıdada inovasyon ‘tarladan çatala değil’

ÇATALDAN ODAKLANMALI MİDEYE

“Gıda Sanayinde AR-GE ve İnovasyon: Bir Büyüme Stratejisi” webinarında, gıda inovasyonunda yeni paradigmlar masaya yatırıldı.

“Pandemi gıdada AR-GE’nin önemini gösterdi”

Gıda Teknolojisi Dergisi Bilimsel Yayın Kurulu Başkanı ve Haliç Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Mehmet Pala moderatörlüğünde gerçekleştirilen “Gıda Sanayinde AR-GE ve İnovasyon: Bir Büyüme Stratejisi” webinarı 30 Mayıs Cumartesi günü gerçekleştirildi. TÜBİTAK Tarım, Orman ve Veterinerlik Araştırma Destek Grubu Koordinatörü Dr. Naci Sağlam, Hacettepe Üniversitesi Gıda Mühendisliği Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. Vural Gökmen, Aromsa Kurucu Genel Müdürü Murat Yasa ve Remik Kimya A.Ş. Genel Müdürü Edip Tahincioğlu’nun konuşmacı olarak yer aldığı konferansta, gıda sanayinde AR-GE ve inovasyonun önemi ve bu alanda şirketler ve resmi mercilerin yapmaları gereken hususlar tartışıldı. Toplantıyı 100’den fazla katılımcı online olarak izledi.

Webinarın açılış konuşmasını yapan Prof. Dr. Mehmet Pala, içinde bulunduğumuz koronavirüs pandemisinin gıda ve tarımda kendi kendine yeterlilik ve çevrenin korunması konularını ön plana çıkardığını söyledi. Bir zamanlar Türkiye’nin gıdada kendi kendine yeten yedi ülkeden biri olduğu söyleminin kullanıldığını fakat bunun gerçeği yansıtmadığını belirten Pala, “Türkiye kurulduğu tarihten beri gıda ithalatı yapan bir ülkedir ama kendi kendine yetme potansiyeline sahiptir. Bu dönemde önemi anlaşılan bir diğer konu da ambalajlı gıdalar olmuştur. Ambalajlı gıdaların tüketilmesine karşı çıkan kimi kesimler iddialarını kaybettiler. Öte yandan katma değeri yüksek ürünlere de talep arttı. Gıda sanayinde otomasyon, e-ticaret ve depolama gibi hususların önünüzdeki dönemde daha da öne çıkacağını düşünüyorum. Gıda şirketlerinin toplum tarafından nasıl algılandığı



Prof. Dr. Mehmet Pala

konusu çok önemli hale gelecek. Rekabetçi bir sistemin sürdürülebilir olmasında AR-GE ve inovasyon çok kritik öneme sahip olacak. Pandemi bu gerçekleri görmemizi sağladı” dedi.

Türkiye’de gıda sektöründe 42 bin işletme ve 500 bin çalışan olduğundan bahseden Mehmet Pala, sektörün cirosunun 400 milyar liraya ulaştığını açıkladı.

Gıda sanayinde toplamda 15, tarım sektöründe ise 19 AR-GE merkezinin olduğunu kaydeden Pala, “Tarım ve Orman Bakanlığı’nın 45 civarında araştırma enstitüsü var. Bunun yanı sıra ülke genelinde 70’e yakın gıda mühendisliği bölümü, 32 veteriner fakültesi ve 40’tan fazla ziraat fakültesi mevcut. Bu rakamlara baktığımızda hakikaten büyük bir potansiyele sahibiz. Dolayısıyla bugünkü toplantımızda gıda ve tarımda AR-GE ve inovasyon konusunu tartışmaya açmak istiyoruz” diye konuştu.

"160 gıda projesine 41,5 milyon TL destek verdik"

Webinar'da ilk konuşmayı yapan TÜBİTAK Tarım, Orman ve Veterinerlik Araştırma Destek Grubu Koordinatörü Dr. Naci Sağlam, kurum olarak özel sektöre sundukları destek programları hakkında bilgi verdi. TÜBİTAK'ın sanayiye yönelik en önemli teşviklerinin başında 1507 kod numaralı KOBİ'lerin AR-GE Başlangıç Destek Programı geldiğini belirten Sağlam, 600 bin liradan başlayan 1,5 yıllık desteklerin söz konusu olup, destek oranının yüzde 75 olduğunu söyledi. Kurum olarak sundukları diğer bir teşviğin 1501 kodlu Sanayi AR-GE Projeleri Destekleme Programı olduğunu anlatan Sağlam, önceki yıllarda bu destek programına sadece büyük işletmelerin başvurduğunu ama geçtiğimiz ocak ayından itibaren sadece KOBİ'lerin bu programından yararlandığını açıklayarak, "Bu programda 3 yıla kadar destek mümkün. 1501 ve 1507 kodlu destek programlarının çağrılı programlara dönüştürülmesiyle ilgili bir çalışmamız var. Burada; iyi bir yönetimin sağlanması, en iyi projelerin desteklenmesi ve çağrılı programda projelerin yarıştırlarak daha nitelikli olanların daha iyi maddi koşullarda desteklenmesi amaçlanıyor. Bunun yanı sıra, farklı politika araçlarında ülkemizde ihtiyaç duyulan alanlarla ilgili çağrılarla daha etkin ve esnek kullanılması da mümkün olabilecek. 1501 ve 1507 destek programlarında ilk olarak ön değerlendirme yapılıyor daha sonra ise



DR. NACİ SAĞLAM

TÜBİTAK Tarım, Orman ve Veterinerlik Araştırma Destek Grubu Koordinatörü

TÜBİTAK'ın belirlediği bağımsız hakemler yerinde değerlendirme yaparak bir rapor hazırlıyor. Bu raporlar yürütme kurulunda 3 boyut altında değerlendiriliyor ve başarılı bulunan projelerin bütçeleri belirleniyor" dedi.

ÜBİTAK'ın destek programlarından bir diğeri olan 1505 kodlu Üniversite Sanayi İşbirliği Destek Programı hakkında da bilgi veren Naci Sağlam, "Kurum olarak üniversite – sanayi iş birliği konusuna uzun süredir önem veriyoruz. Ancak bu konuda istenilen hedeflere ulaşılamadı. Hem üniversite tarafında hem de sanayi tarafında bazı ön yargılar giderilemedi, belki de

fayda oranları artırılmadı. Bu program kapsamında 1,5 milyon TL'ye kadar destekler verilebiliyor, üniversitelerin laboratuvarlarında öğretim üyesinin geliştirdiği ekonomiye ve sanayiye faydası olabilecek bir çıktı veya geliştirilme aşamasındaki ürünün sanayiye aktarılması amaçlanıyor. Destekleme programlarına 3 bin 371 başvuru yapılırken bugüne kadar 932 destek kararı alındı" ifadelerini kullandı. 1995 – 2019 yılları arasında 43 bin 695 proje başvurusundan 22 bin 247 projeye destek verilirken toplamda 12,4 milyar TL'lik hibe desteğinin sağlandığını açıklayan Naci Sağlam, yaratılan AR-GE hacminin yaklaşık 20 milyar TL'yi bulduğunu açıkladı. Hibe desteklerinin sektörlere göre dağılımı incelendiğinde gıda, tarım ve hayvancılığın yüzde 5'ler seviyesinde kaldığını vurgulayan Sağlam, "Bu rakamın daha da yüksek olabilmesi gerekiyor. Bu 3 sektörde AR-GE potansiyeli çok yüksek olmasına rağmen arzu edilen rakamlara ulaşılamadı. Proje başvurularının yıllara göre dağılımı ise bazı yıllarda azamalar olsa da genel olarak artıyor. 2019 yılında 4 bin 529 proje başvurusunun yapıldığını görüyoruz. Büyük bir oranda KOBİ'lerin öncelikli olarak desteklendiğini rahatlıkla söyleyebilirim. Son 5 yılda 297 gıda firması 500 projeye kurumumuza başvuruda bulunurken, 22 firmanın 160 projesi desteklenmiş ve 41,5 milyon TL teşvik sağlanmıştı" diye konuştu.

"Bir sanayici AR-GE için teşviğe ihtiyaç duymamalı"

Webinarın ikinci konuşmacısı olan Aromsa Kurucu Genel Müdürü Murat Yasa ise, bugün itibarıyla gıda endüstrisinin tarladan sindirim sistemine değil, tarladan cüzdana ve alışveriş sepetine yoğunlaştığını söyleyerek bu durumun büyük bir kalite sorunu yarattığına dikkat çekti. Gıda aromaları üretmek amacıyla kurduğu Aromsa'nın faaliyete başladığı 1982 yılında sektörün Eminönü'ndeki tüccarların kontrolünde olduğunu belirten Yasa, AR-GE'ye önem vererek ve kaliteli insanlarla çalışarak Türkiye'de aroma üretiminde başarılı bir firma yarattıklarını anlattı. Aromsa'nın bugün 4 bin 700 metrekare AR-GE ve uygulama laboratuvarlarının bulunduğunu belirten Yasa, bunu Türkiye'nin ilk LEED platin sertifikalı binasında gerçekleştirdiklerini dile getirdi. Dünyada ve Türkiye'de bir sanayicinin yaşayabilmesi ve firmasını geliştirebilmesi için AR-GE ve inovasyon yapması gerektiğine vurgu yapan Yasa, "Ülkemizde maalesef ayaklarımız yere basmıyor ve kendimizi olduğumuzdan büyük görme gibi bir yanılgıya düşüyoruz. Herkes teşviklerin öneminden söz ediyor ama bence AR-GE çalışmaları yapmak için bir sanayici teşviğe ihtiyaç duymamalı, kendi kaynağını yaratmalıdır. Devletin teşvikten ziyade ekonomiyi güçlü tutup



MURAT YASA

Aromsa Kurucu Genel Müdürü

araştırma merkezlerini doğru biçimde denetlemesi ve sanayiye hizmet verecek yönde hazırlaması lazım" diye konuştu.

Türkiye'nin potansiyeli yüksek bir ülke olduğunu aktaran Murat Yasa, "Ülkemizde faaliyet gösteren yabancı ortaklı bazı firmalardan bildiğim bir şey var. Yurt dışında 3 yılda geliştirilen bir proje bizim ülkemizde 3 ayda bitirilebiliyor. Bu durum Türk insanının kıvrak zekasının tezahürüdür. Bunu milliyetçi bir söylem olarak değil sadece

bir gerçeğin tespiti olarak belirtmek istiyorum. Bununla birlikte çok olumsuz bir özelliğimiz var ki bu da mütemadiyen birlerinden destek bekliyor olmamız. Oysa kendi kendine yeter olmamız gerekiyor. Bu yüzden daha önce de belirttiğim üzere teşviğe karşıyım. Hatta elimde olsa bugüne kadar verilen teşviklerle karşılığında ortaya konan projelerin ve yeniliklerin listesini çıkarmak isterim. Bunu gerçekten merak ediyorum. Örneğin Türkiye'de et üretim tesisi yapmak için aldığı teşviki otel inşaatında kullanan insanlar var. Bunların önüne geçebilmek için bu ülkeyi seven insanlar yetiştirmemiz gerekiyor. Firmamızda çalışan genç bir arkadaş bir seferinde Ağrı'da yaşayan amcasından bahsederek; 'Amcamın 400 adet büyükbaş hayvanı var. Darı eker, darısını ve samanını da satardı. Son 3-4 yıldır amcamın banka hesabına 500 TL para yatmaya başladı. Bugün ise amcamın sahip olduğu hayvan sayısı 20'ye kadar düştü. Sadece ürettiği darıyı satıyor ama saplarını çöp olarak atıyor' demişti. Ben bu örnekten yola çıkarak Türkiye'nin çeşitli ülkelerden neden et ve saman ithal ettiğinin cevabını buldum. Bu ülke insanının geleceğine kafa yorması olmazsa olmazımız" dedi.

“İnovasyon gıda zincirinin halkası”

Konferansın üçüncü konuşmacısı olan Hacettepe Üniversitesi Gıda Mühendisliği Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. Vural Gökmen, eskiden beslenme ve yeme-içme olarak tanımlanan insanların temel ihtiyacının, günümüzde aynı insanoğlunun yaşanabilir ve sürdürülebilir bir çevre mantığı içerisinde bu ihtiyacını gidermesi olarak görülebileceğini belirtti. Bu açıdan bakıldığında yaşanabilir ve sürdürülebilir bir çevre mantığı içinde gıdanın belli bir tarımsal üretim potansiyeliyle birlikte endüstrinin hizmetinde olduğunu anlatan Gökmen, endüstrinin de sorumlu bir üretim anlayışıyla tüketiciye sağlıklı, lezzetli ve kaliteli ürünler sunmak gibi bir ekosistem içinde konuyu ele aldığını ifade etti. Gıda sanayinin hem sürdürülebilir tarım hem de tüketicilerin devamlı değişen talep ve beklentileri arasında sıkışmış bir pozisyonda olduğunu kaydeden Gökmen, “Bu sebeple inovasyonu ve yaratıcılığı, bu ara yüzde ortaya çıkarması beklenen bir zincirin halkası olarak görmek zorundayız. Gıda inovasyonu ve AR-GE ekosistemini hem iklim değişiklikleri, nüfus artışı, su ve tarım topraklarının az olması gibi genel küresel sorunlar hem de gıda zincirine özel bazı değişkenler etkiliyor” dedi.

Gıda işleme tekniğinin tarihinin tarım devrimine dayandığını ve bu devrimin ortaya çıkardığı kurutma, pişirme ve tuzlama gibi tekniklerin imkan verdiği ürünlerin günümüzde sofralarda yer aldığını anlatan Vural Gökmen, “Bir de 150-200 yıllık sanayi devriminin ortaya çıkardığı hareket alanı ve onun sonucunda üretilen ürünler var. Burada gıdanın daha uzun süre muhafaza edilmesi, daha farklı özelliklerde reformüle edilebilmesi, girdilerin spektrumunun olabildiğince genişlemesi, son ürün çeşitliliğinin artması, buna bağlı olarak gıda çeşitlerinin çoğalması ve yaygınlaşmasıyla beraber gıdalar kolay erişilebilir hale geldi. Günümüzde dünyada en fazla konuşulan konuların başında gıda endüstrisinin ortaya çıkardığı kabiliyetin insanların yararına olup olmadığı geliyor. Çünkü çok ciddi booyutlarda sağlık kaygısı söz konusu. Sağlığımızı bozan en temel faktörlere bakıldığında tükettiğimiz gıdalar ilk sıralarda bulunuyor. Bu sebeple dünyada gelişmiş ülkelerde ve Türkiye’de sürdürülebilir bir gıda sistemi sıklıkla konuşuluyor. Hayvansal ürünlerin sınırlı olmasından ötürü daha çok bitkisel temelli ürünlere yönelim sü-



===== **PROF. DR. VURAL GÖKMEN** =====
Hacettepe Üniversitesi Gıda Mühendisliği
Bölümü Öğretim Üyesi
=====

rüdrülebilirlik açısından değerlendiriliyor. Ürünlerin sürekli değişen ve insanların yaşam koşulları içinde hayatını kolaylaştıran bir özelliği geliştirilerek servis edilmeleri bekleniyor. Kısacası insanoğlu gıdalardan beslenme ihtiyaçlarını giderirken, sağlık statüsünü destekleyen ürünleri talep ediyor. Bu bakımdan gıda ürünlerinden beklentilere bakarsak; bilinen tüm risklerin azalması ve gıdadan beklenen faydaların nasıl maksimize edileceğiyle ilgili bir ürün geliştirme mantığının egemen olduğunu görmekteyiz” şeklinde konuştu.

“SON 20 YILDA ÜRÜNLERİN KARAKTERİSTİK ÖZELLİKLERİ ÖN PLANA ÇIKTI”

Gıdalla ilişkilendirilen risklerin son 50 yılda ortaya çıktığını vurgulayan Prof. Dr. Vural Gökmen, tartışmanın işlenmiş, aşırı işlenmiş, ambalajlanmış ürünlere odaklı olduğunu; faydaların ise daha çok tarım devrimiyle ortaya çıkan kurutulmuş ürünler, fermente edilmiş ürünler, tam gıda olarak tabir edilen ürünlerde tanımlandığını ifade etti. Tüketicilerde oluşan bu algıya örnek olarak yoğurdu gösteren Gökmen sözlerini şöyle sürdürdü: “Tarım devrimiyle üretimi gerçekleşen yoğurda insanlar olumsuz yorumlarda bulunmamış, hatta belirli şartlarda üretilen yoğurtları gayet sağlıklı bulmuşlar. Ancak aynı tüketiciler bir çikolatalı gofreti üzerindeki etikete bakmak suretiyle çok sağlıklı bulmayabiliyor. Bu doğal değerlendirme gıda endüstrisinin profesyonelleri olarak bizi şöyle bir tespite zorluyor: Aslında 1950’lerden bugüne gıda endüstrisi ve gıda teknolojisinin temel marifeti ‘belirli bir üretim marifetiyle ürüne

nasıl bir katma değer ekleriz’ odaklıydı. Bu noktada proses mühendisliğinin temel yaklaşımlarının yoğun biçimde kullanıldığı, bu yönde proseslerin ve onların gereksinim duyduğu elemanların geliştirildiği, otomasyon ve robotların devreye alındığı, ürün kalitelerinin ve karakteristiklerinin teminat altına alınması için sürekli çeşitlenen katkı maddesi kullanımını görüyoruz. Bu aşamada endüstrisinin temel kaygısı gıda güvenliği, kalite, lezzet, düşük maliyet ve yüksek kapasite gibi parametrelerde yoğunlaşıyordu. Ancak geldiğimiz noktada proses mühendisliğinin ortaya koyduğu yaklaşımın çok tartışıldığını ve aslında bu yolla endüstrinin daha fazla katma değer yaratamadığı görülüyor. Bu sebeple 2000’li yıllardan itibaren doğrudan gıda ürünlerindeki karakteristik unsurların daha fazla konuşulduğu, ürünlerdeki besinsel kalitenin veya fonksiyonel özelliklerin neler olması gibi sorulara kafa yorulması gerektiğine dair yeni bir bakış açısı değişikliği ortaya çıktı.”

“ARTIK SİNDİRİMİ KONUŞMALIYIZ”

Günümüzde gıda sanayinde prostesten daha çok proses yardımıyla ürüne odaklanmış bir bakış açısının hakim olduğunu açıklayan Gökmen, “Burada temiz etiketli ürünler, besin içeriği geliştirilmiş ürünler, fonksiyonel özelliği artırılmış ürünler yönünde bir inovasyon potansiyelinin olabildiğince geniş bir fırsat olarak karışımızda durduğunu söylemek mümkün. Gıdalarda AR-GE ve inovasyon konusuna bakarken, geçtiğimiz yüzyılın konu başlığı olan proses mühendisliğinden, 21. yüzyılın konu başlığı olan ürün mühendisliğine doğru bakışımızı değiştirmemiz çok önemli. Artık sindirimi, kalın bağırsağı konuşmalıyız. Bu bakış açısı bize çok net bir biçimde bugüne kadar tarladan çatala diye tanımladığımız gıda zincirine, çataldan sindirime olarak adlandırabileceğimiz zinciri de dahil etmemiz gerektiğini söylüyor. Yani bu iki zinciri birlikte değerlendirmeliyiz. Kısacası ürün mühendisliği bakışının bütün büyük gıda şirketlerinin masasındaki AR-GE ve inovasyonların, tüketilen gıdaların hem sindirim sistemine ve metabolizmaya hem de sinir sisteminde yaratacağı olumlu ve olumsuz etkilere yoğunlaştığını söyleyebiliriz” dedi.



EDİP TAHİNCİOĞLU

Remik Kimya A.Ş. Genel Müdürü

“Gıda Sanayinde AR-GE ve İnovasyon: Bir Büyüme Stratejisi” webinairinin son konuşmacısı olan Remik Kimya A.Ş. Genel Müdürü Edip Tahincioğlu da, faydaya dönüşen yaratıcı yenilikçilik olarak tanımlanan inovasyonun son 15-20 yıllık dönemde önemini artırdığına işaret etti. İster ticari isterse sosyal amaçlı olsun fayda kavramının inovasyonun en önemli parçası olduğunu kaydeden Tahincioğlu, inovasyonun ham maddesinin yaratıcı düşünceler olduğunu dile getirdi. Geliştirilen ticari bir ürün olduğunda pazarın geri bildirimlerinin, sosyal bir ürün söz konusuysa toplumun vereceği tepkinin sonucuna göre bir yol haritasının belirlenmesi gerektiğini

“İnovasyon ve AR-GE zorunluluk haline geldi”

söyleyen Tahincioğlu, “Ürünün lansmanı ile süreç bitmiyor bu aşamada devreye inovasyon giriyor. İnovasyon, kalıplardan arınarak sofistike düşünebilmek ve kavramları tazeleyebilmektir. Bunun için dahi olmaya gerek yok, bireylere iyi bir eğitim verilip öz güven aşılması yeterli olacaktır” şeklinde konuştu.

İnovasyon, AR-GE ve ÜR-GE kavramları incelendiğinde son 20 yılda sınırların kalktığı bir dünyadan bahsedebileceğini ifade eden Edip Tahincioğlu, aynı anda yüzlerce hatta binlerce şirketin varlıklarını sürdürülebilmek için pazarda birbiriyle rekabet ettiğini, bu nedenle inovasyon, AR-GE ve ÜR-GE’nin firmalar için bir seçenek değil adeta bir zorunluluk haline geldiğini açıkladı. Geçmiş yıllarda bir firmanın 5-10 rakibi varken şimdilerde yüzlerce rakiple mücadele etmek durumunda kaldığına vurgu yapan Tahincioğlu, “Böylesi bir rekabet ortamında farklılaşma, öne çıkma, marka yaratmak suretiyle pazar payını artırma arayışları şirketleri yeni kavramlarla tanıştırdı. İnovasyon, AR-GE ve ÜR-GE belki

de bunların en önemli üçü arasında. Çoğu zaman birbirleriyle karıştırılan bu 3 kavramdan inovasyonu değerlendirdiğimizde, ancak üretilen ürün ticari ve sosyal açıdan bir fayda sağlıyorsa orada inovasyondan bahsedebiliriz. Bu yönüyle inovasyon hem ortaya çıkış süreci hem de ticarileştirilmesiyle birlikte farklı tarafların iş birliğini kaçınılmaz kılmaktadır. Geliştirilen bir yeniliğin ticari olarak pazarlanabilmesi çok önemlidir. İnovasyonları başarılı şekilde ticarileştiremeyip ondan yeterli sosyal ve ekonomik katma değeri elde edemediğinizde hem rekabetçilik açısından hem de kullanılan kaynakların etkinliği ve verimliliği açısından dezavantajlı bir durumda olacağınız açıktır. Bununla birlikte inovasyon ve AR-GE farklı şeyleri konumlasa da aslında birbirlerini tamamlayan süreçlerdir. Üretim yapan bir işletmenin bu iki kavramı birbirinden bağımsız düşünmesi doğru olmaz. Çünkü inovasyon yeni bir hedefi, AR-GE ise bu hedefe ulaşabilmenin yolunu ifade ediyor” şeklinde değerlendirmelerde bulundu.

“GIDALARIN VÜCUTTA YARATTIĞI ETKİLER BİLİNMIYOR”

Toplantıyla ilgili değerlendirmelerde bulunan Prof. Dr. Mehmet Pala, Prof. Dr. Vural Gökmen’in altını çizdiği gibi gıda sanayinin tarladan çatala değil artık çataldan sindirim sistemine ve beyne odaklanması gerektiğini belirterek, “Gıdanın sindirim sistemindeki yolculuğunun takip edilmesi ve oradaki metabolik mekanizmaların anlaşılması gerekiyor. Yani hangi gıdalar tüketildiğinde insan vücudunda ne türden etkilere sebep olduğunu ve metabolizmada hangi değişikliklere yol açtığını bilmemiz çok önemli. Bu konu gıda sanayinin çok önemli bir alanı haline gelmiştir. Ancak bu çok boyutlu ve kompleks bir alan. Bizler gıdaları tüketmeden önce çok iyi izliyor ve biliyoruz ama tükettikten sonra vücudumuzda nelerin meydana geldiğine hakim değiliz, bunların çok sayıda bilinmez durumlar yaratıyor. Bu sebeple geleceğe yönelik gıda araştırmalarının bu yöne doğru kayacağını düşünüyorum. Yeni ürün geliştirme ve AR-GE’den para kazanılacak alanın da burası olacağı kanaatini

taşıyorum” ifadelerini kullandı.

Türkiye’de sadece gıda mühendisliğinde değil diğer mühendislik alanlarında da bazı ciddi sıkıntıların yaşandığını vurgulayan Pala şunları söyledi: “Matematik, astronomi, fizik, kimya ve biyoloji olarak 5 bilim dalı var. Bana göre astronomi dışında kalan diğer 4 bilimi üniversitelerde ikişer yıl olarak okutmamız gerekmektedir. Öğrenci ister tıp, ister gıda mühendisliğinde okusun bu 4 bilimi mutlaka okumalıdır. Çünkü üniversitelerden mezun olan gençlerimizin temel bilim bilgileri maalesef çok eksik. Ben gıda mühendisliği eğitiminin uygun akademisyenler ve doğru bir programla 3 yılda tamamlanabileceğini düşünüyorum. Bugün gıda mühendisliği bölümlerinde 4 yıllık eğitim veriliyor ama PH’ı bilmeyen mezunlarla karşılaşılıyor. Türkiye’de insan kalitesinde bir düşüş olduğunu kabul etmemiz gerekiyor. Bu nedenle de eğitim sistemimizi tümünden ele almalıyız.”

ETTE FİYAT BİLMECESİ



Tarım ve Orman Bakanı Bekir Pakdemirli, geçtiğimiz günlerde CNN Türk'te Ahmet Hakan'ın hazırlayıp sunduğu programda Türkiye'de et fiyatlarının yüksek olmadığını belirterek, "Et fiyatları yüksek değil, ürünlere baktığımız zaman Avrupa seviyesinde altında kalmış durumda. Bu işin sürdürülebildiğini sağlamak gerekiyor. Yurt dışından ithal etseniz yine aynı rakamlar olacak. Üreticiden vazgeçmeyeceksiniz. Ette ithalatı tamamen bitiriyoruz. Üreticiyi koruyacağız, tüketiciyi de kollayacağız" demişti. Bakan Pakdemirli'nin bu açıklamaları kamuoyunda farklı yorumların yapılmasına sebep oldu. Gıda Teknolojisi Dergisi olarak biz de bu önemli konuyu gündeme taşımak istedik.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından aylık olarak yayınlanan tüketici fiyat endeksi madde sepeti ve ortalama fiyatlara bakıldığında, bu yıl Temmuz ayında dana etinin 53,20 TL/kg, kuzu etinin 61,21 TL/kg, sucuğun 70,54 TL/kg, sosisin 41,36 TL/kg, salamin ise 36,07 TL/kg olduğu görülüyor. 2019 yılı Temmuz ayı verileriyle kıyaslandığında, dana etinin

Tarım ve Orman Bakanı Bekir Pakdemirli'nin geçtiğimiz günlerde yaptığı "et fiyatları yüksek değil" açıklaması, dikkatlerin bir kez daha bu sektöre çevrilmesine yol açtı.

Gıda Teknolojisi Dergisi olarak, et fiyatlarının bugünkü durumunu ve sektörün sorunlarını uzman isimlerle konuştuk.

%10, kuzu etinin %18, sucuğun %9, sosisin %5,7 ve salamin %2,7 oranında artış gösterdiği hesaplanıyor.

Ülke genelinde kuzu eti satışları toplam et satışları içerisinde %10'un altına düştüğü tahmin edilirken, koyun ve kuzu eti satışlarının aynı dana ve inek eti satışları gibi belli bir sınıflandırmaya tabi olmadığı için satışa arzda nasıl kategorize edilerek satıldığı da belli değil. Sektör temsilcileri, aynı dönemde dolar kurunun %20 oranında arttığı, besi yemi fiyatının ise %12,5 oranına artış gösterdiği düşünülürse, tüketici fiyatlarında yaşanan artışın fazla olmadığını belirtiyorlar.

Dilerseniz Ağustos ayının ilk günleri itibarıyla perakende et fiyatlarına daha yakından bakalım. Et ve Süt Kurumu'nda 1 kg sığır kıyma 35 TL, 1 kg sığır kuşbaşı 38 TL, 1 kg sığır biftek 45 TL, sığır bonfile 79,5 TL'den satılırken; Migros'ta 1 kg dana kıymalık 44,95 TL, 1 kg dana kuşbaşı az yağlı 65,95 TL, 1 kg dana bonfile 116,95 TL ve 1 kg dana antrikot 92,95 TL'den satışa sunuluyor. CarrefourSA'da ise 1 kg dana kıyma (%14-%20 yağ) 43,90 TL, 1 kg dana kuşbaşı 47,90 TL, 1 kg dana antrikot 84,90 TL, 1 kg dana biftek 59,90 TL gibi fiyatlar söz konusu. Farklı sosyoekonomik koşulları bulunan semtlerdeki market ve kasaplarda ise et fiyatları değişkenlik gösterebiliyor.

TÜRKİYE'DE 14,5 KG KIRMIZI ET TÜKETİLİYOR

Türkiye'de 2019 yılında 1,2 milyon ton kırmızı et üretimi gerçekleştirilirken, kişi başı yıllık kırmızı et tüketimi 14,5 kg seviyelerinde seyrediyor. Ülkemizde kırmızı et tüketimi, gelişmiş ülkelerin ortalamasından daha düşük. Dünya rakamlarında bakıldığında, sığır eti tüketiminin 2019 yılında Fransa'da 22,9 kg/kişi-yıl, İngiltere'de 17,5 kg/kişi-yıl olduğu, Avrupa Birliği ortalamasının 15,4 kg/kişi-yıl olduğu görülüyor. ABD'de 37,2 kg, Kanada'da 25,9 kg, Avustralya'da 30,2 kg, Çin'de 6,6 kg olan sığır eti tüketimi, Brezilya ve Arjantin'de ise sırasıyla 44 ve 47,5 kg'lara çıkmaktadır. Orta Doğu ve Kuzey Afrika ülkelerinde ise kişi başı sığır eti tüketimi ortalama 7,6 kg. Ancak bu ülkelerde domuz eti tüketiminin de varlığını ve hatta sığır eti tüketiminden daha yüksek olduğu da gözden kaçırılmaması gereken bir gerçek. Et ve et ürünleri sektörü, küresel tarım ve gıda içinde en hızlı gelişen alt sektörlerden birisi olarak kabul ediliyor. Uzmanlara göre, yetişkin bir birey günde 70 gram kırmızı et tüketmeli. Bu hesaplara yüksek genç nüfus oranı da göz önüne alınırsa

KIRMIZI ETTE ARZ YETERSİZLİĞİNİN SEBEPLERİ

1. Sürülerde gebelik oranı ve dövl veriminin düşüklüğü,
2. Özellikle buzağı ölümleri ve hastalık nedenleriyle yaşanan kayıplar,
3. Hayvan hastalıkları ile etkin mücadeledeki yetersizlik,
4. Etçi ve kombine ırk hayvan sayısının

5. Yem kaynaklarında dışa bağımlılık oranının yüksekliği,
6. İşletme maliyetlerinin yüksekliği. (İşçilik, enerji ve vergilerde Tarım ve Hayvancılığa özel şartların oluşturulamaması)

Türkiye'de yılda ortalama kişi başı 25 kilo kırmızı et tüketilmesi gerekiyor.

ASGARİ ÜCRETLER EN ÇOK ETİ İRLANDALILAR ALIYOR

FAO ve OECD Aralık 2019 verilerine göre dana bifteğin Euro üzerinden ortalama kg fiyatı dikkate alındığında Türkiye'de brüt asgari ücretle yaklaşık 44 kg et alınabiliyordu. Verilere göre asgari ücretle en fazla etin alındığı ülke 188 kg et ile İrlanda. Bu ülkeyi 185 kilo ile İngiltere, 140 kg ile Almanya, 116 kilo ile Belçika ve 115 kilo ile Lüksemburg takip ediyor. Lüksemburg Avrupa'da asgari ücretin en yüksek olduğu ülke olmasına rağmen et fiyatlarının daha pahalı olması nedeniyle birçok ülkenin gerisinde bulunuyor. Lüksemburg'u, Hollanda, İspanya, Fransa, Slovenya ve Yunanistan takip ediyor. Bulgaristan 42 kilo et ile Türkiye'nin altında yer alıyor. Türkiye, alım gücüne göre Avrupa'da etin en pahalı olduğu ülkeler arasında. Büyüyen bir nüfusa sahip olmasına rağmen hayvan sayısının ve hayvancılığın giderek azalması nedeniyle Türkiye et tedarikinde dışa bağımlı hale geldi.

"PANDEMİ ET FİYATLARININ BASKILANMASINA YOL AÇTI"

Tarık Tezel
SETBİR Başkanı

Ulusal Kırmızı Et Konseyi tarafından her ay kesimhanelerden alınarak yayınlanan fiyatlar incelendiğinde, dana yağsız kesim fiyatının 2019 yılı Temmuz ayında ortalama 30,48 TL/kg iken, 2020 Temmuz ayında ise ortalama 36,44 TL/kg olmuş, buradaki artış ise %19,6 olarak kayıtlara geçmiştir. Karkas fiyatlarının ve perakende fiyatların üretici maliyetleriyle doğru oranda artmadığını belirten Türkiye Süt, Et, Gıda Sanayicileri ve Üreticileri Birliği (SETBİR) Başkanı Tarık Tezel, özellikle

pandemi döneminde gerek ev dışı kanalda yaşanan daralma, gerekse bu dönemde alım gücündeki azalma nedeniyle kırmızı ete olan talebin düştüğünü, bunun da et fiyatlarının baskılanmasına yol açtığını söyledi.

SETBİR'İN ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Bu dönemde teşvik ve destekleme amaçlı tüm girişimlerin odağında kalite ve verimliliğin olması gerektiğini anlatan Tezel, bu gelişmelerin istenen sonucu vermesiyle besi hayvancılığı ve et üretimi için umut vaat eden bir geleceğin mümkün olabileceğini dile getirdi. Tezel'e göre et sektöründe istikrarın sağlanması amaçlı şu adımlar atılmalı:

» Kesif yem üretiminin %60'ı ithal girdilere dayanıyor. Çiğ süt ve kırmızı et maliyetlerini önemli ölçüde etkileyen yem fiyat istikrarı için yem sektörü desteklenmeli.

» Kaba ve kesif yem hammaddesi ihtiyacının karşılanması için hayvancılığa dayalı yem bitkisi üretimi teşvik edilmeli.

» Meraların, ihtisas sahibi üreticilere, ıslah şartıyla kiralanacağı bir düzen getirilmeli.

» Hayvan besleme konusunda bölgesel kaba yem ofisleri veya Tarım ve Orman İlçe Müdürlüklerinde konuya odaklı birimler kurularak, Hayvan Besleme Uzmanlığına odaklı Kaba Yem Bitkisi yetiştiriciliğinde standartlar oluşturulmalı.

» İklim değişikliği nedeniyle kaba yem ve yem hammaddesi üretiminde hayvan sayısındaki artışa paralel bir artış olamayacağından yemden yararlanma kabiliyeti yüksek ırkların geliştirilmesi, artan sıcaklıktan etkilenmeyen (Sıcaklık stresine ve hastalıklara dirençli) ırkların geliştirilmesine yönelik ıslah çalışmaları yapılmalı.

» Güvenli ve yüksek bağışıklık veren aşılardan üretilmesi ve süt ve et kalitesi yüksek ırkların geliştirilmesine



Tarık Tezel

(SETBİR) Başkanı
Tarık Tezel, özellikle

yönelik biyoteknolojik çalışmalar yapılmalı.

» Yapay zeka kullanılarak kaliteli kaba ve tane yem üretimi ve sürü yönetim sistemlerinin geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapılmalı.

» Bir an önce ülkemizdeki ırkların referans popülasyon çalışmaları tamamlanmalı ve güvenli ve daha hızlı ıslah yapılmasına imkan veren Genomik seleksiyon çalışmalarına başlanmalı.

» Genomik yöntemler kullanılarak yüksek kaliteli boğalar yetiştirilmeli ve spermada dışa bağımlılıktan kurtulmalı.

Salgın süresince tedbir uygulamaları kapsamında sokağa çıkma kısıtlamalarıyla ev dışı kanalın neredeyse kapandığı bu dönemde, gıda sektöründe %30'lara varan bir daralma ortaya çıktığına dikkat çeken Tarık Tezel, "Et fiyatlarının tüketicimizin alım gücüne uygun belli bir seviyede tutulabilmesi, besi çiftliklerinin kapasite kullanımlarının artırılmasına, böylelikle birim başına işletme maliyetlerinin düşmesine, kaba yem kaynakları ile diğer besleme ve işletme maliyeti unsurlarının yurt içinden teminin sağlanmasına dayanmaktadır. Bunun için de yukarıdaki önerilerimizin uygulamaya alınmasını ilgililerin dikkatine sunuyoruz" dedi.

Tarım ve Orman Bakanı Bekir Pakdemirli'nin gelecek yıldan itibaren et ithalatının tamamen sıfırlanacağı sözlerine değerlendiren SETBİR Başkanı Tarık Tezel, "Ülkemizde zaten bir süredir kırmızı et ithalatı yok denecek kadar az yapılmaktadır. Sayın Bakanımızın bu yöndeki açıklamasını son derece olumlu karşılıyoruz. Et ithalatı, ülkemiz için bir çözüm değildir. Aksine ülkemiz besicisinin büyük zarara uğrayarak sektörden çekilmesi sonucunu doğurmaktadır. Bu nedenle et ithalatının tamamen bitirilmesi gerekmektedir" diye konuştu.

"İTHALAT YÜKSEK ET FİYATLARINI DÜŞÜRMEDİ"

Ömer Fethi Gürer
CHP Niğde Milletvekili

Konuyla ilgili dergimize açıklamalarda bulunan CHP Niğde Milletvekili Ömer Fethi Gürer ise, kırmızı etin besici, mezbaha



Ömer Fethi Gürer

sahibi, et sanayicisi, aracı, toptancı ve market sürecinden geçerek tüketiciye ulaştığını ve bu paydaşların oluşturduğu süreç sonunda et fiyatlarının piyasada şekillendiğini ifade etti. Tarım ve Orman Bakanı Bekir Pakdemirli'nin "Et fiyatları yüksek değil" açıklamasını hangi paydaşlar üzerinden değerlendirerek yaptığının çok önemli olduğunu söyleyen Gürer, "Bu değerlendirme, üretici satış fiyatı üzerinden değerlendirildiğinde gayet yerindedir. Üretici, besici bölgelere göre değişen fiyatlarla büyükbaş karkas etin kilogramını 32-37 TL aralığında satmaktadır. Tüketiciye ulaşana kadar ürün farklı noktalarda fiyat artışlarına maruz kalmaktadır. Marketler, hâlihazırda eti işleyerek farklı bölümlerde kilosunu 100 lira perakende satış fiyatıyla tüketiciye sunmaktadır. Hayvancılıkta yanlış politikalar ve fiyat yüksekliğine et ithalatı ile çözüm aranması önemli sorunları da beraberinde getirmiştir" dedi.

Türkiye'nin son 4,5 yılda 4 milyar dolar ödeyerek 3 milyon 35 bin hayvan ithal ettiğini, buna karşın 2002 yılında 3 milyon 586 bin adet olan yerli ırk hayvan sayısının ise 1 milyon 667 bine düştüğünü kaydeden Gürer, "Yerli üretici yeterince desteklenmemekle birlikte ithale bağımlı, sürekli artan yem fiyatlarıyla da mağduriyetler katlanmıştır. Meralardan ahıra, hayvan hastalıklarından buzağı kayıplarına kadar çözilemeyen birçok sorun vardır. Çoğu işletme 12 ay kapalı besicilik yapmaktadır. Üretici, her aşamada yüksek maliyete sahip olan üretim ve besici sorunlarına rağmen hayvancılığı sürdürmektedir" ifadelerini kullandı.

"BESİCİ PARA KAZANAMIYOR, VATANDAŞ PAHALI ET YİYOR"

Et ve Süt Kurumu'nda dahi bonfile fiyatının 77.5 lirayı aşmış bulunduğunu anlatan Ömer Fethi Gürer, "Bakan Pakdemirli'ye göre Avrupa'da toplam hayvan ve küçükbaş hayvan varlığında birinci, büyükbaş hayvan sayısında ise ikinci sıradayız ama vatandaşa fiyatı katlanarak artan ve bölümleri işlenerek kilosu 100 liraya kadar dayanan etler satılmaktadır. Besici para kazanmamasına rağmen vatandaş pahalı et almak zorunda kalmaktadır. Köy ve kasabalara giderek küçük aile işletmelerinde besicilik yapan vatandaşlarımızla görüştüğümde, özellikle bakım, yem, aşı, elektrik, nakliye, işçilik ve veteriner hizmetlerinin, maliyetlerini etkilediğini anlatmaktadırlar. Sonuçta üreten besici, kasaplık hayvan ve kırmızı etin tüketici fiyatlarında meydana gelen artışlardan ne yazık ki aynı oranda pay almıyor. Üretici ve tüketici mağdur olurken aracı paydaşlar ise kazançlarını düşürmeden işlerini sürdürmektedir. İktidar, üretim girdi maliyetlerini düşürmek için çalışmalı ve üreticiler ciddi bir şekilde desteklenmelidir" şeklinde değerlendirmelerde bulundu.

Yetiştirici ve besici kesim için daha çok Bakanlık desteği verilmesi ve aracılık sisteminin de denetlenip düzenlenmesinin şart olduğuna vurgu yapan Gürer şunları söyledi: "Diğer taraftan yapılan ithalata rağmen geçmişte olduğu gibi kasap ve marketlerde et ve et ürünleri fiyatlarının değişmediği ya da düşmediği dikkate alınıp yerli üretim artışını sağlayacak çalışmalar geliştirilmelidir. Kırmızı et üretiminin kaynağı durumundaki sığır, koyun ve keçi türleri, aynı zamanda süt üretiminin sağlandığı alanlar olması nedeniyle et ve süt dengesinin de bir arada ele alınmasını ayrıca önemli kılmaktadır. Kırmızı et üretiminde et açığı oluşmaması için sığircılık işletmelerine dair gelişmelerinin teşvik edilmesi önemlidir. Ancak bu alanda koyun ve keçi varlığının artırılması ile birlikte tüketimden daha çok pay alır hale getirilmesi de dengelemeyi sağlayacak en doğru yoldur. Özellikle buzağı ölümleri ve hayvan hastalıkları ile daha ciddi mücadele edilmesi et piyasasını da dengeleyecektir. Etin üretenine kazandırmayan, tüketenine ise yüksek fiyatlara ulaşması nedeniyle mağduriyetler yaşatan bir ürün olarak anılmaktan çıkarılması, ancak sistemin doğru bir işleyişe sahip olmasıyla mümkündür."

GIDADA bağımsız bir



BİLİM KURULU OLUŞTURULMALI

TMMOB Gıda Mühendisleri Odası (GIDAMO) geçtiğimiz günlerde TBMM Tarım, Orman ve Köyşileri Komisyonu'nda kabul edilerek Genel Kurul'da görüşülmek üzere bekletilen "Gıda, Tarım ve Orman Alanında Bazı Düzenlemeler Yapılması Hakkında Kanun" teklifine dair görüşlerini açıkladı. Evrensel Gazetesi'nde yer alan habere göre, Oda bazı açılardan olumlu bulduğu yasa değişikliğine dair endişelerinin olduğunu dile getirdi.

"EKSİKLİĞE YILLARDIR DİKKAT ÇEKİYLORDUK ZATEN"

Gıda güvenliğinin sağlanması ve tüketicinin korunması açısından taklit - tağşişin ve gıdada bilgi kirliliğine neden olan, aynı zamanda tüketiciyi yanlış yönlendiren yanıltıcı yayın yapılmasının etkin bir biçimde önlenmesi gerekliliğini uzun zamandır dile getirdiklerini belirten GIDAMO; "Genel olarak, bu eksikliğin giderilmesi amacıyla bir yasa çalışması yapılmasını olumlu buluyoruz. Bununla birlikte, yapılan çalışmanın amacına ulaşabilmesi açısından üzerinde durulması

Gıda, Tarım ve Orman
Alanında Bazı Düzenlemeler
Yapılması Hakkında Kanun
teklifine Gıda Mühendisleri
Odası'ndan hem destek
hem uyarı geldi.

gereken önemli noktalar olduğu görülmektedir. Bu noktalar şu şekildedir: Gıda güvenliği ve gıda güvenilirliğini ilgilendiren yasa teklifinin bütünsel olarak ele alınmaması ve hazırlık aşamalarında ilgili meslek odalarından ve üniversitelerin ilgili bölümlerinin katılımı sağlanmadan hazırlanmış olması eksikliklerdir. Diğer torba yasalarda olduğu gibi, söz konusu yasa teklifinde de ilgisiz pek çok konunun bir arada ele alınması; gıda güvenliği gibi yaşamsal bir öneme sahip konunun kendisiyle ilgisi olan ya da olmayan pek çok yasal düzenlemeyi içeren başlık ve alt başlıklar arasında sıkıştırılarak düzenlenmeye çalışılması

kaygılarımızı artırmaktadır" dedi.

"DÜZENLEMESİ SEVİNDİK AMA ENDİŞELERİMİZ VAR"

Yasa teklifinde yanıltıcı yayın tanımlamasıyla "her türlü yazılı, görsel, işitsel ve dijital iletişim araçları üzerinden yapılan ve ticari reklam kapsamına girmeyen, gıda güvenliği ve güvenilirliği hususunda tüketicide endişe, korku ve güvensizlik yaratarak tüketicinin tüketim alışkanlıklarını olumsuz etkileyen gerçeğe aykırı yayınlar" maddesi eklendiğine dikkat çeken GIDAMO açıklamasında şu görüşleri dile getirdi: "Gelinen noktada, eleştiri hakkımızı saklı tutmak kaydıyla bir torba yasa tasarısı içinde yapılan düzenlemeyle konunun ele alınması sevindirici olmakla birlikte kimi endişeleri de beraberinde getirmiştir. Yasa taslağında neyin yanıltıcı yayın olduğuna karar verecek olan kurulda temsiliyetin nasıl olacağı ve kurulun bağımsızlığının nasıl sağlanacağı net değildir. Bu konudaki kaygıları gidermek ve düzenlenecek oluşuma güven sağlamak için, yanıltıcı yayının değerlendirme süreci hiçbir şüpheye yer bırakmayacak şekilde tanımlanmalı ve bilimsel içerikli yayınların, ilgili meslek odalarının ve sivil toplum kuruluşlarının görüş ve önerilerinin önünü kesecek sansür boyutuna ulaştırılmamalıdır."

Yasal temeli olmayan bilimsel danışma kurulunun sorunlara çözüm olmasının beklenemeyeceğine dikkat çeken GIDAMO; "Üniversitelerin Gıda Mühendisliği Bölümleri başta olmak üzere, konuyla ilgili fakülte ve bölümler ile kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarının temsiliyetinin sağlandığı demokratik, bağımsız ve tarafsız bir Gıda Bilim Kurulu veya Gıda Güvenliği Kurulu oluşturulmalıdır" dedi.





ÇİKOLATA VE ŞEKERLİ ÜRÜNLERDEN 847 milyon dolar ihracat geliri

Türkiye’de Mart ayında etkisini göstermeye başlayan Covid-19 salgını birçok sektörü olumsuz etkilerken, çikolata ve şekerli mamul ihracatı yüzleri güldürdü. Sektör yılın ilk 6 aylık bölümünde 847 milyon dolarlık ihracat yaparken, 654 milyon dolar dış ticaret fazlası elde edildi.

Türkiye’de gıda ihracatının yüzde 10-12’lik kısmı şekerli mamul sektöründe yapılıyor. Her şeyin durduğu 2020’nin ilk üç ayında bile şekerli mamul sektörü 261,9 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirilirken, yılın ilk 6 ayına bakıldığında ise 847 milyon dolarlık ihracat yapıldı ve 654 milyon dolarlık dış ticaret fazlası elde edildi. Türkiye şekerli mamul sektörünün dünyada yaygın şekilde çalıştığını ve ciddi anlamda ithalat ve ihracat yaptığını belirten Şekerli Mamul Sanayicileri Derneği (ŞEMAD) Başkanı Şemsi Kopuz, “Ham maddenin nerdeyse tamamı dışarıdan gelen ürünler olmasına rağmen ülkemizde katma değeri yüksek ürünler haline getirilip, dünyanın her bir yanına ihracat yapan bir sektördür. Covid-19 sürecinde de uluslararası dolaşımlarda zorlanmalar olsa da sektör ciddi önlemler almış, ham maddeden rafa iyi iş çıkarmıştır” dedi.

Pandemi döneminde küresel firmaların tedarik riskini azaltma yönünde yeni bir tedarik yapısı kurgulayabileceklerini anlatan

Kopuz, bazı bölgelerde riski azaltmak için iş birlikleri ve dikey entegrasyona gidilmesi gerektiğini söyledi. Yeni dönemde yeni iş modellerinin tasarlanması, uzun vadede yeni tüketim alışkanlıkları ve pazar dinamikleri dikkate alınarak stratejiler geliştirilmesinin önem taşıdığına dikkat çeken Kopuz, “COVID-19 sürecinde tüketici alışkanlıkları oluşturma önemi ortaya çıkmıştır. Şekerli mamuller bazında yıllar boyu sadık tüketici boyutuna yatırım yapan markaların satışlarında düşüş olmamış, tüketici yeni ürünler denemek yerine bildik ürünlere yönelmiştir. Salgın sürecinde tüketici tercihleri ambalajlı ürünlere doğru kaymıştır. Bu nedenle firmalar ürün miksi ve geliştirme faaliyetlerini yeniden değerlendirmelidir. Uzun vadede yeni tüketim

alışkanlıkları ve pazar dinamikleri dikkate alınarak stratejiler geliştirilmelidir. Küresel firmalar tedarik riskini azaltma yönünde yeni bir tedarik yapısı kurgulanabilir. Bazı bölgelerde riski azaltmak için iş birlikleri ve dikey entegrasyona gidilmesi gerekmektedir” diye konuştu.

Sektör olarak dönem dönem yaşanan tartışmalar, yasaklar, tüketicinin zihninde oluşan bilgi kirliliği gibi birçok olumsuzlukla mücadele ettiklerini kaydeden

Şemsi Kopuz, “Bugün dünyada yaşanan COVID-19 salgını şekerli mamul sektörü için bir başka imtihan olsa da “COVID-19 sürecinde şekerli mamul sektörü olarak öncelikle gıda güvenilirliğine, çalışanların ve tüketicilerin sağlığına

odaklanarak üretime devam etmekteyiz” ifadelerini kullandı.

Şemsi Kopuz

Şekerleme ve atıştırmalıkların cazibesi artıyor

Yiyecek ve içecek endüstrisine yönelik küresel bir bilgi platformu olan Innova Market Insights tarafından yapılan son küresel araştırmalar, koronavirüs pandemisi sırasında gözlenen tüketici davranışlarının daha uzun vadeli trend olacağını gösteriyor. Innova Market Insights Yenilik Direktörü Lu Ann Williams, Covid-19 salgını sürecinde halkın tutumlarında gelecekteki pazarları etkileyecek kilit kalıpları ortaya çıkarmaya başlayan bazı önemli değişimler olduğunu vurguluyor. Williams, “Dükkanlara sık sık ‘fiziksel olarak’ gitmemek, sağlıklı kalmak, ancak zaman zaman şımartmak, gezegenin kırılganlığı ve gıda güvenliği konusunda artan farkındalık, nasıl ve ne yediğimizi etkiledi. Ayrıca güvenilir bir gıda arzı ve sağlıklı, rafa dayanıklı, sürdürülebilir bileşenlerin önemi arttı” ifadelerini kullanıyor.

Almond Board of California’da Avrupa ve Küresel Halkla İlişkiler Direktörü Dariela Roffe-Rackind ise, bu son noktanın anahtar olduğunu açıklıyor, badem de dahil olmak üzere daha sağlıklı içerikler için güçlü bir talep olduğunu ve sürekli olarak çikolatanın ürün kategorisi içinde küresel olarak favori bir yerde olduğunu belirtiyor. Şekerleme üreticilerinin yakın zamanda bildirdiği gibi, şekerleme ve fırıncılık sektöründe “temiz etiket” doğal bileşenleri ve “sizin için daha iyi” iddiaları ile artan sayıda yeni ürün lansmanı olduğunu anlatan Roffe-Rackind şunları söylüyor: “Badem gibi malzemeler, gıda üreticilerinin pek çok nedenden ötürü, ne yedikleri ve satın aldıkları hakkında artık daha derinlemesine düşünen tüketicilerle adım adım yenilik yapmalarına yardımcı olabilir. Gördüğümüz mevcut eğilimler, gıda endüstrisinin yeni ve gelişen sağlık, hoşgörü ve sorumlu tüketim taleplerine uyum sağlamasını gerektiriyor. Bademlerin beslenme profili ve geniş çok yönlülüğü, rafa dayanıklı doğalarıyla birleştiğinde, üreticilerin bunu yapmasına yardımcı olmak için mükemmel bir şekilde yerleştirildikleri anlamına geliyor.”

ÜÇ TEMEL TREND

Kişisel sağlığı geri yükleme

Sağlık salgını tüketicilerin sağlıklı kalmanın önemini düşünmelerine neden



olurken çoğu tüketici için birincil endişe kişisel sağlıkları, aile ve arkadaşlarının sağlığıdır. Lu Ann Williams bu konuyla ilgili olarak, “Son yıllarda alternatif terapiler ve popüler diyetlerdeki artışa rağmen iyi sağlık tanımı artık geleneksel sağlığa odaklanıyor ve yiyecek-içecek söz konusu olduğunda iyi beslenmenin temellerine geri dönüşü müjdeliyor. Tüketiciler bağırsaklarını beslemek, kalp ve solunum sistemlerine bakmak isterler ve bu odağı yiyecek seçimlerine yansıtmaya isteklidirler. Tüketicilerin üçte birinin daha sağlıklı beslendiğini iddia etmesiyle, üreticilerin buna göre formüle etmeleri için gerçek bir fırsat var. Bu trendle oynayan yeni ürünler ise; Kellogg’s’ın Özel K Bağışıklık Desteği Kiraz, Bitter Çikolata ve Badem Tahıl Taneleri, Iswari Buddha Protein Amandes Izgaraları: Kakao Kavrulmuş Badem Organik Vegan Bar, Les Fruits Detendus’un Granola Coco-Amande: Hindistan Cevizi Badem Granola” diye konuşuyor.

Temellere dön

Hayatın basit zevklerini takdir etmeyi öğrenen ve bazıları için bir endişeye mal olan insanlar ile ilgili ‘temellere dön’ ifadelerinden biri olarak tüketiciler temellere geri dönüyor. Innova Market Insights Yenilik Direktörü Lu Ann Williams, “Yaşam tarzları yeni kısıtlamalara uyum sağladığından her beş Avrupalı tüketiciden ikisi daha fazla yiyecek, içecek ve ev eşyası satın alıyor,

1-2 hafta stok yapmak istiyor. Sağlık özelliklerine bakmanın yanı sıra, tüketiciler malların raf ömrünü düşünüyorlar, Avrupalıların %43’ünden fazlası buraya daha fazla önem veriyor, bazı taze yiyeceklerin yanı sıra daha hoşgörülü kategorilerden bir geçiş öneriyor. Bu kendini birkaç farklı şekilde ortaya koydu; daha uzun süre saklanabilecek en sevilen temel öğelerin stoklanması, işlenmiş gıdalara geri dönüş ve dondurulmuş, kurutulmuş ve konserve ürünler için yeni bir takdir. Üreticiler, tüketicilerin aradığı besin ve lezzeti ürün kararlılığı rahatlığıyla sağlamak için kuruyemiş ve tohum gibi rafta stabil malzemelerden yararlanma fırsatına sahip” diyor.

İkramlar ve hoşgörüler önem kazanıyor

Innova’nın üçüncü büyük eğilim olarak hoşgörüyü açıklıyor. Daha sağlıklı seçimler aramasına rağmen tüketiciler günden güne bir yayın aramaya devam ediyor. Bu noktada da ikramlar ve hoşgörüler daha da büyük bir rol oynuyor. Williams bu eğilimle ilgili şöyle konuşuyor: “Restoranlara ve kafelere getirilen sınırlamalarla hala yemeğin tadını çıkarma, biraz eğlenme ve dışarıdaki hoşgörülü deneyimleri yeniden yaratma arzusu var. Avrupalı tüketicilerin dörtte birinden fazlası (%28) yeni tariflerle daha fazla deney yapıyor ve insanlar yarattıklarını sosyal medyada paylaşarak ilham ve cesaret yayıyor. Pişirme burada bir örnektir ancak artan ilgi düz un ve şeker gibi süpermarket raflarında bazı bileşenlerin eksikliğine yol açmıştır. Ancak tüketiciler, bitki bazlı veya glutensiz içerikler gibi alternatifleri denemeye açıktır - bunlar tüketicilerin ihtiyaç duydukları veya istedikleri şeyleri alamadıklarında aynı keyfi sağlıyor. Bu alternatifler, özellikle de tedarik zincirleri dalgalanıyorsa popülerliği artacaktır, çünkü güvenilir ve lezzetli rafa dayanıklı bileşenlere erişim talebi devam etmektedir.”

Kaynak: www.posetmarketi.com



ÇİKOLATA VE ŞEKERLEME ENDÜSTRİSİNDE YENİLİKÇİ ÇÖZÜMLER



Gurbet Alkan

Gıda Laboratuvarı Yöneticisi
Döhler Gıda



Burcu Kaya

Gıda Laboratuvarı Uzmanı
Döhler Gıda

Çikolata ve şekerleme endüstrileri, sunduğu geniş yelpazedeki ürün çeşitliliğiyle yaş grubu kısıtlaması olmaksızın her dönemin gözde endüstrileridir. Bu ürünlerle ilgili sağlık endişeleri tüketicilerin aklında soru işareti oluştursa da endüstri çeşitli çözümlerle portföylerini genişletmektedir. Bilgiye ulaşmanın günden güne kolaylaştığı günümüzde, ürün içerikleri tüketicinin dikkatini üzerine toplamaktadır. Bu bakımdan, hem sağlıklı

ürün gruplarının geliştirilmesi hem de var olan ürün gruplarındaki içeriklerin doğal içerikler ile değiştirilmesini kapsayan yenilikçi yaklaşımlar önem kazanmaktadır. Bu kapsamda şekerleme endüstrisinin yoğun talep gören ürünlerinin fonksiyonel şekerlemelere dönüştürülmesi için yapılan bilimsel çalışmalar da literatüre kazandırılmaya devam edilmekte olup bu konu gıda endüstrisinin de sıcak gündem maddeleri arasındadır. Bu fonksiyonellik, ürünlerin besleyicilik ya da atıştırılabilirlik olmasının yanı sıra insan vücuduna çeşitli faydalarının da olması anlamına gelmektedir. Fonksiyonel ürünlerin üretiminde sıkça başvurulan içerikler vitaminler, mineraller, lif kaynakları, antioksidanlar olarak sıralanabilir.

AROMA VERİCİLER VE RENKLER ŞEKERLEMELERDE ÇEKİCİLİĞİ ARTIRIYOR

Bahsi geçen yenilikçi yaklaşımları daha iyi algılayabilmek adına, şekerleme ve

çikolata endüstrilerinde halihazırda üretilen ve süregelen içeriklere sahip ürünlerden bahsetmek faydalı olacaktır. Bu ürünler Türkiye’de ve birçok dünya ülkesinde benzerlik gösterebildiği gibi sadece Türkiye’de üretilen geleneksel şekerlemeler de mevcuttur. Tahin helvası gibi çeşitli helvalar, lokumlar, pekmez, pestil ve cezerye gibi ürünler geleneksel şekerlemelere örnektir. Ayrıca sert/yumuşak şekerler, sakızlar, jelly ve fondan gibi ürünler de endüstrinin diğer ürün çeşitleridir. Fındık, fıstık, meyveler, çikolata ve krema gibi çeşitli dolgular da bu endüstrilerin ürün çeşitliliğini artıran ham maddelerdir. Şekerleme endüstrisi ürünlerini belki de en çok çekici kılan ve ürünlerin müşteri tarafından tercih edilirliliğini önemli ölçüde etkileyen ham maddeler aroma vericiler ve renklerdir. Çikolata yapımında en çok kullanılan aroma verici vanilya/vanilinken; şekerlemelerde çilek, portakal, vişne, karışık meyve gibi çeşitli meyve tatlarında aromalar tercih edilmektedir.



Döhler, sınırsız aroma portföyü ile sadece klasik meyve tatlarını tüketicilerle buluşturmak yerine meyvelerin farklı aroma profillerinin de son üründe algılanması için inovatif teknolojilerini kullanarak çikolata ve şekerleme endüstrilerine katkı sağlamaktadır. Ürünlerde algılanacak yeni ve doğal tatlar arayan tüketiciler göz



önünde bulundurulduğunda, bu ürün portföyü üreticiler açısından benzersiz ürün çeşitliliği ve pazar başarısı için yeni fırsatlar anlamına gelmektedir. Doğallık temasına uygun FTNF aromalar ile aromanın %100'ünün meyve veya bitkiden gelmesini sağlayan Döhler teknolojileri, yağ ve suda çözünebilir özelliklerine göre farklı uygulamalara uyarlanmış sıvı ve toz aromalar arasında seçim yapma imkanı sunmaktadır. Ayrıca geniş doğal aroma yelpazesiyle ürünlerin tüketilme şekline uygun; koladan kokteyl tatlarına, meyveler ve meyve karışımlarından krema tatlarına ve ürünün ağızda yarattığı hisse kadar tüm bileşenlerin mükemmel bir uyum içerisinde olacağı ürüne özgü çözümler yaratır.



DOĞAL HAM MADDELERDEN ELDE EDİLEN GENİŞ RENK YELPAZESİ

Şekerlemelerde en çok kullanılan renkler her ülkenin gıda tüzüğünde farklı olarak yer alabilen çeşit ve miktardaki yapay renk maddeleridir. Bunlar, verdikleri yoğun renkler ve proses koşullarına dayanıklılıkları sebebiyle üreticiler tarafından tercih edilebiliyor olsa da tüketicide oluşturduğu sağlık endişelerinden ötürü yerini hızlı bir şekilde doğal renk maddelerine bırakmaktadır. Döhler Gıda, renklerin gücünü kullanmak ve ürünlerin dahil oldukları pazarda en iyi şekilde konumlandırılmasında üreticileri destekleyerek mükemmel doğal renk çözümlerini üreticiyle buluşturmaktadır. “Geniş bir duygu paleti üzerinden seçiminizi yapın” mottosu ile doğal ham maddeleri işleyerek geniş renk yelpazesine sahip doğal renk ve renk konsantreleri elde etmekte, tüketici trendlerini gözterek pazar gereksinimlerini karşılamakla kalmayıp aynı zamanda gelecek trendlere yön vermektedir.

Diğer bir trend de geleneksel ürünlere fonksiyonel özellikler kazandırılmasıdır. Dünyanın nüfusunun %58'i proaktif olarak sağlığa faydalı ürünler aramakta ve tercih etmektedir. Bu noktada en gözde ürünler bağırsıklık sistemini doğal ve sürdürülebilir şekilde güçlendirecek yenilikçi ürünlerdir. Döhler Gıda bağırsıklığı destekleyen bitkisel ekstraktlar, vitamin-mineral içerikli premiksleri gibi ham maddeleri farklı

uygulamalar için sağlayabilmektedir. Bitkisel ekstraktlar ürünlere doğal ve sağlıklı bir değer kazandıran, sağlık ve zihin üzerinde çok çeşitli olumlu etkileri olan, uygulama yelpazesi geniş ürünlerdir. En yeni teknolojileri kullanan Döhler; bu ürünleri tam spektrumlarını (etkide bulunduğu tüm sağlık fonksiyonlarını) ve antioksidanlar gibi sağlıklı bileşen yüklerini koruyacak şekilde minimum işlemden geçirerek üretmektedir ve bitkisel ekstraktları ürün içeriklerine ekleyerek doğal uygulamaları tüketiciyle buluşturmak isteyen müşterilerine ilham vermektedir. Zerdeçal, aloe vera, boabab, ginkgo, ginseng, hibiscus ve moringa da Döhler'in bitkisel ekstraktlarından sadece birkaçıdır. Bu içerikler yumuşak şeker ve sakız gibi ürünleri, sadece lezzetli ürünler olmaktan çıkarp aynı zamanda ürünlere fonksiyonellik katarak gıda endüstrisinin mega trendlerini yakalayan ürünler haline getirme imkanı sağlayacaktır. Döhler olarak, şekerleme endüstrisi üreticilerine bu gibi B2B çözümlerle destek olmak noktasında zengin ürün çeşitliliği ve uygulama tecrübeleriyle destek olmaktayız.

Sağlık konseptinde yapılan çalışmalarda ürün etiketlerinde E kodlu asitlik düzenleyiciler yerine limon, portakal gibi doğal meyve suyu konsantrelerinin muadil ürün olarak kullanılarak asitlik düzenleyici görevi görmesi sıklıkla karşılaşılan bir durumdur. Bununla beraber Döhler, ürünlere şeker girdisi yapmak yerine sahip olduğu doğal tatlılık seviyesi yüksek meyve püreleri, meyve suyu konsantrelerini ve deiyonize meyve suyu konsantrelerini, müşterilerinin “clean label” ürünler üretmeleri için durmadan geliştirmekte ve üreticilerin beğenilerine sunmaktadır. Döhler; meyve, meyve püresi, meyve suyu konsantresi ve deiyonize meyve suyu konsantresi gibi çeşitli ham maddeleri sağlamakla kalmayıp aynı zamanda gelişmiş kurutma teknolojileriyle kurutup toz haline getirerek müşterilerinin çeşitli renk, lezzet ve teknik parametrelerde, doğal ve sağlıklı içerikli şekerleme ve çikolatalar geliştirmesine olanak sağlamaktadır.

Bunlara ek olarak doğal antioksidan, polifenol ve C vitamini miktarı standardize edilmiş sağlıklı meyve tozları, sağlıklı ürün çözümleri tavsiyelerimiz arasındadır. Örneğin; en yüksek C vitaminine sahip meyvelerden acerola tozu bu konseptin



sıcak gündem maddelerinden biridir. Döhler farklı C vitamini miktarına sahip acerola tozu varyasyonlarını sunabilmektedir. E kodları ile tanımlanmadan sağlıklı ürün etiketlerine yerini alma potansiyeli yüksek bu ürünün şekerleme ürünlerindeki uygulamaları denenmiş ve başta sert şekerlerde olmak üzere başarılı sonuçlar elde edilmiştir.

Son zamanlarda çikolata içeriğinde ve çikolata kaplamalarında sıklıkla kullanılan çıtır meyveler, sağlık konseptine uygun “Bal Tozu”, dolgular, çıtır çikolata/karamel parçacıkları, kuruyemiş parçacıkları da Döhler Gıda portföyünün gözde ham maddelerindendir. Çeşitli tat deneyimleri sunan yeni soluklu ürünler tüketicinin dikkatini çekmektedir. Döhler, “Yeni Çikolata Tatları” konsepti ile çeşitli lezzetlerde dolgular sunarak inovatif çikolata ürünleri üretmek için çikolata endüstrisine ilham vermektedir. Farklı profillerdeki meyve tatlarından peynir, bonbon, çay, kahve gibi tatlara; geleneksel tatlı lezzetlerinden tiramisü, cheesecake gibi modern tatların lezzetlerine kadar çeşitli tat profillerine uyarlanabilecek dolgular ile çikolata endüstrisine, tüketiciyi yepyeni lezzetlerle buluşturabilme imkanı sunmaktadır. Aynı zamanda koşer, vegan, vejetaryen gibi diyetleri olan tüketiciler için de bitkisel kaynaklı çikolata kreasyonları ile çikolata endüstrisinin ulaşmakta zorlandığı tüketiciler için çözümler önermektedir.

Döhler Gıda, yeni soluklu ürünler geliştirmek, başarıyla hayata geçirmek, gelişen ve değişen tüketici perspektifine uygun trendleri yakalayabilmek adına günden güne geliştirdiği portföyünde bulunan doğal aromalar, doğal renkler, bitkisel ekstraktlar, meyve tozları, çıtır meyveler, dolgular, vitamin-mineral premiksleri ve daha birçok sağlık konseptini destekleyen hammadde ve sayısız B2B/B2C çözümleriyle şekerleme ve çikolata endüstrisine olduğu gibi birçok gıda endüstrisine inovatif katkılarda bulunmaya devam etmektedir. Döhler, hem Türkiye’de hem de Dünya’da gıda ve içecek uygulamalarında geliştireceğiniz ürünlerde çözüm ortağı olarak sizlere destek olmaya hazırdır.



Çikolata ve Şekerleme üretiminde kullanılan YÜKSEK AŞINMA DİRENÇLİ PASLANMAZ ÇELİKLER

Uddeholm Paslanmaz Konsepti, sürekli gelişen endüstrinin ihtiyaçlarını karşılamak için özel çözümler sağlamak üzere oluşturulmuştur. Standart paslanmaz çeliklerin düşük aşınma direnci ve mukavemete sahip olmalarına karşın Uddeholm paslanmaz konseptindeki ürünler; korozyon direnci, aşınma direnci ve yüksek mukavemetin eşsiz bir kombinasyonunu sunar.

Paslanmaz çelik, hem gıda hem de içecek endüstrilerinde yaygın olarak kullanılan bir alaşımdır. Bunun nedeni genellikle paslanmaz çeliğin üstün mekanik mukavemete, kolay şekillendirilebilirliğe ve kaynaklanabilirliğe ve mükemmel ısıya dayanıklı özelliklere sahip olmasıdır. Ancak en önemlisi, kontaminasyonu önler, tazeliği korur ve kolay temizlik sağlar. Belirli mutfak veya fabrikadaki özel son kullanım uygulamasına bağlı olarak çeşitli paslanmaz çelik kaliteleri kullanılır, ancak en yaygın kullanılan kaliteler 304 ve 316'dır fakat bu malzemeler yüksek korozyon direncine sahip

Met. Müh. Mehmet Can Altümsek
Uddeholm Türkiye

Mehmet.altumsek@uddeholm.com.tr

olmalarına karşın aşınma direnci ve sertlik açısından çok düşük seviyededirler. Aynı paslanmazlık seviyesinde ama çok üstün aşınma direncine sahip çelikler kullanmak üretimdeki maliyetleri ciddi oranda azaltmaktadır.

Avrupa Parlamentosu ve Avrupa Komisyonu'nun 1935/2004 No'lu kararları uyarınca gıda ile temas eden malzemelerin 80/590/EEC ve 89/109/EEC no'lu mevzuata uygunluğu sertifikalı olmalıdır. Makinalarımızda kullanılan çeliklerin paslanmaz çelik olması yetmez, nasıl

bir paslanmaz çelik olduğu ve sertifikalı olup olmadığı önemlidir. Gıda güvenliği kapsamında, AB mevzuatına uygun olduğu sertifikalanmış çeliklerin, gıda işleme makinalarında, kesici, parçalayıcı, kırıcı, ezici vs. gibi takımlarda kullanılması gerekmektedir.

Çeliklerinizin AB mevzuatına uygun olduğunu gösteren bir sertifikası var mı?

Uddeholm size sağlık riski taşımayan sertifikalı AB ve ABD mevzuatına uygun ürünler sunmaktadır. Eskiden korozyon dayanımı yüksek olan paslanmaz çeliklerin aşınma dirençleri düşüktü. Sertliği arttırdığınızda



hem paslanma artıyordu hem de kırılmalar ortaya çıkıyordu. Uddeholm bu açmazı son veren İsveçli takım çeliği üreticisidir. Uddeholm Paslanmaz Konsepti bu sorunu çözmüş ve hem paslanmaz hem de aşınma direnci yüksek üstelik tokluğu da çok yüksek çelikler geliştirmiştir.

Bu çelik kalitelerinin Avrupa Birliği mevzuatı (1935/2004) uyarınca gıda endüstrisindeki gereklilikleri başarıyla karşıladığı Normpack tarafından onaylanmıştır. Tüm çelik kaliteleri gıda ile teması uygundur. Bıçaklar, merdaneler, vidalar, vida segmentleri ve gıda ekstrüzyonu için kovanlar, kıyma aynaları ve yem pelet kalıplarında güvenle kullanılabilir.

ÇİKOLATA ÜRETİM AŞAMALARI AŞAĞIDAKİ GİBİ GÖSTERİLEBİLİR.

- » Karıştırma
- » Öğütme – İnceltme
- » Konçlama
- » Tavlama (Temperleme)
- » Paketleme ve dolum

1) Karıştırma: Çikolata ile direkt temas edilen bu proseste paslanmaz çelik kullanımı zorunludur.

2) Öğütme – İnceltme / Konçlama Uddeholm Mirrax / Stavax

ESR: (1.2083 ESR MOD.) Yumuşak tavlı sunulan, işlendikten sonra 54-55 HRC'ye sertleştirilebilen, paslanmaz, ayna parlaklığına ulaşabilen ve parlaklığını uzun süre koruyabilen çeliğimizdir. Görşelliğin ön planda olduğu ve çok uzun baskı süreleri hedeflenen kalıplarda yoğun olarak kullanılmaktadır. Bunun yanında paslanmazlığa ihtiyaç duyulan ortamlarda yada korozyif malzemelerle çalışırken kullanımı yaygındır. ESR işlemi sayesinde safsızlıklarından arındırılmış, tokluğu ve parlatılabilirliği çok üst seviyeye taşınmıştır.

Uddeholm Tyrax ESR (Patent):

Yumuşak tavlı (230 HB) olarak sunulan, ısıtım işlemi ile 58-59 HRC'ye sertleştirilebilen paslanmaz çeliğimizdir. ESR işlemi sayesinde yüksek sertlik değerlerinde dahi tokluğunu korur. Yine ulaşabildiği yüksek sertlik değerleri sayesinde çok yüksek aşınma dayanımına

sahiptir. Yüksek paslanmazlık ve mukavemetin birlikte talep edildiği uygulamalarda mükemmel sonuç verir.

Uddeholm Royalloy (Patent):

32-33 HRC'ye ön sertleştirilmiş, paslanmaz, mükemmel işlenebilirliği olan malzememizdir. Paslanmaz hamil ve tutucu plaka olarak kullanımı yaygındır. Çok kolay işlenmesinin yanında sifıra yakın çarpılma göstermesi ince cidarlı büyük plaka ölçülerinde ve derin boşaltmalarda büyük avantaj sağlar. Yüksek parlaklık beklentisi bulunmayan uygulamalarda çekirdek olarak da kullanılabilir.

Uddeholm Ramax HH: 36 – 38

HRC'ye önsertleştirilmiş, paslanmaz malzememizdir. Aşınma dayanımı ve paslanmazlığın birlikte talep edildiği (PVC ekstrüzyon gibi) uygulamalarda kullanımı yaygındır.

Uddeholm Mirrax40(Patent): 40

HRC ön sertleştirilmiş, paslanmaz plastik kalıp çeliğidir. İşlenir ve kullanılır, ısıtım işlem safhasını ortadan kaldırarak zaman ve maliyetten kazanç sağlar. ESR

işlemi görmüştür. Bu sayede mükemmel parlatılabilirliğe ve çok yüksek darbe dayanımına sahiptir. Paslanmazlığı sayesinde baskı sürecinde soğutma kanalı tıkanmasına bağlı proses parametrelerinden sapma gerçekleşmez, bakım duruşu ihtiyacı azalır.

Uddeholm Corrax: Yaşlandırma yöntemi ile sertleştirilen, yüksek korozyon direncine sahip ve kolay ısıtım işlemi yapılabilen bir çelik türüdür.

Uddeholm Vanax SuperClean:

Yapısında bulunan yüksek miktardaki krom, molibden ve azot sayesinde, Uddeholm Vanax mükemmel korozyon direncine sahip toz metalürjik takım çeliğidir.

Uddeholm Elmax SuperClean:

Yüksek korozyon ve ağız atma direnci ile 60 HRC üzeri sertliğe çıkabilen toz metalürjik takım çeliğidir. SuperClean üretim teknolojisi ile birleştirilmiş ince boyutlu toz ve karbürler sorunsuz taşlama ve parlatma garantisi veriyor.

ÖZELLİKLER

UDDEHOLM TAKIM ÇELİĞİ	TESLİM SERTLİĞİ ~HB	TAVSİYE EDİLEN HRC SERTLİĞİ HRC	AKMA DAYANIMI Rp0.2 (Mpa)	ÇEKME DAYANIMI (Mpa)
IMPAX SUPREME ¹⁾	310	33	900	1000
NIMAX ¹⁾	380	40	785	1265
RAMAX HH ¹⁾	340	37	990	1140
MIRRX ESR	250	50	1290	1780
MIRRX 40 ¹⁾	380	40	1020	1150
ELMAX SUPERCLEAN	250	58	2200	2900
CORRAX	330	46	1400	1500
STAVAX ESR	190	50	1460	1780
BURE	180	42	1200	1400
ORVAR SUPREME	180	48	1350	1600
DIEVAR	160	50	1470	1770
UNIMAX	185	56	1780	2150
CALDIE	215	60	2350 ²⁾	–
SLEIPNER	235	60	2350 ²⁾	–
VANADIS 4 EXTRA SUPERCLEAN	230	62	2530 ²⁾	–
VANADIS 8 SUPERCLEAN	<270	62	2600 ²⁾	–
BALDER ¹⁾	420	44	1230	1440
IDUN	420	44	1250	1490
VANAX SUPERCLEAN	260	60	1920	2240

¹⁾ Önsertleştirilmiş

²⁾ Basma dayanımı

Çikolata ve şekerleme sektörüne



Melis Ayabakan
Aromsa AR-GE Tatlı Müdürü

2020 yılının başında Covid-19'un Çin'den tüm dünyaya yayılarak global bir salgına sebep olmasıyla, hemen hemen tüm sektörlerde olduğu gibi gıda sektöründe de oyun tamamen değişti. Karantina uygulamalarının başlamasıyla tüketiciler gıda ürünlerine yoğun ve stoklama eğilimli taleplerde bulundular. Bu da kaynakların eşi görülmemiş bir hızda tükenmesine, ham madde kısıtlarının yaşanmasına, tedarik zincirinde aşırı bir baskı ve yoğunluğun oluşmasına sebep oldu.

Yapılan araştırmalar, karantina uygulamaları nedeniyle tüketicilerin market harcamalarının iki katı oranında arttığını göstermektedir. Pandemi başındaki panik nedeniyle ürün tercihlerinin konserve gıdalar, donuk gıdalar, şişelenmiş su, ana besin maddeleri olan un, makarna gibi uzun raf ömürlü gıdalardan yana olduğunu göstermektedir. Sağlıklı beslenme eğiliminde ciddi artış oluştu. Bu panik havası, atıştırmalık ve şekerleme/çikolata gibi önceliklendirilmeyen kategorilerde ilk etapta düşüşe sebep olurken evlerde kalınan süre uzadıkça yediklerinden sıkılan tüketiciler evde keyif, atıştırmalık kategorilerine tekrardan yönelmeye başladı. Karantina süreci uzadıkça tüketiciler farklı tat arayışlarına yöneldi, bu yönelme de aromanın/tadın satın alma kararında ana

GENEL BAKIŞ

aromsa
YARATICI LEZZET ORTAĞINIZ

itici güç olduğu çikolata ve şekerleme sektöründe fırsat alanı yarattı. Bir yandan çalışanlarının sağlığını korumaya çalışırken bir yandan da tüketicilerin yoğun taleplerini karşılamaya çalışan gıda üreticileri, erteledikleri yeni ürün lansmanlarını karantina uygulamalarının kaldırılmasıyla yavaş yavaş yapmaya başladılar.

"KİŞİ BAŞI 4,4 KG ŞEKERLEME TÜKETİYORUZ"

Şekerleme sektörü küreselde %1,8'lik, Doğu Avrupa pazarları içerisinde de %15'lik paya sahiptir. 2019 sonu itibarıyla Türkiye'de 4,4 kg olan kişi başı tüketimin 2024 yılında 4,8 kg seviyesine ulaşması öngörülmektedir. Türkiye'de şekerleme sektörünü oluşturan çikolata, şekerli ürünler ve sakız kategorileri içinde miktar ve tutar olarak en büyük pay çikolata kategorisindedir ve bunun 2024'e kadar hızlı bir şekilde büyümeye devam etmesi öngörülmektedir. Çikolata pazarının geleneksel ve alışılmış tatlar yerlerini korumaya devam etmekte, bunun yanı sıra yeni aromalar ve ambalaj formatları da bu kategoriye yenilikçi bir yaklaşım getirmektedir. Büyük markalar tarafından domine edilen çikolata pazarında, global markalar mevcut ürün yelpazelerine yeni aromalar eklemektedirler. Daha küçük ölçekli, butik markalar baharatlı tatlarda geliştirdikleri ürünlerin lansmanını yapmaktadır. En çok tercih edilen baharat tatlarına zencefil, zerdeçal, pembe biber gibi tatlar örnek verilebilir. Ayrıca bitkisel beslenmenin öneminin gittikçe artması ile vegan çikolatalar da tüketiciler tarafından dikkat çekici olmaya başlamıştır. Avrupa'da Mayıs 2015 – Nisan 2016 arasında geliştirilen yeni ürünlerin %4'ünde vegan iddiası var iken, bu oran Mayıs 2019 – Nisan 2020 arasında %7'ye yükselmiştir.

Vegan alternatifler geliştirmeye çalışan çikolata üreticilerinin zorlandığı en büyük konu süttozunun ikamesi olmaktadır. Bunun için de pirinç tozu, hindistan cevizi unu gibi bitkisel alternatifler kullanılabilmektedir.

Türkiye şekerleme sektöründe çikolatadan sonra gelen sakız ve diğer şekerli ürünlerde kişi başı tüketim Doğu Avrupa ve global tüketim miktarının altında kalmaktadır. Sakız kategorisinin 2024'e kadar ciro bazında %3,2, şekerleme kategorisinin de %3 büyümesi beklenmektedir. Covid öncesi dönemde artmaya başlamış olan sağlıklı ürün tüketimi eğilimi, Covid-19 ile birlikte oldukça hızlı yükselmeye başlamıştır. Bu da önceden "şekersiz" ibareli ürünlerin geliştirilmesinde artış olarak gözükmekteyken, artık bar tarzı ürünlerin geliştirilmesinde de artış olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunlar tahıl barlar, protein barlar, çiğ barlar ve enerji barları gibi çok çeşitli ürünler olabilmektedir. "Free From" iddiası bu kategorideki en önemli sağlık ve iyi yaşam ürün özellikleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca bitkisel ürün takviyeli şekerleme ürünleri de sağlıklı ürün tüketme hassasiyetinde olan tüketiciler için oldukça yaygınlaşmaktadır.

Aromsa olarak tüm bu yönelimlere uygun yapmakta olduğumuz reçete çalışmaları, bitmiş ürün örnekleri ve ürün önerilerimiz ile çikolata ve şekerleme sektöründeki müşterilerimize çözüm ortağı olarak destek veriyoruz. Özellikle "şekersiz" ya da "şeker azaltılmış" ürünler için "şeker tadı arttırıcı" ürün önerilerimiz, müşterilerimizin lezzetten ödün vermeden tüketici isteklerine uygun ürün geliştirmelerine yardımcı olmaktadır.





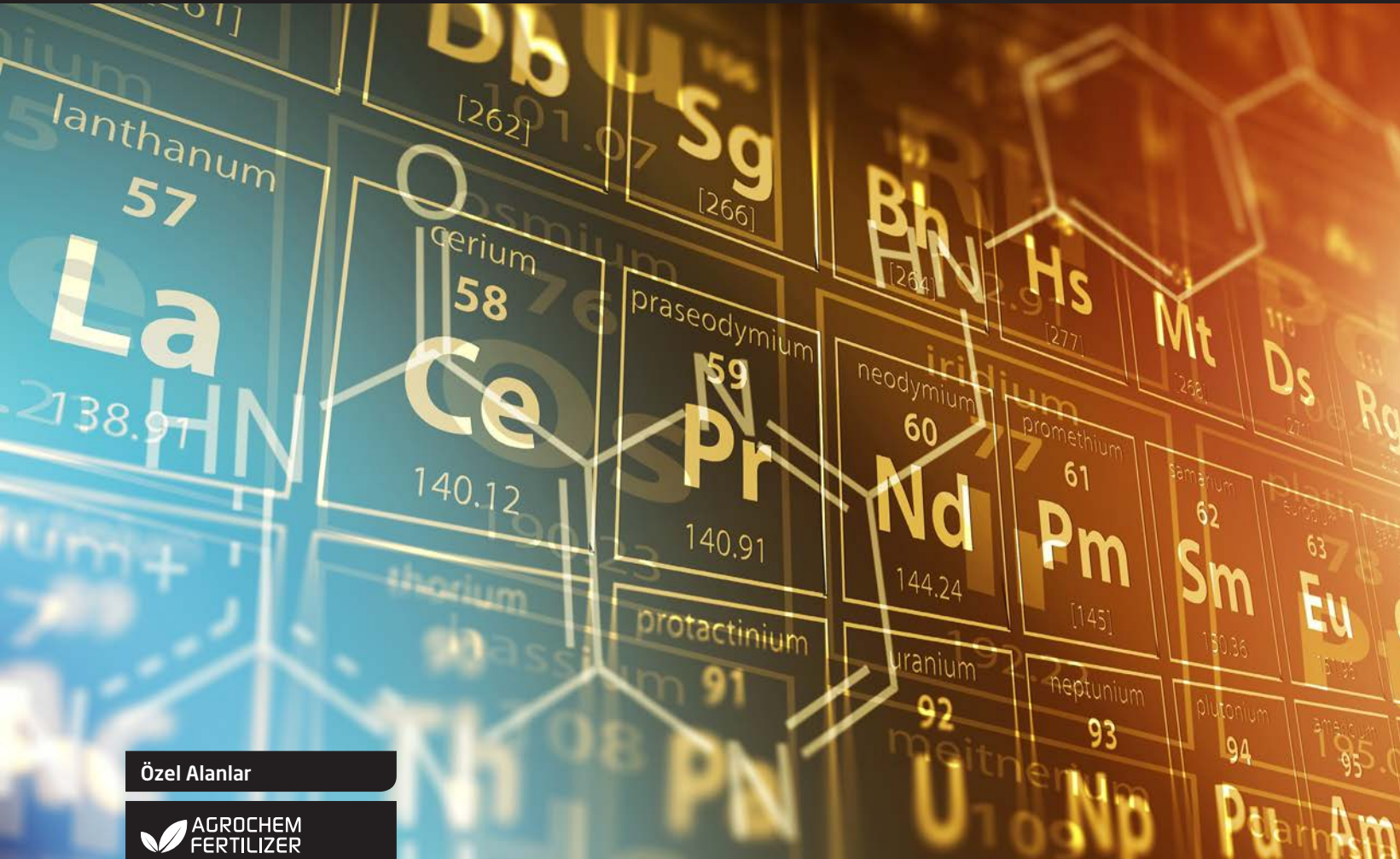
Turkchem

ChemShow Eurasia

9. Uluslararası

Özel, Spesifik Kimyasallar, Genel Kimyasallar,
Petrokimya ve Kimyasal Ara Ürünler Fuarı

11 - 13 Mart 2021 İstanbul Fuar Merkezi



Özel Alanlar

AGROCHEM
FERTILIZER

WaterEx

EXCLUSIVE
meeting room

Eş Zamanlı:

Turkchem
ChemLab
Eurasia

Turkchem
ChemTech
Eurasia

chemshoweurasia.com

Organizatör:

 **Artkim**

Destekleyen:

 **KOSGEB**

Medya Partneri:

TURKCHEM
Magazine



Necdet Buzbaş

TÜGİS Yönetim Kurulu Başkanı

Dünya Sağlık Örgütü (WHO), Çin'in Wuhan kentinden yola çıkan corona virüsün kıtalar arası boyutlara varan yayılmasını 11 Mart 2020 tarihinde tüm dünyaya pandemi olarak resmen ilan etti. Sağlık Bakanlığımız, pandemi ilanından önce oluşturduğu Bilim Kurulu ile erken davranarak süreci yönetmekte önemli bir başarı sağladı. Covid-19 salgının en az hasarla atlatılması ve kısa sürede sönümlendirilmesi, vatandaşların vazedilen önlemlere kayıtsız şartsız uymalarıyla mümkün. Bunun için doğru bilgiye ulaşım yaşamsal öneme sahip. Kamu kendi ölçütleriyle bunu sağlamaya gayret ederken, halkın bilgi kaynaklarının ağırlıkla başında gelen TV kanalları (%60) da büyük katkı verdiler, kişileri ekran karşısına çekmekte başarı sağladılar. Gerçi bizim yaşlıların "evde kal" zorunluluğu onlara epey kolaylık getirdi.

İlk günlerin kaygıları ile ben de iyi bir izleyici olmaya gayret göstererek yeni ve doğru bilgiler edinmenin peşinde koşuşturdum. Resmi pandemi ilanından iki gün sonra 13 Mart 2020 akşamı CNN Ulusal TV kanalında coronavirüs adlı program dikkat çekiciydi. Programın yöneticiliğini Ahmet Hakan yapıyor, stüdyodan konuşmacılar Dr. Ü. Aktaş (fitoterapist), Prof. Dr. N. Tarhan (psikiyatrist), Dr. Y. Dizdar (Onkolog), Prof. Dr. Y. Üresin (farmakoloji) ve

HALK SAĞLIĞI HEDEF OLUNCA

Ankara'dan katılan Prof. Dr. M. Ceyhan (Enfeksiyon Hastalıkları Derneği Başkanı). Belli ki program yöneticisi stüdyodan katılımcıları belirlerken ya geleneksel reyting kaygısına düşmüş ya da pandemi konusunda en ufak bir araştırma ve hazırlık yapmadan mevcut ezberiyle yola çıkmıştı. Programın ilerleyen saatlerinde İstanbul stüdyosu pandemi güvenlik kurallarından olan az konuşma kısıtına adeta mahkum edildi. Prof. Dr. Mehmet Ceyhan, bilgi zenginliği ve açıklama alçak gönüllüğü içindeki samimiyetiyle her defasında diğer konuşmacılara adeta ders verdi, kibarcası susturdu.

Türkçemizde güzel bir deyiş vardır: "Bilmez, bilmediğini de bilmez". Kişisel reyting uğruna ekrana adeta hücum eden her konuda uzman olduklarını hayal eden bu zevatın ipliğini corona virüs pazara çıkardı! Ekrandaki yüzlerden Onkolog Y. Dizdar yılın başından beri Covid-19 salgınına ilişkin çok sayıda açıklama yaptı. En sonuncusu 6 Mart 2020'de yaptığı corona virüsün bulaşma kapasitesinin yüksek olmadığını, öldürücülüğünün ise her yıl çıkan gripten farklı olmadığını belirtmişti. Oysa ki Bilim Kurulu'nun değerli üyelerinden öğrendiğimiz kadarıyla gribin yayılma hızı yüzde 10-20'lerdeyken, corona virüsün yayılma hızı yüzde 30-40'larda. Öldürücülük oranı ise gripte yüzde 0.05-0.1 arasında değişirken corona virüste

yüzde 3-4 oranında.

Corona virüsün ülkemizde etkilerini göstermeye başladığı günlerde çok sayıda açıklamalarda bulunan bir başka isim olan Prof. Dr. Canan Karatay, kelle paça yeme önerisi ve tuzlu su ile gargara yaparak corona virüsten korunabileceğini her ortamda ilan ediyordu. Halbuki Dünya Sağlık Örgütü'nün, tuzlu suyun corona virüse karşı kanıtlanmış herhangi bir etkisinin olmadığı yönünde bildirileri vardı. Özlenen yaşam şartlarımıza dönmek için yolunu dört gözle beklediğimiz Covid-19 aşısının, aşı karşıtlığı ile bilinen Prof. Dr. Canan Karatay tarafından yanıltışlığının beyanı için iyi bir fırsat teşkil etmesi gerekmez mi?

Verdiğim bu iki örneğin sayısını artırmak mümkün. Ancak bu iki örneği seçmenin nedeni her iki ismin tıp dünyasından olmaları ve Bilim Kurulu'ndaki diğer meslektaşlarıyla kıyaslanabilir olmaları içindir. Tıp gibi çok fazla ihtisas koluna ayrılan ve her biri kendi sınırları içinde derinleşmeyi gerektiren alanlarda, yanlış herhangi bir iddia doğrusu ile düzeltilemiyorsa toplum üzerinden ciddi sağlık riskleri yaratabiliyor. Dünya Sağlık Örgütü (WHO), salgının henüz başlarında uzman olmayan kişilerce ortaya atılan iddialardan o kadar bunalmış olmalı ki, 2 Şubat 2020'de İNFODEMİ kavramını ortaya attı. İnsanların ihtiyacı olduğunda güvenilir ve geçerli kaynaklar bulmada



zorluk yaşamasına neden olan, bazıları doğru bazıları yanlış bilgi fazlalığı anlamına geliyor. Tarihine dikkatle baktığımızda yanlış bilginin corona virüsünden daha hızlı yayıldığını söylemek yanlış olmaz. Oxford Üniversitesi Internet Enstitüsü'nün Reuters Enstitüsü ile ortaklaşa yürüttüğü bir çalışmada, 1 Ocak ile 31 Mart tarihleri arasında yayınlanmış 225 kuşku haber incelendi. Bunlar içerisinde yalan ve sahte içerik paylaşımının yüzde 20'sinin tanınmış kişiler tarafından yapıldığı ortaya çıktı. Covid-19 salgınının ortaya çıkardığı çok önemli bir diğer gerçek, gerçek uzman görüşlerinin halka aktarılmasının ne kadar değerli olduğu. Bunun en güzel örneğini Bilim Kurulu üyeleri teşkil ediyor. Bıkmadan, yorulmadan hemen hemen her TV kanalına çıkarak bilgilerini bizlerle paylaştılar. Zaman ilerledikçe elde edilen yeni bulguları eskilerin yerine koymaktan yüksünmediler. Kendilerine müteşekkiriz, yanlış da ısrar etmediler.

Covid-19 salgının özellikle ilk üç ayında gıda ile ilgili oldukça fazlaca yanlış bilgi ortalarda dolaştı. Biz tüketicilerin günlük hayatta tüketilen gıda ürünlerinin tarladan sofraya gelene kadar geçirdiği süreci ve bu sürecin çevre, toplum ve insan sağlığı ile ilişkisini anlayacak kadar doğrulara hakim olmamız gerekiyor. Gıda okur yazarlığı diye adlandırılan bu olgunun varlığı ülkemizde yazık ki pek yüksek değil. Önemli bir STK'nın Doç. Dr. kariyerli bilim insanı genel koordinatörünün 1 Mayıs 2020 tarihinde kaleme aldığı (kendi deyimi) makalesinden bir paragrafı konumuzla ilişkisi nedeniyle sizlerle paylaşmak isterim. "Sterilizasyon sebebiyle ambalajlı ürünlere olan talebin artmış olması ayrı bir açmazı sebebiyet verdi. Açık olarak kilogramla alınabilecek ürünler yerine, daha sağlıklı olduğunu düşünerek hangi şartlar altında ambalajlandığını bilmediğimiz, raf ömrünün uzun olabilmesi için ne tür kimyasallarla desteklendiğini asla bilemeyeceğimiz paketli ürünlere geri döndük." Üzüntüm odur ki, gıda okur yazarı olamamış bu bilim insanına mevcut eğitim sistemimizin hiçbir katkı verememiş olmasıdır. Gıda ürünlerinin, hangi kimyasalları hangi oranlarda içereceklerinin yasalarla, kodeks denilen uluslar arası mevzuatlarla belirlenmiş olduğunu nasıl anlatabileceğiz? Gıda sanayinin sizin sağlığını sizden çok dikkate alması yasal bir zorunluluk. Burada kişisel bir tercih yapmak durumunda iseniz bunu doğru



yapabilecek kadar bilgi sahibi olmalısınız.

Gıda yönetiminde yasal olarak tam yetkili Tarım ve Orman Bakanlığı bu yılın başında, bu alandaki bilgi kirliliğini önlemek amacı ile yeni bir yasal düzenlemeye esas teşkil edecek bir taslak hazırladı. Taslak iki ana bölümden oluşuyor:

- 1) Gıda Güvenirliliği,
- 2) Bilgi kirliliği konulu tedbir ve yaptırımlar.

1. GIDA GÜVENİRLİLİĞİ:

a) Kişilerin hayatını ve sağlığını tehlikeye sokacak gıdalar toplatılacak ve imha edilecek. Bu gıdaları üreten, ithal eden kendi adı veya ticari unvanı altında piyasaya arz eden gıda işletmecilerine 1 yıldan 5 yıla kadar hapis ve 1000 günden 5 bin güne kadar adli para cezası verilecek. Fiilin üç yıl içinde tekrarlanması durumunda 5 yıldan 10 yıla kadar gıda sektörü faaliyetinden men edilecek.

b) Taklit ve tağşiş yapılan gıda ve yemler işletmecisi tarafından piyasadan toplatılacak, Tarım ve Orman Bakanlığı gözetiminde imha edilecek veya ettirilecek. Taklit ve tağşiş yapılan gıda ve yemleri üreten, ithal eden kendi adı veya ticari unvanı altında piyasaya arz eden gıda ve yem işletmecisine 50 bin Türk Lirası'ndan, izlenebilirliğini sağlamadan piyasaya arzeden gıda ve yem işletmecisine 5 bin Türk Lirasından aşağı olamamak ve 500 bin Türk Lirası'nı geçmemek kaydıyla gayri safi gelirlerinin yüzde 1'i oranında idari para cezası kesilecek. Fiilin tekrarlanması durumunda 1 yıldan 3 yıla kadar hapis ve 1000 günden 3 bin güne kadar adli para

cezası verilecek, 5 yıldan 10 yıla kadar bu sektördeki faaliyetlerden men edilecek.

2. BİLGİ KİRLİLİĞİ:

a) Bilimsel dayanağı ve kanıtı olmayan, genellikle ilgili konuda uzmanlığı bulunmayan kişiler tarafından tüketicinin beslenme alışkanlıklarını olumsuz etkileyen, yazılı ve görsel medya üzerinden hızla yayılan, gıdalar hakkında yanıltıcı, yanlış ve yanlış yönlendirici, art niyetli ve kulaktan dolma bilgiler ile gıdada bilgi kirliliği oluşturan beyanlarla tüketicide gıda güvenliği adına endişe, korku ve güvensizlik yaratılmasını engellemeye yönelik 5996 sayılı kanunun 24 ncü maddesinde değişiklik yapılması.

Yanıltıcı yayında bulunanlara yönelik 20 bin Türk Lirası'ndan 50 bin Türk Lirası'na kadar idari para cezası getiriliyor.

b) Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanunun (6112 Sayılı Kanunun 32 nci Maddesi), yayın hizmetleri ilkelerine ilave yapılıyor. Buna göre yayın hizmetler, gıda güvenliği ve güvenilirliği hususunda tüketicide endişe, korku ve güvensizlik yaratarak tüketicinin tüketim alışkanlıklarını olumsuz etkileyen gerçeğe aykırı nitelikte olmayacak.

Tasarı komisyonunda son şeklini aldıktan sonra teklif olarak TBMM Genel Kurulu'nda görüşülmek üzere sıraya alınmıştır. TBMM Genel Kurulu'nun gündem yoğunluğu nedeniyle tatil sonrası açılışı beklemek durumunda kalındı.

ESİNLENME

- » Tarla Sera Mayıs 2020
- » EKOIQ Mayıs – Haziran 2020

Koronavirüs

Covid-19 pandemisinden sonra birçok ülkenin gıda stoklarını her zaman hazır halde tutmaya önem vereceğini belirten Ambalaj Sanayicileri Derneği (ASD) Başkanı Zeki Sarıbekir, "Bu dönemde ambalajlı ürünlere daha fazla talep olacağını, dijital baskı ve akıllı etiketlerin yer aldığı ambalajlara yönelim oluşacağını düşünüyoruz" diyor.



Zeki Sarıbekir

ZekiB eyleminizdeki n e riler ışığında Türkiye ambalaj sektörünün genel durumu hakkında bilgi verebilir misiniz?

Türkiye ambalaj sektörü 2019 yılında da ihracattaki büyümesini devam ettirdi ve ihracat bir önceki yıla göre miktar olarak yüzde 13'lük artışla 2 milyon 639 bin ton olarak gerçekleşti. Değer olarak bakıldığında ise yüzde 2 artış ile yıllık ihracat 4,6 milyar

AMBALAJLI GIDANIN Önemini hatırlattı

dolardan 4,7 milyar dolara çıktı. Toplam içerisindeki dağılıma bakıldığında plastik ambalaj ihracatı 2,98 milyar dolar ve yüzde 63'lük payla en çok ihracatı gerçekleştirilen ambalaj türü oldu. Onu 1,1 milyar dolar ve yüzde 24 payla kağıt ve karton ambalaj ihracatı takip ederken, metal ambalajda 380 milyon dolar, cam ambalajda 84 milyon dolar, ahşap ambalajda 30,9 milyon dolar, diğer torba ve çuval toplamında da 11,5 milyon dolarlık ihracat yapıldı. Ambalaj sektörü geçtiğimiz yıl en çok ihracatı ise 375 milyon dolarla İngiltere'ye gerçekleştirdi. İngiltere'nin hemen arkasında ise 337 milyon dolarlık ihracat rakamıyla Almanya yer aldı. Bu iki ülkeyi 332 milyon dolarla Irak, 216 milyon dolarla İsrail ve 192 milyon dolarla İtalya takip etti. En çok ihracat yaptığımız 10 ülke sıralamasına bu ülkelerin ardından ABD, Fransa, İran, Hollanda ve Mısır girdi.

2019 yılındaki ithalat ise miktar olarak yüzde 12, değer olarak yüzde 13 geriledi. Sektörümüz cari açığa pozitif katkı sağladı ve 1 milyar 852 milyon dolar dış ticaret fazlası verdi. Bu yonden baktığımızda, sektörün dışa bağımlılığında ciddi azalma olduğunu söyleyebiliriz. Ambalaj sektörü ithalatı geçtiğimiz yıl miktar olarak 1,5 milyon tona, değer olarak da 2,86 milyar dolara geriledi. Almanya, Çin, İtalya, ABD ve Fransa en çok ambalaj ithalatı yapılan ülkeler olarak öne çıktı. Dış ticaret fazlası veren ve ülkemiz ekonomisine önemli katkıda bulunan sektörlerden birisiyiz.

"AMBALAJ GIDALARIMIZI VE SAĞLIĞIMIZI KORUYOR"

Dünyayı ve Türkiye'yi her anlamda olumsuz yönde etkileyen Covid-19 salgını ambalaj sektörünü nasıl etkiledi, ülkemizde üretimde bir düşüş yaşandı mı?

Öncelikle koronavirüs pandemisi sürecinde ambalajın ne kadar önemli ve gerekli olduğu anlaşıldı. Ambalajlar ürünlerin hijyenik kalmasını sağlar, el değmeden ambalajlanmış gıda, ilaç ve temizlik ürünlerinin tüketicilere hijyenik bir şekilde ulaştırılması ambalajla mümkündür. Ambalajlar; ekmek, süt, peynir, bakliyat ve sebze-meyve gibi günlük ihtiyacımız olan gıdaları korurken aynı zamanda sağlığımızı da korur. Çünkü açıkta, ambalajsız şekilde satılan gıdalar hijyenik olmamanın yanı sıra virüs, bakteri ve çürümeye karşı savunmasızdır. Koronavirüsle sarsılan dünyada insan sağlığı için ambalajlı ürün olmazsa olmaz niteliğinde. Sektör olarak bunun bilinciyle hareket ettik. Bu dönemde gıda, içecek sektörü birinci, hijyen-temizlik ürünleri sektörü ikinci ve ilaç sanayi de üçüncü sırada öne çıktı. Ambalaj sektörü olarak gerekli tüm önlemleri alarak üretime devam ettik, tedarik zincirini aksatmamak için hiç durmadan çalıştık.

Fabrikalarımızda Sağlık Bakanlığımızın yönlendirdiği önlem paketleri hayata geçirildi. Tüm alanlar ve servisler her gün düzenli olarak dezenfekte edilirken, servislerde tekli oturma düzenine geçildi. Yemekhanelerde sandalye sayıları azaltılırken, toplu halde yemeğe çıkmanın önüne geçilebilmek için öğle yemekleri ayrı saat dilimlerine bölündü. İşyeri hekimleri gözetiminde giriş ve çıkışlarda ateş ölçümleri yapılmaya başlandı ve herhangi bir şüpheli durum hemen prosedüre uygun olarak değerlendiriliyor.

"PAKETSİZ ÜRÜNLER TÜM RİSKLERE AÇIK"

Pandemi ambalajlı gıda konusunu bir kere daha gündeme getirdi. Korona günlerinde dünyada ve ülkemizde ambalajlı gıda tüketiminde ne yönde eğilimler gözlemleniyor?

İnsan sağlığını çevresel risklerden

uzak tutan ve koruyan ambalajlı gıdaların önemi bu dönemde bir kez daha ortaya çıktı. Açık alanlarda satışa sunulan gıdalar, insan ve çevre kaynaklı tüm risklere açık. Halkımız bu konuda her zamankinden daha fazla duyarlı olmaya başladı. Bundan 150 yıl önce insanlar temiz su, içecek, gıda, ilaç ve temel ihtiyaç maddelerine kolay ulaşamıyordu. ASD olarak geçen süre içerisinde gıda ve içeceklerin ambalaja girmesiyle insan ömrü ortalamasının uzamış olduğuna inanıyoruz. Her zaman söylediğimiz gibi satın aldığınız ürünün ambalajı, onun güvencesidir ve her ürün ambalaja girmeli. Ambalajın üzerindeki etikette içerdiği ürünün besin değeri, ürünün miktarı, son tüketim tarihi, üretici adres bilgileri; yani ürünün muhteviyatı, nerede ve kim tarafından üretildiğini içeren tüm bilgiler bulunur. Halkımız da bu bilgileri görebileceği ambalajlı ürünler tercih etmeye yöneldi.

"PANDEMİ PEK ÇOK KONUYA BAKIŞIMIZI DEĞİŞTİRDİ"

Covid-19 salgınıyla birlikte pek çok ülke gıda ihracatını durdurdu ve durdurmaya hazırlanırken bu durum ülkemiz ambalajlı gıda ihracatı açısından bir daralma tehlikesi anlamına gelmiyor mu?

Pandemi birçok konuya bakış açımızı ve iş yapış şekillerimizi derinden etkiledi. Dünya artık eskisi gibi olmayacak. Birçok konuda kendine yeterliliğin bir zorunluluk olduğunu gördük. Tarımda yeterliliğin önemi de bu yaşananlarla kendini bir kez daha göstermiş oldu. Ülkemizin sahip olduğu tarımsal potansiyelin farkındalığıyla, tarım ülkesi olma hedefimiz doğrultusunda, gıda ve içecek sektörünün gelişmesi beraberinde ambalaj sektörümüzü de geliştirecektir. Böylece, yeni salgınlara hazırlıklı olmayı kolaylaştıracak. Bu pandemi, yeni bir salgında her ülkenin önceliği kendi

"HEDEF ÜRETİMİMİZİN YARISINI İHRAÇ ETMEK"

İhracatta etkili olduğunuz ve odaklandığınız pazarlar hakkında bilgi paylaşabilir misiniz? Yıl sonunda ihracatta hedefler neler?

Türkiye ambalaj sektörü olarak 180 ülkeye ihracat gerçekleştiriyoruz. Daha çok ülkeye ambalaj satmayı, pazar sayımızı artırarak ürettiğimiz en az yansını ihraç etmeyi hedefliyoruz. Önümüzdeki yıllarda Avrupa'daki ihracat payımızı artırmayı, Sahra Altı Afrika ülkeleri ve yakın coğrafyamız olan Kuzey Afrika ve Orta Doğu pazarlarında daha çok söz sahibi olmayı planlıyoruz. Orta ve Güney Amerika,

geçmişte daralan ancak şimdilerde toparlanan ABD ve sürekli büyüyen Meksika pazarlarını çok önemsiyoruz. Tabii ki tüketimi nüfus sayısı ile paralel yükselişte olan ülkeler var; Çin, Hindistan, Bangladeş gibi. Nüfus artışına sahip tüm ülkelerde ihracatımızı miktar ve değer olarak artırmak zorundayız. 2020 ve sonraki yıllarda mevcut pazarlarımızda varlığımızı korumayı planlıyoruz. Avrupa ve yakın coğrafyaya ihracatımızı artırmayı hedefliyoruz. Türkiye'de cari fazla veren sektörler arasında yer alan ambalaj sektörümüz ülke ekonomisine katkısını da artırarak çalışmalarına devam ediyor.

vatandaşına sağlayan bir yaklaşımla hareket edeceğini bize göstermiş oldu. Bunun yanı sıra, pandemi dönemlerinde de ihtiyaç duyan Avrupalı ve yakın coğrafyadaki müşterilerimize tedarige devam etmek zorundayız. Bundan sonra ülkemizin potansiyellerini bilerek ve tüm bu yaşananlardan ders çıkararak ilerlemeliyiz.

"AKILLI ETİKETLERİN YER ALDIĞI AMBALAJLAR ÖNE ÇIKACAK"

Geçtiğimiz Haziran düzenlediğiniz webinar seminerinde küresel salgının özellikle sosyal ve ticari hayatta birçok şeyi değiştirdiğini ifade ederek, ambalaj ve lojistiğin gelecekte daha önemli hale geleceğini söylemişsiniz. Bunu biraz açabilir misiniz?

Dış ticaret açığına pozitif katkı yapan bir sektör olarak katma değerli ürün üretmenin önemini çok iyi biliyorduk ve yaşananlar attığımız adımların ne kadar doğru olduğunu ispatlar nitelikte. Olası yeni salgınlara hazır olmak için pandemiden sonra tüm dünyanın gıda

stoklarını her zaman hazır halde tutmaya önem vereceğini, ambalajlı ürünlere daha fazla talep olacağını; dijital baskı ve akıllı etiketlerin yer aldığı ambalajlara yönelim oluşacağını düşünüyoruz.

Koronavirüs öncesinde birçok sektörde yapılan yeni planlamalar, sektörlerde yaşanmaya başlayan değişiklikler pandemi ile hız kazandı diyebiliriz. Dijitalleşme de bunlardan biri. Bu sisteme ayak uydurarak e-ticarete uyum sağlayan, kendine yeni pazarlar oluşturan ve ihracat yapanlar ayakta kalacak. E-ticarette artan kargo gönderimleri lojistikte de değişime sebep olacak. Daha birebir tedarikler üzerinden ilerlenecek ve bu da bir sonraki süreçte lojistik ve kargo sektörünün hızlı bir büyüme trendine girmesini sağlayacak.

Pandeminin önümüzdeki sonbahar ve kış aylarında yeniden artış gösterebileceği yönünde bilim insanlarından açıklamalar geliyor. Bu gerçeği de göz önünde bulundurarak, 2020'nin sonu ve sonraki yıllara ilişkin olarak Türkiye ambalaj sektörüyle ilgili beklentilerinizi paylaşabilir misiniz?

Geçtiğimiz yılı 4,7 milyar dolar ihracatla kapattık ve 1,8 milyar dolar cari fazla veren bir sektörüz. 23 milyar dolar satış hacmimiz bulunuyor. 100 bin kişiye istihdam sağlayan bir sektör olarak ihracatta bu yıl sonu 5 milyar dolara yükselme hedefimiz var. Bunu başaracak güce ve potansiyele sahibiz. Ürettiklerimizin en az yarısını ihraç edebilmek hedefiyle ilerliyoruz. Pandemi dönemlerinde de ihracata devam etmek zorundayız. Bu küresel bir kriz. Hep birlikte bu krizi aşacağız. Gerekli bütün önlemleri alarak üretimimize devam etmeyi; yurt içinde tedarik zincirini aksatmadan ihracat taahhütlerimizi yerine getirmeyi hedefliyoruz.





renksiz cam ambalaj üretimini iki katına çıkaracak



Gürallar Cam Ambalaj (GCA) Genel Müdürü Abdullah Gayret, Covid-19 salgını sürecinde tüketicilerin sağlıklı olması nedeniyle cam ambalaja olan güven ve ilgilerinin daha çok arttığını belirtiyor. Şu anda günlük 1,5 milyon adet renksiz cam ambalaj üretimiyle faaliyet gösterdiklerini kaydeden Gayret, "Planladığımız yeni yatırımla üretim kapasitemizi iki katına çıkarmayı hedefliyoruz. Bu sayede yeni istihdam da yaratmış olacağız" diyor.

amacıyla yeni bir fırın yatırımımız bulunuyor. GCA zaten çoklu fırın konumlandırmasına uygun bir alt yapı ile kurulmuştur. Gürallar Cam Ambalaj Üretim Tesisi'nin altyapısı, en başından itibaren birden çok cam üretim fırını ile üretim yapabilecek şekilde tasarlanmıştır.

GCA olarak kuşkusuz endüstrimizdeki küresel trendlerle her daim güncel kalmayı ve uluslararası arenada pazar payımızı artırmayı hedefliyoruz. Canla başla çalışarak yakaladığımız gelişim grafiğimiz sayesinde başta Orta Doğu, Afrika ve Avrupa ülkeleri olmak üzere 40'dan fazla ülkeye ihracat gerçekleştiriyoruz. Türkiye adına tek temsilcisi olduğumuz FEVE Avrupa Birliği Cam Ambalaj Üreticileri Derneği öncülüğünde gerçekleştirilen son tüketici anketine bakacak olursak, ambalaj konusunda cama duyulan güvenin son yıllarda tekrar hızla artmakta olduğunu gözlemleyebiliriz. Türkiye dâhil olmak üzere 13 Avrupa ülkesinden 10 binden fazla tüketicinin katıldığı ankete göre; Avrupa'da her 10 tüketiciden 9'u camın kendileri için en ideal ambalaj malzemesi olduğunu ifade etmektedir.

"ÇALIŞANLARIMIZIN SAĞLIĞINI RİSKE ATMADAN ÜRETİME DEVAM ETTİK"

Covid-19 salgını dünyada ve Türkiye'de gerek insan hayatını gerekse ekonomi ve pek çok alanı olumsuz etkiledi. Bu süreç şirketinizin faaliyetlerini nasıl etkiledi,

Sayın Gayret, Gürallar Cam Ambalaj'ın bugün itibarıyla sektöründeki yeri hakkında genel bir bilgi verebilir misiniz?

Gürallar ailesi olarak cam üretiminde 25 yılı aşkın, Gürallar Cam Ambalaj olarak cam ambalaj sektöründe ise yaklaşık 10 yıllık deneyimimizle ürün ve hizmette en yüksek kaliteyi hedefleyerek ülke ekonomisine, cam ambalaj sektörüne ve iş ortaklarımıza değer katan adımlar atmaktayız. Türkiye toplamda yaklaşık 1,7 – 1,8 milyon ton cam ambalaj üretim kapasitesine sahip ve şu anda sektörde 5 yerel üretici var. GCA olarak, hem yurt içi hem de yurt dışı müşterilerimize gıda ve içecek sektörlerinde flint (şeffaf) cam şişe ve kavanoz ürünleri tedarik ediyoruz. Bu sene ayrıca, üretim kapasitemizi artırmak



Abdullah Gayret

özellikle üretim ve satışlarımız bakımından pandemi dönemini değerlendirebilir misiniz? Üretimde ve satışlarda ne tür sorunlar yaşadınız?

Ülkemizde görülen ilk Covid-19 vakasından sonra GCA olarak; hem ofis hem de üretim alanlarımızda gerekli olan tüm üst düzey önlemleri aldık. Kenetlenmiş bir aile olarak, kahraman çalışanlarımızın değerli katkılarıyla üretime hız kesmeden devam etmeyi başardık. Pandemi süresi boyunca tedarik zincirini aksatmadan çalışanlarımızın sağlığını en ön planda tutacak şekilde gıdaların güvenliğini sağlayarak vatandaşlarımızın gıda ve içeceklerle sorunsuz bir şekilde erişmesine yardımcı olduk. Çalışma ve üretim alanlarımızda hijyen ve sosyal mesafe önlemlerini aldık. Evden çalışmaya uygun konumda olan çalışanlarımızla evden çalışma sistemini Mart ve Temmuz ayları arasında hayata geçirdik. Sektörden aldığımız duyurular neticesinde, bu dönemde bazı ülkelerde gıda ve içecek ürünlerinin tedarikinde önemli problemler yaşandı. Türkiye’de ise hem geniş gıda ve içecek sektörü hem de bizim de içinde bulunduğumuz ambalaj sektörünün özverili çalışmaları sayesinde ambalaj sıkıntısı, dolayısıyla ürün sıkıntısı yaşanmadı ve tüketiciler ürünlere ulaşabildiler.

“CAM AMBALAJ ENDÜSTRİSİ ÖNEMLİ ROL ÜSTLENDİ”

Pandemi dünyada ve ülkemizde ambalajlı gıdanın

önemini bir kere daha gündeme getirdi. Peki cam ambalaj bu durumdan nasıl etkilendi? Bu süreçte tüketicilerin cam ambalajlı ürünleri satın alma alışkanlığını pandemi öncesi dönemle kıyasladığınızda nasıl bir manzara görüyorsunuz?

Bildiğiniz gibi pandemi döneminde sağlık sektörü gibi çalışmaya devam edecek olan en önemli sektörlerden biri, yiyecek ve içecek sektörüdür. Gıda ve içecek sektörünün, market raflarının boş kalmaması ve halkın gıdaya ulaşmakta zorluk çekmemesi adına kesintisiz olarak üretime devam etmesi çok önemlidir. Bu noktada gıda sektörü için önemli bir rol üstlenen cam ambalaj endüstrisi de birçok ülkede, örneğin ABD’de olduğu gibi temel işletme göreviyle üretimini sürdürmektedir. Cam ambalaj üretiminin hız kesmeden devam etmesi, yiyecek ve içecek talebinin hızla arttığı bu zamanda, tüketiciler için hayati önem taşımaktadır. Sorumluluklarının bilincinde olan Avrupa Cam Ambalaj Endüstrisi ve



bu endüstrinin bir parçası olan Gürallar Cam Ambalaj, gıda tedarikinde hiçbir aksaklık yaşanmaması adına durmaksızın çalışmaktadır. Her biri toplum için büyük bir fedakârlık gösteren endüstri çalışanları ise her zamankinden daha büyük bir özveriyle üretimi sürdürmektedir. Büyük bir ekip çalışmasının sonucunda ülkenin her köşesindeki sofralara gıdalar sağlık içerisinde ulaşmaktadır.

Pandemi süresinde gözlemlediğimiz hususlar neticesinde daha büyük ambalaj boylarının tercih edildiğini, aktif cam ambalajlama alanına yapılan yatırımların artacağını ve daha dayanıklı ambalajların tüketiciler tarafından daha çok tercih edileceğini gözlemlemiş bulunmaktayız. Camın sağlıklı bir ambalaj çeşidi olması ise pandemi döneminde bilinci, cam ambalaja olan güveni ve ilgiyi daha çok artırmıştır.

“GÜNLÜK 1,5 MİLYON ADET RENKSİZ CAM AMBALAJ ÜRETİYORUZ”

Kısa, orta ve uzun vadede GCA’nın hedefleri ve ajandasında bulunan yeni yatırımlardan söz edebilir misiniz?

Şu anda günlük 1,5 milyon adet renksiz cam ambalaj üretimiyle faaliyet gösteriyoruz. Planladığımız yeni yatırımla üretim kapasitemizi iki katına çıkarmayı hedefliyoruz. Bu sayede yeni istihdam da yaratmış olacağız. Çalışmalarımız bu noktada son sürat devam etmektedir. Cam ambalaj %100 ve sonsuz kez geri dönüştürülebilir bir malzeme olduğu için sürdürülebilir anlamda gelecekte en büyük rol alması beklenen sektörlerden biridir. Bununla birlikte endüstrinin karbon ayak izini azaltma yolculuğunda temel bir kilometre taşı olan global “Geleceğin Fırını” projesine yatırım yapıyoruz. Bu proje, dünyada %80 yenilenebilir elektrikle çalışan ilk büyük ölçekli hibrit fırını olma özelliğini taşımaktadır. Projenin 2022 – 2023 yılları arasında tamamlanması ön görülüyor.

İçinden geçtiğimiz pandemi dönemiyle birlikte yapay zekâ, bilgi teknolojileri atılımları ve endüstri 4.0 gibi konuların önemi öncekinden de fazla anlaşılmış oldu. Biz GCA olarak, kurulduğumuz günden itibaren tam otomatik makineler kullanan mühendislik, AR-GE ve inovasyona önem veren bir konumda yer alıyoruz. Halihazırda devam eden projelerimiz dışında endüstri 4.0 ve dijital dönüşüm projelerimiz hız kesmeden devam etmektedir.

NEDEN CAM AMBALAJ?

Pandemiyle birlikte gıda güvenliği konusunda farkındalığın arttığı şu günlerde cam ambalajların tüketiciler ve gıda üreticileri açısından sağladıkları üstünlüklerini sıralayabilir misiniz?

Cam ambalaj kolay açılır ve açıldıktan sonra tekrar kapatılmaya uygun yapıdadır. Sektörel deneyimi yüksektir. Çok eski çağlardan itibaren kullanılan ve güvenilen bir malzemedir. Güçlü kimyasal bariyer özelliklere sahiptir. Bulaşık makinesinde rahatça yıkanabilir. Hijyeniktir ve ürünün koku ve lezzetini kaybetmesini engeller. Sonsuz kez geri dönüştürülerek

tekrar kullanılabilir. Geri dönüştürülebilmesi ve tekrar kullanım olanağı nedeniyle doğa ile uyumludur. Doğada bulunan malzemelerden üretilir. Müşterilerimizin bizimle iş birliği yaparak ürünleri için cam ambalajı tercih etme sebepleri camın sağlıklı olması, premium marka algısını desteklemesi ve markanın isteğine uygun form ve tasarımda üretilebilmesi şeklinde sıralanmaktadır. Şunu belirtmeliyim ki yaptığımız projelerde tedarik ettiğimiz cam ambalaj ürünlerimizin tasarımı, doğallığı ve saflığıyla sektöre, ürüne ve tüketiciye ayrı ayrı değer kattığına yürekten inanıyorum.

Pandemi, tüketicileri AMBALAJLI İÇECEKLERE YÖNLENDİRİYOR

Covid-19 salgınıyla birlikte ambalajlı ve güvenilir markalara talebin arttığına dikkat çeken Uludağ İçecek AR-GE Müdürü Tuğba Şimşek, "Güvenli içecek ve hijyen şartları bu dönemde tüketicilerin kafe ve restoranlarda aradığı ilk özellik. Artık bir kafeye veya restorana gittiğinde tüketici açık limonatayı bardaktan içmek istemiyor. Kapalı içeceğin gözünün önünde açılmasını hatta kendisinin açmasını tercih ediyor" diyor."



Ülkemizde Mart ayı ortalarında etkisini göstermeye başlayan Covid-19 salgını gerek insan hayatını gerekse ekonomi ve pek çok alanı olumsuz etkiledi. Bu süreç şirketinizin faaliyetlerini nasıl etkiledi, hangi önlemleri devreye aldınız?

Uludağ İçecek olarak, hijyenik şartlarda koruyucusuz meşrubat üretimi için son teknoloji ile donatılmış üretim tesislerimizde ISO 22000, FSSC 22000 ,

BRC Food , BRC Lojistik, IFS, Emirates Authority for Standardization&Metrolog gibi Gıda Güvenliği Yönetim Sistemleri; FDA Food Defence (Gıda Savunması) risk değerlendirme bakış açısı ve GMP (İyi Üretim Uygulamaları) – GHP (İyi Hijyen Uygulamaları), ulusal ve uluslararası mevzuatlar ile ürün kalite-güvenlik standartlarının gerekliliklerini yerine getirmekteyiz. Sahip olduğumuz tüm bu iyi hijyen uygulamaları ve gıda güvenliği yönetim sistemi uygulamalarının yanı

sıra, koronavirüs ile mücadele sürecinde DSÖ tarafından küresel pandemi ilan edilmesinin hemen ardından bir dizi önlem ve tedbiri hayat geçirdik. Bu kapsamda, önceliğimiz derhal bir kriz ekibinin oluşturulması ve hastalığın bulaşma yolları ve korunma yöntemleriyle ilgili tüm çalışanlarımıza eğitimler vermek oldu. Direkt dağıtım depolarımız dahil tüm çalışanlarımızın bu virüsten korunma yollarına dair bilinçlendirilmesi amacıyla DSÖ ve önde gelen tıp dergilerinin son açıklamaları baz alınarak hazırlanan COVID-19 el kitapçıklarının dağıtımını sağladık.

Ürünlerimize olan talep azalmadı, bizler de üretimin devamlılığı için minimum personelimize üretimlerimize titizlikle devam ederken, tüm departmanlarımızın uzaktan çalışabilmesi için gerekli alt yapıyı oluşturup evden çalışma düzeni sağladık. Fabrika sahamızda, sosyal alanlarda kalabalık oluşmaması için yemek ve mola saatlerini, oturma düzenini ve kapalı alanlarda bulunabilecek kişi sayısını yeniden düzenleyerek Sağlık Bakanlığı ve Bilim Kurulu tarafından belirtilmiş olan fiziksel mesafenin günün her saatinde korunmasını sağladık. Servis, araç, ofisler ve üretim alanlarının her gün düzenli olarak dezenfeksiyonunu devreye aldık. Maske, bone, tulum gibi kişisel koruyucu ekipmanları temin edip



Tuğba Şimşek

tüm personelimize her gün dağıtımını sağlıyoruz. Fabrika girişlerinde istisnasız herkesin ateşi ölçülüyor ve dezenfeksiyon tüneline geçildikten sonra fabrikaya giriş yapılabilir. Seyahat sınırlamalarının gelmesini beklemeden seyahatlerimizi belirsiz bir süre boyunca iptal ettik ve toplantılarımızı yalnızca dijital ortamda gerçekleştiriyoruz. Her zaman olduğu gibi bu dönemde de çalışanlarımızın ve paydaşlarımızın sağlığı ve güvenliği bizim için maksimum öneme sahip. Bu nedenle belirsiz bir süre boyunca ziyaretçi kabullerimizi sınırladık ve yalnızca elzem durumlarda belli koşulları sağlayarak ziyaretçi kabul ediyoruz. Almış olduğumuz tüm bu tedbirlerin ve hijyen koşullarının, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ile Türk Standartları Enstitüsü tarafından hazırlanan standartlara uygunluğunun tescil edilmesiyle Türkiye’de doğal kaynak suyu, doğal maden suyu ve içecek sektöründe TSE COVID-19 Güvenli Üretim Belgesi’ni almaya hak kazanan ilk firma olduk.

“YENİ NORMALLE BİRLİKTE SATIŞLARIMIZ İVME KAZANDI” Özellikle üretim ve satışlarınız bakımından pandemi dönemini değerlendirebilir misiniz? Üretimde ve satışlarda ne tür sorunlar yaşadınız?

Koruyucusuz üretimin doğası gereği ham maddelerimiz, üretim alanlarımız, hatlarımız daima steril koşullardadır ve dışarıdan gelebilecek her türlü kontaminasyona karşı korumalı durumdadır. Bu bağlamda bu noktalarda ekstra önlem almamızı gerektirecek bir durum oluşmadığını gururla söyleyebilirim. Bununla birlikte, üretim sonrası ürünlerimizin satış noktalarına ulaşıncaya kadarki güvenliğini de binek araçlarımız dahil olmak üzere tüm sevk araçlarımızın her gün düzenli dezenfeksiyonu ve maske, koruyucu ekipman vb. ile önlemlerini almış personellerimizle mümkün kılıyoruz. Satışlarımız, elbette belli bir süre boyunca sosyal hayatın zorunlu olarak kısıtlanmasıyla, özellikle HORECA kanalımızda düşüşler yaşarken artık yeni normalimize geçtiğimiz şu dönemlerde yeniden ivmelenmiş durumda. Bunun yanı sıra, tüketicilerimizin evinin konforunda ve güveninde ürünlerimize 7/24 ulaşabilmesi için Nisan ayı itibariyle açmış olduğumuz online satış sayfamız www.eveuludag.com da hem bizler hem de tüketicilerimiz için oldukça olumlu geri dönüşler alınmasını sağladı.



“YAPAY AROMALARIN ARTIK HAYATIMIZDA YERİ YOK” Pandemi ambalajlı gıdanın önemini bir kere daha gündeme getirdi. Bu dönemde özellikle ürün ambalajlarınızda ve etiketlerinizde hangi yenilikleri hayata geçirdiniz? Bu dönemde tüketiciler özellikle içecek ürünlerini satın alırken en çok nelere dikkat ettiler?

COVID-19 salgınıyla birlikte güvenli içecek ve hijyen şartları, tüm dünyada tüketicinin çok daha titizlik gösterdiği konu haline geldi. Artık dünya genelinde şirketler kendi geleceklerini korona öncesi ve sonrası olarak belirlemek durumunda. Sağlık algısı artık çok daha fazla hayatımızın içerisinde ve hepimiz alışkanlıklarımızı değiştiriyoruz. Dolayısıyla tüketiciler içecek ürünlerini tercih ederken, güvenli ve hijyenik şartlarda üretilmesinin yanı sıra sağlığa olumlu katkı sağlamasına da çok daha fazla dikkat ediyor. Tüketicinin yapaylıktan uzaklaşması yalnızca salgın döneminde olmadı ama bu dönem tüketici tercihlerini çok daha dramatik olarak değiştirdi. Artık yapay aromaların, yapay şekerlerin tüketicinin hayatında yeri yok. Bu bağlamda, bu konuda da çok aktif ve hızlı olduğumuzu düşünüyoruz. Tüm ürünlerini koruyucusuz üreten, nişasta bazlı şeker kullanmayan, %100 pancar şekeri kullanan tek firma olmamızın yanı sıra içerdiği minerallerin sağlık için faydası yüzyıllardır bilinen maden suyunu gerçek meyve suyu ile buluşturduğumuz, günlük vitamin ihtiyacının tamamının bir şişe üründen karşılandığı meyveli maden suyu Frutti, Frutti Ekstra ürünlerimizle hem iç hem de dış pazarda tüketicinin yoğun talebini karşılıyoruz. Son dönemde, sıtma hastalığının tedavisinde kullanılan ‘kinin’ ön plana çıkınca, insanlar içinde kinin bulunan tonik ürünleri tüketmeye başladı. Aralık

ayında piyasaya sunduğumuz cam şişe Uludağ Sıfır Tonik 20 miligram kinin içerir. Bu kinin korona salgınına iyi gelir gelmez, bu elbette bizim işimiz değil tıbbın işidir. Uludağ Sıfır Tonik ürünümüzü yine rakiplerimizden farklı olarak koruyucusuz, sıfır şeker, sıfır kalori ile tüketicilerimizle buluşturduk.

“TÜKETİCİLER AÇIK LİMONATAYI BARDAKTAN İÇMEK İSTEMİYOR” Korona günlerinde dünyada ve ülkemizde ambalajlı gıda tüketiminde ne yönde eğilimler gözlemlediniz? Bu dönemde tüketiciler paketli gıda ürünlerini satın alırken en çok nelere dikkat etti?

Açık alanlarda satışa sunulan gıdalar maalesef insan ve çevre kaynaklı tüm risklere açık. Dolayısıyla hijyenin her zamankinden daha önemli olduğu bu dönemde, tüketime sunulan gıdaları her türlü çevresel riskten koruyan, mevzuatla belirlenmiş hijyenik koşullarda üretilen ambalajlı gıdaların tüketimi bugün sağlık için her zamankinden daha önemli. Güvenli içecek ve hijyen şartları bu dönemde tüketicilerin kafe ve restoranlarda aradığı ilk özellik. Artık bir kafeye veya restorana gittiğinde tüketici açık limonatayı bardaktan içmek istemiyor. Kapalı içeceğin gözünün önünde açılmasını hatta kendisinin açmasını tercih ediyor. Online marketler üzerinden yapılan alverişler de çok büyük ölçüde artmış durumda. Biz de tüketicilerimizin evinin konforunda ve güveninde ürünlerimize 7/24 ulaşabilmesi için Nisan ayı itibariyle online satış sayfamız www.eveuludag.com’u açtık. İstanbul, Bursa, Ankara, İzmir, Bodrum, Antalya, Konya, Kayseri Samsun ve Kocaeli’de online satış hizmeti veriyoruz. Tüm

tedarik zincirimiz boyunca maksimum hijyen koşulları ile müşterilerimize ürünlerimizin en güvenilir şekilde ulaştırılmasını sağlıyoruz.

“ÜRÜNLERİMİZİ KORUYUCU İÇERMEDEN ÜRETEBİLİYORUZ”

Ürünlerinizin üretiminde uyguladığınız en etkili pastörizasyon ve dezenfeksiyon yöntemlerinden bahsedebilir misiniz?

2 yıl önce gerçekleştirdiğimiz dünyada belki ilk, Türkiye’de tek olan bir yatırım ile geliştirdiğimiz farklı üretim teknolojileri sayesinde doğal maden suyu ve meşrubat üretimi yaptığımız her iki tesisimizde de cam, metal kutu ve PET ambalajlarımızla artık tüm ürünlerimizi koruyucu içermeyen üretebiliyoruz. Bu bağlamda, Uludağ İçecek markasını gerçekten çok farklı ve sağlıklı içecek kategorisine taşıdığımıza inanıyorum. Bu elbette zor bir iş. Üretimin yapıldığı tüm hatların ortam havası dahil olmak üzere her şeyin steril olması gerekiyor. Hatlara koruyucu özel giysiler, maske ve eldiven olmaksızın girilmesi mümkün değil. Ürünleri onaylı ve sertifikalı hijyenik şartlarda, flaş pastörizasyon yöntemiyle ticari olarak steril hale getiriliyoruz. PET ambalajlı ürünlerin üretiminde aseptik hat sistemini kullanıyoruz. Cam ve kutu ürünlerimizin üretiminde tünel pastörizasyon sistemini kullanıyoruz. Burada ürünler ve ambalajlar kontaminasyon riskinden arındırılmış dolum makinelerine alınır. Şişe yıkama, dolum ve kapaklama işlemleri HEPA filtreden geçirilmiş havayla beslenen ortamda tam otomatik şekilde tamamen steril halde gerçekleştirilir. Bu sistemde dışarıdan herhangi bir kontaminasyon riski olmadığı gibi, ortam havası ısı, nem, basınç gibi parametrelerin kontrol altında tutulduğu ve belirlenmiş limitler dahilinde olması gereken partikül sayısı şartlarının sağlandığı temiz hava olarak tanımlanan şartlardadır. Sürekli gerçekleştirilen hava ölçümü, personel-ekipman biyo-kontaminasyon testleri

“Biz Uludağ olarak içeceğin katma değerlisini ihraç etme stratejisi belirledik. Bu sektörde en katma değerli içecek ihracatı yapabilen bir başarı hikayesi yarattık. Bu da bize ihracat şampiyonluğu ödülünü getirdi. Her markamızın birçok farklı ülkede farklı hikayesi var artık. Irak’ta Frutti, İngiltere’de Uludağ Premium Su önde giden ürünlerimiz. Yeni girdiğimiz bir pazar olan Romanya’da Limonatayla ciddi bir büyüklüğe ulaştık. 1975 yılından beri faaliyet gösterdiğimiz Almanya, en büyük pazarımız. Almanya’da 100 metre yürüyünce Uludağ Gazozu bulamayacağınız bir şehir artık yok. 2019 yılında ihracatımız 50 milyon litreye ulaştı. 2-3 yıl içinde bunun 5 katına ulaşmasını hedefliyoruz.”

ile mikrobiyolojik açıdan uygunluk ve sterilizasyon etkinliğini sağlıyoruz.

Ürünlerimizin dolumunu gerçekleştirdiğimiz ambalajlara uygulanan dezenfeksiyon-sterilizasyon uygulamaları, koruyucusuz üretim teknolojisi gereği ürünlerimize uygulanan ısı işlemleri ve aseptik kapalı dolum teknolojileri ve üretim öncesi, sonrası ve sonrasında gerçekleştirilen temizlik, dezenfeksiyon ve sterilizasyon uygulamaları Dünya Sağlık Örgütü tarafından yeni tip korona virüse karşı da etkili olduğu onaylanmış yöntemlerle gerçekleştiriyoruz. Pastörizasyon işlemlerimiz, ürün gruplarımıza ve ambalaj türlerimize göre en az 70°C, en fazla 97°C’de 10-15 dk. /30-60 sn. süresince gerçekleştiriliyor. Bu uygulamalar, ürünlerin her türlü direkt veya çapraz kontaminasyon riskine karşı korunduğunu garanti etmektedir.

Kısa, orta ve uzun vadede Uludağ’ın hedefleri ve ajandasında bulunan yeni yatırımlardan söz edebilir misiniz?

Kurulduğumuz ilk yıllardan beri Türkiye’de içecek sektörüne yön veren, sektörünün ilklerine imza atan şirketimiz, inovasyonu sadece üretim ve kaliteyle sınırlamayan ve şirketin her kademesine yayan bir yaklaşımla ilerliyor. Üretimden ambalaja, satıştan pazarlamaya kadar her aşamayı yenilikçi adımlarla şekillendiriyoruz. Hedefimiz Uludağ’ı Türkiye’nin sağlık markası haline getirmek. 2 yıl önce koruyucusuz

üretim için yapmış olduğumuz 35 milyon Euro’luk yatırımla bunun en önemli adımını atmış olduk. Şimdi sağlık temalı yepyeni ürünlerimizi tüketicimizle buluşturmak için AR-GE çalışmaları yürütüyoruz. Tüm bunların yanı sıra, eğitimden spora, kültür sanattan çevreye kadar pek çok farklı alanda toplumsal hayata artı değer yaratmak için de yeni adımlar atıyoruz. Ulusal çevre mevzuatı ile ilgili çevre standartlarını temel alan sürdürülebilir bir çevre yönetimi politikası izliyoruz. Ambalaj atıklarının toplanması ve döngüsel ekonomiye kazandırılması, doğal kaynak ve hammadde korunumu ve geri dönüşümün yaygınlaştırılması için tedarikçilerimiz ve paydaşlarımızla çeşitli proje çalışmaları yapmaktayız. Her iki dev tesisimizde de üretim prosesinin farklı noktalarında kullanılmakta olan ham suyumuzu, üretim hatlarımızın çalışma prensibini baz alarak hem yıllara göre artan oranlarda hem de üretim, ürün gamı, üretim hattı sayısı gibi faktörlerin artışıyla doğru orantılı olarak artıracak, sürdürülebilir geri kazanımını sağladığımız bir iş modeli tasarlamak adına yatırım gerçekleştirdik. Bu sayede 2017 yılından beri her yıl ortalama 230 milyon metreküp suyun geri kazanımını sağlıyoruz. Uludağ İçecek Türk A.Ş. 100 yıllık varoluşundaki kalkınma süreçlerinin her aşamasında bölgesel ekosistemin ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan vazgeçilmez bir parçası olmaya devam etmektedir.

AMBALAJIN OSCARLARINA TALİP

Bu yıl 9.’su yapılacak Ambalaj Ayyıldızları Yarışması’na çok kısa bir süre önce piyasaya sundukları PET Frutti Extra ile katılacaklarını belirten Tuğba Şimşek. “En çok tercih edilen ürün gruplarımızın başında gelen Frutti Extra ürünümüzü 500 ml ve 1 litrelik PET ambalajlarda Avrupa pazarında, özellikle

Almanya’daki tüketicilerimizin tercihlerini göz önünde bulundurarak tasarladık. Yeni 500 ml ambalajlarının haziran ayında ihracatına başlandı. Temmuz ayı başından itibaren de hem Avrupa hem de Türkiye’de 1 litre PET şişe ambalajlarımız da rafa çıktı” dedi.

HAYAT SU 'dan

Türkiye'nin ilk

geri dönüştürülmüş

ŞİŞESİ

Hayat Su, Türkiye'nin ilk ve tek yüzde 50'si geri dönüştürülmüş malzemeden oluşan çevre dostu su şişesini lanse etti.



Hayat Su bir ilke imza attı ve Türkiye'nin ilk ve tek yüzde 50'si geri dönüştürülmüş malzemeden oluşan su şişesini tüketicilerle buluşturdu. Geri dönüşüm yolculuğundaki ilk adımı simgeleyen 500 ml'lik ürünün lansmanı ile birlikte Hayat Su, DenizTemiz Derneği/ TURMEPA'nın Sıfır Atık Mavi projesine destek sağlayacak. Hayat Su'nun sürdürülebilir bir dünya için 2025 taahhütlerini açıkladığı lansmanda UNDP Türkiye "Sudaki Yaşam Savunucusu", milli sporcu Şahika Ercümen ile son yıllarda odağına gezegeni beslemeyi alan FAO Türkiye

"Sıfır Atık Sıfır Açlık" proje destekçisi, beslenme uzmanı Dilara Koçak İstanbul Boğazı'nda yaptıkları dalışla denizlerdeki kirliliğe ve geri dönüşümün önemine dikkat çekti.

GERİ DÖNÜŞÜM İÇİN KAPSAMLI PLAN

Geri dönüşüm konusunda sürdürebilir adımlar atmak için uzun süredir çalıştıklarını anlatan Kunt, "Hayat Su olarak bugün 2025 taahhütlerimizi açıklamaktan mutluluk duyuyoruz. İlk adımını yüzde 50'si geri dönüştürülmüş plastikten ürettiğimiz şişelerimizle

attığımız bu yolculukta, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'nın 'Sıfır Atık projesi' başta olmak üzere en etkin resmi atık toplama ve geri dönüşüm sistemlerine destek olmak, yerel yönetimlerle iş birliği yaparak, daha fazla plastiğin geri dönüştürülmesini sağlamak, toplumsal bilinci artırmak amacıyla eğitim kurumları ile iş birliği yapmak gibi çok daha kapsamlı çalışmalara imza atacağımızın sözünü veriyoruz. 'Hayat geri dönüşümde' diyerek herkesi de bu farkındalık yarışına davet ediyoruz" dedi.

Ambalaj Ay yıldızları Yarışması'na yoğun ilgi

Ambalaj Sanayicileri Derneği (ASD) tarafından, bu yıl 9.'su düzenlenecek 'Ambalaj Ay Yıldızları Yarışması' 2020 yılı başvuruları yoğun ilgi üzerine 21 Ağustos 2020 Cuma günü saat 17:00'ye kadar uzatıldı. Türkiye'nin en prestijli ödülleri arasında gösterilen yarışmaya, 2015 yılından itibaren yurt dışından başvurular da kabul ediliyor ve dünya çapında sektöre damga vuran özgün ambalaj tasarımları, farklı ve yenilikçi ambalaj uygulamaları ödüllendiriliyor. Ambalaj üreticileri & tedarikçileri, ambalaj tasarımcıları ve ürünlerini piyasaya süren marka sahiplerinin katılabildiği Ambalaj Ay Yıldızları Yarışması'na şu kategorilerde başvurulabiliyor: Gıda, İçecekler, Elektronik ve Elektrikli Eşya, Sağlık ve Güzellik Ürünleri, Ev – Otomotiv – Ofis



Araç ve Gereçleri ile İhtiyaç Malzemeleri, Diğer Gıda Dışı Ürün Ambalajları, Tıp ve Eczacılık Ürünleri, Endüstriyel ve Taşıma Ambalajları, Ambalaj Malzemeleri ve Bileşenleri (Komponentleri), Satış Noktası Sergileme, Sunum ve Muhafaza Ürünleri, Fleksibil Ambalajlar, Grafik Tasarım ve Lüks Ambalajlar.

Ambalaj Ay Yıldızları Yarışması'nda dereceye giren ambalajların başarıları 'Altın, Gümüş, Bronz ve Yetkinlik Ödülleriyle" tescilleniyor. 'Altın Ödül'

almaya hak kazanan ürünler arasından ise Türk Standardları Enstitüsü (TSE) işbirliği ile en fazla 3 adet 'Altın Ambalaj Ödülü' veriliyor. Dünya Ambalaj Örgütü (WPO) ve Asya Ambalaj Federasyonu (APF) tarafından akredite edilmiş olan Ambalaj Ay Yıldızları Yarışması'nda dereceye giren tüm katılımcılar WorldStar ve AsiaStar Yarışmalarına da katılabiliyor.

Yarışmanın Seçici Kurul (Profesyonel Jüri) toplantısı Eylül 2020 içerisinde gerçekleştirilecek. Ambalaj Ay Yıldızları 2020 Yarışması'nda dereceye giren katılımcılarımıza ödülleri, Covid-19 salgınının sona ermesinin ardından İstanbul'da 5 yıldızlı bir otelde düzenlenecek özel bir törende verilecek.

DURAK FINDIK

YENİ TOMRA MAKİNELERİ İLE

otomasyon gücünü artırıyor

Beş ayrı fındık işleme tesisinde TOMRA ayıklama makineleri kullanan Durak Fındık, yeni teslim adlığı 5 adet TOMRA NIMBUS BSI+ makineleri ile otomasyon gücünü yükseltiyor.



Kadir Durak

İki yıl üst üste Türkiye’de fındık sektöründe ihracat ciro liderliğini koruyan Durak Fındık, ihracat talebine daha yüksek ürün sağlamak üzere otomasyon yatırımları ile hem kapasitesini hem de gıda güvenliğini artırıyor. Fındık işleme için TOMRA ayıklama makineleri ve teknolojilerinden faydalanan Durak Fındık, son teslim aldığı 5 makine ile Ordu, Samsun, Hendek-Sakarya’da bulunan tesislerindeki TOMRA makinelerinin sayısını 28’e çıkarttı.

Yıllık 50 bin ton iç fındık üreten Durak Fındık, üretiminin yüzde 45’ini ihraç ederken yüzde 55’ini iç pazara sunuyor. Dünyanın en önemli çikolata markaları da dahil global üreticilerine fındık tedarik eden Durak için üretimde gıda güvenliği, öncelikli hedefler arasında ilk sıralarda yer alıyor. Durak Fındık, otomasyonun avantajlarından yararlanarak üç vardiyada yüksek ürün kalitesi sağlamanın yanı sıra gıda kaybını azaltarak ve üretim kapasitesini artırarak verimliliği de mümkün olan en üst seviyeye çıkartabiliyor. Durak Fındık Yönetim Kurulu Başkanı Kadir Durak, yeni teslim aldıkları makinelerle ilgili bilgi verirken; “2006’dan bu yana TOMRA ayıklama makinelerini kullanıyoruz. Üretim verimliliğimiz ile doğru orantılı olarak kapasitemizi de çoğaltıyoruz. Var olan müşterilerimize talep ettikleri standartlarda ürün

sunarken yeni müşterilerimizi de portföyümüze katarak üretimim kapasitemizi yükseltiyoruz. Bu doğrultuda otomasyon yatırımlarımızı da kesintisiz sürdürüyoruz. TOMRA makinelerimiz ile aynı üretim seviyesini baz aldığımızda manuel ayıklamaya göre yüzde 15’lik ek verimlilik ve maliyet tasarrufu sağlıyoruz. Ürün kalitemizi de müşterilerimizin sıkı kalite beklentilerini karşılamak üzere arttırdığından TOMRA makineleri, bizler için ideal yatırım oluyor” diye belirtti.

“TOMRA MAKİNELERİ PANDEMİ GÜNLERİNDE ÜRETİMİMİZE GÜÇ KATTI”

Açıklamasında korona virüsü nedeniyle yaşanan pandemi sürecine işaret eden Kadir Durak, “Gıda alanında otomasyonun önemini gördüğümüz çok farklı bir süreçten geçtik. Her büyük gıda üreticisinin tesislerini otomasyon ile güçlendirmesi gerektiğini zaten hepimiz biliyoruz ancak bu süreçte halihazırda yatırım yapanlar ara vermeden üretime olması gereken seviyelerde devam edebildi. Covid 19 salgını süresince üretimimiz durmadı. TOMRA ayıklama makinelerimiz sayesinde çalışanlarımızı güvende tutarak ve gerekli önlemleri alarak üretimimize devam edebildik. Eğer tamamen manuel ayıklama yöntemiyle çalışsak, her ne yaparsak yapalım alınacak önlemler neticesinde

üretimimizi gereken seviyelerde korumamız mümkün olamazdı. Otomasyon tabii ki yaşadığımız bu olağanüstü durumdan bağımsız, her zaman avantaj sağlıyor. Tüketicilerin gıda kalite beklentisi de sürekli artıyor. Dolayısıyla ürün kalitesi ve üretim verimliliğini arttırmak için otomasyondan faydalanmanız bir zorunluluk” şeklinde konuştu.

KABUKLU YEMİŞLERDEKİ BÜTÜN KUSURLARI TESPİT EDEBİLİYOR

TOMRA Nimbus BSI+, oldukça ayrıntılı bir sınıflandırma kabiliyeti için hem yakın kızılötesi hem de ışığın görünür dalga boylarını kullanarak insan gözüyle görülebilen ve görülemeyen tüm ürün kusurlarını tespit ediyor. Bu özellik ile ayıklama makinesi, böcek yeniği, çürük, buruşuk ve küflü taneler dahil olmak üzere kabuklu yemişlerdeki kusurların en yüksek performansta tespitini sağlıyor. Biyometrik İmza Tanıma (BSI+) teknolojisi, yalnızca yabancı maddeleri değil, ürüne özel kalite kusurlarını en hassas şekilde algılayarak birbirinden ayırabiliyor.

Böylece yüksek ana ürün ve yan ürün kalitesi rahatlıkla sağlanabiliyor.

Üç vardiya çalışıklarının da altını çizen Kadir Durak, “Tüm ürün kusurlarının insan gözüyle görülebildiği varsayılabilir bile manuel ayıklama iş gücünün her zaman yüzde yüz konsantrasyon ve verimlilikle ürünü ayıklamasını bekleyemezsiniz. İşte bu nedenle de teknolojiye yatırım önem kazanıyor. TOMRA ayıklama makineleriyle sabit ürün kalitesi kesintisiz olarak sağlanabiliyor. Öte yandan, makinelerimiz sayesinde manuel iş gücünden bağımsız olarak gece vardiyası yapılabilir. Bu da kısa hasat ve üretim süresinde tesislerimizin etkinliğini artıran başka bir avantaj oluyor” ifadelerini kullandı. Kadir Durak, yeni teslim alacakları TOMRA Nimbus BSI+ ayıklama makineleri de dahil Ünye ve Samsun’daki tesislerinde ikişer, Sakarya kavurma tesisinde 9, Hendek kırma tesisinde 15 adet TOMRA makinesinin olacağını kaydetti.

Kabuklu yemiş üreticilerinin natürel ya da kavrulmuş tüm ürünlerin



ayıklanmasında TOMRA Nimbus BSI+’ı tercih ettiklerine değinen TOMRA Food Türkiye Satış Müdürü Ahmet Koçyigit ise, “BSI teknolojimiz, günümüzde kullanılan çoklu spektral kameraların geldiği son nokta. Sektördeki en geniş dalga boyunu patentli poligon ayna tekniğimiz sayesinde en yüksek tarama hızı ve çözünürlükte tanımlarken geliştirdiğimiz özel yazılım, benzersiz bir başarıyla ayıklamayı gerçekleştiriyor. BSI teknolojisi sayesinde, incelenen ürünlerin nem, yağ oranı gibi çeşitli biyolojik karakteristiklerini ve değişimlerini tanımlamak mümkün” açıklamasında bulundu.

TOMRA FOOD, PATATES ÜRETİCİLERİ İÇİN YENİ E-KİTAP YAYINLADI

TOMRA Food, taze patates işleyicilerinin COVID-19 salgını nedeniyle yoğunlaşan operasyonel zorluklarla başa çıkmasına yardımcı olmak için bir e-Kitap yayınladı. Şirketin web sitesinden ücretsiz olarak indirilebilen 19 sayfalık yayın, sadece şu anda değil, piyasa koşulları değiştiğinde, aynı zamanda pandemi geçtikten çok sonra da yardımcı olacak bilgi ve tavsiyeler sunuyor. e-Kitap, patates endüstrisinde COVID-19 ile oluşan hasarın aslında eşit olmadığını vurgulayarak başlıyor. Birçok patates yetiştiricisi ve işleyicisi, gıda tedarikçilerinde oluşan talep kaybı nedeniyle zor durumda kalırken bazı yetiştiriciler ve paketleyiciler (paketli veya fileli), evde pişirme sıklığının artmasıyla taze paket patateslerin perakende satışları arttığı için gelişiyor. E-Kitap, zincir süpermarketlerde patates satışlarının maddi değerinin nasıl % 67 oranında arttığını açıklıyor.

Tüketicilerin taze patatesleri yeniden keşfettiklerine değinen e-Kitap, bu yeni artan talebin sürüp sürmeyeceğini de sorguluyor. Bilinen



şu ki taze patateslerin küresel tüketimi artıyor: pirincin geleneksel olarak tercih edildiği gelişmekte olan doğu ülkelerinde orta sınıf gelir seviyesindeki insan sayısındaki artış, batı beslenme alışkanlıklarının da etkisiyle daha çeşitli tatlar aranmasına neden oluyor. Üretimi artırarak talebe ayak uydurmak, birçok paketleme fabrikasının salgın sırasında karşılaştığı en büyük zorluk oluyor. e-Kitap’da çözüm geliştirilmesi gereken bazı durumlar üzerinde duruluyor: artan taleple kapasiteyi arttırma çalışmaları, paketleme tesislerinde deneyim kazanmış iş gücünün bulunması ve iş başında kalması konusundaki zorluklar,

tutarlı ürün kalitesi, hattan ayrılan daha düşük kaliteli patateslerin 2.sınıf ürün olarak satılarak geri kazanılması ve ürün israfının azaltılması gibi farklı konulara değiniyor.

TOMRA Food’un yeni e-Kitabı, tüm bu zorlukların optik ayıklama teknolojileriyle nasıl çözülebileceğini açıklıyor. Birincil fayda olarak ayıklama makineleri, paketleme hattından yabancı maddeleri ve kusurlu patatesleri ayıklayarak gıda güvenliğini ve tutarlı ürün kalitesini garanti ediyor. Ancak bundan daha fazlası ayıklayıcılar, iş gücüne olan bağımlılığı da azaltıyor; bir ürün grubundan diğerine seri bir şekilde geçmeyi mümkün kılma; hat akışı sorunlarını belirleyerek verimi artırmak; israf edilmemesi gereken ürünü geri kazanarak verimi en üst düzeye çıkarmak; ve ürünün gerekli spesifikasyonları karşıladığından emin olmak için her patatesleri hassas bir şekilde sınıflandırmak gibi bir çok avantajı bir arada sunuyor.

“Taze Patates Paketleyicileri ve COVID-19 Mücadeleleri” konulu e-Kitap’ı buradan indirebilirsiniz. <https://food.tomra.com/potato-ebook/form>



Avrupa ve dünyanın bir çok ülkesinde mezbahalarda ve et entegre tesislerinde Covid-19 salgınları meydana geliyor. Dünya örneklerine dair bilgilere genel olarak fabrikaların isimleri ve hasta sayıları dahil ulaşmak mümkün. Ülkemizde detaylı bir veri akışı olmadığı için, dünya örnekleri üzerinden konuyu inceleyerek, çözüm önerilerimi paylaşacağım. Et işleme tesislerinin Covid-19'un yayılması için kaynak haline gelmesinin nedenleri arasında; kötü çalışma ve barınma koşulları ile istihdam politikaları bulunmakta.

Et İşleme Tesisleri ve

EFFAT (Avrupa Gıda, Tarım ve Turizm Sendikaları Federasyonu) ve bağlı kuruluşları, pandemi öncesinde de, sektörün içinde bulunduğu durumu defalarca Avrupa Birliği ilgili kurumlarına ve ulusal hükümetlere iletmışlerdi. Mevcut durumdaki sıkıntılar göz ardı edilerek, pandemi sırasında, et işçileri, “çalışması zorunlu” personel sınıfına alındı. Et entegre tesisleri gıda sıkıntısı yaşanır kaygısıyla, faaliyetlerini sürdürdüler. Ancak, işçileri virüsün bulaşmasından korumak için alınacak önlemler çoğu kez ya eksikti ya da hiç yoktu. İşte EFFAT yetkilileri, et sektöründe zaten var olan her türlü emek sömürsüne son vermek ve et işçilerinin çalışma standartlarını iyileştirmek için uzun vadeli etkili önlemler almanın zamanının geldiğini söyleyerek, somut ve acil eylemlerin hem ulusal hem de AB düzeyinde benimsenmesini talep etmekte.

Kuruluş yetkilileri, toplu iş sözleşmelerine saygı duyulan, sağlık güvenliğini koruyan, insana yakışır çalışma ve istihdam koşullarının sağlandığı ülkelerde Covid-19 testi pozitif çıkan işçi sayısının son derece sınırlı olduğunu iddia etmekte. Bu bağlamda, EFFAT'ın AB gıda üretim endüstrisindeki sosyal ortağı ile birlikte (Food Drink Europe) Covid-19 salgını sırasında gıda işçilerinin

COVID-19 SALGINI



FİLİZ PEHLİVAN
Makina Mühendisi
FNP Mühendislik Kurucu Ortağı

sağlığını ve güvenliğini korumak için ortak hazırladıkları kılavuzlar var ve kılavuz ilkelerinin tüm gıda sektöründe uygulanmasını talep ediyorlar.

AVRUPA'DAKİ SALGIN ÖRNEKLERİ:

» Almanya

Almanya, şu ana kadar et sektöründeki en çok Covid-19 işçi vakasının gerçekleştiği Avrupa ülkesi oldu. En büyük Covid-19 salgını Rheda-

Wiedenbrueck'teki bir fabrikadan bildirildi. Avrupa'nın en büyüğü olarak kabul edilen mezbaha 7.000 işçi çalıştırıyordu ve 1.550'den fazla işçinin Covid-19 testi pozitif çıktı. Fabrika, 18 Haziran 2020 günü kapatıldı. Test sonucu pozitif çıkan tüm işçilerin yanı sıra yanlarında çalışanlar ve akrabaları da karantina altına alındı. Mayıs ayının başlarında, Batı Almanya'nın Münster kenti yakınlarındaki Coesfeld kasabesinde bir et işleme tesisinde salgın görüldü. Bu et işleme tesisinde 200 çalışanın 151'inin testi pozitif çıktı. Tesis daha sonra kapatıldı.

Bad Bramstedt'teki bir fabrikada 109 işçinin test sonucu pozitif çıktı.

Birkenfeld'deki bir mezbahada 200'ün üzerinde Romen işçinin Covid-19 testi pozitif çıktı.

Schleswig-Holstein'daki bir fabrika, 128 çalışanın testinin pozitif çıkması üzerine kapatıldı.

Bunlar en dikkat çeken durumlardan sadece birkaçı. Başkaca mezbaha ve et sanayi tesislerinde de Covid-19 salgını rapor edildi.

» İrlanda

Et işleme sektörü, İrlanda ekonomisinin çok önemli bir sektörüdür

ve binlerce doğrudan ve dolaylı iş kolunu desteklemektedir. Sektör, hükümet tarafından “yaşamsal” olarak sınıflandırıldı ve salgın sırasında sistem işlemeye devam etti. İrlanda’da yaklaşık 15.000 et işçisi ve 49 et fabrikası bulunmaktadır. Bugüne kadar 19 tesiste, 1.056 doğrulanmış Covid-19 vakası ile 20 küme tespit edildi. Etkilenen fabrikalardan bazılarında çalışanların % 25’e kadarı enfekte oldu, fabrikalar kapatılmadı.

» Hollanda

Alman yetkililerin baskısı üzerine Hollanda’nın Groenlo kentinde, Almanya sınırına yakın bir mezbahada Covid-19 testleri gerçekleştirildi. Groenlo’da çalışan işçilerin çoğu Almanya’da yaşıyor. Mezbahada, 45 kişinin Covid-19 pozitif çıkması üzerine 20 Mayıs 2020’de kapatıldı. Sonraki bir test uygulaması ardından, çalışanların %20’sinden fazlasının koronavirüs testi pozitif, yani 657’den 147’si. Fabrika geçici olarak kapatıldı ve tüm çalışanlar evde karantinaya alındı.

Mayıs ayı içinde, Apeldoorn’daki bir domuz mezbahası, çoğu yabancı çalışanlarını taşıyan 17 minibüste sosyal mesafeye saygı gösterilmediğinin ortaya çıkmasının ardından 1 günlüğüne kapatıldı. Aynı dönemde Scherpenzeel’de kümes hayvanlarını işleyen bir mezbahada 28 kişiye virüs bulaşmıştı.

Helmond’daki bir et işleme tesisi de Covid-19 için yapılan rastgele bir testlemede 130 işçiden 21’inin pozitif çıkması ardından Mayıs sonunda kapandı. Fabrika, yaklaşık 1.700 işçi çalıştırmaktaydı.

» İngiltere

18 Haziran 2020’de Anglesey’deki bir tavuk işleme tesisi, 560 çalışan arasında 58 koronavirüs vakası olduğu onayladıktan sonra iki hafta boyunca kapandı. Diğer iki gıda işleme tesisi, Yorkshire ve Wrexham’daki salgınların ortasında kapandı. Yorkshire’daki et fabrikasındaki testler 165 pozitif vakayı ortaya çıkardı; pozitif olan işçiler 14 gün boyunca tecrit edildi ve sağlık yetkilileri temas ettikleri kişileri izlemeye aldı. Koronavirüse yakalandıktan sonra dört gıda işleme işçisi öldü. Biri Kuzey İrlanda’da ve üçü Barnsley’deki bir et işleme fabrikasında işçiydi.

» Fransa

Fransa’daki mezbahalarda üç Covid-19 kümesi doğrulandı. 18 Mayıs 2020’de Val de Loire bölgesi sağlık

FİLİZ PEHLİVAN KİMDİR?

Orta Doğu Teknik Üniversitesi Müh. Fak. Makina Mühendisliği Bölümü’nden mezun olduktan sonra 1988 yılında MNG Holding bünyesindeki Mekanik Tesisat A.Ş.’de proje mühendisi olarak iş hayatına başladı. Unitek ve Yalçın Teknik firmalarında Nato projeleri ve sığınak tasarımı üzerinde uzmanlaştı. 1996 yılında kendi firması FNP Mühendislik ve Mühavirlik Ltd. Şti.’ni kurdu. Pek çok ulusal ve uluslararası projeye imza attı. Son 6 yıldır “Bakü Ak Şehir-White City” projesinin Mekanik Tesisat Proje Hizmetlerini sürdürmektedir. Özellikle; ısıtma – havalandırma – klima sistemleri tasarımı, enerjinin verimli kullanımı, akıllı binalar, yeşil binalar ve yangın danışmanlığı gibi konularda sektörel anlamda otorite olarak tanınmış, mevzuat çalışmalarına katkıda bulunmuş, bildiriler sunmuştur. Tasarladığı 2 bina LEED GOLD Sertifikası almıştır (Şişecam AR-GE Binası, Gloria Sport Arena). Türk Mühavir Mühendis ve Mimarlar Birliği Yönetim Kurulu Üyeliği yaptı. Tm-teknik Mühavir Dergisi’nin Yayın Kurulu Başkanı ve Editörü olarak görev yaptı.

otoritesi, bir mezbahada 54 işçinin pozitif testini doğruladı. Tesiste yaklaşık 500 işçi çalışıyordu. Tesis yerel yetkililer tarafından kapatıldı. Brittany’de ikinci bir Covid-19 kümesi doğrulandı, burada bir mezbahadaki 115 işçinin testi pozitif çıktı. Fabrikada 2800’den fazla işçi istihdam edilmekteydi. Arrivé’deki kümes hayvanlarına ait bir mezbahada da 9 personel (700 kişiden) pozitif çıktı. Test sonucu pozitif çıkan tüm personel tecrit altına alındı.

» Polonya

Bazı işçiler hastalandı ve bazıları Czymow’de bir kümes hayvanı işleme tesisinde karantinaya alındı. Hatların bazıları geçici olarak kapatıldı. Polonya’daki Starachowice’de 100’den fazla işçi hastalandı veya karantinaya alındı. Tesis geçici olarak kapatıldı, ancak 1 Haziran 2020’de bazı hat ve bölümleri yeniden açıldı.

» İtalya

İtalya’daki et işleme tesislerinde bugüne kadar üç salgın meydana geldi. 29 Haziran 2020’de Viadana’daki bir mezbahada 300 işçi içinden 12 işçinin Covid-19 testi pozitif çıktı. Fabrika geçici olarak kapatıldı.

» İspanya

Binéfar’daki et fabrikasında virüsün bulaştığı işçi sayısı hakkında çelişkili raporlar vardı. İlk serolojik testler yaklaşık 200 işçi için pozitif, ancak yönetim tarafından yapılan sonraki testler pozitif test sayısını 200’den 11’e düşürdü. Genel olarak, İspanyol mezbahalarında durum kontrol altındaydı. Bugüne kadar, kesimhanelerde ve et paketleme şirketlerinde sadece 3 küme Covid-19 salgını meydana geldi.

» Belçika

Belçika’da, bir et fabrikasında 330 işçiden 70 kişinin enfekte olduğu ciddi bir salgın vardı. Fabrika kapatılmadı. İki işçi hayatını kaybetti.

» Danimarka

Danimarka et endüstrisinde şu ana kadar sadece 5 Covid-19 vakası tespit edildi.

» Avusturya

Avusturya et sektöründe şimdiye kadar Covid-19 vakası tespit edilmedi.

» İsveç

Et sektörü salgından etkilenmedi. Gıda işleme endüstrisindeki hijyen standartlarına uyma kuralları, Covid-19 salgını öncesinde zaten çok katıydı.

» Amerika

27 Nisan’a kadar 23 eyalette en az 115 tesiste ve en az 4.913 işçide yani işgücünün yaklaşık yüzde 3’ünde COVID-19 pozitif teşhis edildi, 20 ölüm bildirildi. 5 Mayıs itibarıyla 29 eyalette ve 170 tesiste çalışan 10.000’den fazla et paketleme tesisi çalışanında koronavirüs pozitif sonucu alınmıştı. Bu et endüstrisi işçilerinin en az 45’i öldü. 20 Mayıs itibarıyla, Amerika Birleşik Devletleri’ndeki 192 farklı et paketleme tesisinde en az 15.300 işçiye COVID-19 bulaştı. Bu işçilerin en az 63’ü hastalıktan öldü.

Et İşleme Tesisleri neden Covid-19 için bir yuva haline geldi?

Dünyanın dört bir yanındaki et işleme fabrikalarında o kadar çok salgın var ki, bilim insanları şimdi tesislerin içindeki ortamın sorunun bir parçası olup olamayacağını inceliyorlar. Varılan genel sonuç: bu insanların çok yakın çalıştıkları ve içerideki soğuk havanın etkisi.

SOĞUK VE ISLAK ORTAM

Bazı bilim insanları, fabrikaların içindeki soğuk ve ıslak ortamın virüsün yayılmasına yardımcı olabileceğini öne sürdüler. “Bu hayvan kavgalarına her zaman su püskürtülmelidir, bu yüzden

ortamda aerosoller var ve ortam soğuk ... bu kesinlikle çok ayrıntılı bir araştırmayı hak eden bir durum,” dedi Kamradt. Bilim insanları, temiz hava ve doğrudan güneş ışığı olmadan, yeni koronavirüsün saatlerce hatta günlerce aktif olarak kalabileceğini düşünüyor. Çalışmalar, virüsün, gıda işleme tesislerinde yaygın olan plastik ve paslanmaz çelik malzemeler üzerinde üç güne kadar aktif kalabileceğini de göstermiştir.

“VİRÜS AEROSOL FORMUNDA, SAATLERCE AKTİF VE BULAŞICI KALABİLİR.”

Edinburgh Üniversitesi’nden Rowland Kao, deneylerin, düşük sıcaklıkların daha yüksek influenza bulaşma oranlarına neden olduğunu ve MERS gibi diğer koronavirüslerin hayatta kalmasını artırdığını gösterdiğini belirtti. “Bu Covid-19 için kanıtlanmamış olsa da benzer mekanizmalar geçerli olabilir.” dedi.

ÇALIŞANLAR TİKA BASA BİR ARADA!

Çoğu uzman, sosyal mesafenin ve maske takmanın, virüsün yayılmasından kaçınmanın en etkili yolları olduğunu söylüyor. Ancak fabrika koşullarında bu mesafeyi sağlamak her zaman mümkün değil. Cambridge Üniversitesi’nde Enfeksiyon Hastalıkları Profesörü olan James Wood, gıda işleme tesislerindeki salgınların büyük olasılıkla “onları öldürücü hale getirebilecek” tüm faktörlerin bir kombinasyonundan kaynaklandığını söyledi: “İnsanlar birbirlerine yakın uzun vardiyalarda çalışıyor... gürültülü bir ortamda oldukları için kendilerini duyurabilmeleri için bağırarak durumundalar... tüm bunlar enfeksiyon riskini büyütüyor. Bağırarak, şarkı söylemek ve yüksek sesle konuşmakla, daha fazla virüs yüklü damlacıklar havaya salındığı için, insanlar virüsü hasta olduğunu bilmeden yayabilirler.”

Omuz omuza duran işçilerle dolu fabrika ortamları sadece gıda işleme endüstrisine özgü değil elbette. Bu tesisleri benzersiz kılan, araba montaj hatları ve uçak fabrikalarının aksine, bu tesislerin, sosyal mesafenin mümkün olmadığı durumlarda bile açık kalmasıdır. Gıda tedarikinde önemli bir rol oynarlar, birçoğunu aynı anda kapatmak gıda kıtlığına yol açabilir ve çiftçileri hayvanlarını ötenazi yapmaya zorlar.

KIRILGAN TOPLULUKLAR

Et fabrikalarındaki salgınlar, göçmenler de dahil olmak üzere kırılğan toplulukları etkiledi. Gıda işleme tesislerindeki işler hem zordur, hem de en düşük ücretli işler arasındadır, bu da işverenlerin yerel personeli bulmasını zorlaştırır. Çalışmak için çok popüler yerler olmadığı için genellikle göçmenler veya yabancı işçiler çalıştırılmaktadır.

Tüm bu ön araştırma bulgularına göre, virüsün et endüstrisinde yayılmasına katkıda bulunan faktörleri şu şekilde sıralayabiliriz:

1 Sosyal mesafenin olmaması: Et ve kümes hayvanı işleme tesis çalışanları genellikle işleme hatları üzerinde birbirlerine yakın mesafede dirsek teması ile çalışırlar. Sosyal mesafeyi korumak; vardiyalı çalışma ve molaların ayarlanması ile mümkündür, ancak tüm et şirketleri pandemi sırasında üretim hızlarını yavaşlatmaya asla istekli olmadılar. Sosyal mesafenin sağlanamaması kesinlikle virüsün yayılmasına katkıda bulunmuştur.

2 Temas süresi: Et ve kümes hayvanı işleme işçileri genellikle iş arkadaşlarına uzun süreler boyunca yakındırlar (örneğin vardiya başına 10-12 saat). Potansiyel enfeksiyon taşıyabilecek bireylerle sürekli temas, SARS-CoV-2 bulaşma riskini artırır.

3 Temas türü: Et ve kümes hayvanı işleme çalışanları, öksürük, hapsirik, konuşma ve nefes alıp verme yoluyla havaya yayılan solunum damlacıkları yoluyla bulaşıcı virüse maruz kalabilirler. Kontamine yüzeyler veya aletler, iş istasyonları veya dinlenme odası masaları gibi objelerle temastan dolayı da maruziyet oluşabilir. Dinlenme odaları, soyunma odaları, tuvaletler ve tesise giriş/çıkışlar gibi ortak alanlar risklerine katkıda bulunabilir.

4 Kötü barınma koşulları: Neredeyse tüm ülkelerde et sektörü büyük ölçüde göçmen ve sınır ötesi işçilere bağlıdır. İşçiler genellikle bir odada birkaç kişinin yaşadığı aşırı kalabalık dairelerde yaşarlar. Bu barınaklarda sosyal mesafeye uymanın imkansız olduğu açıktır.

5 Denetim eksikliği: Pek çok ülkede pandemi sırasında denetimlerin sıklığı azalmıştır.

Bu, daha fazla yasa ihlaline ve çalışanları korumak için alınan sağlık ve güvenlik önlemlerinin ihlaline neden olmuştur.

6 Ortak ulaşım: Birçok işçi, işyerlerine genellikle doğrudan işverenler tarafından organize edilen toplu taşıma veya araba ile ulaşmaktadır. Ulaşım sırasında sosyal mesafeyi sağlayacak önlemlere uyulmamış olabilir.

7 Havalandırma: Bazı et fabrikalarında, özellikle de eski fabrikalarda yetersiz havalandırma söz konusudur. Yetersiz havalandırma nedeniyle hastalığın yayılma olasılığının 20 kat fazla olduğu tespit edilmiştir.

8 Koruyucu ekipman eksikliği: Koruyucu ekipman çoğu zaman eksikti ve kullanımı konusunda da eğitimler önemsenmedi.

9 Soğuk hava: Et işleme tesislerinin bazı kısımları kaçınılmaz olarak çok soğuktur. Virüs soğuk ortamda daha kolay bulaşır.

10 İş güvensizliği ve sosyal koruma eksikliği: Birçok et işçisinin istihdam koşulları son derece istikrarsızdır. Dahası, hastalık ödeneği kimi zaman çok düşük olabilmektedir. Bu da, Covid-19 semptomlarının yaşanması durumunda dahi, bazı çalışanların, işlerini kaybetme korkusu veya hasta ücret ödeneklerinin yaşam şartları açısından yetersizliği nedeni ile sağlık durumunu saklamalarına neden olmaktadır.

GENEL ÖNLEMLER

Özellikle et entegre tesislerinde salgının az görüldüğü (Danimarka, Avusturya, İsveç gibi ülkelerde) pandemi sırasında işçilerin sağlığını korumak için tedbirlerin alındığını görüyoruz. Bu önlemler, hükümet ve sektör temsilcileri arasında uzlaşmayla belirlenmiştir.

Bu önlemlerden bazıları;
» virüs ve riskleri hakkında bilgi verilmesi,
» tesislerin girişinde sıcaklık ölçümü,
» hijyen uygulamaları, el dezenfektan istasyonları kullanımı, öksürük ve hapsirne kuralları konusunda eğitim,
» kullanılan işlem aletlerinin ve ekipmanların en azından vardiya değişimlerinde temizlenmesi,
» otomatik olarak açılmayan herhangi bir kapıdaki itme çubukları ve

tutamakların sık sık temizlenmesi; fiziksel bölmeler kullanılıyorsa, bunların sık sık dezenfekte edilmesi,

» sosyal mesafeyi sağlamak için çalışma vardiyaalarının kademelendirilmesi,

» işçilerin gruplanarak (kohort) çalıştırılması,

» işçilerin birbiri ile yüzyüze gelmeyecekleri bir çalışma düzenine geçilmesi,

» maske ve siperlik gibi koruyucu ekipman kullanımı,

» iş istasyonlarının şerit perdeler, pleksiglas veya benzeri geçirimsiz bölücüler gibi fiziksel bariyerler ile ayrıştırılması,

» işçilerin taşınması sırasında, araç başına düşen kişi sayısını sınırlamak,

» sosyal mesafeyi sağlamak için ortak alanların düzeninde değişiklikler (kantin, soyunma odaları, tuvaletler),

» tuvaletlerdeki musluklar ve sabunlukların fotoselli olması, elle temasın önlenmesi,

» çalışan hastalıklarını yönetmek için şeffaf yürüyen süreçler, vb.

Bu önlemlerin kabul edildiği ve bunlara uyulduğu durumlarda bulaşma düzeyinin sınırlandırıldığı görülmüştür.

Elbette bu tür önlemler, işçilerin aşırı kalabalık yerleşim yerlerinde, birlikte yaşadığı durumlarda yetersiz kalmıştır.

İÇ ORTAM KOŞULLARI VE HAVALANDIRMA SİSTEMLERİNİN ÖNEMİ

İlk incelemelerde bu tesisleri virüs için ideal bir üreme alanı haline getiren çeşitli koşullar olduğu, özellikle soğuk, kuru havanın; zayıf havalandırma ve iç hava sirkülasyonu ile birleştiği görüldü. Tüm çalışanların zorunlu ve sistematik testlerinin yapılmasının ve sosyal mesafenin sağlanmasının yanında havalandırma sistemlerine yönelik önlemlerin acilen alınması gerektiği konusunda uzlaşıldı. Bu önlemler, Covid-19 salgınından önce de çok sık hastalanan işçiler için uzun vadede iş verimi açısından da gereklidir.

Tesisler, işçilerin potansiyel maruziyetlerini en aza indirmeye yardımcı olmak ve çalışma alanlarında yeterli havalandırma sağlamak için bir ısıtma, havalandırma ve klima mühendisine danışmalıdır. Tesiste hava sirkülasyonunu düzenlerken, bir işçiden bir başkasına doğru olabilecek hava hareketini en aza indirmek, havadaki veya aerosolize virüslerin potansiyel yayılmasını azaltmak için dikkate alınması gereken önlemlerden biridir.

Dünyada artan vaka sayıları sonrası, Covid-19 hastalığının havadan bulaşma olasılığı ve kapalı alanlarda enfeksiyon riskini azaltmak için yeterli havalandırmanın sağlanmasının şart olduğu kanıtlandı. Bu nedenle havalandırma sistemi, tesise yeterli miktarda taze havanın girmesini sağlamalıdır. Virüslü bir kişinin bulunduğu bir ortamda yeterli hava miktarının ne kadar olması gerektiği ile ilgili araştırmalar ise hala sürmektedir.

Yapılan bir çalışmada, enfeksiyon olasılığı ve havalandırma miktarları arasındaki ilişki tanımlanmaya çalışıldı (Hui Dai , Bin Zhao). Bir Covid-19 bulaşıcısı tarafından yayılan virüsün tahmini q değeri 14–48 (h)-1 kabul edilerek, %1’den daha düşük bir enfeksiyon olasılığını sağlamak için, mevcut standart değerlerden daha büyük bir havalandırma miktarının gerekli olduğu tespit edildi. Bulaşıcı başına, 15 dakika maruziyet için 100–350 m³/h ve 3 saat maruziyet için 1200–4000 m³/h havanın gerekli olduğu tespit edildi. Bulaşıcı ve karşısındaki kişi maske takarsa, % 1’den daha az enfeksiyon olasılığı sağlayan havalandırma miktarı, dörtte bir oranında düşebiliyor; bu da mevcut şartlarda, ofisler, sınıflar, otobüsler ve uçak kabinleri dahil olmak üzere tipik senaryolarda uygulanan normal havalandırma modu ile elde edilmesi daha kolay olan değerlerdir.

Yaygın olarak benimsenen katı önleyici tedbirler (örneğin, maske takmak ve asemptomatik bulaşıcıların testler kullanarak halka açık alanlara girmesini önlemek), kapalı alanlarda enfeksiyon riskini azaltmada etkili olmaktadır. Bu çalışmalar ışığında, virüsün olası varlığı nedeniyle, et entegre tesislerinde de normal koşullara oranla artırılmış hava miktarları, havadaki virüsün seyrelmesine ve ortadan kaldırılmasına yardımcı olabilir.

Mevcut tesislerin sahip olduğu kısıtlı olanaklar nedeniyle, hava değişim sayılarını artırma ile ilişkili zorluklar vardır. Bir tesis için kaç hava değişim sayısının yeterli olduğunun tespit edilmesi gerekir. Bu, üretim tesisinin büyüklüğü, tesis içindeki işçi sayısı ve hatta partikül seviyelerini etkileyen aktiviteler dahil

olmak üzere bir dizi faktöre bağlıdır.

Diğer bir zorluk ise ekipmandır.

Genellikle havalandırma sistemleri, artırılmış hava değişimi düzeylerinin yanı sıra iyileştirilmiş filtre verimliliği elde etmek için de tasarlanmamıştır.

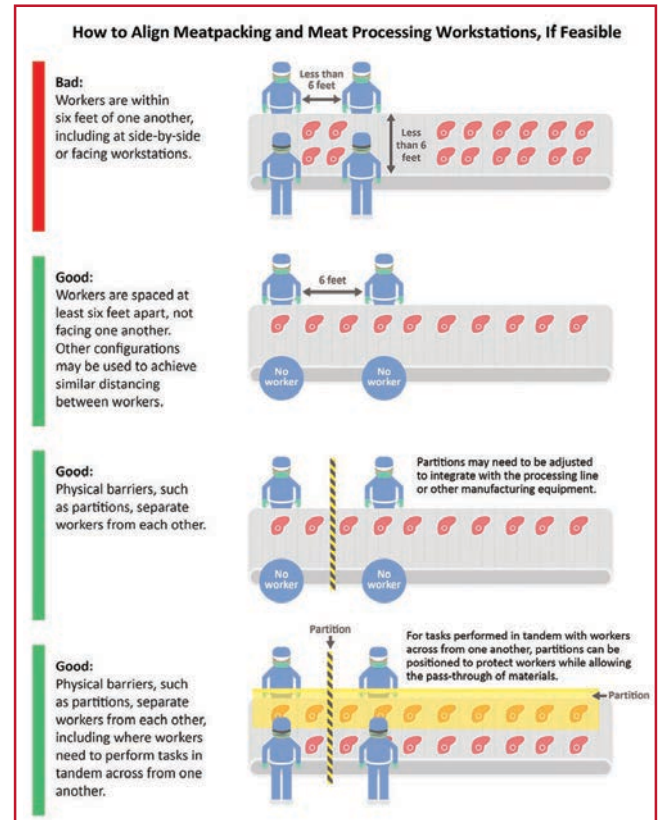
Bu iyileştirmeler mevcut olmadığında, sistemin kapasitesini yükseltmek çok pahalı olabilir. Mobil HEPA, daha da iyisi ULPA filtreli hava temizleyicileri mevcut sistemleri desteklemek için kullanılabilir.

Sonuç olarak; et entegre tesislerindeki salgınlar, kötü çalışma koşulları, uzun çalışma süreleri, düşük ücret, yasadışı ücret kesintileri, iş güvencesizliği gibi adaletsizlikleri de içeren sosyal sorunların göz önüne çıkmasına da neden olmuştur. Sektörün, özellikle Avrupa ülkelerinde çoğunlukla göçmen işçilere dayanması ve büyük bir kısmının çalışma, barınma ve istihdam koşullarının içler acısı olması, salgının sosyolojik yönü açısından da dikkatle incelenmeye muhtaçtır. Mühendislik önlemleri ile daha iyi koşullar yaratmak mümkündür ancak bu da ciddi bir çalışma ve yatırım gerektirmektedir.

Bu salgınların bir diğer çıkarımı ise:

“Et entegre tesislerindeki salgınların, sonbahar ve kış aylarında ikinci bir dalga tehdidi hakkında da net bir uyarı” olduğudur. Çünkü et entegre tesisleri ve mezbahalardaki koşullar, kış hava koşullarının bir yansımasıdır.

Kötüden iyiye doğru sıralanmış, işçi çalışma istasyonu yerleşim planlama örneği





Yök. Müh. Enis Burkut

Sehir suyu, içme suyu ve sanayide proses suyu olsun, su önce bir FİLTRE'den geçtikten sonra başka işlemler görür. Tesise gelen su, kaliteli bir su değil de, kuyu suyu veya dere, göl gibi yüzey suyu ise, o zaman filtrasyon konusu özel bir proje şekline dönüşür. Çünkü dere, göl ve nehir suları çok çeşitli katılar ve canlılar içerir. Suda bulunan bu katılar ve canlılar sudan ayrılmadan önce su kullanılırsa, genelde işletme sorunları yaşanır.

Kalitesiz suların yarattığı işletme sorunlarını birkaç örnek ile anlatalım:

» Yumuşatılmış su kullanacak bir tesiste, su hiç filtrenmeden yumuşatma cihazına verildiğinde, yumuşatma



Kırlı Dere Suyu

SU FİLTRESİ ?

kaç mikronluk olmalı

Su Filtrasyonunda MİKRON seviyesi en önemli unsurlardan biridir.

işini yapan reçinelerin mikroskobik gözenekleri ince katılar ile dolar, kısa bir süre sonra reçineler suyun sertliğini tam olarak alamaz ve sık sık rejenerasyon ihtiyacı duyar. Bu sorunun suyun kirliliğinden kaynaklandığını bilmeyen işletici gereksiz yere sık sık yeni reçine satın alır. Oysa, sisteme uygun bir su filtresi satın alınırsa reçineler uzun yıllar kullanılabilir.

» Bazı işletmelerde “yatak soğutma suyu” olarak kullanılan sular filtrenmezse sudaki aşındırıcı katılar yatakları ve salmastraları aşındırır.

» Tarımda, çok iyi filtrenmeden tarım sulama fışkiyelerine gönderilen sudaki katılar fışkiyeleri aşındırır veya tıkar. Bir süre sonra kırlı su fışkiyelerin bazılarını tıkar, aşındırdığı fışkiyelerden ise çok su akar. Bunun sonucunda tarımsal ürünün bir kısmı az su aldığı için normal miktarda ürün vermez, aşınmış fışkiyelerin bulunduğu bölgedeki bitkiler ise gerekenden daha çok su aldığı için kökleri çürür ve hiç ürün vermez.

Ne tür bir filtre ile hangi mikron seviyesine kadar suyu süzeceğimizin araştırmasına girmeden önce kendimize şu soruları sormalıyız:

1. Süzmek istediğimiz suyun içinde bulunan katı türleri nelerdir; katıların irilikleri kaç mikron olabilir?”

2. İşletmenin özelliklerini ve gereksinimlerini göz önüne aldığımızda hangi “iriliğe kadar” yani kaç mikrona kadar sudaki katıları tutmak ekonomik olur?”

Filtrenin mikron seviyesi seçiminin işletme ekonomisi ile olan ilgisine de kısaca değinelim. Aşağıdaki örneklerde göreceğimiz gibi, borulu ısı eşanjörlerin içinden geçen bir suyu 200 mikron seviyesinde filtrelemek yeterli iken, satın alma şartnamesine “20 Mikronluk Filtre” şartını yazmak ve böyle hassas bir filtre satın almak ilk yatırımı gereksiz

yere artırır. Böyle bir durumda, filtre 200 mikron yerine 20 mikrona kadar olan katıların tümünü sudan ayıracağı için sık sık tıkanır ve kendini çok sık ters yıkayacağından su telefi olur.



Tarımsal Sulama Fışkiyesi

MİKRON

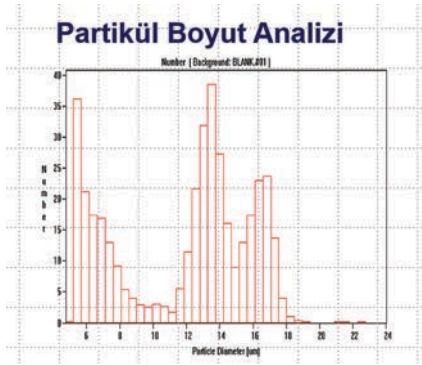
birimini hatırlamakta yarar var: Teknik yazılarda “μ” simgesi ile anılan MİKRON bir milimetrenin binde biridir: 1000μ = 1 mm.

Su filtrasyonunda

MİKRON seviyesi konusunda fikir yürütebilmek için tabiatta tanıdığımız birkaç malzemenin iriliklerini gözden geçirelim: İnsan saçı 60 – 120μ, un 5 – 100μ, polen 20 – 100μ, en küçük bakteri 0,2μ. Suyu bulanık gösteren maddelerin iriliği ise genelde BİR mikron altındadır.

Ham sudaki katılar kaç mikron?

Sudan ayırmak istediğimiz



maddelerin iriliklerini “mikron” seviyesinde bilmek işe yarar, ancak sudaki katıların mikron seviyelerini gözle tayin edemeyiz ve şahsi kanaatımız ile filtre seçimi doğru olmaz. Sudan ayırmak istediğimiz katıların boyutlarını tayin eden bir laboratuvarıdan yararlanıp

“Partikül Boyut Analizi” yaptırmak doğru filtre seçimi için doğru çözümdür.



Doğru filtre seçimi için diğer bir çözüm: Bir test sistemi kurmak ve değişik filtreleri küçük debilerde deneyerek pratik olarak sonuca ulaşmaktır. Resim 4.’de görünen ve değişik mikron seviyelerinde olan diskli filtreler ile 20 µ – 400 µ arası için testler yapılabilir.

Kaç mikronluk filtre bizim işimizi görür?

Su Filtrasyonunda “Mikron Seviyesi”ne karar verirken, bir taraftan da işletme içinde su kullanılan yerlerin önemi ve mikron seviyesine toleransı göz önünde bulundurulur.

Kendi tecrübelerimizden birkaçını burada örnek olarak verelim:

1. Evlerde, okullarda ve her tür işletmede, banyolarda ve yıkamalarda kullanılacak genel amaçlı suların 100 mikrona kadar süzülmesi yeterli olur.

2. Gıda sektörü ve birçok sektörde, ana depo öncesi suların 50 µ – 100 µ seviyesine kadar süzülmesi işletmede

kullanılan hassas kartuş filtrelerin bakımını azaltır ve yedek kartuş ekonomisi sağlar.

3. Fiskiyelere giden suyun, fiskiye delik çapının “beşte biri” seviyesine kadar filtrenmesi doğru olur. Örneğin, fiskiye çapı bir milimetre ise, bir milimetrenin beşte biri olan 0.2mm, yani 200µ seviyesine suyun filtre edilmesi yeterlidir. Ancak, sudaki katıların “aşındırıcı” özelliği de göz önüne alındığında, daha emniyetli bir filtrasyon düşünülerek 100µ’luk filtre seçilebilir.

4. Borulu bir ısı eşanjörüne gelen soğutma suyu 200 µ - 400µ seviyesine kadar filtre edilir. Ancak, içinde daha dar kanallar olan plakalı ısı eşanjörü’ne gelen suların daha düşük mikron seviyesinde filtrenmesi istenir.

5. Otomotiv sanayinde çok kullanılan Punto kaynak makinalarının içinde çok dar su kanalları bulunur. Bunların içinde kirlilik birikmesini ve birikim sonucu tıkanmasını önlemek için punto makinası soğutma suları genelde 50 – 80µ seviyesine kadar filtrenir.

6. Bir işletmede içilen suların 5µ seviyesine kadar filtrenmesi iyi olur. İçme suyunda bakteriye karşı ayrıca dezenfeksiyon şarttır. (DİKKAT: Şişe suyu işletmeleri için filtrasyon standardı çok daha hassastır.)

7. Bulanık suları berraklaştırmak için özel dolgulu yavaş kum filtreleri kullanılabilir. Son yıllarda suyun bulanıklığını UF - Ultra Filtrasyon tekniği ile gideriyoruz. UF tekniği aynı zamanda sudaki katıların 0,02 mikron seviyesine kadar süzdüğü için suyu dezenfekte etmiş de olur. UF membranlarını iri katılardan korumak için, UF öncesi suyu 100 mikronluk Diskli Filtreler ile süzuyoruz.

8. Su geçiş hızlarının çok düşük olduğu borular veya eşanjörler için yalnızca “boru genişliği” kriterine göre mikron seviyesini tayin etmek doğru olmaz. Çok düşük su hızlarının bulunduğu yerlerde su içindeki katılar çöker ve zaman içinde birbirlerine yapışan katılar boru ve eşanjör kesitlerini daraltır. Katıların çökmesine izin



Ultra Filtre 100 m3/H

vermemek için suyun 100 mikron seviyesinde veya daha hassasça filtrenmesi doğru olur.

Suyun filtrasyon seviyeleri için seçim kriterleri hakkında fikir vermeye çalıştık. Her işletmenin kendi ihtiyacına göre filtre ve filtrasyon seviyesi seçilir. Yukarıdaki örneklerde anlatıldığı gibi, filtre türü seçiminde yalnızca “Mikron Seviyesi” kriteri yeterli değildir. Mikron seviyeleri ile beraber, filtre seçiminde aşağıdaki diğer kriterler de göz önüne alınmalıdır:

Su ile beraber gelen katıların miktarı:

Su içindeki katı miktarları yüksekse, filtrasyon yüzeyi geniş ve hacimli filtreler seçilmelidir; veya kendi kendini çok hızlı yıkayan ve yıkarken sistemin suyunu kesmeyen tam otomatik ters yıkamalı filtreler tercih edilebilir.

Yoğunluğu yüksek olan katılar: Su ile filtreye gelen “kum” gibi katılar sudan çok daha ağırdır, yani yoğunluğu yüksektir (kum 2,6 gram/Litre). Bu katıların klasik kum filtreleri ile tutulması mümkünse de kum filtresinin ters yıkaması sırasında bu katılar filtreyi terk edemez ve filtre içinde birikir.

Bu sebeple kum filtresinin basınç kaybı çok sık artar, su debisi azalır, ters yıkama ihtiyacı sık olur. Kum gibi yüksek yoğunluktaki katıların sudan alınması için kum filtresi uygun bir filtre değildir. Yoğunluğu yüksek olan katılar için biz “katı ayırıcı” veya “diskli filtre” tercih ediyoruz.

Sonuç: Su filtresi seçimi bir ilim değil, istatistik bilgidir. Su filtrasyonunda mikron seviyesi ve filtre türü işletme ekonomisini etkiler. Bu sebeple filtre seçimi ve filtre satın alınması çok tecrübeyi gerektirir. Komşu işletmede çalışan su filtresinin aynı satın almak ile genelde doğru filtre çözümü elde edilemez. Komşuda çok iyi görev yapan bir filtre diğer işletmede yetersiz kalabilir. Çünkü işletmelere gelen sular ayrı ayrı karakterde oldukları gibi, her işletmenin filtrasyon toleransı değişiktir.

Bir filtre satın alınacağı zaman çok detaylı bir filtre şartnamesi hazırlamak yerine, su tekniğinde tecrübeli bir kuruluşa aşağıdaki bilgileri vermek ve filtre seçimini bu kuruluşa yaptırmak ile doğru filtre satın alınabilir:

- » İşletmeye gelen suyun kaynağı ve kalitesi, suyun mevsimsel değişiklikleri ve suyun partikül analizi;
- » İşletmede suyun kullanılacağı yerler hakkında detaylı bilgi;
- » İşletmenin özellikleri.



Sentetik Diskli Filtre



PANDEMİDE MAKARNA STOKLADIK ARA ÖĞÜN YAPMAYA BAŞLADIK

Sabri Ülker Vakfı'nın uluslararası bir çalışma kapsamında COVID-19 döneminde tüketicilerin gıdaya olan yaklaşımını ve değişen yeme davranışlarını tespit amacıyla Türkiye genelinde yürüttüğü araştırmada güçlü bulgulara ulaşıldı.

COVİD-19 salgını sırasında kişilerin gıdaya ve beslenmeye karşı tutum ve davranışlarında görülen önemli değişiklikleri belirlemek için tasarlanan ve birçok uluslararası kuruluşun desteğiyle dünya çapında sürdürülen araştırmanın Türkiye ayağında çarpıcı sonuçlara ulaşıldı. Sabri Ülker Vakfı'nın Akademetre işbirliğiyle Türkiye genelindeki 12 ilde 600 kişiyle online anket yöntemiyle yaptığı çalışmada, koronavirüs nedeniyle kısa ve uzun vadedeki beslenme alışkanlıklarındaki tüm faktörler için önemli veriler elde edildi. Araştırma sonuçlarına göre COVID-19

salgını ekmek tüketiminden ara öğün alışkanlıklarına, paket servislerden planlı alışverişe kadar beslenmeye ilgili pek çok davranışta belli başlı değişikliklere yol açtı. Araştırmadan elde edilen veriler özetle şöyle:

ANA BESİN GRUPLARI VE BU BESİNLERİN SATIŞ KANALLARI DEĞİŞTİ

» COVID-19 döneminde temel gıda unsurlarını kendisi satın alanların oranı yüzde 1,2 oranında azaldı. Kamu veya belediye yardım kurumlarından temel gıda unsurlarını temin edenlerin oranı ise yüzde 1,6 oranında arttı.

» Taze meyve ve sebzeyi semt pazarından satın alanların oranında ciddi oranda azalma meydana geldi. Ekmek,

süt ve peynir gibi taze gıdalar ile taze olmayan gıdaların satın alındığı bakkal ve semt pazarı gibi satış noktalarının tercih edilme oranlarında ise değişiklik olmadı.

» İndirim marketlerini tercih edenlerin oranı arttı. E-ticaret sitelerinin kullanımı COVID-19 öncesine göre arttı.

» COVID-19 döneminde ekmek, süt ve peynir gibi taze ürünlerin satın alınma sıklığı düştü. Taze meyve-sebze, et-balık ve taze olmayan gıdalarda ise değişiklik olmadı.

ARA ÖĞÜN TÜKETİMİ ARTTI, PAKET SERVİS AZALDI

» Pandemi evde geçirilen süre artışıyla doğru orantılı olacak şekilde tüm öğünlerin evde hazırlanma ve

Daha Fazla Stok Yapılan Yiyecekler (%14.5)



Makarna	6.3
Bakliyat	4.8
Un	4.5
Kuru Gıda	2.2
Şeker	1.7
Çikolata	1.3
Çay	1.3
Yağ	1.3
Süt ve Süt Ürünleri	1.2

tüketim oranlarında anlamlı bir yükseliş göze çarptı. En yüksek artış ise ara öğünlerde oldu. COVID-19 öncesi evde ara öğün hazırladığını ve tükettiğini belirtenlerin oranı yüzde 17,2 iken, COVID-19 sürecinde bu oran yüzde 42,5'e yükseldi. Diğer yandan evde öğle yemeği hazırlayıp tüketenlerin oranı da yüzde 75,2'den yüzde 90'a yükseldi.

» Hiç öğün atlamadığını belirtenlerin oranı COVID-19'dan önce yüzde 46,5 iken, COVID-19 döneminde bu oran yüzde 50,2'ye yükseldi

» COVID-19 öncesinde her 10 kişiden 5'i evde yemek tüketimi için paket servisi yapan yerleri tercih ederken, COVID-19 süreci boyunca yalnızca her 10 kişiden yaklaşık 3'ü paket servisi yapan yerleri tercih etti.

DONDURULMUŞ GIDA TÜKETİMİNE DEVAM

» Koronavirüs döneminde ekmek ve süt tüketim sıklığı anlamlı bir şekilde azaldı. COVID-19 öncesi her gün ekmek yediğini söyleyenlerin oranı yüzde 48,7 iken, bu oran COVID-19 döneminde yüzde 43'e düştü.

» Bu dönemde taze meyve-sebze, çikolata-şeker ve pasta-bisküvi, taze et, taze balık tüketim sıklıkları ise arttı.

» Dondurulmuş gıdaların, tüketmeye hazır yemeklerin, tüketim sıklıkları bu dönemde fazla değişmedi.

DIŞARIDA YEMEYİ BIRAKTIK

» Uzaktan çalışmaya bağlı olarak iş yerindeki yemekhanelerde yemek yeme sıklığı hayli azaldı. Diğer yandan restoran ve kafe gibi yerlerin yoğunlukla kapalı olmasına bağlı olarak bu yerlerde yemek yeme sıklığı da düştü.

» Sokak satıcıları da COVID-19 döneminde daha az tercih edilen yemek yeme noktaları oldu.



SABRİ ÜLKER GIDA ARAŞTIRMALARI ENSTİTÜSÜ VAKFI

GIDA İÇİN DAHA ÇOK PARA HARCANDI, ORGANİK ÜRÜNE İLGİ ARTTI

» COVID-19 döneminde katılımcıların yüzde 55'inden fazlası yiyecek tüketimlerinin ve yiyecek için harcadıkları paranın arttığını belirtti.

» Bu dönemde organik ürün alışverişinin arttığını belirtenlerin oranı da yaklaşık yüzde 40 arttı.

» Ankete katılanların yüzde 48,3'ü, planlı market/gıda alışverişinin arttığını ifade etti.

» Katılımcıların yaklaşık yarısı, büfe gibi yiyecek satan noktalara gitme sıklıklarının bu dönemde azaldığını söyledi.

EN FAZLA MAKARNA, BAKLİYAT VE UN STOKLANDI

» COVID-19 süresince, katılımcıların yüzde 15'i gıda stoklarının arttığını belirtti. En fazla stoklanan ürünler makarna, bakliyat ve un oldu.

» Her 10 kişiden yaklaşık 1'i COVID-19 döneminde genel olarak gıda davranışlarında değişiklik olduğunu belirtti. Davranışlardaki en önemli değişiklik "yiyecekleri dezenfekte etmek" oldu.



Begüm Mutuş

SOSYAL MESAFE PANDEMİDEN SONRA DA DEVAM EDER

» Her 10 kişiden 4'ü marketlerdeki sosyal mesafe kuralının günlük yaşam normale dönse de devam edeceğini belirtti.

» Bu dönemde gıda tedariki ile ilgili endişe duyduğunu belirtenlerin oranında anlamlı bir artış olurken; katılımcıların yaklaşık yüzde 15'i, virüsün potansiyel etkisine dair endişe düzeylerinin yüksek olduğunu aktardı.

"BESİN ALIŞKANLIKLARINI TOPLUMUN YARARINA GELİŞTİRMeye KATKIDA BULUNMAK İSTİYORUZ"

Araştırmanın sonuçlarını değerlendiren Sabri Ülker Vakfı Genel Müdürü Begüm Mutuş, uluslararası bir çalışmanın parçası olmaktan mutluluk duyduklarını belirterek, şunları söyledi: "COVID-19 salgınıyla birlikte hemen hepimiz ne tür gıdalarla beslendiğimizden üretici ve dağıtıcıların hijyen noktalarında ne tür önlemler aldıklarına kadar gıda ve beslenmeyle ilgili pek çok konuyla daha yakından ilgilenmeye başladık. Vakıf olarak içinde yer aldığımız bu araştırmayla, hem COVID-19 döneminde tüketicilerin gıdaya olan yaklaşımını ve değişen yeme davranışlarını tespit etmeyi, hem de bu değişimlerin toplumsal, ekonomik ve çevresel etkilerini ortaya koymayı hedefledik. Ulaştığımız sonuçların, insan hayatının merkezinde olan besin alışkanlıklarının uzun vadede toplumun yararına nasıl geliştirilebileceğinin anlaşılması yolunda bir katkı sunmasını diliyoruz."

SABRİ ÜLKER VAKFI HAKKINDA

Türk gıda sektörünün duayeni Sabri Ülker anısına kurulmuş olan ve misyonunu Sabri Ülker'in hayat felsefesinden derleyen Vakıf, toplumu beslenme ve sağlık alanlarında bilimsel ve güvenilir bilgi ile aydınlatmak üzere faaliyetlerini sürdürüyor. Avrupa Beslenme Vakıfları İletişim

Platformu'nun Türkiye'den tek üyesi olan Vakıf, 2009 yılından bu yana topluma sağlıklı yaşam ve beslenme konularında güvenilir bilimsel bilgiyi ulaştırmakta ve dünya genelinde referans kabul edilen kurumlar ile iş birliği içinde Türkiye'nin referans kurumu olma hedefiyle yoluna devam etmektedir.



**BM
RAPORU
UYARIYOR**

2030 'da 'sıfır açlık hedefine' ulaşmak MÜMKÜN OLMAYABİLİR

En son sürümü yayımlanan "Dünya'da Gıda Güvenliği ve Beslenme Durumu Raporu"nda, 2019'da yaklaşık 690 milyon insanın açlıkla mücadele ettiği tahmin ediliyor. Bu rakam 2018 rakamlarından 10 milyon ve son beş yıllık ortalamadan da yaklaşık 60 milyondan fazla. Ayrıca, yüksek maliyetler ve düşük satın alma gücü, milyarlarca insanın sağlıklı veya besleyici bir şekilde beslenemeyeceği anlamına geliyor. En fazla açlık Asya'da ancak Afrika'da da çok hızlı ilerliyor. Rapor, dünya genelinde 2020 yılı sonuna kadar 130 milyondan fazla insanın COVID-19 salgınının nedeniyle kronik açlığa düşebileceğini tahmininde bulunuyor. (Pandemi bağlamında akut açlığın alevlenmesi bu sayıyı zamanla daha da artırabilir.)

Dünyada Gıda Güvenliği ve Beslenme Durumu, açlık ve kötü beslenmenin sona ermesine yönelik ilerlemeyi izleyen en yetkili küresel çalışma olarak kabul ediliyor. Bu çalışma; Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO), Uluslararası Tarım Fonu (IFAD), Birleşmiş Milletler Çocuk Fonu (UNICEF), BM Dünya

Birleşmiş Milletler'in "Dünyada Gıda Güvenliği ve Beslenmenin Durumu Raporu", dünya genelinde her geçen gün açlık çeken insan sayısı artarken ve kötü beslenme giderek yaygınlaşırken 2030 yılı itibarıyla "Sıfır Açlık Hedefine" ulaşmanın mümkün olmayabileceğine dikkat çekiyor.

Gıda Programı (WFP) ve Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından ortaklaşa üretiliyor. Raporun önsözünü yazan 5 kurumun başkanı, dünyanın açlığa, gıda güvensizliğine ve kötü beslenmeye son vermeyi taahhüt etmesinden tam beş yıl sonra, 2030 yılına kadar bu hedefe ulaşmak için hâlâ hedefin çok uzağında olduğu konusunda uyarıda bulundu.

AÇLIK RAKAMLARI AÇIKLANDI

Bu baskıda, Çin ve diğer kalabalık ülkeler için yapılan kritik veri güncellemeleri, küresel aç insan sayısının tahminlerinde şu anki 690 milyona kadar önemli bir düşüşe neden oldu. Tüm açlık serisi 2000 yılına geri döndürülse

bile aynı sonuca varılmakta: on yıllardır sürekli olarak azaldıktan sonra kronik açlık 2014'te yavaş yavaş artmaya başladı ve bu artış devam ediyor. Asya, en çok sayıda yetersiz beslenen insana (381 milyon kişi) ev sahipliği yapıyor. Afrika 250 milyon kişiyle ikinci sırada, ardından 48 milyonla Latin Amerika ve Karayipler geliyor. Yetersiz beslenmenin küresel yaygınlığı – ya da aç insanların genel yüzdesi- çok az değişerek yüzde 8.9 civarında ancak mutlak rakamlar 2014'ten bu yana artıyor. Bu, son küresel nüfusla birlikte açlık oranlarının da arttığı anlamına geliyor.

Bu durum büyük bölgesel eşitsizlikleri gizliyor. Yüzde olarak Afrika halkı yüzde 19.1 ile yetersiz beslenmeden en çok

etkilenen ve bu etkilenmenin artacağı bölge konumunda. Bu, Asya'daki (yüzde 8.3), Latin Amerika ve Karayipler'deki (yüzde 7.4) oranların iki katından fazla. Mevcut trendlere göre 2030 yılına kadar Afrika, dünyanın kronik açlarının yarısından fazlasına ev sahipliği yapacak.

SAĞLIKSIZ BESLENME, GIDA GÜVENSİZLİĞİ VE KÖTÜ BESLENME

Her türlü açlık ve kötü beslenmenin üstesinden gelmek (yetersiz beslenme, mikro besin eksiklikleri, aşırı kilo ve obezite dahil olmak üzere) hayatta kalmak için yeterince gıda temin etmekten daha fazlasıdır: insanların tükettikleri- ve özellikle çocukların tükettiği gıdalar-besleyici olmalı. Diğer taraftan önemli bir engel ise, besleyici gıdaların yüksek maliyeti ve çok sayıda aile için sağlıklı beslenmenin satın alınabilirliğinin düşük olması olarak göze çarpıyor. Rapor, sağlıklı bir beslenmenin uluslar arası yoksulluk eşiği olan günlük 1.90 Amerikan dolarından çok fazlasına mal olduğuna dair kanıtlar sunuyor. Rapor, en maliyetsiz sağlıklı beslenmenin yani midemizi sadece nişasta ile doldurmanın fiyatının bile bu rakamın beş katı olduğuna dikkat çekiyor. Besin açısından zengin süt ürünleri, meyveler, sebzeler ve protein açısından zengin gıdalar (bitki ve hayvan kaynaklı) dünya çapında en pahalı gıda grupları.

En son tahminler, şaşırtıcı bir şekilde 3 milyar insanın veya daha fazlasının sağlıklı beslenemeyeceğini gösteriyor. Sahra altı Afrika ve Güney Asya'da bu nüfusun yüzde 57'si için geçerli. Diğer taraftan, bu durumdan Kuzey Amerika ve Avrupa da dahil olmak üzere hiçbir bölge korunamaz. Sonuç olarak kötü beslenmeye son verme yarışı kısmen tehlikeye girmiş gibi görünüyor. Rapora göre, 2019'da beş yaşın altındaki çocukların dörtte biri ile üçte biri arasında, yani 191 milyon çocuk aşırı kısa veya zayıftan mustaripken, 38 milyon çocuk ise fazla ağırlı. Bu arada yetişkinler arasında obezite ise kendi başına küresel bir salgın haline geldi.

EYLEME ÇAĞRI

Raporda, sürdürülebilirlik konuları dikkate alındığında, sağlıklı beslenmeye küresel bir geçişin açılığa

geri sürüklenmenin kontrol edilmesine yardımcı olacağı ve aynı zamanda çok büyük tasarruflar sağlayacağı değerlendiriliyor. Böyle bir değişimin 2030'da yılda 1.3 trilyon ABD dolarına ulaşacağını tahmin ediliyor. Sağlıklı olmayan beslenmeyle ilgili sağlık maliyetlerinin neredeyse tamamen dengelenmesine izin vereceği hesaplanırken, 1.7 trilyon ABD doları olarak tahmin edilen sera gazı emisyonlarının, beslenme ilgili sosyal maliyeti dörtte üçüne kadar azaltılabileceği hesaplanıyor. Rapor, besleyici gıdaların maliyetini azaltmak ve sağlıklı besinlerin kullanılabilirliğini artırmak için gıda sistemlerinin dönüşümünü teşvik ediyor. Belirli çözümler ülkeden ülkeye ve hatta ülke içinde farklılık gösterse de tüm gıda tedarik zinciri boyunca gıda ortamında (ticaret, kamu harcamaları ve yatırım politikalarını şekillendiren politik ekonomi dahil olarak) müdahalelere dayanmaktadır.

Çalışma, hükümetleri tarıma yaklaşımlarında genel beslenmeye odaklanmaya çağırıyor. Bu bağlamda, verimsizlikleri, gıda kaybı ve israfı azaltmak da dahil olmak üzere; gıdaların üretimi, depolanması, taşınması, dağıtımı ve pazarlanmasında maliyet artırıcı faktörleri



azaltmak için çalışılması öneriyor. Diğer taraftan, yerel küçük ölçekli üreticilerin daha besleyici gıdalar yetiştirmelerini ve satmalarını desteklemek ve pazarlara erişimlerini güvence altına almak; en çok ihtiyaç duyulan kategori olarak çocukların beslenmesini öncelemek; eğitim ve iletişim yoluyla davranış değişikliğini teşvik etmek, ulusal sosyal koruma sistemlerine ve yatırım stratejilerine beslenmeyi yerleştirmek de önerilen diğer çözümler arasında yer alıyor.

Dünyada Gıda Güvenliği ve Beslenmenin Durumu Raporu'nun künyesi ise şöyle:

» FAO adına Qu Dongyu, Genel Direktör; IFAD adına Gilbert F. Houngbo, Başkan; UNICEF adına Henrietta H. Fore, Genel Direktör; WFP adına David Beasley, İcra Direktörü; DSÖ adına Tedros Adhanom Ghebreyesus, Genel Direktör.

» Toplumlar genelindeki gıda tüketiminde görülen eşitsizliği ölçen kilit parametrelerden biri, toplam nüfusu 2,5 milyara ulaşan 13 ülkeyi içerecek şekilde güncellenmiştir: Bangladeş, Çin, Kolombiya, Ekvador, Etiyopya, Meksika, Moğolistan, Mozambik, Nijerya, Pakistan, Peru, Sudan ve Tayland. Bilhassa da Çin'in nüfusu küresel rakamlar üzerindeki en büyük etkiyi doğurmuştur.

» Bu aralık yakın zamanda küresel GSMH'de beklenen %4,9 ila %10 düşüşe tekabül etmektedir.

» Rapor, sağlıksız diyetlerin "gizli maliyetlerini" incelemekte ve dört adet alternatif diyet önermektedir: flexitarian, peskatarıyan, vejetaryan ve vegan. Ayrıca bazı daha yoksul ülkelerde beslenme hedeflerine ulaşılması için karbon emisyonlarının ilk etapta artmasının gerekebileceğini kabul eder. (Aksi daha zengin ülkeler için geçerlidir).

SALGININ ÇANLARI

Açlıkla mücadelede ilerleme yavaşladıkça COVID-19 salgını küresel gıda sisteminde kırılmalara ve zayıflıklara da artırıyor. Bu durum gıda ile ilgili tüm üretim, dağıtım ve tüketim gibi faaliyetleri ve süreçleri de etkiliyor. Karantinaların ve diğer caydırıcılık önlemlerinin tam etkisini değerlendirmek için çok erken olsa da

rapor, COVID-19 salgını tarafından tetiklenen ekonomik durgunluğun bir sonucu olarak en az 83 milyon insanın ve belki de 132 milyon insanın 2020'de aç kalabileceğini tahmin ediyor. Bu gerileme, iki numaralı Sürdürülebilir Kalkınma Amacı'na (Sıfır Açlık) ulaşılabilirliği konusunda daha fazla şüphe uyandırıyor.

KANATLI SEKTÖRÜ?

KIRMIZI ET AÇIĞINI

KAPATABİLİR Mİ?

Kanatlı sektörü bilindiği üzere, tavuk, hindi, kaz, ördek, devekuşu, keklik, sülün ve bıldırcın gibi çeşitli kanatlı türlerinin yetiştiriciliğini ve bunların ürünlerini kapsamaktadır. Cumhuriyetin kuruluşunda kanatlı yetiştiriciliği zati ihtiyaç olarak yapılırken, 1960 yıllarda başlayan ticari tavuk yetiştiriciliği, 1970'li yıllarda devlet, uygulamaya koyduğu Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu sayesinde yeni modern üretim tesislerinin kurulmasını teşvik etmiş, entegre işletmeler (damızlık, kuluçkahane, yem fabrikası, kesimhane tesisleri ve pazarlama organizasyonuna sahip işletmeler) olarak gelişmeye başlamıştır. Türkiye kanatlı yetiştiriciliği, dünya ölçeğinde çok iyi performans göstermekte olup bakım ve besleme, idare, lojistik, pazarlama ve entegrasyon bakımından çok iyi durumdadır. Ancak damızlık, aşı, ilaç ve yem hammaddesi bakımından da önemli oranda dışa bağımlıdır.

Sektörde, 2000 yılında 643.457 ton olan piliç eti üretimi 2014 yılına kadar devamlı artarak 1.943.331 ton olmuştur. Çizelge 1'de görüldüğü üzere 2014 yılından itibaren hafif dalgalanmalar göstermesine rağmen çok az miktarlarda artarak 2019 yılında 2.138.451 tona kadar ulaşmıştır. Özellikle son üç yıl

Dr. İsmail MERT
Ziraat Yüksek Mühendisi / Zootekni Federasyon Başkan Vekili



adeta durağan bir hale gelmiştir. Bunun sebepleri incelenmeli ve üretimin tekrar ivme kazanması için gereken tedbirler alınmalıdır. Muhtemelen bunda kişi başına düşen milli gelirin sabit veya düşmüş olması yani halkın alım gücünün düşmüş olması ve 2018 de başlayıp 2019

yılında da devam eden ekonomik krizin etkisi büyüktür. Son yıllarda entegrelerin bulunduğu bölgelerde kümes yapımına teşvik verilmemesi nedeniyle kümes yatırımları durmuştur. Bu da entegreler zaman zaman yeterli kümes bulamama sorunu ile karşılaşmaları da üretim artışını

Çizelge 1. Türkiye Kanatlı Eti Üretimi (Ton)

Yıl	Tavuk	Hindi	Toplam
2000	643.457	19.274	662.731
2005	936.697	42.709	979.406
2010	1.444.057	31.965	1.476.022
2011	1.613.309	36.331	1.649.640
2012	1.723.917	41.930	1.765.847
2013	1.758.361	39.628	1.797.989
2014	1.894.668	48.663	1.943.331
2015	1.909.276	52.723	1.961.999
2016	1.879.019	46.502	1.925.521
2017	2.136.733	52.363	2.189.096
2018	2.156.669	69.536	2.226.205
2019	2.138.451	59.640	2.198.090

Kaynak: TÜİK

Çizelge 2. Dünyada çiğ süt ve Türkiye’de Bazı Ürünlerin Üretim Değeri (Milyon dolar)

	2000	2005	2010	2014	2015	2016
Türkiye						
Çiğ İnek Sütü	2.725	3.129	3.875	5.305	5.284	5.238
Domates	2.793	3.157	3.158	4.379	4.662	4.656
Buğday	2.730	3.085	2.810	2.998	3.565	3.250
Üzüm	2.058	2.201	2.432	2.387	2.086	2.286
Tavuk Eti	904	1.344	2.064	2.505	2.505	2.505
Sığır Eti	957	867	1.581	2.026	2.026	2.026
Yumurta	674	589	558	818	797	860
Dünya						
Çiğ İnek Sütü	147.000	163000	179.193	204.931	208.070	205.695
Sığır Eti	151.925	160.144	170.389	170.235	170.235	170.235
Tavuk Eti	83.565	100.076	124.481	137.161	137.161	137.161

Kaynak: FAO (2016)

yavaşlatmaktadır. Hindi eti üretimi ise 2000 yılında 19.274 ton iken inişli çıkışlı bir seyir izleyerek 2014 yılında 48.663 ton, 2019 yılında da 59.640 ton olmuştur. Diğer bir deyişle hindi eti üretimi de durağan hale gelmiştir. Son yıllarda bıldırcın eti üretimi de istatistik tablolarında yer verilmeye başlanmış olup 2018 yılı üretimi 134 ton, 2019 yılı üretimi de 103 ton olarak yer almıştır. Pekin ördeği üretimi de yıllık 750 ton dolayında gerçekleşmektedir. 2019 yılında diğer kanatlı türlerinin üretimi ile birlikte toplam yaklaşık 2,4 milyon ton kanatlı eti üretimi yapılmıştır. Türkiye piliç eti üretimi dünyada 10. sırada yer almaktadır. Dünya tavuk eti üretiminde ABD, Çin ve Brezilya açık ara önde olup dünya üretiminin yaklaşık yüzde kırk ikisini gerçekleştirmektedirler.

Türkiye’de tarımsal

ürünler içinde üretim değeri son on yıldır en çok artan ürün, tavuk etidir. Tavuk eti üretim değeri, 2005 yılında zeytinin üretim değerini geçerek beşinci sıraya, 2012 yılında da üzümün üretim değerini geçerek dördüncü sıraya yerleşmiş ve 2014, 2015 ve 2016 yıllarında üretim değeri 2.505 milyon dolar olmuştur. Tavuk eti üretim değeri, yumurtanın üretim

değeri ile birlikte değerlendirildiğinde, 2012 yılında buğdayı geçerek üçüncü sıraya yerleşmiştir (Çizelge 2).

Dünyada da tavuk etinin üretim değeri çiğ inek sütü ve sığır etinden sonra 137.161 milyon dolarla üçüncü sırada bulunmaktadır.

Kanatlı sektörü, ülke ekonomisine sağladığı katma değer ve kırsal kalkınmanın gerçekleştirilmesi açısından gıda sanayi içinde son derece önemli bir alt sektördür. Kanatlı sektörü, düşük kâr marjları ile çalışan karar mekanizmalarının hızlı hareket etmesi gereken bir sektördür.

Bu sebeple, zamanında karar alamayan pek çok grup sektörden çıkmak durumunda kalmıştır. Buna en iyi örnek, Sabancı ve Ülker grupları sektöre girmişler, ancak sektörün kâr marjının az olmasından ve hızlı karar



Çizelge 3. Dünyada ve Türkiye’de Kişi Başına Günlük Protein Tüketim Miktarları ve Kaynakları

	TÜRKİYE	DÜNYA	AZ GEL. ÜL.	ABD	AB
Toplam (bitkisel+hayvansal)	120	80	38	161	128
Hayvan kökenli besinler	36,31	31	12	69	60
Hayvansal üretimin payı (%)	30,25	38,7	31,5	42,8	46,8
Yumurta (g.)	2,54	2,79	0,48	4,27	3,74
Su ürünleri (g.)	1,81	5,22	3,55	5,08	6,6
Toplam et (g.)	13,77	14,54	5,19	38,19	27,75
Toplam süt (g.)	18,19	8,22	3,6	21,94	20,47

Kaynak: FAO(2013)

Çizelge 4. Türkiye Yem Üretimi ve İthal hammaddenin Üretime Oranı (Bin ton)

Yıl	2010	2015	2016	2017	2018	2019
Yemin cinsi						
Etlik Piliç	3.594	4.780	4.566	4.754	5.306	5.363
Yumurta	821	3.417	2.958	3.370	3.601	3.828
Damızlık	437	725	604	564	623	608
Hindi	110	166	162	180	223	207
Diğer Kanatlı	0	21	19	15	14	28
Kanatlı Yemi toplamı	4.962	9.109	8.309	8.883	9.767	10.034
Büyük ve küçükbaş	6.302	10.427	11.502	12.906	13.742	14.076
Diğer	237	569	591	630	636	828
Toplam	11.168	20.105	20.402	22.418	24.144	24.939
İthal hammadde	5.573	8.713	9.150	12.575	11.459	13.123
İthal hammaddenin üretime oranı %	48.5	43.3	44.8	56.1	47.5	52.6

Kaynak: Türkiye Yem Sanayicileri Birliği

alamadıklarından dolayı sektörden çıkmalarıdır. Son yıllarda sektörde satın almalar yaşanmaktadır. Türkiye, 2000 yılların başında başladığı kanatlı eti ihracatında, 2019 yılında 75 ülkeye 387.246 ton piliç eti, 13.373 ton hindi eti, 4.092 ton diğer kanatlı eti, 52.754 ton ayak, 45.123 ton işlenmiş kanatlı eti ihracatı yapmıştır. Gerçekleşen kanatlı ürünü ihracat toplamı 502.588 ton olmuş ve bu ihracattan toplam 636 milyon dolar gelir elde edilmiştir. Ayrıca kuluçkalık yumurta ve civciv ihracatında da 100 milyon dolar elde edilmiştir. Pazarlarımızı daha çok Orta Doğu, Afrika ülkeleri ile Türk Cumhuriyetleri oluşturmaktadır. Başlıca ihraç pazarlarımız arasında Irak, Birleşik Arap Emirlikleri, Suriye, Azerbaycan, Kongo, Libya ve Angola bulunmaktadır. Ancak, Ortadoğu'nun en büyük piliç eti ithalatçısı Suudi Arabistan'a yaptığımız ihracat ise yok denecek kadar azdır. Türkiye kanatlı eti ihracatçısı ülkeler arasında dünya yedincisi konumundadır. Dünya piliç eti ihracatında Brezilya ve ABD lider durumda bulunmaktadır.

FAO'nun 2011-2013 verilerine göre; Türkiye, Dünya, Az Gelişmiş Ülkeler, ABD ve AB (27) de, günlük protein tüketimi sırası ile 120, 80, 38, 161 ve 128 g'dır. Ancak bu proteinin elde edildiği kaynaklara bakıldığında ise sırası ile 36, 31, 12, 69 ve 60 gramının hayvansal kökenli olduğu görülmektedir. Türkiye'de hayvansal protein tüketiminin % 13,77'si etten karşılanırken bu oran Dünya'da % 14,54, Az Gelişmiş Ülkelerde % 5,19,

ABD'de 38,19 ve AB'de % 27,75 oranındadır (Çizelge 3).

2019 yılında kanatlı eti tüketimi 23 kg/yıl olmuştur. Kanatlı eti tüketimi, toplam 36,2 kg/yıl olan et tüketiminin yaklaşık 2/3 'ünü karşılamaktadır. Seçilmiş bazı Ülkelerin kişi başına kanatlı eti tüketimleri (Kg/yıl) olarak ABD 49,8, Arjantin 40,4, Avrupa Birliği 24,5, Brezilya 40,6, Güney Afrika 36,2, Meksika 27,6, Rusya 31,6 'dır. Türkiye kanatlı eti tüketiminde, dünyanın kanatlı eti tüketimi olan 15,9 kg/yıl üzerinde olmakla birlikte gelişmiş ülkelerin gerisindedir.

Kanatlı eti protein kaynağı olarak kırmızı etin yerine geçebilmesine rağmen, mineral madde ve fonksiyonel etkiler bakımından kırmızı etin yerini tutması mümkün değildir. Örneğin, kırmızı etin demir miktarı tavuk etinin üç misli, hindi etinin iki mislidir. Kırmızı et ayrıca, insan beslenmesi için önemli olan omega-3, konjuge linoleik yağ asidi (CLA) ve bazı etkilil maddeler de ihtiva etmektedir.

SEKTÖRÜN SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI

Hayvansal protein açığının kapatılmasında sütten sonra en büyük katkırı yapan, sağlıklı, ucuz, kısa sürede üretimi yapılabilen kanatlı eti halkımızın beslenmesinde çok önemli bir besin maddesidir. Bu kadar önemli olan bu ürünümüzün üretimi, son yıllarda durağan hale gelmiş ve üretimi artmamaktadır. Kanatlı sektöründeki en önemli problemler ana girdilerde (hibrit elde etmede kullanılan parent

stock, yem hammaddesi, aşı ve ilaç) dışa bağımlı olmasıdır. Yukarıda izah edildiği üzere, çok iyi yetişmiş ziraat mühendisi zootechnistleri ve veteriner hekimleri ile çok iyi, idare, bakım ve besleme yapabilmektedir. Bu haliyle 'sektör tamamıyla fason üretim yapmaktadır' denilebilir.

Öncelikle yapılması gereken sürdürülebilir bir üretim için yerli ve milli kaynaklara yönelmesidir. Çünkü kriz anlarında ülkeler kendi gıda arz güvenliğini sağlayabilmek için tarım ürünleri ihracatını durdurmaktadır. Bu durumda paranız olsa ile bu ürünleri elde etmek mümkün olamamaktadır.

Türkiye 2019 yılında 24.939 bin ton karma yem üretmiş olup bunun 10.034 tonu kanatlı yemidir. Kanatlı sektöründe girdilerin %70'ini yem oluşturmaktadır. Karma yem sektörü, hammadde ihtiyacının % 52,6'sını ithal etmekte olup bunun parasal değeri ise tüm ithalatın yaklaşık % 65'ini oluşturmaktadır (Çizelge 4).

Etlik piliç yemlerinde yüksek protein kaynağı olarak soya fasulyesi (tam yağlı soya veya soya küspesi) ve enerji kaynağı olarak da mısır kullanılmaktadır. TÜİK verilerine göre, soya üretimimiz 150.000 ton olup tüketimimize yetmemektedir. Kendine yeterlilik oranımız ise % 5,7 civarındadır. 2019 yılında 3.366 bin ton soya ve küspesi ithal edilerek 1.259 milyon dolar, 4.779 bin ton mısır ve türevlerine de 948 milyon dolar ödeme yapılmıştır. Diğer yem hammaddeleri ile birlikte toplam 3,5 milyar Dolar'a yakın ödeme yapılmıştır.

Bitkisel yem hammaddesi üretimi yem sanayinin ihtiyaçlarının tamamını karşılamaktan uzaktır. Bitkisel yem maddeleri üretimimizi dışa bağımlılıktan kurtarmak ve yeterli hale getirmek için üretimimizi dolayısıyla sulanabilir arazilerimizi süratle artırmamız gerekmektedir. Tavuk eti arzını garantiye almak için sektörün ihtiyacı olan özellikle soya fasulyesi ve mısır üretimini artırmak için su yönetiminin ve sulama metotlarının iyi bir şekilde planlanması gereklidir. Yeni ilave edilecek sulanabilir arazilerle birlikte sulanan arazilerin büyük bir bölümü yem bitkileri üretimi ayrılmalı ve üretimi teşvik edilmelidir. Çünkü mevcut sulanan alanlarla soya ve yağlı tohum (başta ayçiçeği olmak üzere) üretimimizi artırmamız mümkün değildir. Mısır, her ne kadar ithal ediliyorsa da kanatlı yemlerindeki ihtiyacın büyük bir kısmı (% 85'e yakın kısmı) yerli üretimle karşılanmaktadır. Özellikle soya üretiminin artırılması için ya yurt dışından arazi kiralanarak üretim yapılmasıyla ya da, daha önce ifade edildiği gibi, sulama alanlarının genişletilmesiyle arz güvenliği (gıda güvencesi) sağlanabilir. Bunun için devletin öncülük yapmasının yanında sektörün kendi yem hammadde

kaynaklarını tedarik için çeşitli projeler geliştirmesi, örneğin sözleşmeli yem hammaddesi üretimi yaptırması gerekmektedir.

Soya fasulyesi üretimini artırmak için alım ve fiyat garantisi verilmelidir. Bunun için TMO mısırda olduğu gibi devreye girerek alım garantisi vermesi ve asgari beş yıllık destekleme alım politikası ile çiftçinin fiyat kaygısını ortadan kaldırması ile soya ihtiyacımızın tamamı karşılanmasa bile soya tarımının yaygınlaşması sağlanabilir ve bugünkü üretimimizin üzerine çıkılabilir.

Yem ve gıda sanayicisi ile tüccarlar devreye girerek, Devletin son 15 yıl içerisinde tarıma yaptığı en büyük destek olarak görülen ve özel sektörü teşvik ederek ülke düzeyinde oluşturulan lisanslı depo sistemi vasıtası ile ürün alımı yapmaları, yem maddeleri üretiminin artmasını sağlayacaktır. Yağlı tohumlar ve endüstri bitkilerine hizmet verecek devletin teşvikleri ile lisanslı depo yatırımlarının yapılması gerekli görülmektedir.

Türkiye tarımsal üretimi arttırmak özellikle bitkisel üretimi artırmak için köylüye önem vermek gerekiyor. Türkiye'nin ortalama yaşı 2019 yılında 32 iken tarımda çalışanları

yaş ortalaması 56'dır. Bu sebeple tarımda çalışan eğitilmiş, genç, yeni kuşak köylü yaratmalıyız. Ve bu yeni kuşak köylüye finansal, teknolojik ve pazarlamada akıl-teknik-örgütlenme desteği yanında SSK primleri de devletçe karşılanmalıdır.

İnsanların ve hayvanların beslenmesi için vazgeçilmez ürünlerden biri olarak kabul edilen soya ithalatının çok bir büyük bölümü Amerika, Arjantin, Brezilya ve Ukrayna'dan yapılmaktadır. Dünyada ticarete konu olan soyanın hemen tamamı genetiği değiştirilmiş soyadır. Türkiye, yem amaçlı olarak genetiği değiştirilmiş soya ithal etmekte ve etmek mecburiyetinde kalmaktadır. Biyogüvenlik yasasından kaynaklı olarak ithalatta sıkıntı çekilmektedir. Çünkü ülkemizde 36 GDO'lu yem hammaddesi kullanılırken AB'nde 130, dünyada 500'ün üzerinde GDO'lu yem hammaddesi kullanılmaktadır. Lojistikten kaynaklı olarak ithal ettiğiniz GDO'lu yem hammaddesi başka bir GDO'lu yem hammaddesi ile bulaşı durumunda, yasadın kaynaklı olarak kasıt ve ihmal unsuruna bakılmaksızın çok ağır cezalar verilmektedir. Yasada AB ile uyumlu olmayan pek çok husus bulunmaktadır. Biyoteknoloji firmalarınca, mevcut kanundan dolayı GDO'lu ürünler için yeni başvuru yapılmamaktadır. Bu sebeple Biyogüvenlik Kanununda değişiklik yapılarak, ya AB mevzuatı ile birebir uyumlu hale getirilmeli ya da AB'nin kabul ettiği GDO'lu genler, olduğu gibi kabul edilmelidir.

2017 itibariyle hayvansal yan ürünlerin, tür içi kullanımı yasaklanmıştır. Protein açığı olan ülkemizde bu ürünlerin kullanılmaması hem maddi, hem de çevre açısından ciddi yükler getirmektedir. Rendering ürünlerinin farklı türler için kullanılmasında yasakların kaldırılması gereklidir.

Gıda, biyogüvenlik, çevre gibi konularda mevzuat hazırlanırken özel sektörle işişare mekanizmalarının yeterince işletilememektedir. Bu sebeple de mevzuatın uygulanmasında güçlük çekilmekte ve bu mevzuat sektöre ilave mali yükümlülükler getirmektedir. Mevzuatın hazırlanmasında özel sektör, üniversiteler, sivil toplum kuruluşları ve meslek kuruluşları ile koordinasyon içinde çalışılmalı ve katılımçılık esas



alınmalıdır.

Tavukçuluk Araştırma Enstitüsü yumurtacı 3 hibrit hat geliştirerek tescilini yaptırmış ve ticari olarak satışına başlamıştır. Ancak geliştirdiği etlik piliç hibrit hatları tescil komitesinden izin alarak geçmesine rağmen ticari olarak piyasaya henüz verilmemiştir. Bu hatların üretim parametrelerinin sertifikalandırılma prosedürlerinin tamamlanması gereklidir. Entegre tavuk işletmeleri ithal damızlıklardan elde edilen hibritleri kullanmaktadır. Damızlık olarak dışa bağımlılığın azaltılması için Tavukçuluk Enstitünün geliştirdiği hatlar, özel sektörle birlikte konsorsiyum oluşturmak suretiyle bir kuruluşa devredilerek, özel sektörün daha etkin yararlanması sağlanmalıdır. Ayrıca yeni hat geliştirilirken araştırma çalışmaları yoğunlaştırılmalı, verim ve performans verileri de mevcut hibritlere en azından yakın olmalıdır. Böylece entegrelerin yerli ebeveyn kullanarak üretim yapılabilmeleri sağlanabilir. Kriz anlarında insan ve hayvan hareketlerinin kısıtlandığı durumlarda yerli üretimi garantiye alabilmek için üretimin belli bir kısmının yerli hibritlerle yapılabilmesinin yolu araştırılmalıdır.

Türkiye’de tavuk aşılarda yurt dışına bağımlılığı azaltmak için 1984 yılında Manisa Tavuk Hastalıkları Aşı Üretim ve Araştırma Enstitüsü kurulmuş ve diğer veteriner enstitülerinde üretilen kanatlı aşıları bu enstitüde toplanmıştır. 1986 yılında bu enstitüde aşılar üretilmeye başlanmıştır. Enstitü takip eden yıllarda 10 çeşit aşı, 30 çeşit antijen ve SPF (Spesifik Pathogen Free-özel patojenlerden arıtılmış) tavuk yumurtası üretmiştir ve faaliyette bulunduğu yıllarda ülke ihtiyacının % 40’ını karşıladığı gibi ihracata da başlamıştır. Tavuk Hastalıkları Aşı Üretim ve Araştırma Enstitüsü, teknolojik altyapı yenileme çalışması yapılmaması nedeniyle 2004 yılında ne yazık ki kapatılmıştır. Enstitünün kurulduğu yıllarda İtalya ve İspanya’daki aşı üretim enstitüleri kurulmamıştı. Bugün ise yurt dışındaki bu Enstitülerden aşı ithal etmekteyiz. Bu nedenle, özel sektör desteklenerek ülkemizde kanatlı aşıları üretimi yapılması sağlanmalıdır.

Bazı kanatlı ilaçlarının üretimi yurt içinde yapılırken ve devlet yerli üretimin geliştirilmesi için bir takım teşvikler vermesine rağmen pek çok ilacın yurt

dışından ithal edildiği bilinmektedir. İlaçların yerli olarak üretilmesinin ne kadar önemli olduğu ortadadır; bu bakımdan yerli ilaç sektörünün kurulması için oto yollar veya şehir hastanelerinde olduğu gibi benzeri belli süre alım garantisi verilmesi gereklidir.

Kanatlı et ürünleri ihracatımızın yarısı (% 51) Irak’a yapılmaktadır. Bu da tek bir pazara bağımlı olduğumuzu, geçtiğimiz yıllarda olduğu gibi Irak pazarında yaşanan herhangi bir sıkıntı ya da sorunun sektörün çok kolay yara almasına veya zarar görmesine sebep olabileceği riski bulunmaktadır. Nitekim Irak pazarına ihracat, siyasi sebeplerden dolayı zaman zaman kesintiye uğramakta ve ayrıca beyaz et üretim yatırımlarını arttırmaktadırlar. Bu nedenle, pazarların çeşitlendirilmesi gerekmektedir. Bunun için kanatlı hastalıklarının eradikasyonun sağlanması, hayvan refahı ve gıda işletmelerinin AB’ne uyumunun tamamlanması ile resmi kontrollere ilişkin AB ile tümüyle uyumlu bir sistemin uygulanmasının tamamlanması gerekmektedir. Çünkü dünyanın 10 milyar dolarlık en büyük ithalatçısı AB’ne, taze ürünleri bile kalitemiz ve fiyat rekabet şansımızla rahatça satabileceğimiz mümkünken, halâ sınırların açılmaması, çok büyük eksikliklerdir. Afrika pazarı ümit vadeden çok önemli bir potansiyel olarak gözükmektedir. Firmalarımız bu konuda yeterli olup ihracat için gerekli ruha sahiptirler. Yalnız diğer ülkelerle rekabet edebilmeleri için kargo kapasitesi ve fiyatları bakımından devlet tarafından desteklenmeleri gerekmektedir. Halen tavukayaklarını sattığımız Çin Halk Cumhuriyeti ile veteriner sağlık anlaşması olmadığı için doğrudan satış yapılamamaktadır. Aracılar ve ilave nakliye nedeniyle Türkiye’nin ekonomik kaybı 15-20 milyon doları bulmaktadır. 2020 yılı içinde dünyanın en büyük alıcısı olan Çin halk Cumhuriyeti

pazarının da açılması beklenmektedir. Burada da pazar payı alabilmemiz kargo kapasitesi ve fiyatları bakımından devlet tarafından desteklenmeleri gerekmektedir.

Hindi eti üretimi ve dolayısı ile tüketimi yılbaşı endekslisi olarak değil, tüm yıla dağıtılacak şekilde (hindi döneri vs.) politikalar izlenmelidir. Zira hindi eti, ekstansif şartlarda üretilebileceğinden, pahalı yem ham maddeleri bakımından dışa bağımlılığı (palaz dönemi hariç) azaltılabilir. Ayrıca son yıllarda üretimi artmaya başlayan kaz eti üretiminin ve tüketiminin de farklı tanıtımlarla teşviki yapılmalıdır. Soya ile mısır ithalatını azaltıcı ancak sürdürülebilir yeni protein ve karbonhidrat kaynaklarının hayvan besleme için üretimi ve kullanımları konularında yeni alternatif yem ham maddeleri üretim stratejileri geliştirilmelidir. Yem katkısı bakımından da dışa bağımlılığı azaltmak için, ülkemizin mevcut tıbbi ve aromatik bitki zenginliği kanatlı sektörüne yem katkı maddesi üretirmeye yönelik patent çalışmalarına ayrıca önem verilmelidir.

Sektörün en önemli sorunlarından birisi de yeterli kümes bulamamasıdır. Yeni kümes yapılması teşvik edilmez ise sektörün büyümesi söz konusu olamayacaktır.

Sonuç olarak, et tüketimimizin 2/3’sini karşılayan kanatlı et sektörünün üretim, tüketim ve ihracat açısından daha iyi noktalara gelmesi için devlet ve özel sektör işbirliği sağlanarak beraberce ortak bir yol haritası belirlemeli ve belirlenen yol haritası tavizsiz olarak uygulanmalıdır. Aksi halde kanatlı eti, kırmızı etin protein açığını kapatamayacaktır. Et açığımız giderek daha da artacak ve halkımız hayvansal proteinden yoksun olacaktır. Aynı zamanda önemli bir ihraç ürünümüz yara alacaktır.

KAYNAKLAR:

- 1-Anonim 2019. Türkiye İstatistik Kurumu <http://tuik.gov.tr> Erişim 20.05.2020
- 2-Anonim 2019. FAO <http://fao.org> Erişim 19.05.2020
- 3- Ulutaş Z., Mert İ., Şahin A. 2018. Bir Kısır Döngü “Türkiye’nin Çözölemeyen Et Meselesi” Uluslararası Avrasya Doğal Beslenme ve Sağlıklı Yaşam Zirvesi 12-15 Temmuz Ankara

- 4-Anonim 2020. Türkiye Yem Sanayiciler Birliği Derneği, <http://yem.org.tr/> erişim 10.06.2020
- 4- Anonim 2020 <https://arastirma.tarimorman.gov.tr/tavukculuk/Menu/48/> Tarihçe erişim 24.05.2020
- 5-Koca, S. <https://akademi.tgdf.org.tr/covid-19-sonrasi-kanatli-eti-ve-yem-sektoru/> erişim 22.05.2020



IBAKTECH

İSTANBUL FUAR MERKEZİ CNR EXPO

13. ULUSLARARASI EKMEK, PASTA MAKİNELERİ,
DONDURMA, ÇİKOLATA VE TEKNOLOJİLERİ FUARI

10-13
MART
2021

www.ibaktech.com

Destekleyen Kuruluşlar

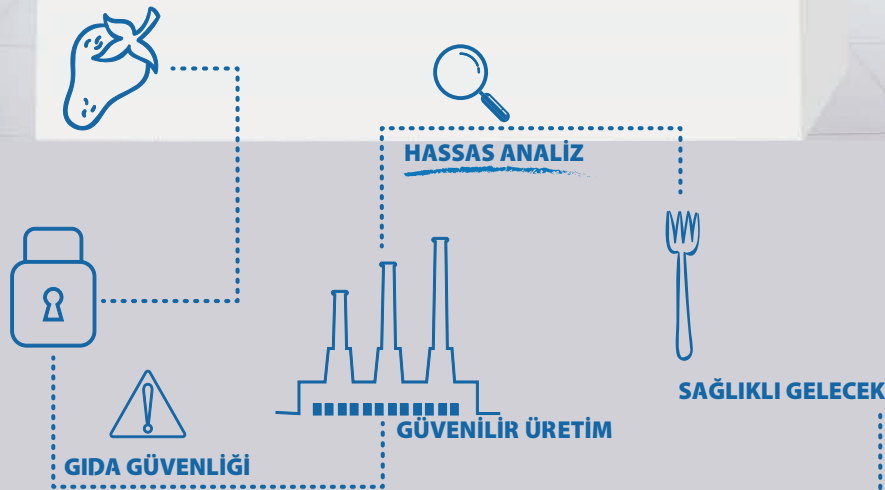


T.C. TİCARET
BAKANLIĞI



GIDABİL
Gıda Bileşenleri ve Geliştiricileri Sanayicileri Derneği
Association of Food Ingredients & Improvers Manufacturers





Farklı ihtiyaçlara 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.

Shimadzu ve diğer iş ortaklarımızın uzmanlığı ve teknolojisi ile gıdalarda vitamin ve aminoasit analizleri, gıda katkılarının, mikotoksinlerin, biyotoksinlerin, veteriner ilaç ve pestisit kalıntılarının miktar tayinleri, migrasyon testleri ve daha birçok uygulama alanında ihtiyaç ve beklentileri karşılıyoruz.



-  Analitik Cihazlar
-  Endüstriyel Cihazlar
-  Sarf Malzeme ve Aksesuarlar
| Spektroskopi | • | Kromatografi |

THINK BIG, SEE BEYOND
| antteknik.com |

©ANT Teknik, 2020 All rights reserved.



SHIMADZU

Excellence in Science



Fungilab

JEIO TECH

RESTEK



GL Sciences



AccuStandard

Think Possible

BioTek

himac PEAK

SCIENTIFIC