

Gıda Teknolojisi

FOOD TECHNOLOGY IN TURKEY

Aralık 2025

Yıl: 29 Sayı: 6

YAPISAL SORUNLAR ET SEKTÖRÜNÜ ZORLUYOR

GÜNDEM

DEĞİŞEN DÜNYADA
GIDA SANAYİNİN
DÖNÜŞÜMÜ

Prof. Dr. Mehmet Pala

ABD Tarım Bakanlığı:

Türkiye 2026'da

70 BİN TON
et ithal edecek

Bakan Yumaklı:

Kırmızı ette çok ciddi

POTANSİYELİMİZ VAR

BESD-BİR açıkladı:

Piliç etinde risk var mı ?

Dr. Samim Saner:

Gıda güvenliği lüks değil,

temel bir insan hakkı

Makale

Bitkisel yağlarda

3-MCPD ve
GLİSİDİL
ESTERLER



NATURAL INGREDIENTS
INGREDIENT SYSTEMS
INTEGRATED SOLUTIONS

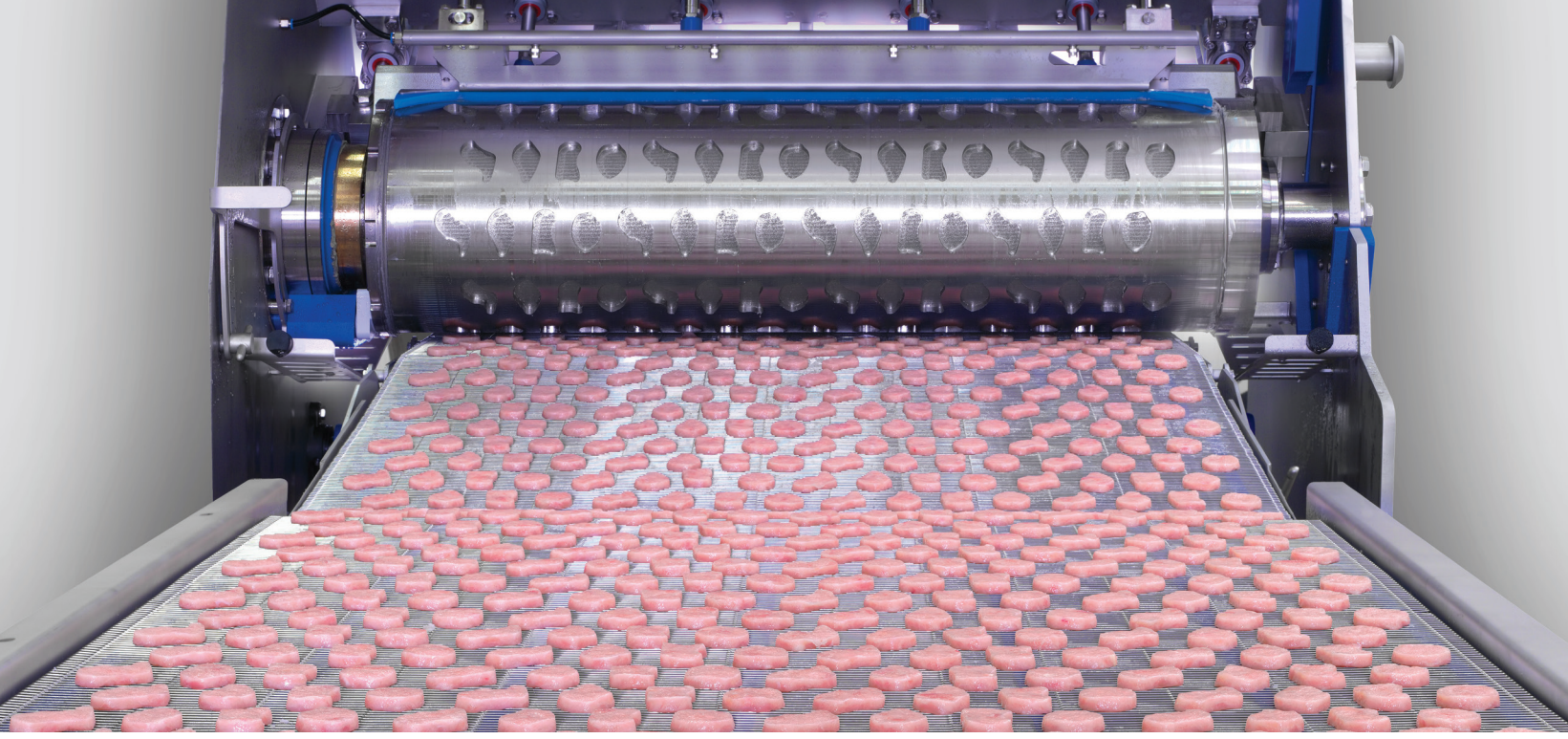
Hayata yeni fikirler katıyoruz!

Bir sonraki ürününüz için, sizleri eşsiz önerilerimizle buluşmaya davet ediyoruz.

Bize Ulaşın:

www.doehler.com | sales@doehler.com

WE BRING IDEAS TO LIFE.



Tavuk nugget



Vejetaryen fish finger



Tavuk şinitzel



Bitki bazlı fileto

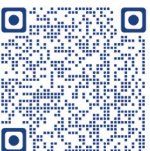
GEA, MaxiFormer II ile standardı yükseltiyor

GEA MaxiFormer, saatte 250.000 adede kadar tavuk nugget üretimi ile standardı yükseltiyor.

GEA MaxiFormer'in patentli olan kademeli dolum sistemi ve benzersiz drum tasarımı, yalnızca hava ile ürünlerin banda düşmesini sağlayarak üst düzeyde şekil koruma, ağırlık hassasiyeti ve itme kontrolü sağlıyor.

GEA MaxiFormer, drum şekillendirme sistemi ve maksimum et dokusu korunumu ile neredeyse tüm 2D ve 3D şekilli ürünlerin yüksek hacimli üretimi için tasarlandı.

Sizi, GEA MaxiFormer ile üretimlerinizi daha ileri taşımaya davet ediyoruz.



Ayrıntılı bilgiye erişmek için
QR kodu taratın.

GEA Engineering
for a better
world.

VITACEL® Dietary Fibers

- › Pişirme verimini artırır
- › Yapıyı kuvvetlendirir
- › Su salınımını önler
- › Stabilyiteyi artırır
- › Tüketici dostu etiketleme sağlar



RET TENMAIER TURKEY DOĞAL ELYAF TİC.LTD.ŞTİ

Acıbadem Mah. Derin Sok. | Akasya Kent Etabı A Blok No:8A / 83

34660 Üsküdar-İstanbul

Onur.Polat@jrs.eu | Cigdem.Selvi@jrs.eu

www.jrsturkey.com

İÇİNDEKİLER

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

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

BİLİMSEL YAYIN KURULU
(SCIENTIFIC EDITORIAL BOARD)

Prof. Dr. Jale ACAR Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Filiz Açkurt Halıcı 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

AROMSA: www.aromsa.com
ASLI: www.asli.com.tr
ATOMİKA: www.atomika.com.tr
AZELİS TÜRKİYE: www.azelis.com
DÖHLER: www.doehler.com.tr
GEA TÜRKİYE: www.gea.com
İBAKTECH 2026: www.ibaktech.com
IMCD Türkiye: www.imcd.com.tr
JRS TÜRKİYE: www.jrsturkey.com
LOGISTICS IN TÜRKİYE: www.logisticsinturkiye.com
LÖSEV: www.losev.org.tr
MAYSA GIDA: www.maysagida.com.tr
NAMET: www.namet.com.tr
ORTA DOĞU GIDA FUARI: www.ortadogugidafuari.com
TOHUM OTİZM VAKFI: www.tohumotizm.org.tr



KIRMIZI ve
BEYAZ ET ÜRÜNLERİ &
BAHARAT ve SOSLAR



BAKLİYAT ve KURU GIDA &
ZEYTİNYAĞI ve
BİTKİSEL YAĞLAR

MAKALE

- 18 Dilek Özgen / Aromsa:
Sürdürülebilir değer zinciri ve gıda güvenliği: Tedarikçi gelişiminde kaliteyi paylaşmak
- 26 BAREM Pazar Araştırma ve Danışmanlık:
Dünyada ve Türkiye'de gıda tüketimindeki değişimler: Güncel veriler ve değerlendirmeler

RÖPORTAJ

- 20 Gıda Güvenliği Derneği
Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı
Dr. Samim Saner:
"Gıda güvenliği lüks değil,
temel bir insan hakkıdır"

KIRMIZI ve BEYAZ ET ÜRÜNLERİ & BAHARAT ve SOSLAR

- 30 Kırmızı etin ateşi düşmüyor
- 32 Bakan Yumaklı: "Kırmızı et
üretimiyle ilgili çok ciddi
potansiyelimiz var"
- 33 Ergül Çetinoğlu / IMCD Türkiye:
Döner üretiminde yeni nesil
performans çözümleri
- 34 SETBİR Yönetim Kurulu
Başkanı Dr. İsa Coşkun:
"Ette sürdürülebilir üretim
yapısına ihtiyaç var"
- 38 Gelenekten geleceğe: Namet
- 40 Gizem Kahraman ve Gizem Şahin
/ Döhler Türkiye: Et ürünlerinde
yeni bir dönem: Diyet liflerinin
gücü ve Döhler'in doğal çözümleri
- 42 Şap hastalığı et sektörünü vurdu
- 44 JRS Türkiye Gıda Departmanı
Satış Müdürü Onur Polat: "JRS
Türkiye et ürünlerinde katma
değer yaratan çözümler sunuyor"

- 46 Baharat sektöründe güçler
birleştirildi
- 48 BESD-BİR: "Hijyen
kurallarına uyulduğu sürece
piliç etinde risk yok"
- 49 Lezita yenilikçi ürünleriyle Avrupa
pazarında
- 50 Nişantaşı Üniversitesi Aşçılık
Meslek Yüksekokulu Öğretim
Görevlisi/Chef Mustafa Tezel:
"Sos dünyasında baş döndüren
değişim yaşanıyor"

BAKLİYAT ve KURU GIDA & ZEYTİNYAĞI ve BİTKİSEL YAĞLAR

- 54 Ulusal Baklagil Konseyi Başkanı
Abdulah Özdemir: "Bakliyat
üretimimiz 1 milyon tonun altında
gerçekleşecek"
- 57 Zeytinyağı ihracatında
yüzde 28 gerileme
- 58 Doç. Dr. Cansu Ekin Bonacına:
Bitkisel yağlarda 3-MCPD ve Glisidil
esterler laboratuvarları kurulmalı"

HABERLER

- 24 GEA, İzmir'de pistonlu
kompresör paket montaj hattını
hizmete açtı
- 62 Prof. Dr. Nevzat Artık:
"Marka yatırımı yoksa
coğrafi işaret anlamsız"
- 64 Yiyeceklerin görünüşü
dünyayı kurtarır mı?

IMCD Türkiye, yenilikçi ve sürdürülebilir çözümleriyle her türlü tüketicinin çözüm ortağı olmaya devam ediyor. Yeni trendlere uygun ürünlerle portföyünü genişleten IMCD, büyüme adımlarını sürdürülebilirlik için atıyor. Teknik satış ekiplerimiz ile sektördeki yenilikleri sizlerle buluşturuyoruz.





EDİTÖRDEN

Bakliyat üretimi alarm veriyor

Dünyada son 35 yılda bakliyat ekili alanlar %40 artarken, Türkiye’de tersine bir durum yaşanıyor. Bakliyat ekim alanlarımızda %57 azalma yaşandı. Dünya bakliyat üretimi aynı dönemde %69 yükselerek 94 milyon tona ulaşırken, ülkemizde ise %33 oranında azalarak 2024 yılında 1 milyon 345 bin tona düştü. Ulusal Baklagil Konseyi Başkanı Abdullah Özdemir, 2025 yılı içerisinde başta kuraklık olmak üzere iklim değişikliğinin olumsuz etkileri ve buna eklenen zirai don felaketinin, birçok ürün grubunda olduğu gibi bakliyat üretiminde de ciddi kayıplara yol açtığını belirtiyor.

TÜİK tarafından yayınlanan Bitkisel Üretim İkinci Tahmin Raporu’na göre, 2025 yılında ülkemizin bakliyat üretiminin %31 azalışla 927 bin tona gerilemesi beklendiğini açıklayan Özdemir, “En önemli ürün olan nohut üretiminin %29 azalarak 406 bin tona, kırmızı mercimeğin %43 düşerek 230 bin tona, kuru fasulyenin %11 azalarak 247 bin tona ve yeşil mercimeğin %58 azalarak 30 bin tona gerilemesi öngörülmektedir. Buna karşın, sahadan gelen değerlendirmeler tablonun daha da olumsuzlaşabileceğine işaret etmektedir” diyor.

Bakliyat, 1980’li yılların başından 1990’lı yılların ilk yarısına kadar Türkiye’nin tarımsal üretim ve ihracatının en önemli kalemlerinden biri konumundaydı. O dönemlerde ülkemizde 2,5 milyon ton civarında bakliyat üretilirken, bunun yarısı ihraç ediliyordu; ithalat söz konusu değildi. Özellikle nohut ve mercimekte dünyanın üretim ve ihracat merkezi olan ülkemiz her iki üründe de açık ara liderdi. 1994 yılında sona eren Nadas Alanlarının Daraltılması Projesi’yle aynı yıl TMO’nun bakliyatı alım kapsamından çıkarması, başta mercimek ve nohut olmak üzere kuru baklagillerin çiftçiler açısından cazibesini azalttığına dikkat çeken Abdullah Özdemir, “Sonuç olarak daha önce belirtildiği üzere, bakliyat ekili alanlarında %57 ve bakliyat üretiminde %33 oranında düşüş meydana gelmiştir” diyor.

Dünyada bakliyat üretimi ve ticaretinde üstünlüğü elinde bulunduran Kanada, Avustralya, Rusya, Meksika, Arjantin ve Kazakistan gibi ülkelerin, bu ürünlere özel önem göstererek araştırma çalışmalarına büyük kaynaklar ayırırken, güçlü bir alt yapı oluşturmuş durumdalar. Bu sayede üreticilerini destekleyerek üretimlerini ve ihracatlarını artırırlar. Bu gerçeğe işaret eden Ulusal Baklagil Konseyi Başkanı Abdullah Özdemir, son 17 yıldır 1 ila 1,3 milyon ton arasında dalgalanan ve bu yıl 1 milyon tonun altına düşmesi beklenen bakliyat üretimini mutlaka artırması gerektiğinin altını çiziyor. Özdemir, “Yeni destekleme modeli kapsamında diğer stratejik ürün grupları olan hububat ve yağlı tohumlara kıyasla daha düşük katsayılarla desteklenen bakliyat (kuru fasulye hariç), şu aşamada çiftçileri yeterince teşvik etmemektedir. Bu nedenle bakliyata verilen desteklerin yeniden ele alınmasını talep ediyoruz” diyor.

BİRÇOK ÜRÜNÜN İTHALATINDA ARTIŞ

CHP Niğde Milletvekili ve TBMM Tarım, Orman ve Köyışleri Komisyonu Üyesi Ömer Fethi Gürer, TÜİK verilerine göre 2024 ve 2025 yıllarında ithalatın birçok üründe arttığını belirtiyor. Nohutta 2024 yılında 12 bin ton olan ithalatın 2025’in ilk 8 ayında 31 bin tona yükseldiğini; ayçiçek yağında 2024’te 2 milyon 951 bin ton ithalat yapılırken, bu yılın ilk 8 ayında 2 milyon 138 bin ton ithalat gerçekleştiğini dile getiren Gürer, “Kuru soğan bile ithal ediyoruz. Geçen yıl 3 bin 554 ton soğan ithal ederken bu yılın ilk 8 ayında 2 bin 695 ton soğan ithal edilmiş” diyor. Pamukta ithalatın 762 bin tondan 971 bin tona çıktığını belirten Gürer, kırmızı mercimek, kuru fasulye, ceviz ve elma gibi ürünlerde de dışa bağımlılığın sürdüğünü söyleyerek; “Kuru fasulyede 2024 yılında 6 bin 703 ton ithalatımız varken bu yılın 8 ayında 3 bin 292 ton kuru fasulye ithal etmişiz. Kırmızı mercimek, anavatani Anadolu olan kırmızı mercimekte geçen yıl 543 bin 303 ton ithalat yapılırken bu yılın 8 ayında 301 bin 759 ton ithalat yapmışız” ifadelerini kullanıyor.

Ömer Fethi Gürer, çiftçinin üretimden kazanç sağlayamadığı için ürün deseninin bozulduğunu belirterek, “Üretici düşük alım fiyatları nedeniyle ürettiği üründen para kazanamıyor. Bu durumda çiftçi, ihtiyaç duyulan ürünü değil, kazanç sağlayabileceği ürünü ekmeye yöneliyor. Bu da üretimde dengesizlik ve arz açığına yol açıyor. Oysa Türkiye’nin toprağı, suyu, iklimi var. Yeter ki üreticiye gerçekçi destek verilsin, girdi maliyetleri düşürülsün, üreten sahiplenilsin” şeklinde konuşuyor.

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

Adana Büro

Burhan AVŞAR (Temsilci)

(0532 441 40 92)

Abone (Subscription)

0212 283 55 65

Yönetim Yeri

ESM Ltd. Şti.

İnönü Cad. Yıldırım İşhanı 11/1

4. Levent- İSTANBUL

Tel: (0212) 283 55 65 (pbx)

Fax: (0212) 282 36 18

e-mail: gida@esmyayincilik.com.tr

Baskı ve Cilt: ŞAN MATBAA

Anadolu Caddesi No: 50/3

Kağıthane / İSTANBUL

Gıda Teknolojisi yılda 6 sayı yayımlanır.

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

YEREL SÜRELİ

ISSN 1301 - 1782

Hayali olanlara
yeni bir başlangıç

ASLI'DA DÜKKAN SENİN.

Sermayeye
gerek yok

Dükkan
kurulum
masrafları
ASLI'dan

90 günde
mağaza
teslim



YENİ
FRANCHISE
MODELİNE
BAŞVURMAK
İÇİN



*Taraflar arasındaki hak ve yükümlülükler, yalnızca imzalanacak yazılı sözleşme hükümleri ile bağlayıcı hale gelir. Tanıtım materyallerindeki ve web sitesindeki ifadeler herhangi bir taahhüt niteliği taşımamakta olup, sözleşme metni esas alınacaktır. Nihai hak ve yükümlülükler, yalnızca yetkili temsilciler tarafından imzalanmış sözleşme ile doğacaktır. Ayrıca "hava parası" adı altında herhangi bir bedel alınmayacak olup, sözleşmede açıkça belirtilen periyodik ödemeler tahsil edilecektir. Mağaza teslim süresi fiziki şartlar ve diğer etkenlere göre değişiklik gösterebilir.

asli.com.tr/dukkansenin



Prof. Dr. Mehmet Pala
mpala@superonline.com

DEĞİŞEN DÜNYADA GIDA SANAYİNİN DÖNÜŞÜMÜ

Türkiye’de son yıllarda hızla değişen demografik yapı, kentleşme dinamikleri, kadın istihdamındaki artış, yalnız yaşayan bireylerin çoğalması ve gelir dağılımındaki farklılaşmalar, gıda tüketim alışkanlıklarını köklü biçimde dönüştürmektedir. Artık yalnızca ne yediğimiz değil, neden ve nasıl yediğimiz de değişiyor. Tüketici profili, tıpkı dünyanın birçok ülkesinde olduğu gibi Türkiye’de de zaman sıkıntısı yaşayan, sağlığına özen gösteren, bütçe bilinci yüksek ve deneyim arayışında olan bir yapıya evrilmektedir. Ancak Türkiye’nin sosyo-kültürel dokusu ve ekonomik koşulları, bu dönüşümün kendine özgü bir biçim kazanmasına yol açmaktadır.

Yaşlanan nüfus bu değişimin önemli bir yönünü oluşturuyor. Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre, 65 yaş üzeri nüfusun toplam içindeki oranı son 10 yılda belirgin biçimde artmıştır. Bu grubun beslenme tercihleri, düşük tuzlu, yüksek proteinli, lifli ve fonksiyonel bileşen içeren ürünlere yönelmiştir. Sindirimi kolaylaştırılmış süt ürünleri, kemik ve eklem sağlığını destekleyen içecekler, kolesterol dengeleyici tahıl karışımları gibi gıdalar giderek daha fazla talep görmektedir. Yaşlı tüketiciler için artık sadece “sağlıklı” değil, aynı zamanda “rahat ve keyifli tüketim” sağlayan ürünler de önem kazanmaktadır.

Buna karşılık, Türkiye’de azalan doğurganlık oranı ve küçülen hane yapısı, farklı bir tüketim modelini ortaya çıkarmaktadır. Tek başına yaşayan bireylerin sayısı artmakta, çocuk sahibi olmayan çiftler daha küçük miktarlarda ama daha kaliteli ürünleri tercih etmektedir. Bu kesim, zaman tasarrufu sağlayan, kolay hazırlanabilir ve taze ürünleri talep etmektedir. Paketli tek porsiyon yemekler, hazır salatalar, mikrodalgaya uygun dondurulmuş menüler gibi çözümler, özellikle büyük şehirlerde hızla yaygınlaşmaktadır. Kadın istihdamındaki artış da mutfaktaki alışkanlıkları ciddi biçimde değiştirmiştir. Evde yemek hazırlamaya ayrılan zaman azaldıkça, yarı hazırlanmış ve “ısıt-ye” türü ürünlere olan talep artmaktadır. Süpermarketlerde satılan şef menşeli hazır yemekler, pişirmeye hazır hamurlar, soslar ve ön haşlanmış bakliyatlar, çalışan kadınların ve genç profesyonellerin mutfakta geçirdiği süreyi kısaltırken, aynı zamanda pratiklik sunmaktadır.

Genç kuşaklar ise yemeği yalnızca bir beslenme ihtiyacı olarak değil, bir deneyim olarak görmektedir. Z kuşağı ve genç Y kuşağı, farklı kültürlerin mutfaklarını denemekten hoşlanmakta ve geleneksel tatların ötesinde yeni lezzet arayışlarına yönelmektedir. Bu kuşak için gıdanın hikayesi ve ambalajı da önemlidir. Sosyal medya platformlarında gördükleri tarifleri evde denemek, küresel tatları yerel

malzemelerle harmanlamak ve kendine özgü yeni lezzetler yaratmak, onların tüketim anlayışını belirlemektedir. Pandemi sonrasında evde yemek pişirme alışkanlığı yeniden canlansa da bu kez “kolaylaştırılmış mutfak” anlayışı öne çıkmıştır. Tüketiciler, zahmetsiz şekilde sağlıklı ve lezzetli bir öğün hazırlamak istemektedir. Önceden doğranmış sebze karışımları, pişmeye hazır soslar, dondurulmuş ev yemekleri ve pişirme setleri bu ihtiyacı karşılamaktadır.

Sağlık bilinci, Türkiye’de tüketici davranışlarını belirleyen en güçlü unsurlardan biri haline gelmiştir. Pandemi sonrasında bağışıklık sistemini güçlendiren, sindirim sağlığını destekleyen ve zihinsel performansı artıran ürünlere olan ilgi hızla artmıştır. Bu kapsamda yaşlı nüfusa yönelik kemik ve eklem sağlığını koruyan süt ürünleri, gençlere yönelik enerji ve odaklanma sağlayan içecekler, kadınlar için hormonal dengeyi destekleyen bitkisel karışımlar, “drug-food” kategorisine yaklaşan yeni nesil fonksiyonel ürün örnekleridir. Ayrıca temiz etiketli, katkısız, düşük şekerli ve düşük glikemik indeksli ürünlere yönelim de dikkat çekicidir. Günümüzde Türk tüketicilerinin önemli bir bölümü, ürün etiketlerini okuyarak satın alma kararı vermektedir. Bu durum, gıda sanayinin üretim süreçlerinde şeffaflık, güven ve sürdürülebilirlik ilkelerini daha fazla ön plana çıkarmasını zorunlu kılmaktadır.

Bu değişimlerin tümü, Türkiye gıda sanayi için yeni bir dönemi işaret etmektedir. Artık pazarın merkezinde akıllı, bilinçli, zamanı kıymetli, sağlığını önemseyen ve aynı zamanda lezzetten vazgeçmeyen bir tüketici profili vardır. Bu profil, hem yaşlı hem de genç kuşaklara aynı anda seslenen hem fonksiyonel hem keyifli ürünleri talep etmektedir. Dolayısıyla gıda sektörü, ürün geliştirme stratejilerini bu çok katmanlı beklentilere göre yeniden kurgulamak durumundadır.

Sonuç olarak, Türkiye’de gıda tüketimi artık yalnızca fizyolojik bir ihtiyaç değil; zaman yönetimi, sağlık arayışı, kültürel keşif ve yaşam tarzının bir ifadesi haline gelmiştir. Bu dönüşüm, gıda sanayine yeni bir sorumluluk da yüklemektedir: toplumun değişen yapısını iyi anlayan, tüketiciye sadece ürün değil anlam sunan bir yaklaşımı benimsemek. Çünkü geleceğin başarılı markaları, yalnızca ne sattığıyla değil, insanlara ne hissettirdiğiyle hatırlanacaktır.

Çözüm odaklı Yenilikçi Proaktif



Her üründe yeni bir başarı hikayesi yazmak için uzmanlarımız, laboratuvarlarımız, geniş portföyümüz ve yenilikçi fikirlerimizle müşterilerimizin yanındayız.

Dünyanın önde gelen hammadde üreticilerinin temsilcisi olarak, Türkiye'deki gıda ve içecek üreticilerine kıvam vericilerden doğal tatlandırıcılara, aromalardan fonksiyonel bileşenlere kadar uzanan geniş bir ürün portföyü sunuyoruz.

70'ten fazla uygulama merkezinden oluşan global laboratuvar ağıımız, pazar ve tüketici ihtiyaçlarına uygun yenilikçi ve sürdürülebilir çözümler geliştiriyor. İstanbul'daki gıda laboratuvarımız ve ödüllü teknik ekibimiz, ürün denemeleri, karşılaştırmalar, formülasyon iyileştirme ve geliştirme çalışmalarının yanı sıra teknik eğitimler ile müşterilerimize maliyet, performans ve üretim alanlarında destek oluyor. Ayrıca pazar trendlerine uygun yeni formülasyonlar geliştirerek ürün geliştirme çalışmalarına önemli katkılar sağlıyor.

Daha fazlası için
azelis.com'u ziyaret edin
veya QR kodu tarayın.



Innovation
through
formulation

Kaan Sidar yeniden TUGİS Başkanı seçildi

Türkiye Gıda Sanayi İşverenleri Sendikası'nın (TUGİS) 36. Olağan Genel Kurulu'nda Kaan Sidar oy birliğiyle yeniden başkan seçildi. 35. dönemde üye sayısını 55'ten 110 üyeye çıkaran TUGİS'in yeni döneminde; gıda güvenliği, sürdürülebilir üretim, dijitalleşme ve verimlilik başlıklarında kamu-özel sektör iş birliğinin daha da güçlendirilmesi hedefleniyor. Derneğin yönetim kurulu ise Necdet Buzbaş (YK Başkan Vekili), Aydın Acun (YK Başkan Vekili), Mehmet Tütüncü, Ahmet İnce, Melis Yasa, Nazmi Civil, İsmail Başaran ve Osman Yeşiltaş'tan oluştu. Kaan Sidar yaptığı açıklamada; "TUGİS çatısı altında bir araya gelmemizi sağlayan ortak değerler, bugün bizi daha güçlü, daha dayanıklı ve daha kararlı bir noktaya taşıyor. Şahsıma ve yönetim kurulumuza bir kez daha güven göstermiş olmanız büyük bir onurdur" ifadelerini kullandı. Sendikanın son dönemde gıda güvenliği, istihdam politikaları, sürdürülebilir üretim ve verimlilik gibi alanlarda önemli çalışmalar yürüttüğünü belirten Sidar, "Önümüzdeki dönemde kamu-özel sektör iş birliğini daha da güçlendirip, mevzuat geliştirme süreçlerine aktif katkı sunmaya devam edeceğiz" dedi.



Yemeksepeti'ne yeni genel müdür

Türkiye'nin sevilen online yemek sipariş markalarından Yemeksepeti'nin genel müdürlüğü görevine, gıda teknolojileri ve uluslararası pazar yönetimi alanlarında 15 yılı aşkın deneyime sahip Oytun Çalapöver atandı. Oytun Çalapöver, kariyeri boyunca start-up ve scale-up (büyüme odaklı) şirketlerde üst düzey yöneticilik yaptı. Avrupa, Orta Doğu, Afrika (EMEA), Amerika ve Asya-Pasifik (APAC) bölgelerinde stratejik liderlik rolleri üstlenen Çalapöver, uluslararası ekiplere liderlik etme konusunda kanıtlanmış bir başarı geçmişine sahip. Koç Üniversitesi Ekonomi Bölümü mezunu olan Oytun Çalapöver, Teksas Üniversitesi'nde MBA derecesini tamamladı.

Tarımda kadın girişimcilere güçlü destek

Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) ve Migros iş birliğiyle bu yıl altıncısı düzenlenen 'Tarımda Kadın Girişimci Geliştirme ve Hızlandırma Programı', İstanbul'da gerçekleştirildi. Yoğun bir eğitim programının uygulandığı iki günlük kampa 26 şehirden 36 kadın girişimci katıldı. Kampı başarıyla tamamlayan katılımcılar arasından seçilecek 15 kadın girişimci bir sonraki aşamada mentor desteği alacak. Migros, kampa katılan ve kalite standartlarına uygun üretim yapan tüm girişimcilere ürünlerini Türkiye'nin dört bir yanındaki mağazalarında satış imkânı sunacak. KAGİDER Yönetim Kurulu Başkanı Esra Bezircioğlu, "Kadın girişimciliğinin tarımda yenilik, sürdürülebilirlik ve verimlilik açısından stratejik bir rol üstlendiğine inanıyoruz. Migros iş birliğiyle hayata geçirdiğimiz 'Tarımda Kadın Girişimci Geliştirme ve Hızlandırma Programı', kadınların üretimden pazarlamaya, markalaşmadan dijitalleşmeye kadar her aşamada güçlenmelerine katkı sağlıyor" diye konuştu.



Sütaş'tan "Cumhuriyet Dönemi Sütçülüğüne Bakış" belgeseli

50 yılını kutlayan Sütaş'ın katkılarıyla hazırlanan "Cumhuriyet Dönemi Sütçülüğüne Bakış (1923-1939)" adlı belgesel; Cumhuriyet'in ilk yıllarında tarım ve sütçülükte başlayan dönüşümü; tarihsel belgeler, arşiv görüntüleri ve uzman görüşleriyle ele alarak, Türkiye'nin tarımsal kalkınma yolculuğuna ışık tutuyor. 1923-1939 yılları arasında tarım ve hayvancılığın gelişimi hedefiyle atılan adımları inceleyen belgeselin yapımcılığını Was Medya, yönetmenliğini Cem Fakir, görüntü yönetmenliğini ise Gökhan Tarkan Karaman üstlendi. Mustafa Kemal Atatürk'ün konuşmalarına, Atatürk Orman Çiftliği ile Ziraat Fakültesi arşiv görüntülerine, 1931-1937 ve 1939-1942 dönemlerinde Tarım Bakanı olarak görev yapan Reşat Muhlis Erkmen ile gerçekleştirilen röportaj kayıtlarına yer verilen belgesel, Cumhuriyet'in ilk yıllarındaki üretim ruhunu ve kalkınma vizyonunu bugüne taşıyor. Alanında uzman akademisyenlerin röportajlarıyla zenginleşen yapım, tarımın ülkenin kalkınmasındaki belirleyici rolünü ortaya koyuyor.



Michelin Rehberi 2026 Türkiye seçkisi açıklandı

Michelin Rehberi 2026 Türkiye seçkisi, 4 Aralık Perşembe akşamı Four Seasons Hotel İstanbul At The Bosphorus'ta Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy'un katılımıyla düzenlenen törenle açıklandı. Seçkide iki Michelin yıldızına sahip 2 restoran, bir yıldızla sahip 15 restoran, Bib Gourmand dereceli 39 restoran ve yeşil yıldızlı 13 restoran yer aldı. Türkiye'deki tavsiye edilen mekan sayısı bu sene 38 yeni işletmeyle birlikte 115 restorana ulaştı. Bu yılla beraber Türkiye rehberine toplamda 171 restoran seçilmiş oldu. Bu yılki seçki, Kapadokya'dan ilk kez listeye giren restoranlar dahil olmak üzere toplam 54 yeni restoranı içeriyor.



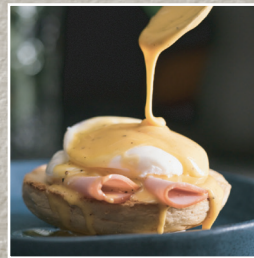
Peynir Mayaları

Starter Kùltürler

EMC & EMB (Enzim Modifiye Peynir & Tereyağ)

Stabilizer & Emùlsifiyer Karışımlar

Doğal Gıda Koruyucuları



Nestlé Türkiye’de üst düzey atama

Nestlé, Türkiye organizasyonunda önemli bir atama gerçekleştirdi. 2006 yılından bu yana Nestlé’nin farklı iş birimlerinde üstlendiği görevlerle şirketin büyüme ve dönüşüm yolculuğunda aktif rol oynayan Gizem Kartal Sukan, Nestlé Waters & Premium Beverages Satış Direktörü olarak atandı. Kartal, Nestlé’deki kariyerine 2006 yılında kanal ve kategori satış geliştirme uzmanı olarak başladı. 2017’de çikolata ve şekerleme iş birimi kategori satış geliştirme lideri olarak görevine devam eden Kartal, 2018–2023 yılları arasında pazarlama lideri pozisyonunda iş biriminin büyüme yolculuğunda önemli bir rol üstlendi. Gizem Kartal Sukan daha sonra Nestlé Waters & Premium Beverages Pazarlama Lideri görevini üstlendi. Erikli’nin premium konumlandırma yaklaşımına ve dijitalleşme yolculuğuna öncülük eden Kartal, Erikli & S.Pellegrino için Türkiye pazarına özgü dual modelin oluşturulmasında rol oynadı, premium ev dışı tüketimde önemli iş birlikleri geliştirdi.



TÇE: Türkiye’de öğrencilerin gıda yoksulluğu riski artıyor

Toplum Çalışmaları Enstitüsü’nün (TÇE), OECD ve PISA verileriyle hazırladığı analiz, Türkiye’de öğrencilerin yaşadığı gıda yoksulluğunun boyutunu ortaya koydu. Türkiye, 60 ülke arasında en çok öğün atlayan öğrenciye sahip 5. ülke konumunda bulunuyor. Toplum Çalışmaları Enstitüsü Yönetim Kurulu Üyesi ve Analisti Yağmur Uzunırmak, PISA verilerini son yıllardaki gıda enflasyonu ile birlikte değerlendirerek Türkiye’de öğrencilerin gıda yoksulluğunun derinleştiğini vurguladı. OECD-PISA testleri belirli periyotlarla uygulandığından, öğrencilerin gıda yoksulluğuna ilişkin en güncel mikro verinin 2022 yılına ait olduğunu kaydeden Uzunırmak, “2022

PISA verilerine göre Türkiye’de öğrencilerin %11’i, son 30 gün içinde parasızlık nedeniyle haftada en az bir öğün atladığını bildirmiştir. OECD ortalamasının yalnızca %3 olduğu düşünüldüğünde ülkemizin bulunduğu konum dikkat çekici bir soruna işaret ediyor. Ancak 2022 sonrası dönemi de kapsayan karşılaştırmalı gıda enflasyonu verileri dikkate alındığında, Türkiye’de öğrencilerin gıda yoksulluğu riskinin 2022’ye kıyasla daha da yükselmiş olabileceği makul bir değerlendirme olarak ortaya çıkmaktadır” dedi.



Keskinoglu’dan Avrupa’ya pastörize sıvı yumurta ihracatı

Türkiye’nin önde gelen yumurta ve piliç eti üreticilerinden Keskinoglu, kendi tesislerinde ürettiği pastörize sıvı yumurta ürünlerini Avrupa pazarına ihraç etmeye başladı. Sürdürülebilir büyüme ve globalleşme vizyonunun önemli bir adımı olan bu gelişmeyle birlikte Keskinoglu, kalite ve güven odaklı üretim yaklaşımını uluslararası arenaya taşımayı hedefliyor. Keskinoglu Yumurta Grubu Direktörü Burak Özkan konuya ilişkin yaptığı açıklamada; “Yumurta üretimindeki yüksek kalite standartlarımız, kendi yumurtalarımızla ürettiğimiz pastörize sıvı yumurta ürünlerimize de birebir yansıyor. Kasım ayı itibarıyla bu ürün grubunu da ihracat faaliyetlerimize dahil ettik. Hijyenin yanında zaman ve iş gücü tasarrufu sağlaması nedeniyle tercih edilen pastörize sıvı yumurta ürünlerimiz, pratik ambalajlarıyla mutfaklarda kullanım kolaylığı sunarken aynı zamanda kalite ve güvenliği garanti ediyor. Ürünlerimiz müşterilerimize maliyet avantajı da sağlıyor” dedi.



Zayıflama kahvesine ilişkin kritik uyarı

Türk Eczacılar Birliği, “doğal ve bitkisel” adı altında satılan ürünlerine ilişkin uyarıda bulundu. Sosyal medyada ‘doğal’ veya ‘tamamen bitkisel’ gibi aldatıcı ifadelerle pazarlanan ürünlerin metabolizmayı hızlandırdığı iddiasıyla ciddi sağlık riskleri taşıdığı kaydedilen açıklamada, 32 yaşındaki bir vatandaşın, ‘zayıflama kahvesi’ kullanımı sonrası kalbinin durması nedeniyle entübe edildiğine dikkat çekildi. Bitkisel veya çay-kahve şeklinde tanımlan ürünlerin zararsız olmadığına vurgu yapılan açıklamada; “İnternetteki ‘kolay çözüm’, ‘sihirli formül’ ve sağlık beyanı vaatleri yanıltıcıdır. Vitamin, mineral ve bitkisel ürünler Sağlık Bakanlığı denetiminde olmalıdır. Sağlığınızı riske atmayın: Bu ürünleri sadece hekim ve eczacı danışmanlığıyla kullanın” ifadelerine yer verildi.



PepsiCo Türkiye 1.6 milyar litre su tasarrufu yapacak

PepsiCo Türkiye, Net Su Pozitif vizyonu doğrultusunda Doğa Koruma Merkezi iş birliğiyle hayata geçirdiği Bir Damla Bir Dünya Projesi ile fabrikalarında kullandığı suyu %100’e varan oranlarda doğaya geri kazandırırken, 2024 yıl sonu itibarıyla Doğa Koruma Merkezi verisine göre 735 milyon litre su tasarrufu sağladı. Bu yıl sonunda ise toplamda 1.6 milyar litre yani 674 olimpik havuza karşılık su tasarrufu yapılması bekleniyor. PepsiCo Türkiye Genel Müdürü Ergün Günay, “Bu somut sonuçlar, su yönetimini stratejik bir öncelik olarak ele aldığımızın ve sahada gerçek etkiler ürettiğimizin en net göstergesi. Önümüzdeki dönemde projeyi daha fazla bölgeye yayarak hem doğaya hem de yerel üreticilere destek vermeye kararlıyız” dedi.



SORTEX SPARK Pro+



SORTEX J SpectraVision

Atomika Makina – Teknoloji, güven ve deneyimin buluşma noktası



SORTEX R500



SORTEX F PolarVision



**SORTEX H
Spectra
Vision**

Atomika, Sortex teknolojisinin Türkiye'ye kazandırdığı kalite anlayışıyla,
gıda ve tarım işletmelerimizin ürünlerini uluslararası pazarlara güvenle ulaştırmasına katkı sağlıyor.

Yaşam Cad. Akplaza No: 7/17 Söğütözü 06520 / ANKARA
Tel: +90 312 219 06 00 Fax: 090 312 219 01 00
info@atomika.com.tr

www.atomika.com.tr

Atomika
ATOMİKA MAKİNA TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ

Dimes yeni logo ve sloganını tanıttı

Türkiye'nin önde gelen meyve suyu markalarından Dimes, canlılık ve dönüşüm ruhunu yansıtan yeni logosunu ve sloganını tanıttı. Dimes'in keskin köşeler ve öngörülebilir sınırlar içermeyen yeni logosu, sonsuz dönüşüm döngüsünü ve kapsayıcı kolektivizmi vurgulayan daire formu, devinimi simgeleyen dalgalar, bu

yaklaşımla bütünleşen daha canlı renkler ve modern, samimi hatlara sahip tipografiyle tasarlandı. Markanın kendi gibi olmanın gücüne olan inancı da "İçecek Bi'Şey" sloganıyla somutlaştı. Dimes markasının zamanın ve normların ötesinde yaşayan ruhunu yansıtan bu değişiminin, bir konumlama lansmanından çok öte, yeni bir dönemin başlangıcı olduğunu vurgulayan şirketin CMO'su (Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı) Duygu Süleymanoğlu, "Bu değişim, markamızın yaşayan ruhunu, hep birlikte değer yaratma gücümüzü ve birlikte gelişen kültürümüzü simgeliyor. Keskin köşelerle belirlenmiş kesin kurallara, kısıtlayıcı kalıplara ve mutlak kabullere inanmıyoruz. Küresel bir içecek ve gıda markası olma yolculuğumuzda, bilinen pazarlama kurallarına uymadan kendi yolumuzu çizmeye devam edeceğiz" dedi.



Emir Turan, Belçika'nın Eskişehir fahri konsolosu oldu

Belçika, ETİ Yönetim Kurulu Başkan Vekili Emir Turan'ı "Eskişehir Fahri Konsolosu" olarak atadı. Atamaya ilgili olarak düzenlenen resepsiyonda konuşan Turan, Eskişehir'in ekonomik potansiyelini, girişimci ruhunu ve zengin kültürel mirasını Belçika'da daha fazla tanıtmak ve Belçika'nın sunduğu fırsatları Eskişehir'e taşımak için çaba göstereceğini söyledi. Resepsiyonda konuşma yapan Eskişehir Valisi Hüseyin Aksoy, Belçika Fahri Konsolosluğu'nun

Eskişehir'de açılmasının şehir için önemli bir kazanım olduğunu ifade ederek Eskişehir'in sosyal, ekonomik ve kültürel dinamizmiyle Türkiye'nin önde gelen şehirlerinden biri olduğunu vurguladı. Belçika Büyükelçisi Hendrik Van de Velde de ise, "Fahri konsolosluk görevi yalnızca törensel bir unvan değildir, gerçek bir misyondur. İnsanları bir araya getirmek, zorluk yaşayanlara destek olmak, başarıları, fikirleri ve dinamizmi görünür kılmak ve nihayetinde dünyamızı daha güçlü ve daha insani kılan köprüler kurmak anlamına gelir. Eskişehir ve onun dinamik bölgesiyle birlikte bu misyon gerçek anlamda karşılığını buluyor" dedi.



Mondelēz International Türkiye'nin yönetimi Evgeny Kapustin'e emanet

Mondelēz International, Türkiye ve Avrasya bölgesindeki operasyonlarının başına 25 yılı aşkın uluslararası pazarlama ve yönetim deneyimine sahip olan Evgeny Kapustin'in atandığını duyurdu. Kapustin, aynı zamanda Mondelēz International Türkiye'nin genel müdürlük görevini de üstlenecek. St. Petersburg Devlet Üniversitesi Ekonomi Fakültesi'nden onur derecesiyle mezun olan Kapustin, ardından Orkla Brand School ile Nestlé Brand School programlarını tamamladı. Kariyerine Carlsberg grubunda başladı, sonrasında Nestlé, PepsiCo ve Mondelēz International gibi dünyanın önde gelen şirketlerinde çeşitli liderlik pozisyonlarında bulundu. Evgeny Kapustin, Mondelēz bünyesinde daha önce Doğu Avrupa çikolata kategori direktörü, Doğu Avrupa şekerleme başkan yardımcısı ve ABD'de Clif markasından sorumlu pazarlama başkan yardımcısı olarak görev yaptı. Kapustin, yeni görevinde 11 ülkeyi kapsayan geniş bir coğrafyada şirketin sürdürülebilir büyüme stratejisini yönetmekten finansal performans ve marka liderliğini güçlendirmekten sorumlu olacak.



Çitlekçi'den İstanbul'a ilk şube

Tunçlar Holding bünyesinde faaliyet gösteren Çitlekçi, İstanbul'daki ilk mağazasını Ataşehir'de açtığını duyurdu. Marka, geleneksel lezzetleri modern mağazacılık anlayışıyla buluşturduğu şubesinin 1.500 metrekarelik alanda hizmet verdiğini bildirdi. Otoparkı da bulunan şube, kuruyemiştan atıştırmalığa yüzlerce ürünü tek çatı altında sunuyor. Tunçlar Holding Yönetim Kurulu Başkanı Abdullah Tunç yaptığı açıklamada; "Türkiye'nin farklı şehirlerinde başarıyla uyguladığımız bu modeli, şimdi İstanbul Ataşehir'e taşımaktan büyük gurur duyuyoruz. Bu şube, metropolde bu ölçekte ve donanımda açılan ilk kuruyemiş mağazası olma özelliğini taşıyor" ifadelerini kullandı.



Ahmad Tea, Türkiye'de büyüme hedefliyor

Premium çay sektörünün önemli oyuncularından Ahmad Tea, Türkiye'deki varlığını güçlendirerek çayseverlere kalite, zarafet ve tutkunun bulunduğu bir deneyim sunmayı hedefliyor. Ahmad Tea Direktörü Mostafa Afshar, Türkiye'deki güçlü çay kültürünün kendi değerleriyle uyum içinde olduğunu belirterek; "Buradaki hedefimiz, markamızı sadece bir çay markası olarak değil, kalite ve özenin sembolü olarak konumlandırmak. Türk tüketicisinin rafine damak zevki ve çaya olan tutkusu, bizim için ilham verici. Premium karışımlarımız ve lezzet tutkumuzla Türkiye'de uzun soluklu bir hikâye yazmayı hedefliyoruz. Önümüzdeki beş yılda, Türkiye'nin en güçlü büyüme pazarlarımızdan biri olmasını öngörüyoruz" dedi.

A gate of logistics opening from Türkiye to the world



www.logisticsinturkiye.com



What do you need in Türkiye?

- freight from/to Türkiye
- warehouses
- logistics partners
- companies in various services
- news ● interviews ● reports



find all on

www.logisticsinturkiye.com

contact: cemk@esmyayincilik.com.tr

BAROMETRE

GIDA FİYATLARI



Kasım ayının zam şampiyonu PIRASA

Türkiye Ziraat Odaları Birliği (TZOB) Genel Başkanı Şemsi Bayraktar, kasım ayında markette 42 ürünün 18'inde fiyat artışı, 24'ünde ise fiyat düşüşü görüldüğünü bildirdi. Kasımda fiyatı en fazla yükselen ürünün %149,5'luk fiyat artışıyla pırasa olduğunu açıklayan Bayraktar, pırasayı %118,3'le ıspanak, %71,7'yle fındık ve %58,5'le Antep fıstığının takip ettiğini söyledi. Bayraktar, kasımda üretici ve market arasındaki fiyat farkının en fazla %392,86'yla mandalinada görüldüğünü kaydederek, mandalinadaki fiyat farkını %206,87'yle portakal, %203,80'le ıspanak, %191,39'la maydanoz ve %189,17'yle havucun takip ettiğini belirtti. Kasım ayında üreticide 34 ürünün 10'unda fiyat artışı, 18'inde fiyat düşüşü ve 6 ürünün fiyatında değişim olmadığını kaydeden Şemsi Bayraktar, "Üreticide en çok fiyat düşüşü %43,1'le portakalda görülürken, bunu %38'le mandalina, %36,5'le karnabahar ve %30,8'le kabak izledi. En fazla fiyat artışı ise %34,9'la patatesten yaşandı" dedi.

İHRACAT



Çikolata ve şekerli mamullerden 2,3 MİLYAR DOLAR İHRACAT

Türkiye 2025 yılının ocak – ekim döneminde dünyanın ağzını tatlandırarak, şekerlilik mamullerinde 2,3 milyar dolarlık ihracata imza attı. Ege Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Muhammet Öztürk, çikolatalı şekerlilik ve şekerlilik mamulleri sektöründe 2025 yılı sonunda 3 milyar dolar, orta vadede ise 5 milyar dolar ihracat hedeflediklerini açıkladı. 2025'in ilk 10 aylık diliminde çikolatalı şekerlilik mamulleri ihracatı %57'lik artışla 830 milyon dolardan 1 milyar 303 milyon dolara sıçrarken, şekerlilik mamulleri sektörü ihracatta %7 düşüş yaşasa da 975 milyon dolar dövizini Türkiye'ye kazandırdı. Hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri ihracatı 2025 yılının ocak – ekim döneminde %4,4'lük artışla 10 milyar 134 milyon dolar olurken, şekerlilik mamulleri sektörü %23'lük pay aldı. Verilere göre en çok ihracat yapılan ilk üç ülke; Amerika Birleşik Devletleri, Birleşik Krallık ve Irak oldu.

TÜKETİM



Muz, Avrupalı tüketicilerin FAVORİ MEYVESİ

Avrupa'da yapılan son tüketici araştırması, muzun kıta genelinde en sık tüketilen meyve olmaya devam ettiğini gösterdi. NielsenIQ tarafından İrlanda merkezli meyve ve taze ürün şirketi Fyffes için 7 binden fazla katılımcıyla gerçekleştirilen anket, tüketicilerin %89'unun son dört hafta içinde muz yediğini ortaya koydu. Araştırma sonucuna göre elma %75'le ikinci sırada yer alırken, onu %56'yla portakal ve %44'le üzüm takip etti. Muz ayrıca ankette tüketim sıklığında da başı çekti. Katılımcılar haftalık muz tüketimini %72, aylık %95 ve üç aylık %98 olarak belirttiler; bu da her dört tüketiciden üçünün haftada, 10 kişiden dokuzunun ise en az ayda bir muz yediğini gösteriyor. Fyffes Pazarlama Direktörü Adriano Di Dia, araştırmanın muzun popülerliğini doğrulamakla kalmayıp, aynı zamanda pazarlama stratejileri ve pazar genişleme planları geliştirmede rehberlik edecek çok değerli bilgiler sunduğunu belirterek; "Bunu sektör ve perakende ortaklarımızla paylaşmaktan mutluluk duyuyoruz" dedi.

ORTA DOĞU GIDA FUARI

MFF

MIDDLE EAST FOOD FAIR

6-8 MAYIS
2026

GAZİANTEP
ORTA DOĞU FUAR MERKEZİ



NOBEL
EXPO



GAB
GÜNEYDOĞU ANADOLU
İHRACATI BİRLİKLERİ

Gaziantep
Ticaret Borsası

RESMİ HAVA YOLU

TURKISH
AIRLINES



Pekfood pizzalar yılbaşı sofralarını lezzetlendirecek

Dondurulmuş gıda sektörünün güçlü oyuncularından Pekfood sevilen pizzalarıyla yaklaşan yılbaşı sofraları için güçlü bir seçenek sunuyor. Bol malzemesi ve ince hamuruyla öne çıkan pizzalar, sofraları bekletmeden keyfi artırmaya aday. Tam otomasyon sisteminde el değmeden üretilen ve spiral dondurucuyla şoklanarak dondurulan Pekfood pizzalar, tazeliğini korumak için -20 °C'de depolanıyor ve -18 °C'de sevk ediliyor.



Şekerci Cafer Erol'dan nostaljik tatlar

Şekerci Cafer Erol, nostaljik sütlü çikolatalı gofretlerine tahinlileri de ekledi. Tahinle hazırlanan iç dolgusu ve dış kaplamasıyla lezzet severlerin beğenisine sunulan Cafer Erol tahinli gofretleri sütlü çikolatalı nostaljik gofretlere lezzetle eşlik etmeyi amaçlıyor. Markanın ürünleri, İstanbul başta olmak üzere Türkiye'deki ve dünyanın çeşitli yerlerindeki mağazalardan ve sekercicafererol.com adresinden satın alınabiliyor.



Dardanel'den jalapeno acı sevenlere sürpriz

Dardanel, Ton Poşet ailesini popülerliği giderek artan jalapeno biberiyle zenginleştirdi. Jalapeno Acı Biberli Ton Poşet, ton balığının doğallığını jalapeno'nun acısıyla zenginleştiriyor; içeriğindeki sıзма zeytinyağı ise bu ikili arasında dengeli bir uyum yaratarak damakta unutulmaz bir tat bırakıyor. 80 gramlık pakette 16 gram protein içeren ürün, yüksek miktarda Omega-3 ve beden-zihin sağlığını destekleyen mineraller içeriyor.



Rioba çay ailesine 3 yeni üye

Çay, ülkemizde günün her anına eşlik eden vazgeçilmez bir tutku. Öyle ki Türkiye en çok çay tüketen ülkelerin başında geliyor. Metro Türkiye'nin Rioba markası, bu tutkuyu daha da özel kılmak için çay seçkisine üç yeni ürün ekledi: yoğun aromasıyla Matcha, boğazı ferahlatan Nefes Harmonisi ve sakin molaların eşlikçisi Huzur Ahengi. Böylece Rioba Çay ailesi, poşet ve dökme seçenekleriyle toplam 29 farklı çeşide ulaştı.



Tavuk Dünyası'ndan yeni tat yorumları

Tavuk Dünyası, lezzetli seçeneklerden oluşan menüsünü bademli çıtır schnitzel ve Churros patatesle zenginleştirdi. Özenle marine edilen tavukların dilimlenmiş badem ve çıtır kadayıfla kaplanmasıyla hazırlanan bademli çıtır schnitzel, içi yumuşak dışı çıtır bir şekilde gurme lezzetler arayanların tercihi olmaya aday. Churros patates ise uzun formu ve kendine has dokusuyla hem sunumda hem de tatta dikkat çekiyor.



Terra Pizza menüsüne inovatif seçenekler

Tüketici beklentileriyle Ar-Ge ekibinin uzmanlığını buluşturan Terra Pizza, çıtır peynir çubukları ve Portekiz'in sevilen tatlısı Nata'yı menüsüne ekledi. Özel kaplamasıyla her ısırdıkta güçlü bir çıtırılık hissi veren çıtır peynir çubukları, içindeki sıcak ve akışkan peynir dolgusuyla dikkat çekiyor. Nata ise, Terra Pizza menüsüne klasik ve ahududu-yer fıstıklı olmak üzere iki farklı yorumla girdi.



Dr. Oetker'den pratik tavada bazlama serisi

Dr. Oetker tavada bazlama serisini tüketicilerin beğenisine sundu. Seride; klasik lezzet arayanlar için sade bazlama ve farklı tatlar arayanlara özel; kurutulmuş domates, sarımsak, fesleğen, kırmızıbiber ve kekikle zenginleştirilen Akdeniz baharatlı bazlama yer alıyor. Sadece su ve sıvı yağla tavada hazırlanabilen özel yapısı sayesinde zahmetsizce sofralara ulaşan yeni ürünler, hızlı maya içeriğiyle uzun bekleme süresini ortadan kaldırıyor.



Fersan Aronya Sirkesi raflarda yerini aldı

Aronya meyvesinden doğal fermentasyon süreciyle üretilen Fersan Detox Aronya Sirkesi, herhangi bir koruyucu ve katkı maddesi, dışarıdan eklenmiş şeker veya sirke içermiyor. Zengin polifenol içeriğiyle bağışıklık sistemini destekleyen ürün ayrıca sağlıklı yaşamı teşvik eden bir lezzet sunuyor. Aronya sirkesi; salatalarda, soslarda ve marinasyonlarda, detoks içecekleri ve smoothie tariflerinde kullanılabilir.



Godiva'dan İstanbul'a özel çikolata koleksiyonu

Premium çikolata markası Godiva, İstanbul'un çok katmanlı kültürünü hatırlatan tatları sofistike bir çikolata deneyimine dönüştürdü. Godiva İstanbul; her lokmada şehrin sıcak, çok katmanlı karakterini hissettiren özel bir lezzet yolculuğu sunmayı amaçlıyor. Yeni Godiva İstanbul Koleksiyonu, sütlü ve bitter çikolata olmak üzere iki farklı çikolatada üç ikonik tatla; fındıklı dolgu, çıtır kadayıf ve baklava parçacıklarıyla buluştu.



Red Bull Peach Edition'ın şeftali aroması yenilendi

Red Bull'un sevilen lezzetlerinden Peach Edition, yenilenen şeftali aromasıyla raflardaki yerini aldı. Ferahlatıcı aromasıyla dikkat çeken ürün, klasik Red Bull enerjisini meyvemsi bir tatla buluşturuyor. Türkiye genelindeki tüm satış noktalarında yer alan Red Bull Peach Edition, yenilenen aromasıyla hem sadık takipçilerine hem de yeni tat arayışında olanlara hitap etmeyi hedefliyor.



ETİ Gong Pops ailesi büyüyor

ETİ Gong Pops'un yeni aromalarla zenginleşen "Dünya Lezzetleri" serisi pazara sunuldu. Yeni seride; Türkiye'nin sokak klasiği sucuk ekmek, Fransa'nın gurme lezzetlerinden peynir trüf ve Hindistan'ın meşhur baharatlarından Tikka Masala yer alıyor. Her bir aromasıyla farklı ülkelerden farklı lezzet esintileri yaşatan ETİ Gong Pops; kızartılmamış patlatılıp sıkıştırılmış mısır patlağı formuyla atıştırılmalık severlerin favorisi olmaya aday.



Costa Coffee'nin kış lezzeti Caramel Nutcracker

Costa Coffee, yeni lezzeti Caramel Nutcracker'le soğuk havalara sıcak bir dokunuş katmayı amaçlıyor. Karamel ve fındıklı harmanlanan ürün; sıcak ya da soğuk latte ve sıcak çikolata seçenekleriyle servis ediliyor. Üzerindeki kremamsı dokusu, tuzlu karamel sosu ve renkli süslemeleriyle de kışın ruhunu fincana taşıyor. Caramel Nutcracker, Costa Coffee'nin İstanbul ve Bodrum'da bulunan şubelerinde satışa sunuldu.

SÜRDÜRÜLEBİLİR DEĞER ZİNCİRİ VE GIDA GÜVENLİĞİ: TEDARİKÇİ GELİŞİMİNDE KALİTEYİ PAYLAŞMAK



Dilek ÖZGEN
Aromsa Kalite Direktörü

DEĞER ZİNCİRİNDE YENİ SORUMLULUKLAR

Küresel tedarik zincirleri artık yalnızca maliyet ve hız odağında yürütülen operasyonlar olmaktan çıktı. Sürdürülebilirlik, iklim riskleri, kalite standartları, etik iş anlayışı ve günümüzde hızla yükselen bir tema olarak gıda güvenliği tedarik zincirlerinin yeni ortak dili haline geldi. Tüketici beklentilerinin artması ve regülasyonların sıkılaşması, tedarik zincirinde güvenilir, şeffaf ve yüksek standartlı üretim süreçlerini zorunlu kılıyor.

Tam da bu nedenle, şirketimizde hayata geçirdiğimiz güçlendirme programı, yalnızca tedarikçilerimizin değil; tüm değer zincirimizin geleceğe daha dayanıklı ve sürdürülebilir şekilde hazırlanmasını amaçlıyor.

SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA AMAÇLARI ODAKLI BİR YAKLAŞIM

Programımızı Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SKA) ile doğrudan ilişkilendirerek tasarladık. Özellikle:

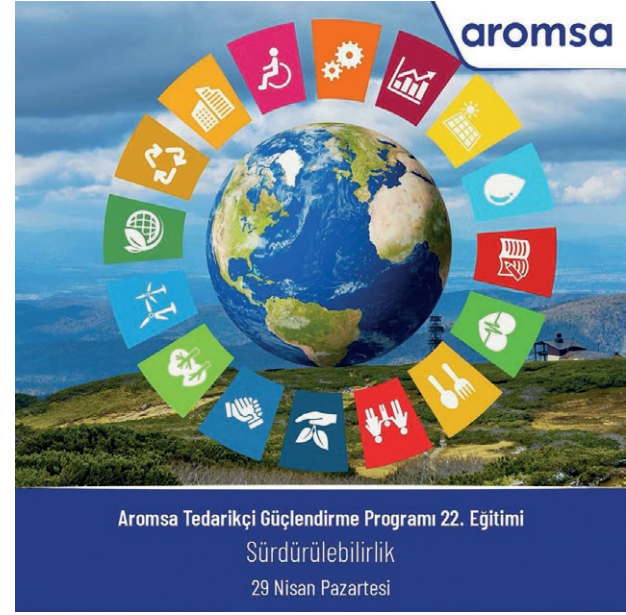
- » SKA 3: Sağlık ve kaliteli yaşam
 - » SKA 8: İnsana yakışır iş ve ekonomik büyüme
 - » SKA 9: Sanayi, yenilikçilik ve altyapı
 - » SKA 12: Sorumlu tüketim ve üretim
 - » SKA 17: Amaçlar için ortaklıklar
- Bu başlıklar programımızın temelini oluşturuyor. Bu yaklaşım sayesinde tedarikçilerimizle kurduğumuz iş birliği yalnızca ticari değil, ortak değer yaratma temelinde ilerliyor.

KALİTE VE GIDA GÜVENLİĞİ PERSPEKTİFİ: STANDARTLARIN YÜKSELTİLMESİ BİRLİKTE OLUR

Kalite bir hedef değil; sürekli iyileştirme anlayışıyla devam eden dinamik bir yolculuktur. Bu programdan beklentimiz, tedarik zincirinin tamamını güçlendirmek ve aynı kaliteyi üretme konusunda ortak bir vizyon oluşturmaktır.

Tedarikçi-Müşteri ilişkisini geliştirmek, özellikle gıda sektöründe gıdanın güvenliği, sürekliliği ve maliyet etkinliği açısından en kritik konulardan biridir. Biz Aromsa olarak, Genel Müdürlüğümüz Murat Yasa'nın öncülüğünde başlattığımız ve yaklaşık beş yıldır sürdürdüğümüz tedarikçi güçlendirme programımızın doğru ve etkili bir yaklaşım olduğunu hem görüyor hem de buna gönülden inanıyoruz.

Öyle ki, programdan maksimum faydayı sağlamak adına sınırlarımızı daha da genişlettik; ücretsiz olarak düzenlediğimiz ve bu ay 32.'sini gerçekleştireceğimiz, bugüne kadar 500'ün üzerinde katılımcıya ulaştığımız eğitimleri yalnızca tedarikçilerimize



değil, sosyal medya aracılığıyla sektör paydaşlarına ve öğrencilere de açtık.

Bu kapsamda yürütülen çalışmalar arasında aşağıdaki başlıklara yer vermeye çalıştık;

» Gıda güvenliği ve emniyeti standartları (HACCP, BRCGS, FSSC22000 vb.)

- » Gıda zincirinde risk analizi
- » İzlenebilirlik ve geri çağırma
- » Alerjenler ve bulaşanlar
- » Etkin kök neden analizi
- » Etkin iç denetim mekanizması
- » Mikrobiyolojik analizler ve Çevresel İzleme

» Temizlik-dezenfeksiyon-sterilizasyon

- » Etiketleme ve depolama hataları
- » Atık yönetimi, enerji verimliliği ve sürdürülebilirlik odaklı iyileştirmeler

Bu çalışmalar, hem tedarikçilerimizin uluslararası pazarlarda rekabet gücünü artırıyor hem de sürdürülebilirlik hedeflerimizi güçlendiriyor. Amacımız Eğitim + iş birliği + ortak hedef modeli ile sektörün gelişimi ve güçlenmesine destek vermek ve sektörde güvenliği artıran bir ilişki yaratmak.

aromsa akademi
lezzetin bilimi



Tedarikçi Güçlendirme Programı 31. Eğitimi

Etkin Kök Neden Analizi Yapmak

4 Kasım Salı 14:00 – 16:00

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK BOYUTU: KAYNAK VERİMLİLİĞİ VE ORTAK SORUMLULUK

Tedarik zincirimizin çevresel etkilerinin önemli bir bölümü tedarikçi kaynaklıdır. Bu nedenle programın odaklarından biri de: Çevresel performansın iyileştirilmesi ve kaynak kullanımının optimize edilmesi.

Öne çıkan faaliyetler şunlardır:

- » Yanlış hammadde nedeniyle oluşan ürün retlerinin azaltılması
- » Ortak hedeflerle sürdürülebilir tedarik zincirinin oluşturulması
- » Su kullanımında verimliliğin sağlanması



Aromsa Tedarikçi Güçlendirme Programı 26. Eğitimi

Validasyon ve Verifikasyon
25 Aralık Çarşamba

» Atık yönetimi ve geri dönüşüm oranlarının yükseltilmesi

» Karbon emisyonlarının ölçülmesi ve azaltım planlarının hazırlanması

Bu adımlar yalnızca kendi çevresel performansımızı değil, tedarikçilerimizin performansını da ileri taşıyor, böylece “birlikte gelişme” vizyonu pekiyor.

Sürdürülebilir Tedarik Zinciri Yönetimi daha fazlasını keşfetmek için: <https://www.aromsa.com/surdurulebilirlik/surdurulebilir-tedarik-zinciri-yonetimi/>

ÖZEL GÜNLER / FARKINDALIK BAĞLANTISI

Kalite kültürünü şirket bünyesinde ve tedarikçilerimizle birlikte güçlendirmek adına özel tarihlerde de farkındalık yaratmayı hedefliyoruz. Örneğin:

» Dünya Gıda Güvenliği Günü— küresel düzeyde gıda güvenliğini odağa alıyor.

» Dünya Kalite Günü — kalite yönetimi ve kültürünü anmak için dünyada yaygın bir etkinlik.

» Ayrıca, Kasım ayı genelinde “Kalite Ayı” olarak kalite yönetimi ve iyileştirme kültürü üzerine farkındalık etkinlikleri yer aldığına dair bilgiler mevcuttur.

TEDARİKÇİLER İÇİN KAZANIMLAR

Program, tedarikçilerimize şu net avantajları sunuyor:

- » Daha yüksek kalite standartlarına ulaşma
- » Gıda güvenliği ve sürdürülebilirlik konusunda yetkinlik kazanma
- » Uluslararası firmalarla çalışma yetkinliğinin güçlenmesi
- » Denetimlerde ve müşteri taleplerinde daha güçlü performans
- » Rekabette öne geçme fırsatı

Bu gelişim, doğrudan bizim değer zincirimize de yansıyor; daha güvenli, daha verimli ve daha sürdürülebilir bir iş modeli oluşturuyor.

Yeni Sürdürülebilirlik raporumuz Sürdürülebilir Lezzet Sanatı’nı keşfetmek ve Aromsa hakkında daha fazla bilgi edinmek için: www.aromsa.com adresini ziyaret ediniz.

aromsa akademi
lezzetin bilimi



Tedarikçi Güçlendirme Programı 29. Eğitimi

Gıda Savunması

20 Haziran Cuma 13:30-15:30

SONUÇ: ORTAK BAŞARI, ORTAK SORUMLULUK

Sürdürülebilirlik; yalnızca şirket içi operasyonla sınırlı değil, değer zincirimizin tüm halkalarının gelişimiyle mümkün. Bu anlayışla sürdürdüğümüz tedarikçi güçlendirme programı, sürdürülebilirlik ve gıda güvenliği perspektifini birleştirerek, güvenli, şeffaf ve yüksek kaliteli bir değer zinciri yaratmayı hedefliyor. Bu yaklaşım, hem şirketimiz hem tedarikçilerimiz için uzun vadeli kazanç ve ortak başarı anlamı taşıyor.

Özetle, Tedarikçi güçlendirme programı, sürdürülebilir kalkınma amaçlarıyla uyumlu, gıda güvenliğini güçlendiren, gıda kaybını azaltan, eğitim ve iş birliği temelli bir sürdürülebilir tedarik zinciri modelidir.

Birlikte güçleniyor, birlikte geliştireceğiz.

Değer zincirimizde sürdürülebilirliğe nasıl yön verdiğimizizi daha yakından görmek isterseniz, sizi Sürdürülebilir Lezzet Sanatı raporumuzu keşfetmeye davet ediyoruz. Raporda, kalite ve sürdürülebilirlik vizyonumuzu somut örneklerle paylaşıyoruz.

Dr. Samim Saner:

“Gıda güvenliği lüks değil, temel bir insan hakkıdır”

Türkiye’de yaşanan ekonomik sıkıntılar ve buna bağlı olarak alım gücünün düşmesinin insanları daha ucuz, çoğu zaman da denetimi yetersiz gıdalara yönelttiğine dikkat çeken Gıda Güvenliği Derneği Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Dr. Samim Saner, “Gıda güvenliği lüks değil, temel bir insan hakkı” diyor.



günlerde gıda kaynaklı yaşanan zehirlenmeler ülke gündemine oturdu. Yaşanan bu süreci nasıl değerlendiriyorsunuz?

Öncelikle Böcek ailesinin kaybı hepimizi derinden sarstı. Olayda ilk anda “gıda zehirlenmesi mi, ilaçlama mı?” tartışması yaşanması bile aslında şunu gösteriyor: Türkiye’de vatandaşın gıdaya ve yaşadığı ortama duyduğu güven ciddi şekilde zedelenmiş durumda. Ekonomik sıkıntı, alım gücünün düşmesi insanları kaçınılmaz olarak daha ucuz, çoğu zaman da denetimi yetersiz gıdalara yöneltiyor. Ancak altını çizmek isterim sorun sadece fiyat değil; bununla birlikte hem gıdada, hem haşere kontrol hizmetlerinde bilgisizlik ve kayıt dışılık, uygunsuz depolama ve nakliye, her yerin denetlenememesi ve en az bunlar kadar önemli olan tüketicide bilgi ve farkındalık eksikliği önemli sorunlar. İnsanlar çoğu zaman “ucuz ama riskli” bir ürünü aldığını fark etmiyor bile. Bu nedenle bu tip trajik olaylar bize, gıda güvenliğinin lüks değil, temel bir insan hakkı olduğunu tekrar hatırlatmalı.

“DÜNYADA 420 BİN KİŞİ GIDA KAYNAKLI HASTALIKLARDAN DOLAYI HAYATINI KAYBEDİYOR”

Gıda kaynaklı zehirlenme ve buna bağlı ölümlerle ilgili gerek ülkemizde gerekse dünyada tablo nedir? Geçmiş yıllara bakıldığında bu vakaların ve de ölümlerin sayısında ne türden bir seyir söz konusu?

Dünya Sağlık Örgütü verilerine göre dünyada her yıl yaklaşık 600 milyon kişi, yani hemen hemen her 10 kişiden biri güvenli olmayan gıdalar nedeniyle hastalanıyor ve çoğunluğu 5 yaş altı çocuklar olmak üzere yaklaşık 420 bin kişi hayatını kaybediyor. Dünya Bankası raporlarına göre, kaybedilen iş gücü ve sağlık harcamalarıyla birlikte bunun yıllık 110 milyar doların üzerinde bir ekonomik kayba yol açtığı tahmin ediliyor. Ülkemizde ne yazık ki düzenli ve şeffaf bir “ulusal gıda zehirlenmesi” istatistik sistemi henüz istenen düzeyde değil; Sağlık Bakanlığı’nın açıklamalarına göre 2015–2020 döneminde ülkemizde 18 milyonu aşan sayıda gıda zehirlenmesi bildirimi olmuş ve de 1714 ölüm

Kasım ayı içinde Almanya’dan Türkiye’ye tatile gelen 4 kişilik Böcek ailesinin, kaldıkları otelde böcekleri öldürmek amacıyla uygulanan ilaca bağlı zehirlenme sonucunda hayatını kaybetti Üzücü olayda ilk olarak ailenin yedikleri gıdalardan zehirlenerek hayatını kaybettiğinden şüphelenilmiş, Adli Tıp Kurumu raporu gerçeği ortaya çıkarmıştı. Aynı günlerde ülkenin pek çok şehirden çok sayıda gıda zehirlenmesi vakaları medyaya yansdı. Bu süreçte İstanbul Valisi Davut Gül başkanlığında yapılan Gıda Güvenliği Toplantısı’nda ‘İstanbul’da gıda işletmeleri ve restoranlara 24 saat ses ve görüntü kaydı zorunluluğu getirilmesi’ başta olmak üzere bazı kararlar alındı. Gıda Güvenliği Derneği Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Dr. Samim Saner ile ülkede yaşanan gıda güvenliği sorunlarını, gıdadan kaynaklanan sağlık meselelerini ve bu sorunların çözümüne ilişkin değerlendirmeleri üzerine konuştuk.

Almanya’dan Türkiye’ye gelen Böcek 4 kişilik ailesinin zehirlenerek hayatını kaybetmesi devam eden





vakası kaydedilmiş. Bu, buzdağının sadece görünen kısmı çünkü gıda zehirlenmelerinin önemli bir bölümü hiç rapor edilmiyor, “basit mide bağırsak rahatsızlığı” diye geçiştiriliyor.

Genel eğilime baktığımızda ise ülkemizde gıda sanayisi ile denetim ve laboratuvar alt yapısının geliştiği için birçok riskin daha iyi yönetildiğini söylemek mümkün. Ancak öbür yandan tedarik zincirlerinin karmaşıklaşması, ev dışı yemek tüketiminin yaygınlaşması ve iklim değişikliği gibi faktörlerin yeni riskler yarattığını göz ardı etmememiz gerekiyor. Dolayısıyla “vaka sayısı artıyor mu azalıyor mu?” sorusundan çok “gıda güvenliği sisteminin dayanıklılığını artıracak etkin yapısal adımları atıyor muyuz?” sorusuna odaklanmak lazım.

“HALK SAĞLIĞI TEHDİT ALTINDA”
Sağlıksız ve kalitesiz gıdaların sebep olduğu hastalıklar nelerdir? Türkiye’de son dönemde güvenilir olmayan gıdalara bağlı en çok hangi hastalıklar ve sağlık sorunları meydana geliyor?
Sağlıksız ve kalitesiz gıdaların etkisini iki ana başlıkta incelemek mümkün:

1. Akut gıda zehirlenmeleri (yedikten 1 saat ile 1 hafta gibi görece kısa bir süre sonra etkinin ortaya çıktığı durumlar)

» Mide bulantısı, kusma, ishal, karın ağrısı, ateş;

» Salmonella, Campylobacter, bazı E. coli suşları (STEC), Staphylococcus aureus, Bacillus cereus, Norovirüs gibi etkenler.

» Zaman zaman Hepatit A, histamin zehirlenmesi (özellikle bozulmuş balık), deniz biyotoksinlerine bağlı vakalar da görüyoruz.

2. Kronik sorunlar (etkisi birikim sonucunda ortaya çıkan uzun vadeli etkiler)

» Mikotoksinler (örneğin aflatoksin ve okratoksin), ağır metaller, pestisit kalıntıları gibi kimyasal kontaminantlar; karaciğer hasarı, bazı kanser türleri ve hormonal bozukluk riskini artırıyor. Kronik sorunlar yıllar süren bir birikim sonucu ortaya çıktığından bunun failini bulmak imkansız.

Türkiye’de son dönemde en sık gördüğümüz sorunlar; toplu yemek ve hazır yemek kaynaklı akut gastroenterit tabloları, yaz aylarında uygunsuz koşullarda saklanan et, tavuk, kıyma ürünleri gibi yüksek protein içeren gıdalara bağlı zehirlenmeler ve bazı bölgelerde içme suyu alt yapısındaki sorunlar nedeniyle su ve gıda üzerinden taşınan ishalleri hastalıklar olarak karşımıza çıkıyor. Aslında mesele sadece “mide bozmak” değil; hem kısa hem uzun vadede toplum sağlığını doğrudan etkileyen bir halk sağlığı sorunu söz konusudur.

“Türkiye’de son dönemde en sık gördüğümüz sorunlar; toplu yemek ve hazır yemek kaynaklı akut gastroenterit tabloları, yaz aylarında uygunsuz koşullarda saklanan et, tavuk, kıyma ürünleri gibi yüksek protein içeren gıdalara bağlı zehirlenmeler ve bazı bölgelerde içme suyu alt yapısındaki sorunlar nedeniyle su ve gıda üzerinden taşınan ishalleri hastalıklar olarak karşımıza çıkıyor.”

Yaşamın hızlanması ve e-ticaretin yaygınlaşması gibi faktörler ev dışı gıda tüketimini artırıyor. Türkiye’de ev dışı tüketimin pazar büyüklüğünden söz eder misiniz? Bir de bunun kayıt dışı kalan bölümü var. Kayıt dışı gıda üretimi yapan ve satan yerlerin ekonomik büyüklüğü nedir?

Türkiye’de ev dışı yeme-içme sektörü oldukça gelişmiştir ve de büyümeye devam ediyor. Çeşitli kaynaklara göre bu sektörün büyüklüğünün yaklaşık 20 milyar dolar/yıl olduğu tahmin ediliyor. Bu rakamlar, hane bütçeleri daralmış olsa bile dışarıda yemek yemenin, paket servisin ve e-ticaretin ne kadar yaygınlaştığını gösteriyor. Kayıt dışı, adı üstünde kayıt dışı olduğundan bununla ilgili bir tahminde bulunmak çok zor. Ama şunu biliyoruz; vergi, SGK, ruhsat ve hijyen gerekliliklerinden kaçmak için tamamen kayıt dışı veya kısmen kayıt dışı çalışan çok sayıda işletme var. Bu işletmeler hem haksız rekabet yaratıyor hem de denetim dışı kaldıkları için gıda güvenliği açısından ciddi risk oluşturuyor. Kişisel kanaatim, kayıt dışının küçümsemeyecek, toplam pazarın anlamlı bir yüzdesi olduğu yönünde.

“TÜKETİCİLER ŞÜPHELENDİKLERİ GIDALARDAN UZAK DURMALI”

Tüketicilerin yedikleri gıda ürünlerinden kuşkulı oldukları durumunda bazı basit işaretlere bakarak riski azaltabileceklerini belirten Dr. Samim Saner, “Örneğin işletmenin ruhsatı ve izinleri var mı ve görünür bir yerde mi? Genel temizlik durumu, tuvaletler, lavabolar, personelin kişisel hijyeni düzgün mü? Tüketime hazır yiyecekler oda sıcaklığında mı duruyor, yoksa buzdolabı/soğuk vitrinleri gerçekten çalışıyor mu? Tüketiciler şüphelendikleri anda o gıdayı tüketmemeli, mümkünse fişini saklamalı, Alo 174 Gıda

Hattı veya ilgili il/ilçe Tarım ve Orman Müdürlüğüne şikâyetle bulunmalı. Gerekliğinde Cumhuriyet savcılığına suç duyurusu da söz konusu olabilir. Bununla birlikte vatandaşlarımızın kaynağı belirsiz her türlü gıda ürününü, soğuk zinciri kırılmış et, tavuk ve süt ürünlerini, özellikle yazın soğutucu dışında ve uygun olmayan koşullarda satılan midye, balık ve deniz ürünlerini, uzun süre oda sıcaklığında beklemiş yemekleri, kayıt dışı üretim olduğu açıkça belli ürünleri tüketmemeleri gerekiyor” diye konuşuyor.

Dolayısıyla gıda güvenliği konuşurken sadece kayıtlı satış noktaları, restoranlar ve fabrikalar üzerinden gitmek, resmin önemli bir kısmını ıskalamak olur.

"GIDA İŞLETMELERİNDE SES VE GÖRÜNTÜ KAYDI ZORUNLULUĞU OLUMLU AMA..."

İstanbul Valisi Davut Gül başkanlığında yapılan Gıda Güvenliği Toplantısı'nda 'İstanbul'da gıda işletmeleri ve restoranlara 24 saat ses ve görüntü kaydı zorunluluğu getirilmesi' başta olmak üzere bazı kararlar alındı. Bu ve diğer kararlar hakkında neler söylemek istersiniz? Sadece İstanbul'un baz alınmasıyla Türkiye genelinde gıda güvenliğini sağlanabilir mi?

İstanbul Valiliği'nin gıda güvenliği gündemiyle geniş katılımlı bir toplantı yapmasını olumlu buluyorum. Bu, konunun artık sadece "teknik bir detay" değil, aynı zamanda bir yönetim meselesi olarak görüldüğünü de gösteriyor. Gıda işletmelerinde 24

saat ses ve görüntü kaydı zorunluluğu kararının ise iki yüzü var. Olumlu tarafları: denetim sırasında geçmişe dönük inceleme imkânı verecek olması ve uygunsuz depolama, haşere/kemirgen problemi, etiket dışı işlem gibi konularda caydırıcılık sağlayabilecek olması. Tabii burada dikkat edilmesi gereken taraflar söz konusu. En başta kişisel verilerin korunması ve mahremiyet boyutu çok iyi tasarlanmalıdır. Kayıtların nasıl, nerede, ne kadar süre saklanacağı ve kimlerin erişeceği net ve şeffaf olmalı. Ayrıca bu kadar büyük veri havuzunu gerçek anlamda analiz edecek kapasite olmadan sadece kayıt tutmak tek başına çözüm getirmez.

Sadece İstanbul'u baz alan kararlarla elbette Türkiye genelinde gıda güvenliği sorunu çözülemez ama İstanbul bir pilot alan olarak düşünülebilir. Burada kazanılacak tecrübeler, iyi işleyen uygulamalar diğer illere yaygınlaştırılabilir. Ama esas ihtiyacımız olan şey gıda güvenliği konusunda bütüncül bir bakış açısı çerçevesinde hareket etmek.

"MESELE DENETÇİ SAYISI VE DENETİMLE KISITLANMAMALI"

Kayıtlı işletmelerin yanı sıra merdiven altı ve seyyar olmak üzere binlerce kayıt dışı işletme var. Valilik toplantısında çıkan kararların uygulanabilmesi için sahada güçlü denetim ekiplerinin olması gerekiyor. Bu kadar devasa bir alanın denetimi nasıl olacak, neler düşünüyorsunuz?

Tarım ve Orman Bakanlığı'nın verilerine Türkiye'de 700 binden fazla gıda üreten, satan ve gıda hazırlayıp servis eden gıda işletmesi bulunuyor. Ülkemiz genelinde ise 7-8 bin civarında gıda kontrolörü olduğunu biliyoruz. Bu denetçi sayısının; ithalat-ihracat kontrolleri, üretim tesisleri denetimleri, satış ve dağıtım yerlerinin denetimleriyle gıda üretimi ve servisi yapılan ev dışı tüketim noktaları düşünüldüğünde gerçekten çok sınırlı olduğu aşıkâr. Bu şartlarda sadece klasik, her yeri eşit sıklıkta dolaşan denetim modeliyle başarı şansı yok gibi. Yapılması gerekenler özetle:

Risk temelli denetim: İşletmenin geçmiş siciline, ürün tipine, tedarik zincirine ve tüketici kitlesine göre denetim sıklığı belirlenmeli. İşletme sicili yaklaşımı getirilmeli, yüksek riskli işyerleri çok daha sık, düşük riskliler daha seyrek denetlenmeli.

Dijital izlenebilirlik ve erken uyarı: Zehirlenme vakaları, Alo 174 şikâyetleri, sosyal medya ve medya izleme, laboratuvar sonuçları tek ekranda birleştirilip "sıcak nokta" haritaları çıkarılmalı.

Bağımsız denetim kuruluşları ve akredite laboratuvarların entegrasyonu: Kamu otoriteleri tek başına yetmeyeceği için bağımsız denetim kuruluşları ve akredite laboratuvarlarla iş birliği artırılmalı; buraları kamu otoritesiyle entegre çalışmalı.

Cezalarda caydırıcılık: "Yakalanırsam cezasını öderim" anlayışından çıkmak ve aynı kişilerin sorunlu iş yerlerini kapayıp, yeniden açmalarını önlemek için, sadece şirket sicili değil aynı zamanda ceza alan işletmelerin sahiplerinin ve yöneticilerinin de sicilleri tutulmalı ve sicili sıkıntılı olanların iş yeri açmaları engellenmeli.

İyi uygulama örnekleri: Başarılı uygulamalara sahip olan işletmelere teşvikler, görünürlük ve itibar avantajları sağlanmak suretiyle diğer firmalar için



"Seyyar satıcıların hepsi kötü demek doğru değil ama şunu unutmamak lazım: Çoğunun resmi kaydı ve düzenli denetimi yok, soğuk zincir ve hijyen koşullarını sürekli sağlamak teknik olarak çok zor. Bu nedenle özellikle riskli gıda kategorilerini (et, tavuk, deniz ürünü, sütlü tatlılar) seyyar satıcılardan almamayı tavsiye ederim."



de örnek oluşturmali.

Yani mesele sadece denetçi sayısı ve denetimle kısıtlanmamalı; konuya bütüncül olarak bakabilmek gerekiyor.

GIDA GÜVENLİĞİ BİR 'TEKNİK DETAY' DEĞİLDİR"

Ülkemizde gıda güvenliğinin sağlanabilmesi için size göre hangi adımların atılması gerekiyor?

Yapılması gerekenleri birkaç ana başlıkta şöyle özetleyebilirim:

Ulusal Gıda Güvenliği Stratejisi ve eylem planı: 2030 ufkuna bakan, tüm kurumları aynı hedefte birleştiren, somut performans göstergeleri olan bir stratejiye ihtiyacımız var.

Veri şeffaflığı ve izlenebilirlik: Zehirlenme vakaları, denetim sonuçları, geri çağırılmalar mümkün olan en şeffaf

şekilde kamuoyuyla paylaşılmalı.

Çiftlikten çatala izlenebilirlik dijital sistemlerle güçlendirilmeli.

Risk temelli, bütüncül denetimler: Tarladan su kaynağına, nakliyeden sofraya kadar zincirin tüm halkaları risk yaklaşımıyla ele alınmalı. İklim değişikliğinin getirdiği yeni biyolojik ve kimyasal riskler bu sisteme entegre edilmeli.

Kayıt dışıyla mücadele ve geçiş teşvikleri: Bir yandan sıkı yaptırımlar uygulanırken, diğer yandan kayıt içine girmek isteyen küçük işletmelere teknik ve finansal destek sağlanmalı.

Tüketici eğitimi ve farkındalığı: Okullardan başlayarak, medyada ve dijital platformlarda gıda hijyeni, etiket okuma, doğru saklama-piştirme gibi konularda sürekli eğitim yapılmalı.

Sosyal politikalar: En kırılgan grupların sadece "karın doyurmak" için riskli gıdalara mecbur kalmaması için sosyal destek ve sağlıklı gıdaya erişim programları güçlendirilmeli.

Bilim-sanayi-kamu iş birliği: Üniversiteler, araştırma merkezleri, sektör ve kamu; yeni risklerin belirlenmesi ve inovatif çözümlerin (örneğin ileri analitik yöntemler, dijital izleme, yapay zekâ tabanlı erken uyarı sistemleri) devreye alınması için birlikte çalışmalı.

Özetle; gıda güvenliği bir "teknik detay" değil, ekonomik, sosyal ve etik bir tercih meselesidir. Vatandaşın güvenle tüketebildiği, üreticinin adil koşullarda ürettiği, kamunun da şeffaf ve hesap verebilir olduğu bir sistemi kurduğumuz ölçüde gerçekten "güvenli gıda"dan söz edebiliriz.



GEA, İzmir'de pistonlu kompresör paket montaj hattını hizmete açtı

Gıda, içecek ve ilaç sektörlerine sistem ve bileşen tedarik eden önde gelen teknoloji sağlayıcılarından GEA'nın İzmir'de devreye aldığı pistonlu kompresör paket montaj hattı, küresel standartlara uygun paket montajında önemli çözümler sunarken, şirketin bölgesel varlığını güçlendirecek.

GEA, İzmir'de yeni pistonlu kompresör paket montaj hattını hizmete açtı. Yeni tesis, GEA'nın bölgesel varlığını güçlendirirken Türkiye ve Azerbaycan, Kazakistan ve Özbekistan gibi komşu BDT pazarlarındaki müşterilere daha hızlı teslimat imkânı sunuyor. İzmir tesisi, küresel standartlara uygun paket montajı gerçekleştirerek GEA'nın Avrupa'daki operasyonlarını tamamlamakta ve giderek artan ölçüde bölgesel tedarikçilerle çalışarak ithalat bağımlılığını azaltmak ve tedarik zinciri dayanıklılığını artırmak için önemli bir rol üstlenecek.

Compression Technologies montaj alanı, GEA tesisinin yeni tahsis edilen bir bölümünde konumlandırılarak mevcut servis ve onarım atölyesinin kapasitesini genişletecek şekilde tasarlandı. Montaj hattı ve servis atölyesi toplamda 800 metrekareden fazla bir alanı kapsıyor. Yapılan iyileştirmeler arasında yeni 15 tonluk vinç, kaynak ve montaj ekipmanlarıyla uç test basınç kontrolleri için özel bir test odası yer alıyor.



TAM DONANIMLI ALT YAPI SUNUYOR

Tesis içerisinde merkezi konumda bulunan yeni eğitim odası ise, çalışanlara, yüklenicilere ve iş ortaklarına pistonlu kompresör montajı ve bakımı konularında uygulamalı teknik eğitimlerin verilmesi için tam donanımlı bir alt yapı sunuyor.

Kalite ve güvenlik standartlarının en üst seviyede tutulmasını sağlamak amacıyla İzmir tesisi ISO 9001 sertifikasına sahip. Kaynak süreçleri WPS (Kaynak Prosedürü Şartnamesi) sertifikasyonu doğrultusunda yürütülürken, uygunluk ise akredite bir denetim kuruluşu tarafından doğrulanıyor. Bu sertifikasyonlar, GEA'nın



uluslararası standartlarla uyumlu, güvenilir ve yüksek performanslı çözümler sunma kararlılığını ortaya koyuyor. İzmir'deki yeni yetkinliklerle birlikte GEA, bölgedeki müşterilerine yerel olarak monte edilen, yüksek kaliteli çözümleri daha kısa teslim süreleriyle ve küresel standartlarda sunma kapasitesini önemli ölçüde güçlendirdi.

PİSTONLU KOMPRESÖR PAKETLERİ: ENDÜSTRİYEL UYGULAMALAR İÇİN LULLANIMA HAZIR ÇÖZÜMLER

GEA'nın lokalize edilen pistonlu kompresör paketleri, özellikle soğutma



uygulamaları için tasarlandı. Kolay kurulumları ve sağlam performanslarıyla geniş ölçüde tanınan bu paketler; gıda, süt ürünleri, içecek, soğuk hava depoları ve veri merkezleri dâhil olmak üzere çok çeşitli sektörlerde kullanılıyor. İzmir'deki

yeni montaj hattı sayesinde GEA, bölgesel müşterilere yerel olarak monte edilen yüksek kaliteli çözümler sunma taahhüdünü pekiştirip teslim sürelerini kısaltırken; tedarik sürekliliğini güvence altına alıyor ve küresel kalite standartlarını aynı seviyede koruyor.

GEA 2024'TE 5,5 MİLYAR EURO CİRO ELDE ETTİ

GEA, dünya genelinde gıda, içecek ve ilaç sektörlerine sistem ve bileşen tedarik eden önde gelen teknoloji sağlayıcılarından biridir. 1881 yılında kurulan uluslararası teknoloji grubu, makine ve tesislerin yanı sıra gelişmiş proses teknolojileri, bileşenler ve kapsamlı hizmet portföyüne odaklanmaktadır. Aşılabilir ve yeni biyofarmasötikler gibi hayati sağlık ürünlerinin üretiminde kullanılan her iki farmasötik separatörden biri GEA tarafından üretiliyor. Gıda sektöründe ise her dört paket makarnanın biri ve her üç tavuk nuggetsından biri GEA teknolojileriyle işleniyor. 18 binden fazla çalışanı bulunan şirket, 2024 mali yılında 150'den fazla ülkede yaklaşık 5,5

milyar Euro ciro elde etti.

GEA'nın tesisleri, prosesleri, bileşenleri ve hizmetleri, müşterilerin üretim süreçlerinin verimliliğini ve sürdürülebilirliğini artırırken; karbondioksit emisyonlarının, plastik kullanımının ve gıda israfının azaltılmasına önemli katkılar sağlıyor. Bu doğrultuda GEA, "Daha iyi bir dünya için mühendislik" misyonu kapsamında sürdürülebilir bir geleceğe katkıda bulunmayı hedefliyor. GEA, DAX, STOXX® Europe 600 Endeksi'nin yanı sıra önde gelen sürdürülebilirlik endeksleri DAX 50 ESG, MSCI Global Sustainability ve Dow Jones Best-in-Class World'de yer alıyor.



DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE GIDA TÜKETİMİNDEKİ DEĞİŞİMLER

Güncel veriler ve değerlendirmeler

BAREM Pazar Araştırma ve Danışmanlık

Günümüzde, küresel ölçekte hızla değişen toplumsal, ekonomik ve teknolojik koşullar, bireylerin gündelik yaşam biçimlerinden değer yargılarına kadar pek çok alanı dönüştürmektedir. Artık yalnızca üretim ve tüketim pratikleri değil, düşünme, hissetme ve yaşama biçimlerimiz de bu değişimin bir parçası. Ekonomik belirsizliklerin arttığı, güven duygusunun zedelendiği bu dönemde bireyler hem maddi hem de duygusal düzeyde yeni uyum stratejileri geliştirmeye çalışmaktadır. Bu bağlamda, modernliğin riskleriyle şekillenen dünyada, beslenme alışkanlıkları da yalnızca biyolojik bir gereksinim olmaktan çıkmış, ekonomik, psikolojik ve sosyolojik koşulların belirlediği bir toplumsal gösterge hâline gelmiştir.

“Risk Toplumu”¹ kitabı ile günümüz toplumunu anlatan Alman sosyolog, Ulrich Beck’in ortaya koyduğu risk toplumu kavramı, modernliğin, ilerleme idealiyle birlikte ürettiği belirsizlikleri, tehlikeleri ve bunların birey üzerindeki etkilerini görünür kılar. Sanayileşme, teknolojik gelişmeler ve ekonomik dönüşümler bir yandan refah yaratırken, diğer yandan bireyleri sürekli artan ekonomik güvencesizlik ve çevresel risklerle karşı karşıya bırakmıştır. Bu durum, bireylerin güven duygusunu zedeleyerek sürekli bir kaygı hâli yaratmaktadır. Beck’in analiz ettiği bu yapıyı, Anthony Giddens’in “Runaway World”² kavramı daha da derinleştirir. Giddens’e göre artık dünya, kimsenin tam anlamıyla yönlendiremediği, kendi hızında “koşarak değişen” bir sistem haline gelmiştir. Bu koşullar altında bireyler, hızla dönüşen toplumsal, ekonomik ve teknolojik süreçlerin içinde sürekli uyum sağlamaya çalışan,



kaygı dolu
özneler haline
gelmiştir.

Bu durumun insanı nereye götürdüğü sorgulandığında, BAREM ve WIN’in³ globalde gerçekleştirdiği Dünya Görüşleri araştırmasında irdelenen zihinsel sağlık bulguları, dünyada 10 kişiden 6’sının, Türkiye’de ise 10 kişiden 7’sinin yorgunluk, endişe vb. olumsuz duyguları yaşamakta olduğunu göstermektedir. Doğal olarak kaygı, güvensizlik ve ekonomik belirsizliklerin arttığı bu toplumsal atmosfer, bireylerin beslenme alışkanlıklarına da yansımaktadır.

RİSK VE KAYGI DÜNYASINDA GIDA TÜKETİMİ

BAREM Araştırma’nın WIN Grup ile 40 ülkede 35 binden fazla kişiyle

gerçekleştirdiği gıda tüketimine dair Dünya Görüşleri Anketi bulgularına göre, küresel beslenme alışkanlıklarının değişiminde ekonomik baskılar, özellikle temel olmayan ürün gruplarında önemli rol oynuyor. Son bir yılda, görüşülenlerin %45’i fastfood, %40’ı tatlı ve %37’si paketli gıdalardan daha az tükettiğini belirtiyor (Şekil 1). Tuz tüketimindeki %29 oranındaki azalma üzerinde ise, ise ekonomik baskılardan çok, artan sağlık bilincinin rol oynadığı söylenebilir.

Diğer yandan süt, süt ürünleri, et, düşük şekerli veya düşük yağlı ürünler gibi kategorilerde tüketim belirgin şekilde azalmıyor.

Şekil 1: Dünya’da Bazı Gıda Ürünlerinde Tüketim (%)

Tüketimi Azalanlar (%)	Tüketimi Nispeten Değişmeyenler (%)
45  Fastfood	22  Et
40  Tatlı	22  Düşük Şekerli/Düşük Yağlı Ürünler
37  Paketlenmiş Gıda (yemeğe hazır)	19  Süt ve Süt Ürünleri
	16  Organik Gıda
	8  Sebze ve Meyve

Araştırma gıda tüketimindeki bölgesel farklılıklara da dikkat çekiyor. Örneğin, Avrupa’da et tüketiminde %23’lük bir azalma görülürken, Afrika bölgesinde bu oran %28 artış yönünde. Pakistan (%41) ve Peru’da (%38) düşük yağlı/şekerli ürünlerin tüketimi azalırken; Çin (%38) ve Hong Kong’da (%36) bu ürünlerin tüketimi artıyor. Bu karşıt eğilimler, bölgesel etkilerin ne denli belirleyici olduğunu gösteriyor. Diğer yandan kültürel farklılıklar da değişimde önemli rol oynuyor, örneğin çok yerleşik bir yeme kültürüne sahip Japonya en az değişime açık ülkelerden biri.

DÜNYADA EKONOMİK BASKILAR VE GIDA TÜKETİMİ

Araştırma sonuçlarına göre; harcama planları, dünya genelinde gıda tüketiminde değişikliklerle doğrudan ilişkili. Son

aylarda harcamalarını azaltanların gıda tüketimleri de azalıyor. Örneğin, harcamalarını kısıtığını söyleyenlerin %51’i fastfood tüketimini azaltırken, harcamalarını değiştirmeyenlerde bu oran %39 da kalıyor (Şekil 2).

Aynı şekilde, harcamalarını kısan bu grubun %44’ü tatlıları, %42’si paketli gıdaları azalttığını ifade ediyor. Öte yandan, meyve ve sebze gibi temel gıdalar büyük ölçüde korunuyor – bu grubun sadece %9’unda bu ürünlerde azalma görülüyor. Öte yandan et tüketimini azaltanların %26 oranında olması protein kaynaklarının dahi ekonomik baskılardan bir ölçüde etkilendiğine işaret ediyor.

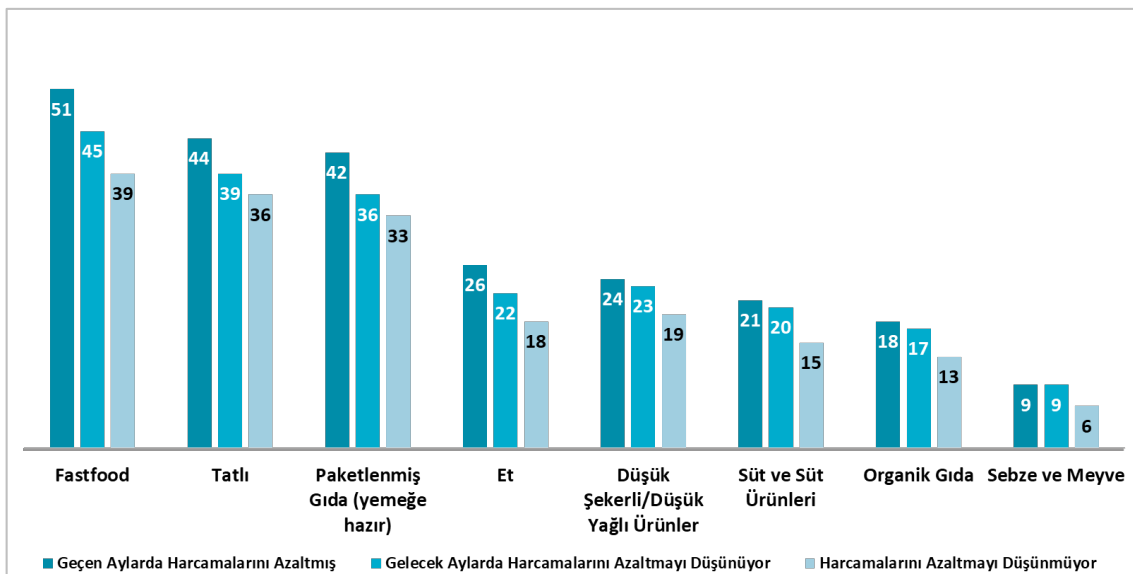
TÜRKİYE’DE GIDA TÜKETİMİNDE YAŞANAN DEĞİŞİMLER

BAREM tarafından 2019 yılında yapılan bir araştırmada fastfood tüketimini

azalttığını belirtenlerin oranı %44,3 olarak görülmüştü, bu oran 2025’de (Şekil 2) ciddi bir artışla %62’ye ulaştı. Paketli gıdalarda da durum benzer, 2019 yılında %42,8 olan paketli gıdaları tüketimini azaltanların oranı 2025 yılında %55 e çıkıyor. Bu kategorilerdeki azalmalar istatistiki açıdan da anlamlı bir düşüş trendine işaret etmektedir.

Tatlı tüketimine bakıldığında ise görüşülenler arasında tatlı tüketimlerini değiştirmeyenler %43, azaltanlar ise %42’dir. Küresel eğilimlere benzer şekilde Türkiye’de de süt ürünleri, düşük şekerli veya düşük yağlı ürünlerin tüketimi büyük ölçüde sabit; görüşülenlerin yaklaşık %50’sinde bu alanlarda herhangi bir değişiklik izlenmiyor.

Şekil 2: Dünyada Bireysel Gıda Tüketimindeki Azalmanın Harcama Planlarına Göre Dağılımı (%)





EKONOMİK BASKILAR ALTINDA TÜRKİYE'DE HARCAMA PLANLARI VE GIDA TÜKETİMİ

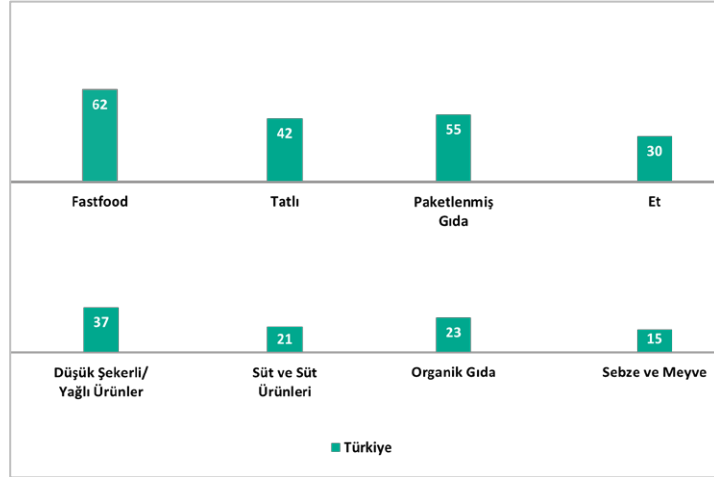
Şekil 3’de Türkiye’de harcama planlarına göre tüketimi azalan ürünler görülüyor. Harcamalarını hali hazırda azaltmış olanlar arasında tüketimde azalmada fastfood %65 ile başta geliyor, ancak bu azalma harcama gruplarına göre az farklılık gösteriyor. Harcamalarını azaltan grupta ikinci sırada %61 ile paketlenmiş gıdalar bulunuyor. Diğer bazı gıda gruplarındaki azalma oranları da harcama gruplarına göre az da olsa farklılaşıyor.

Bu bulgular, yaşam maliyetlerindeki artış karşısında gıda tercihlerinin yeniden değerlendirildiğini ön plana çıkarıyor. Maliyetler yanında, sağlıklı ürünlerle beslenme bilincinin de artmasının tüketim kalıplarının değişimi üzerindeki rolü biliniyor. Yukarıdaki tabloda örneğin fastfood verilerine bakıldığında harcama planlarına göre azalmaların harcamalarını kısanlar ve kısmayı düşünmeyenler arasında çok farklı olmadığı görülüyor. Bu bulgu fastfood kategorisindeki azalmanın maliyetlere daha az bağlı olduğuna işaret ediyor.

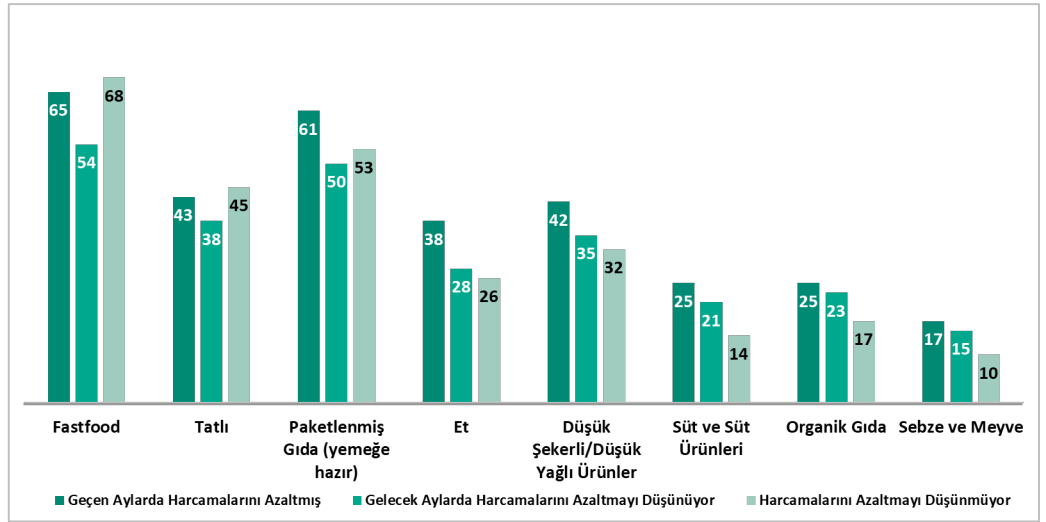
Genelde, fastfood ve paketlenmiş gıdalar, işlenmiş atıştırmalıklar gibi temel olmayan ürünlerin tüketimi azalırken, temel beslenme gereksinimleri korunuyor. Enflasyon ve ekonomik belirsizlik birçok bölgeyi etkilemeye devam ettikçe, daha bilinçli ve maliyet odaklı tüketim kalıplarının dünya genelinde yaygınlaştığı görülüyor. Bu içgörülerin, küresel sağlık ve beslenme sorunlarına kapsayıcı çözümler sunmaya katkı sağlamasını umuyoruz.

Sonuca gelirken, bağımsız bazı başka çalışmalar da araştırmamızdaki bulguları ve değişimleri doğrular niteliktedir. Günümüz tüketicileri gıdaların kaynağına ve işlevselliğine daha çok odaklanmaktadır.

Şekil 2: Türkiye’de Tüketimi Azalan Ürünler (%)



Şekil 3: Türkiye’de Bireysel Tüketimde Azalmanın Harcama Planlarına Göre Dağılımı (%)



Modern dünyanın belirsizlikleri ve hızla değişen koşulları bireylerin kaygı düzeylerinden günlük beslenme alışkanlıklarına kadar pek çok alanı etkilemektedir. Beslenme artık yalnızca fizyolojik bir gereksinim değil, ekonomik, duygusal ve toplumsal dinamiklerle şekillenen çok boyutlu bir olgu. Bu nedenle, dünya beslenme trendleri ile benzerlik gösteren Türkiye’de beslenme şekillerinin anlaşılması ve izlenmesi de aynı şekilde çok boyutlu bir bakış açısına olan ihtiyaca işaret etmektedir. Sonuç

olarak, gıda sektöründe risk toplumunun ihtiyaçlarını gözetken, bilinçli ve yenilikçi ürün ile uygulamaların, tüketiciler için hem güven hem de anlamlı faydalar yaratması beklenmektedir.

Bu yayın, TGDF Bilim Kurulu olarak 2 Aralık 2025 tarihinde düzenlenen ve moderatörlüğünü Prof. Dr. Mehmet Pala’nın yaptığı “Dünyada ve Türkiye’de gıda Tüketim Alışkanlıkları: Güncel Veriler ve Değerlendirme” konulu seminerde sunulmuştur.

KAYNAKLAR

- Beck, Ulrich (2019), Risk Toplumu: Başka Bir Modernliğe Doğru, İthaki Yayınları, İstanbul
- Giddens, Anthony (2000), Runaway World - How Globalisation Is Reshaping Our Lives, Londra
- Araştırma Künyesi: Çalışma kapsamında 2025 yılında 40 ülkeden

35.515 kişi ile görüşüldü. Araştırma Türkiye’de BAREM Araştırma tarafından 24-28 Ocak 2025 tarihleri arasında CATI (Bilgisayar Destekli Telefon Görüşmesi) yöntemiyle 775 kişi arasında gerçekleştirildi. Detaylar için BAREM’e www.barem.com.tr ve barem@barem.com.tr’den ulaşabilirsiniz.



IBAKTECH

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

14-17 EKİM 2026

İSTANBUL FUAR MERKEZİ

Partner Fuarlar



Destekleyenler



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
TİCARET BAKANLIĞI



Fuar Alanı



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



Türkiye’de kırmızı et üretiminde yaşanan sorunlar, yükselen fiyatlar ve ithalat tartışmaları gündemdeki yerini koruyor. ABD Tarım Bakanlığı tarafından hazırlanan raporda ise, Türkiye’nin 2026 yılında 450 bin baş sığır ithalatı ve 70 bin ton kırmızı et ithalatı yapacağı ileri sürülüyor.

Kırmızı etin ateşi düşmüyor

TÜİK verilerine göre Türkiye’de 2024 yılı itibarıyla toplam kırmızı et üretimi 2,1 milyon tona ulaştı. Bu miktarın yaklaşık 1,48 milyon tonunu sığır eti, 510 bin tonunu koyun eti, 99 bin tonunu keçi eti ve 14 bin tonunu manda eti oluşturuyor. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) Gıda Öngörülerı Kasım 2025 raporuna göre, 2024 yılında dünyadaki toplam kırmızı et üretiminin (kanatlı eti ve domuz eti hariç) 97,2 milyon ton karkas ağırlık eş değeri olduğu tahmin ediliyor. Toplam kırmızı et üretimi yine 2024’te Avrupa Birliği’nde (AB) 11,4 milyon ton oldu. Bu veriler değerlendirildiğinde, dünyadaki toplam -domuz hariç- kırmızı et üretiminin %2’si Türkiye’de gerçekleşiyor. Türkiye’nin kırmızı et üretimi AB’nin %18,4’ü seviyesinde seyrediyor.

ET FİYATLARINDAKİ ARTIŞ DEVAM EDİYOR

2025 yılı itibarıyla Türkiye’de kırmızı et fiyatları hala yüksek seyrediyor ve bu fiyat artışının devam etmesi bekleniyor. Fiyatlara bakacak olursak; dana kıymasının kilogram fiyatı yaklaşık 600–620 TL, 1 kilo dana kuşbaşının fiyatı ise 650–670 TL civarında. 1 kilogram kuzu eti (but) 550–580 TL, kuzu pirzola 700 TL, karkas et (büyükbaş) bölgelere göre 460–480 TL ve karkas et (küçükbaş) ise 420–440 TL olarak not ediliyor.

Uzmanlar geçtiğimiz yıla göre fiyatlarda ortalama %30–40 artış yaşandığını belirtiyorlar.

Türkiye’de kişi başı kırmızı et tüketimi yıllık 16,6 kilo seviyesinde. Bu rakam, dünya ortalaması olan 18,1 kilo ve OECD ülkeleri ortalaması olan 34,8 kiloyla karşılaştırıldığında oldukça düşük seviyede görünüyor. Avrupa’da ise kişi başı tüketim 34,5 kilo civarında. Sektör temsilcileri Türkiye’de kırmızı et tüketiminin düşük olmasının başlıca nedeni olarak ekonomik faktörleri gösteriyor. Aynı uzmanlar kültürel tercihler ve sağlık bilincinin de bu durumu etkileyen unsurlar arasında yer aldığına dikkat çekiyorlar.

2025 yazında Türkiye’de görülen şap hastalığı (SAT-1, SAT-2 ve O/ME-SA/SA 2018 tipleri) hayvancılık sektörünü ciddi şekilde etkiledi. Et verimliliğinde %40’a varan kayıplar, süt veriminde ise %70’e yakın düşüş yaşandı. Şap hastalığı, Türkiye kırmızı et sektöründe arz daralmasına, fiyat artışlarına ve üretici kayıplarına yol açtı. Et üreticileri ve besiciler hastalıkla mücadelede aşı üretimi, hayvan hareketliliğinin kontrolü ve üreticiye mali desteğin kritik önemde olduğunu vurguluyor.

İLK 10 AYDA 410 MİLYON DOLARLIK ET İTHALATI YAPILDIĞI İDDİASI

TÜİK’in dış ticaret verilerine göre ocak - ekim döneminde 410 milyon

637 bin dolar tutarında sığır eti ithal edildi. BirGün Gazetesi’nde yer alan habere göre, sadece ekim ayında yapılan sığır eti ithalatının tutarı 42,4 milyon dolara ulaştı. Ekimdeki et ithalatının 38,5 milyon dolarlık bölümü Polonya’dan yapıldı. Öte yandan Et ve Süt Kurumu’nun hedefi doğrultusunda bu yıl 520 bin baş canlı hayvan ithalatı öngörülmüştü. Ancak BirGün’ün haberinde ocak - ekim döneminde bu hedef aşılıarak 585 bin 855 baş canlı hayvan ithal edildiği idiasına yer verildi.

Aynı habere göre canlı büyükbaş hayvan ithalatına ocak - ekim döneminde 927 milyon 64 bin 286 dolar ödendi. Geçen yılın ocak - ekim döneminde 301 bin 90 baş olan canlı hayvan ithalatı için 586 milyon 769 bin 870 dolar ödenmişti. Ayrıca geçen yıl ithal edilen sığırların yarıya yakını damızlık sığırlar oluştururken bu yıl yapılan canlı hayvan ithalatının yalnızca %10’u damızlık sığırlardan oluştu. Öte yandan geçtiğimiz haftalarda ESK Genel Müdürü Mücahid Taylan’ın, Macaristan’da ortağı bulunduğu bir firmadan ESK’ye kırmızı et ithal ettiğini iddia edilmişti. Taylan, kamuoyundaki tepkiler üzerine bir açıklama yaparak,



şirketinin yönettiği kuruma et sattığı iddialarını yalanlamış ancak et ticareti yapan şirketin ortağı olduğunu da doğrulamıştı.

GÜRER: "BESİCİ DESTEKLENMEZSE TÜRKİYE'NİN ET-SÜT SORUNU KALICI HALE GELİR"

CHP Niğde Milletvekili ve Tarım, Orman ve Köyişleri Komisyonu Üyesi Ömer Fethi Gürer, Türkiye'de hayvancılık sektörünün her geçen yıl daha ağır bir krize sürüklendiğini, hayvan varlığındaki azalma, et-süt fiyatlarındaki yükseliş, artan ithalat ve yanlış politikaların üreticiyi çökerttiğini söyledi. Gürer, özellikle 2025 yılında şap hastalığı nedeniyle yaşanan kayıpların da kamuoyundan gizlendiğini ifade ederek, "Besici desteklenmezse Türkiye'nin et-süt sorunu kalıcı hale gelir" uyarısında bulundu.

Gürer, et ithalatının hızla arttığını da belirterek, "2023 yılında 818 bin 17 hayvan ithal edildi; 1 milyar 163 milyon dolar ödendi. 2024'te ithal edilen hayvan sayısı 373 bin 126 oldu; 704 milyon dolar ödendi. 2025 yılı henüz bitmedi ama 526 bin 554 hayvan ithal edildi, karşılığında 831 milyon dolar ödendi" dedi. Gürer, üç yılda toplam 1 milyon 717 bin 697 hayvan ithal edildiğini, Türkiye'nin bu ithalat için 2 milyar 699 milyon dolar ödediğini belirterek; "Ne ette sorun bitiyor ne sütte. İthalat artıyor ama hayvan varlığımız artmıyor" ifadelerini kullandı.

ABD TARIM BAKANLIĞI: "TÜRKİYE 2026'DA 450 BİN BAŞ SIĞIR, 70 BİN TON ET İTHAL EDECEK!"

Amerika Birleşik Devletleri Tarım Bakanlığı, Türkiye'nin hayvancılık politikalarını, mevcut durumunu, 2026 yılına ilişkin tahminlerini kapsamlı bir rapor olarak yayınladı. Raporu hayvancılığın girdiği darboğaz anlatılırken Tarım ve Orman Bakanlığı'nın sürekli yerli üretimi vurgularken yapılan ithalata dikkat

çekiliyor. Tarım Yazarı Ali Ekber Yıldırım'ın Ekonomim Gazetesi'nde yayımlanan yazısına göre raporda, Türkiye'nin canlı hayvan ithalatında dünyada ikinci sırada olduğu, ihracatının ise sıfır olduğu belirtilerek 2026 yılında 450 bin baş sığır ithalatı ve 70 bin ton kırmızı et ithalatı yapılacağı ileri sürülüyor.

"SIĞIR VARLIĞI %4 DÜŞECEK"

Türkiye'nin sığır varlığının 2026 yılında %4 oranında düşerek 14,3 milyon başa gerileyeceği belirtilen ABD Tarım Bakanlığı raporunda özetle şu bilgilere yer veriliyor: "Bu düşüş, öncelikle yüksek kesim eğilimlerine, yüksek üretim maliyetlerine ve düşük kârlılığa bağlıdır. Bu da çiftçileri sürülerini tasfiye etmeye yöneltiyor. Ülke, verimsiz üretim politikaları ve zayıf hayvan sağlığı ve çiftlik yönetimi nedeniyle sürü sayısının artırılmasına tarihsel olarak yardımcı olmayan erkek ve dişi besi sığırı ithalatına odaklanmıştır. Tarım ve Orman Bakanlığı sürekli olarak yerli üretimi vurgularken, canlı hayvan ithalatıyla açığı kapatmaya devam etmektedir. Özellikle yem olmak üzere girdilerin yüksek maliyeti, Türkiye'nin yem ham maddelerinin %60'ını ithal etmesi nedeniyle sorunu daha da kötüleştirmektedir. 2025 yılında, artan sığır eti talebi, verimsiz süt ineği üretimi ve Haziran 2025'te şap hastalığıyla ilişkili çok sayıda kesim nedeniyle,

düşük doğum oranları sonucunda sığır sayısının %4 düşerek 14,9 milyon başa gerileyeceği tahmin ediliyor."

"TÜRKİYE, CANLI HAYVAN İTHALATINDA DÜNYA İKİNCİSİ"

Türkiye'nin, 2024 yılında 788 milyon dolarlık ticaret hacmiyle dünyanın en büyük ikinci canlı hayvan ithalatçısı olduğu belirtilen raporda şöyle deniliyor: "Türkiye, 2010 yılından bu yana canlı hayvan ithalatı yoluyla hayvan varlığını artırmak ve sığır eti fiyatlarını düzenlemek için çaba göstermektedir. Ancak sığır eti fiyatları önemli ölçüde artmaya devam etmektedir. Yerli üretimi artırmak için önümüzdeki 3 yıl boyunca uygulanacak yeni bir ithalat projesi Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından 3 Şubat 2025 tarihinde Kırşalda Bereket, Hayvancılığa Destek Projesi adıyla duyuruldu. Proje kapsamında, kadın çiftçilere, genç çiftçilere ve aile işletmelerine en az beş, en fazla 15 adet ithal gebe damızlık hayvanın uygun fiyatlarla sağlanması öngörülmüyor. Projeye, Tarım İşletmeleri Genel Müdürlüğü'ne bağlı çiftliklerdeki gebe sığırlar uygun maliyetle üreticilere verilecek ve devlet bankaları çiftçilere uygun kredi sağlayacak. Bakanlık, projenin önümüzdeki 3 yıl süreceğini belirtti. Üreticiler endişeli, çünkü onlara göre et ve süt üretimindeki sorunlar, hükümetin müdahalesi ve desteğiyle değil, yerli sürülerin genetik ıslahı yoluyla çözülmeli."



BM: TÜRKİYE ET TÜKETİMİNDE BAZI AFRİKA ÜLKELERİNİN GERİSİNDE

Birleşmiş Milletler'e (BM) bağlı olan Dünya Nüfus İncelemesi (World Population Review) raporuna göre Türkiye, 3 buçuk yıldır savaşta olan Ukrayna'dan, Güney Afrika'dan, Zimbabve ve Kongo'dan daha az et yiyor. Araştırmada Türkiye'de kişi başına 46,8 kilogram et düşerken, Ukrayna'da 48, Kongo'da 49,1 ve Zimbabve'de kişi başına yüzde 56,6 kilogram et düşüyor. En çok et tüketen yüksel nüfuslu ülkeler

arasında ise ABD, İsrail, Avustralya ve İspanya bulunuyor. İsrail'de kişi başına 113 kilogram et düşerken ABD'de kişi başına 123 kilogram et düşüyor. Avustralya ve İspanya'da ise kişi başına 112 kilogram ve 105 kilogram et, sofralara ye-tişiyor. Buna karşın buğday ürünlerinin tüketiminde Türkiye dünyada ilk 10'a girdi. Türkiye'de kişi başına ekmek ve marna gibi buğday ürünlerinin tüketimi 160 kilograma ulaştı.



Bakan İbrahim Yumaklı: “Kırmızı et üretimiyle ilgili çok ciddi potansiyelimiz var”

Tarımın bütün başlıklarında üretimi artırmayı hedeflediklerini belirten Tarım ve Orman Bakanı İbrahim Yumaklı, “Kırmızı et üretimi konusunda çok ciddi bir potansiyelimiz var. Yapılan ithalatın, sanki bütün ihtiyacımız ithal ediliyormuş gibi bir algıya dönüştürüldüğünü görüyoruz. Yani dönemsel olarak farklılaşmasıyla birlikte %90 ile %93 arasında bir yeterliliğimiz var” dedi.

Tarım ve Orman Bakanı İbrahim Yumaklı, “Kırsalda Bereket, Hayvancılığa Destek Projesi” kapsamında temmuzdan itibaren sıralamaya girenlere hayvanlarını teslim etmeye başladıklarını belirtti. Söz konusu proje kapsamında geçtiğimiz temmuz ayından itibaren belirlemiş oldukları standartlara uygun başvuruların bir yazılımla karşılaştırması sonucu sıralamaya girenlere hayvanlarını teslim etmeye başladıkları bilgisini veren Yumaklı, “Türkiye’de etçi ırklarla alakalı, özellikle anaç hayvan sayısının artırılmasıyla ilgili bir proje. Bu projede özellikle Türkiye’de artık kırmızı et üretimine ilişkin anaç hayvan sayısının artırılmasını ve bu yolla da besiciliğe farklı bir perspektif getirmeyi arzu ettik” dedi.

“PROJE 2028’DEN SONRA DA DEVAM EDECEK”

Bakan Yumaklı, ilk etapta 60 bin anaç hayvan vermeyi planladıklarını ve başvuranlardan 4 bin 351 kişinin bundan faydalanacağını bildirdi. Başvurular için kriterler belirlendiğine dikkati çeken Yumaklı, genç, kadın, veteriner hekim, ziraat mühendisi, gıda mühendisi ve deprem bölgesi gibi birçok kriter tanımlandığını ve buna göre seçimlerin yapıldığını anlattı. Bakan Yumaklı, 2028’e kadar sürecek projeye çok yoğun müracaat olduğunu ve yeniden başvuru yapıp yapılmayacağına ilişkin sorular geldiğini ifade etti. Projenin 2028 sonrasında da devam edebileceğini vurgulayan Yumaklı, “İnşallah hem projeye katılan kardeşlerimizin hem de bundan sonra katılacak olanların istediği gibi olur.” değerlendirmesinde bulundu.

Tarım ve Orman Bakanı İbrahim Yumaklı, verilen hayvanların tamamının



gebe düve olduğunu ve burada önemli birkaç unsurun bulunduğunu belirterek şöyle devam etti: “Hayvanların tamamının bütün hastalıklara karşı aşılmaları, kontrolleri ve 1 yıl süreyle TARSİM sigortaları yapıldı, verildikten sonra aylık 1500 liralık bakım ve diğer masraflara ilişkin desteği aktarılacak şekilde planlandı. Ayrıca 2 yılı ödemesiz, 3 ile 5 yıl geri ödemeli ve sübvansiyonlu faizle birlikte arkadaşlarımızın buna sahip olması söz konusu.”

“KIRMIZI ET ÜRETİMİ KONUSUNDA ÇOK CİDDİ POTANSİYELE SAHİBİZ”

Başvuruların büyük bir bölümünün gençlerden ve kadın girişimcilerden geldiğini aktaran Yumaklı, bunun kendilerini memnun ettiğini, zaman zaman sosyal medyadan paylaşım yaparak onların aldıkları sonuçları kamuoyunun dikkatlerine sunmak istediklerini

söyledi. Bakan Yumaklı, tarımın bütün başlıklarında, bitkisel üretimde, hayvansal üretimde, su ürünlerinde ve diğer konularda üretimi artırma hedefinde olduklarına dikkati çekerek; “Özellikle zaman zaman kırmızı et konusu çok gündem edildiği için bundan bahsetmek istiyorum. Kırmızı et üretimi konusunda çok ciddi bir potansiyelimiz var. Yapılan ithalatın, sanki bütün ihtiyacımız ithal ediliyormuş gibi bir algıya dönüştürüldüğünü görüyoruz. Yani dönemsel olarak farklılaşmasıyla birlikte %90 ile %93 arasında bir yeterliliğimiz var. Geri kalanını ithal ediyoruz ve büyük oranda piyasa regülasyonu için aslında. Bütün bu yaptığımız projeler de ithalatın tamamen bitmesi ve üretimin tamamen yurt içinden karşılanması için. Hayvancılık yol haritamızın bütün unsurları da bunu amaçlıyor. İnşallah bu konuda çok ciddi mesafeler de alıyoruz” diye konuştu.

“HAYVAN SAYILARINDAKİ ARTIŞI GÖZLEMLİYORUZ”

Bu yıl içinde şap hastalığı sebebiyle hem aşılamaı gerçekleştirdiklerini hem de hayvan sayılarındaki artışlarla ilgili kontrolleri yaptıklarını dile getiren Tarım ve Orman Bakanı İbrahim Yumaklı, “Orada artışları da gözlemliyoruz. Bunlara belli dönemlerde

yayınladığımız istatistiklerde de yer vereceğiz” dedi. Yumaklı, desteklerden yararlanmak isteyen üreticilere çağrıda bulunarak, hangi üretim başlığında olursa olsun, genç, kadın ve erkek fark etmeden üretim yapma istekleri olanların yanında olduklarını vurguladı.



DÖNER ÜRETİMİNDE

Yeni Nesil Performans Çözümleri



Ergül ÇETİNOĞLU
IMCD Türkiye Gıda Bölümü
Teknik Satış Müdürü

IMCD, merkezi Rotterdam, Hollanda'da bulunan özel kimyasallar ve bileşenlerin distribütörlüğünü ve teknik satışını gerçekleştiren küresel bir şirkettir. Faaliyet gösterdiği gıda, ilaç, kozmetik, plastik, boya ve yapı kimyasalları

TARI SPICE AİLESİ ÖZGÜN TAT PROFİLLERİ SUNUYOR

TARI COMBI RND sayesinde döner üreticileri, hazırlık, dondurma ve pişirme süreçlerinde güvenilir performans elde ederek ürünlerini bir üst seviyeye taşıyabilir. Fonksiyonel ürün portföyünü tamamlayan TARI SPICE ailesi ise, çeşitli uygulamalar için geniş bir aromatik ve iştah açıcı baharat seçenekleri sunarak üreticilere özgün tat profilleri oluşturma imkânı sağlamaktadır.

gibi sektörlerde uzman çözümler sunarak, iş ortaklarına en iyi hizmeti sağlamaya odaklanır. Gıda portföyümüz ise, konularında lider firmaların ürünlerinden oluşup; süt, et, pastacılık, içecek ve sekerleme sektörlerine hizmet vermektedir. Son yıllarda ivmelenmekte olan et sektöründe 2024'ten bu yana hızlı yükseliş sağlayan IMCD, yine aynı yıl başlayan BK Guilini ortaklığıyla günden güne pazar payını artırmaktadır.

BK Giulini, 200 yılı aşkın tecrübesiyle gıda bileşenleri sektörünün öncü şirketlerinden biridir. Sicilya'dan Güney Almanya'ya uzanan köklü bir hikâyeden doğan şirket, bugün et, deniz ürünleri ve süt endüstrilerine yönelik çok bileşenli fonksiyonel karışımlar geliştirerek; nem tutma, emülsiyon stabilitesi, tekstür geliştirme, raf ömrü uzatma ve lezzet optimizasyonu gibi kritik ihtiyaçlara yenilikçi çözümler sunmaktadır. BK Giulini, dünya genelinde müşteri odaklı yaklaşımı, uzman teknik bilgisi ve istikrarlı ürün kalitesiyle güvenilir bir iş ortağı olarak konumlanmaktadır. Son iki yıldır et sektöründe yükselen trendin açık ara döner olması, bu kategoriye yönelik geliştirilen yenilikçi ürünlerin önemini her zamankinden daha fazla öne çıkarıyor.

TARI COMBI RND DÖNER ÜRETİMDE PERFORMANS ÇİTASINI YÜKSELTİYOR

Döner, Türkiye'de olduğu kadar Almanya'da da hızlı servis restoranlarının

ve perakende hazır yemek kategorisinin vazgeçilmez ürünlerindendir. Pazarın büyümesiyle birlikte, özellikle bütün kas tavuk etinden üretilen dönerlerde kaliteyi daha da ileri taşımak önemli bir ihtiyaç haline gelmiştir. BK Giulini'nin yeni geliştirdiği TARI COMBI RND, döner üretiminde performans çitasını yükselten güçlü bir inovasyondur. Bu özel formülasyon sayesinde:

» Hazırlık sırasında damlama yapmayan ve stabilitesini koruyan

» Dondurma-çözündürme döngülerinde formunu ve tekstürünü koruyan,

» En büyük gramajlı endüstriyel dönerlerde bile yüksek tekstürel stabilite sağlayan üstün kaliteli döner elde etmek mümkündür.

Bir uygulama çalışmasında, derisiz ve kemiksiz tavuk but eti %30'luk salamura çözeltisinde 90 dakika ile üç saat arasında tamlurlama işlemine tabi tutulmuştur. Salamura; TARI COMBI RND, uygun bir baharat karışımı ve su ile hazırlanmıştır. Ardından etler şişe geçirilmiş ve şok dondurulmuştur. Daha sonra şişin ızgarada pişirilmesi sırasında mükemmel şekil stabilitesi ve son derece düşük pişirme kaybı açıkça gözlemlenmiştir. Bu performans, üreticilere hem verimlilik hem de tüketici memnuniyeti açısından önemli avantajlar sunmaktadır.

Daha fazla bilgi, teknik destek veya sipariş talepleriniz için uzman satış ekibimizle iletişime geçebilirsiniz.



Dr. İsa Coşkun

Kırmızı et sektöründe sürdürülebilir üretim yapısına ihtiyaç var

Kırmızı et sektöründe yaşanan son gelişmeleri dergimize değerlendiren Türkiye Süt, Et, Gıda Sanayicileri ve Üreticileri Birliği Derneği (SETBİR) Yönetim Kurulu Başkanı Dr. İsa Coşkun, "Sektörde kısa vadede şap hastalığına karşı önlemler; orta vadede sürü sağlığına yönelik biyogüvenlik yatırımları ve üretim teşvikleri; uzun vadede ise sürdürülebilir bir üretim yapısı ön plana çıkmaktadır. Ayrıca tüketici talebine uygun yenilikçi ürünlerin geliştirilmesi kırmızı et sektörünün rekabet gücünü yükseltecektir" diyor.

Elinizdeki güncel verilere göre, Türkiye’de kırmızı et sektörünün bugünkü durumuna ilişkin verileri bizimle paylaşabilir misiniz?

Ülkemizdeki hayvan sayıları, TÜİK tarafından yılda iki kez açıklanmakta olup, en son 2025 yılı Haziran ayında

açıklanmıştır. Bu kapsamda yıllar bazında değişikliği görebilmek adına aşağıdaki tablo hazırlanmıştır ve 2025 yılında bir önceki yıla göre hayvan sayılarında bir miktar artış olduğu görülmektedir.

Ülkemiz, sahip olduğu coğrafi çeşitlilik ve güçlü hayvancılık

geleneğiyle bölgesinde önemli bir kırmızı et üreticisi konumundadır. 2024 yılı itibarıyla toplam kırmızı et üretimi 2,1 milyon tona ulaşmıştır. Bu miktarın yaklaşık 1,48 milyon tonunu sığır eti, 510 bin tonunu koyun eti, 99 bin tonunu keçi eti ve 14 bin tonunu manda eti oluşturmaktadır.

Baş	2010	2020	% Değişim	2024 Haziran	2025 Haziran	% Değişim
Sığır	11.369.800	17.965.482	58,01	16.396.168	17.030.316	3,87
Koyun	23.089.691	42.126.781	82,45	43.393.709	47.014.865	8,34
Keçi	6.293.233	11.985.845	90,46	10.571.297	11.191.414	5,87
Manda	84.726	192.489	127,19	158.514	158.328	-0,12

Kaynak: TÜİK

Ülkemizde Kırmızı Et Üretimi (Ton)

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Toplam	1.740.616	1.785.952	1.952.038	2.191.625	2.384.047	2.105.895
Sığır	1.330.169	1.341.446	1.460.719	1.572.747	1.670.606	1.483.042
Manda	7.150	8.424	10.831	13.586	15.386	13.781
Koyun	316.170	345.639	385.933	489.354	569.066	509.539
Keçi	87.126	90.443	94.555	115.938	128.989	99.532

Kaynak: TÜİK

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü FAO'nun Gıda Öngörülerini Kasım 2025 raporuna göre, 2024 yılında dünyadaki toplam kırmızı et üretiminin (kanatlı eti ve domuz eti hariç) 97,2 milyon ton karkas ağırlık eşdeğeri olduğu tahmin edilmektedir. Toplam kırmızı et üretimi yine aynı yıl Avrupa Birliği'nde (AB) 11,4 milyon ton ve ülkemizde ise 2,1 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. Bu veriler değerlendirildiğinde, dünyadaki toplam -domuz hariç- kırmızı et üretiminin %2'si Türkiye'de gerçekleşmektedir. AB'deki üretimle kıyaslandığında ise üretimimiz, AB'nin %18,4'ü seviyesindedir.

Şu anda piyasada et ürünlerinin fiyatları ne durumda, geçtiğimiz yıldan bu yana fiyatlarda değişkenlikler ne şekilde oldu?

2024–2025 döneminde kırmızı et fiyatlarında küresel ölçekte artış yaşanmıştır. FAO'nun yayımladığı küresel et fiyat endeksi, geçen yılın aynı dönemine göre %4,9 oranında yükselmiştir. Türkiye'de ise Ulusal Kırmızı Et Konseyi'nin (UKON) aylık bültenine göre yıllık bazda karkas kesim dana eti fiyatları %55, kuzu eti fiyatları ise %20 artmıştır. UKON verilerine göre, Aralık 2025 itibarıyla karkas dana eti fiyatı 538,20 TL, karkas kuzu eti fiyatı ise 529,67 TL'dir.

Bu artışların yem fiyatları, işçilik, enerji ve lojistik gibi girdilerdeki yükselmenin etkisiyle oluşan maliyet artışından kaynaklandığını ifade edebiliriz. Karkas kesim fiyatlarındaki artış, kaçınılmaz olarak perakende satış fiyatlarına da yansımaktadır. Ayrıca arz talepte yaşanan dalgalanmalar da perakende satış fiyatlarını etkilemektedir. Uluslararası arz-talep dengesizlikleri gibi sebeplerle dünyada et fiyatlarının genel olarak yükselmesi, Türkiye piyasasını da etkilemektedir.

“Şap hastalığından doğrudan olumsuz etkilenen üreticilere kesim/karantina dönemleri için gelir desteği, nakdi tazminat ve yem desteği gibi hedefli mali destek yapılması yönündedir. Böylece üreticinin ayakta kalmasıyla arzın korunması sağlanabilir.”

“ŞAP VAKALARI TEDARİK ZİNCİRİNDE AKSAMALARA YOL AÇTI”

Geçtiğimiz yaz aylarında Türkiye'de etkisini gösteren şap hastalığı hayvancılığı, et üretimini ve de kırmızı et sektörü nasıl etkiledi? SETBİR olarak hastalığın olumsuz etkilediği üreticilere yönelik hangi çözümlerin getirilmesi gerektiğini düşünüyorsunuz?

2025 yazında bildirilen şap vakaları, kısa vadede kesim yoğunluğu, hayvan kaybına bağlı üreme ve verim düşüşüyle tedarik zincirinde aksamalara yol açmıştır. Bu tür salgınlar genelde hem mevcut arzı daraltabilir hem de gelecek dönem sürü büyümesini olumsuz etkileyerek orta vadede üretimi azaltabilir. Tarım ve Orman Bakanlığı, şap hastalığı baş gösterdikten sonra önlemler almaya başlamış, hayvan hareketlerini kısıtlamak için hayvan pazarlarını kapatmış ve aşılama çalışmalarına ivedilikle başlamıştır. Salgın bölgelerinde hayvan hareketleri kısıtlanınca rağbetin olduğu pazarlara canlı hayvan akışı azalmış, bazı kesim tesislerinde kapasite kullanımı düşmüştür. Yaşanan arz daralması ve spekülasyon hareketleri ise fiyatlara yukarı yönde baskı yapmış ve piyasada dönemsel ani yükselişler görülmüştür.

Bizim önerimiz ise hastalıktan doğrudan olumsuz etkilenen üreticilere kesim/karantina dönemleri için gelir desteği, nakdi tazminat ve yem desteği gibi hedefli mali destek yapılması yönündedir. Böylece üreticinin ayakta kalmasıyla arzın korunması sağlanabilir.

ET TÜKETİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Türkiye'de kişi başı kırmızı et tüketimi nedir, gelişmiş ülkelerde tüketim rakamları ne durumda? Ülkemizde kırmızı et tüketimini etkileyen faktörleri anlatabilir misiniz?

Ülkemizde, kırmızı et tüketim verilerine ilişkin herhangi bir istatistik yayımlanmamaktadır. OECD-FAO Tarım Görünümü 2024-2033 raporuna göre kişi başına kırmızı et tüketimi OECD ülkelerinde 34,8 kg, Avrupa'da 34,5 kg, dünya genelinde 18,1 kg'dır. Ülkemizde kırmızı et tüketimi; beslenme alışkanlıkları, yaşam tarzı tercihleri, sağlık bilinci, ürünlere erişim kolaylığı ve elbette ekonomik koşulların birlikte etkilediği çok yönlü bir yapıya sahiptir. Fiyatlardaki değişimler tüketim kararlarını etkileyebilir; bazı haneler bu dönemde bütçelerine uygun alternatif protein kaynaklarına yönelebilir. Bunun yanında kültürel öğeler, aile gelenekleri, bölgesel mutfaklar ve özel günler de kırmızı et tüketiminde belirleyici rol oynar. Bu nedenle tüketim düzeyi, hem bireysel tercihler hem de sosyal ve ekonomik dinamiklerin birlikte oluşturduğu dengeli bir bileşimin sonucudur.

“BM RAPORU ET TÜKETİMİNİ GÖSTEREMEDİ YETERLİ DEĞİL”

Birleşmiş Milletler'e bağlı olan Dünya Nüfus İncelemesi raporuna göre, Türkiye, 3 buçuk yıldır savaşta olan Ukrayna'dan, Güney Afrika'dan, Zimbabve ve Kongo'dan daha az et yiyor. Araştırmaya göre Türkiye'de kişi başına 46.8 kilogram,

Ukrayna’da 48, Kongo’da 49,1 ve Zimbabve’de kişi başına 56,6 kilogram et düştüğü belirtiliyor. Söz konusu araştırmanın verilerini nasıl okumak gerekiyor?

Dünya Nüfus İncelemesi raporu kişi başı et tüketim verileri, ülkeler arasındaki beslenme alışkanlıklarını yüzeysel olarak karşılaştırmaya imkân verse de tek başına kilogram rakamları durumu tam olarak göstermede yeterli olmayabilir. Türkiye, Ukrayna, Kongo ve Zimbabve gibi tamamen farklı ekonomik, kültürel ve tarımsal yapıya sahip ülkelerin aynı ölçekte değerlendirilmesi; gelir düzeyi, fiyatlar, üretim yapısı ve gıda tercihleri gibi belirleyici faktörler hesaba katılmadığında yanıltıcı olabilir. Örneğin bazı ülkelerde hayvancılık doğal olarak daha yaygındır ve et günlük beslenmede daha belirgin bir yer tutar. Bu nedenle ülkeler arasında görülen 46–56 kg seviyesindeki farkların doğrudan “daha çok tüketiyor” veya “daha iyi besleniyor” şeklinde yorumlanması doğru değildir. Ayrıca veriler toplam et tüketimini gösterdiği için kırmızı et, beyaz et ve işlenmiş et ayrımı yapılmamaktadır. Sonuç olarak bu tür raporlar genel eğilimler hakkında fikir verir ancak anlamlı bir değerlendirme için sosyoekonomik koşullar, kültürel alışkanlıklar ve üretim-tüketim dengesi mutlaka birlikte ele alınmalıdır.

Tarım ve Orman Bakanlığı’nın gıda ürünlerinde taklit ve tağşiş yapan firmaları online olarak ifşa etmesinin üzerinden 1 yıldan fazla süre geçti. Listeye bakıldığında et ürünleri en fazla sahtekârlık yapılan kategorilerin başında geliyor. Bu bir yıllık süreci nasıl değerlendiriyorsunuz?

Tarım ve Orman Bakanlığı, internet sitesinde taklit/tağşiş tespiti kesinleşen ürünleri kamuoyuna ilan etmekte ve bu listeyi sürekli olarak güncellemektedir. Maalesef sucuk/salam/sosis gibi işlenmiş et ürünleriyle restoranlarda satışa sunulan etli ürünler listede



sık yer alan kategoriler arasındadır. Bakanlığın bu ifşa mekanizması, tüketici bilgilendirmesinde önemli bir adım olmuştur. Firmalar artık daha görünür bir denetim riskiyle karşı karşıyadır. Çünkü marka güveni sarsılabilmekte, tüketicide güvensizlik ve talep değişimi olabilmektedir. Taklit ve tağşişin parasal büyüklüğünü hesaplamak için resmi bir toplam tutar açıklanmamıştır. Ancak sık tespit edilen işlenmiş et ürünleri yüksek satış hacmine sahip olduğu için ekonomik etkisinin anlamlı olabileceği değerlendirilmektedir.

“SEKTÖR TÜKETİCİ TALEBİNE UYGUN YENİLİKÇİ ÜRÜNLERE YÖNELMELİ”

Kırmızı et sektöründe yaşanan diğer sorunların çözümü ve istikrarlı bir et piyasasının oluşması amacıyla SETBİR olarak sunduğunuz reçeteyi aktarır mısınız?

Türkiye’de kırmızı et sektörünün istikrarlı bir yapıya kavuşması için kısa vadede özellikle şap gibi salgınlardan etkilenen üreticiler için önlemlerin alınması öncelik taşımaktadır. Arz açığını kapatacak fakat iç üretime zarar vermeyecek şekilde ESK koordinasyonunda şeffaf ve hedefli bir ithalat stratejisinin uygulanmasının

devam etmesi kritik bir denge unsuru olacaktır. Orta vadede sektörün direncini artıracak yapısal adımlar öne çıkmaktadır. Sürü sağlığını koruyacak biyogüvenlik yatırımları, bölgesel laboratuvar ağının güçlendirilmesi, aşı temininin güvenceye alınması ve hayvan kayıt-izleme sistemlerinin geliştirilmesi önemli başlıklardır. Aynı zamanda üreticinin maliyet yükünü hafifletecek yem üretimi teşvikleri, lojistik kolaylıklar ve enerji/işçilik destekleri uygulanabilir. Bu çerçevenin tamamlayıcı unsurları ise üretimden perakendeye kadar tüm zinciri kapsayan izlenebilirlik ve kalite sistemlerinin geliştirilmesi ve taklit/tağşişle mücadelede devam edilmesidir.

Uzun vadede ise sürdürülebilir bir üretim yapısı ön plana çıkmaktadır. Genetik iyileştirme programlarının yaygınlaştırılması, yerli ırkların verimliliğinin artırılması ve genç üreticilerin sektöre kazandırılması, hem üretim kapasitesini hem de kırsal kalkınmayı güçlendirecektir. Buna ek olarak işlenmiş et ürünlerinde katma değer artışı, ihracat pazarlarının çeşitlendirilmesi ve tüketici talebine uygun yenilikçi ürünlerin geliştirilmesi sektörün rekabet gücünü yükseltecektir.

“ET İTHALATI UZUN VADEDE ÇÖZÜM DEĞİL”

Tarım ve Orman Bakanlığı’nın 2025 yılı için Et ve Süt Kurumu (ESK) aracılığıyla 520 bin baş besilik erkek sığır ithalatı yapılacağını açıkladığını belirten SETBİR Yönetim Kurulu Başkanı Dr. İsa Coşkun, “TÜİK’in yayımlanmış olduğu dış ticaret istatistiklerinde 2025 yılının 10 ayında 532 bin 581 baş besilik canlı hayvan ithalatı yapıldığı görülmektedir. Karkas et ithalatı ise 53 bin ton olmuştur. Et ve Süt Kurumu (ESK) açıklamalarında, ‘kırmızı et piya-

salarında dönemsel manipülatif fiyat artışlarını önlemek amacıyla dengeli şekilde piyasa ihtiyacı nispetinde dış ticaret tedbirlerine başvurulduğu’ belirtilmektedir. İthalatın etkilerini değerlendirecek olursak, uzun vadeli çözüm tabii ki ithalat değildir. Bakanlığın çalışmaları da yerli üretimi artırmak üzere olup, üretim kapasitesini artıracak destekler, yem maliyeti yönetimi ve sürü sağlığı yatırımları gibi çalışmalar yapılmaktadır” ifadelerini kullandı.

Üniversiteyi Gıda Sanayi
ile Buluşturan Akademisyen

MEHMET PALA



*Bilgi ve deneyimlerini
paylaşmaktan yorulmayan,
mücadeleden vazgeçmeyen
bir bilim insanının
ilham veren yaşam öyküsü*

 Doğan
SoLibri

Kitap, Doğan Yayın Evi tarafından yayınlanmıştır. 536 s.

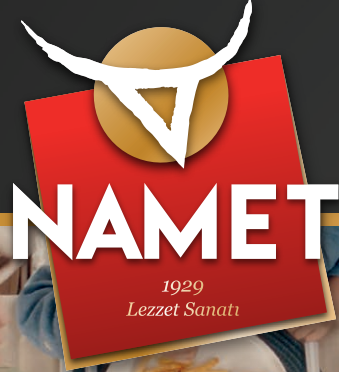
"Dünya Gazetesinin deneyimli özgün Yazarı Rüştü Bozkurt 21 Ekim 2021 tarihli Dünya Gazetesi'nde Mehmet Pala'nın kitabı hakkında şunları yazmış:

"Mehmet Pala kitabını okuyacak olan kamu ve üniversitelerde görev alanların, iş insanlarının, gelecekte iş dünyasında yerini almak isteyen gençlerin kendilerine rehberlik edecek çok sayıda izleme, gözleme, deney ve deneyime ulaşmaları mümkün... Bir insan meraklarının peşinde koşmuyorsa, zamana kıyarak kendi alanında derinlik ve yoğunluk kazanmıyorsa, üretmeyi bir yaşam biçimi haline getirmiyorsa, bildiklerini erişebildiği her araçla başka insanlarla paylaşmıyorsa "yaşama değer kattım" diyemez..."

Yaşama bir değer katarak, deneyim ve birikimi ile başka insanların yaşamını zenginleştirmeye hedefleyenler Mehmet Pala kitabını okumalı."

Kitabın geliri yazarı tarafından TEMA Vakfı'na bağışlanmıştır.

GELENEKTEN GELECEĞE:



ZENGİN ÜRÜN ÇEŞİTLİLİĞİ

Nesiller boyu taşınan, kuşaktan kuşağa aktarılan lezzet üretme becerimizi, günümüz teknolojileri ile yüksek standartlara taşıyoruz. En yeni teknolojilerle donatılan modern üretim tesislerimizde; şarküteriden taze ete, dönerden MAP ürünlere, tüketime hazır ürünlerden dondurulmuş & ileri işlenmiş ürünlere kadar, üretimini gerçekleştirdiğimiz 100'ü aşkın ürün çeşidimizi, tüm Türkiye'de ve 14 ülkede tüketicilerimizle buluşturuyoruz.



ÜRETİMDE YÜKSEK TEKNOLOJİ

Namet olarak, üretimin her aşamasına yüksek teknolojiyi entegre ederek gıda güvenliği, kalite ve sürdürülebilirlikte sektöre yön veren bir yapı oluşturuyoruz. Çiftlikten çatala uzanan serüvenimiz boyunca, uçtan uca dijital izlenebilirlik sistemleriyle tüm süreçlerimizi maksimum hassasiyetle kontrol altında tutuyoruz. Otomasyon, robotik uygulamalar ve ileri analiz teknolojilerini kullanarak her ürünümüzü aynı yüksek standartta tüketiciyle buluşturuyoruz. Global sertifikasyonlarla uyumlu altyapımız, uluslararası seviyede şeffaf ve güvenli üretim anlayışımızı güçlendiriyor. İnovasyona yaptığımız yatırımlar ile, gıda üretiminin teknolojiyle gelişen yeni dönemine uyum sağlıyoruz.



SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK: TEMİZ ENERJİ YATIRIMLARI



Sorumlu üretim anlayışının önemli bir parçasının sürdürülebilir bir gelecek için adım atmak olduğunu biliyoruz. 2023 yılının Kasım ayında Namet Şanlıurfa Çiftliğimizde devreye aldığımız 4 MWp kapasiteli Güneş Enerjisi Santrali ile çiftliğimizin yıllık elektrik ihtiyacının tamamını güneşten karşılıyoruz. Ayrıca çiftliğimizdeki gübre ve diğer organik atıkları, yine çiftlik içerisindeki Biogaz Tesisi'nde işleyerek elektrik enerjisine dönüştürüyoruz.



Gelecek nesillere daha yaşanabilir bir dünya bırakabilmek için yenilenebilir enerji yatırımlarımıza devam ediyoruz. Bu doğrultuda Sivas'ta gerçekleştirdiğimiz ve 230.000 m² arazi üzerine kurulu 20 MWp kapasiteli arazi tipi GES yatırımımızı, 2025 yılının Mayıs ayı itibarıyla devreye almış olmanın gururunu yaşıyoruz. Geniş arazi yapısı ve yüksek üretim kapasitesine sahip bu yatırım sayesinde hem operasyonlarımızı daha sürdürülebilir hale getiriyor hem de Türkiye'nin yenilenebilir enerji dönüşümüne katkıda bulunuyoruz.

Et Ürünlerinde Yeni Bir Dönem: Diyet Liflerinin Gücü ve Döhler'in Doğal Çözümleri

Gizem Kahraman
Innovation Management Manager

Gizem Şahin
Developer R&D



Tüketici Odaklı Ürün Trendleri: Sağlıklı ve Fonksiyonel Et Ürünleri

Gıda endüstrisi son yıllarda köklü bir dönüşüm yaşıyor. Günümüz tüketicisi artık yalnızca lezzet değil; aynı zamanda temiz içerik, fonksiyonellik ve sağlık odaklı ürünler talep ediyor. Bu beklentiler, geleneksel et ürünlerinin de yenilikçi yaklaşımlarla yeniden tasarlanmasını zorunlu hâle getiriyor. Diyet lifleri, bu noktada üreticiler için kritik bir teknoloji ve inovasyon fırsatı sunuyor.

Bitkisel kaynaklı lifler; nugget, köfte, sucuk, salam, sosis ve benzeri pek çok üründe yalnızca besinsel değer kazandırmakla kalmıyor, aynı zamanda ürün kalitesini belirleyen en kritik parametrelere de önemli katkılarda bulunuyor. Su tutma kapasitesini artırıyor, pişme kayıplarını azaltıyor ve ürünün daha sulu, dolgun ve stabil bir dokuya sahip olmasını sağlıyor. Üstelik lifler, yağ ikame edici olarak kullanıldığında, daha hafif ve sağlıklı alternatifler yaratılabiliyor ve ürünün genel lezzet profiline olumlu katkı sağlıyor.

Diyet liflerinin kullanımı yalnızca besin değerini artırmakla sınırlı kalmıyor. Bugün lifler; tekstür geliştirme, emülsiyon stabilizasyonu, raf ömrünü uzatma ve oksidatif dayanım gibi pek çok teknolojik sürecin merkezine yerleşmiş durumda. Et ürünleri üreticileri, lifleri artık sadece katkı maddesi olarak değil, ürün formülasyonunun stratejik ve fonksiyonel bir bileşeni olarak değerlendiriyor.





Diyet Liflerinin Fonksiyonel Rolü ve Ürün Geliştirme Katkıları

Döhler, doğal içerik konusundaki uzmanlığını et teknolojisine taşıırken, elma lifi, portakal lifi ve siyah havuç lifi gibi meyve ve sebze kökenli çözümleri sektöre sunuyor. Elma lifinin ürün dokusunu zenginleştiren yapısı, salam ve sosis gibi emülsifiye ürünlerde emülsiyon stabilitesini artırırken; portakal lifinin yüksek viskozite ve jel oluşturma özellikleri, düşük yağlı ürünlerde ağızda dolgun ve tatmin edici bir his yaratıyor. Siyah havuç lifi ise hem doğal renk sağlıyor hem de lif içeriğini artırarak ürüne fonksiyonel bir değer katıyor.

Bu lifler, üreticilere sadece teknolojik avantajlar sunmakla kalmıyor, aynı zamanda ürünün görsel ve duyuşsal kalitesini de güçlendiriyor. Özellikle sucuk, salam ve sosis gibi işlenmiş et ürünlerinde liflerin kullanımı, ürünün dağılmasını önleyerek hem üretimde hem de tüketimde yüksek kalite standardı sağlıyor. Ürünler daha homojen, daha elastik ve dilimlenebilir bir dokuya kavuşuyor.

İnovatif Lif Çözümleri ve Et Ürünlerinde Geleceğin Standartları

Döhler'in Ar-Ge yaklaşımı, lifleri yalnızca doğal bir hammadde olarak sunmakla sınırlı değil. Meyve posalarından elde edilen lifler, optimize edilmiş partikül boyutu, fonksiyonel su bağlama kapasitesi ve termal stabilite özellikleri sayesinde üretim süreçlerine doğrudan entegre edilebiliyor. Bu sayede üreticiler hem teknolojik açıdan güvenilir hem de tüketici trendlerine uygun içerik çözümlerine sahip olabiliyor.

Gelişmiş pazarlarda düşük yağlı, yüksek lifli ve temiz etiketli ürünlere olan talep hızla artıyor. Döhler'in doğal lif çeşitleri ise üreticilere güçlü bir esneklik sunuyor. İşlenmiş ve emülsifiye et ürünlerinde lif ilavesi, ürünün dağılmasını önleyip sucukta nem yönetimini iyileştirirken; salam ve sosislerde lifler doku bütünlüğünü koruyor, dilimlenebilirlik ve elastikiyet kazandırıyor. Ayrıca lifler, oksidasyonu geciktirerek ürünlerin raf ömrünü uzatıyor, kalite kaybını en aza indiriyor ve ürünlerin raf performansını artırıyor.

Döhler'in lif portföyü, yalnızca üretim süreçlerine katkı sağlamakla kalmıyor; aynı zamanda tüketicilerin beklentilerini de karşılayan fonksiyonel ve doğal çözümler sunuyor. Et ürünlerinde geleceğin standardı, doğallığın, fonksiyonelliğin ve teknolojik üstünlüğün birleşimi olacak. Bu dönüşümde Döhler, sektörün en değerli çözüm ortaklarından biri olarak öne çıkmayı sürdürüyor.

Türkiye’de geçtiğimiz yaz aylarında görülen şap hastalığının hayvancılık sektörünü ciddi şekilde etkilediğini belirten TÜSEDAD Başkanı Müslüm Doğru, et verimliliğinde %40’a, süt veriminde ise %70’e yakın düşüşler yaşandığını açıkladı. Hastalığın, kırmızı et sektöründe arz daralmasına, fiyat artışlarına ve üretici kayıplarına yol açtığına dikkat çeken Doğru, aşı üretimi, hayvan hareketliliğinin kontrolü ve üreticiye mali destek verilmesinin kritik önemde olduğunu söyledi.



Şap hastalığı et sektörünü vurdu



Müslüm Doğru

Tüm Süt, Et ve Damızlık Sığır Yetiştiricileri (TÜSEDAD) Başkanı Müslüm Doğru, Türkiye’de hayvancılık sektöründe yaşanan en önemli sorunların yüksek yem ve girdi maliyetleri olduğunu belirterek, bu durumun besicilerin kârlılığını azaltarak et üretimini düşürdüğünü ve tüketici fiyatlarını yükselttiğini söyledi. Hayvan

varlığındaki azalma, ithalata bağımlılık ve verimlilik sorunlarının sektörü daha da zorladığına dikkat çeken Doğru, “Hayvancılık sektöründe kalıcı çözüm için yerli yem üretiminin artırılması, meraların verimli kullanılması, üreticiye uzun vadeli destekler verilmesi ve yerli hayvancılığın güçlendirilmesi gereklidir” dedi.

TÜRKİYE’DE KİŞİ BAŞI KIRMIZI ET TÜKETİMİ 16,6 KG

Türkiye’de et sektöründe yaşanan sorunların çözümü için bir “reçete” sunmanın sayfalar sürecektir açıklama ve öneriler anlamı taşıdığını kaydeden Müslüm Doğru, girdi maliyetlerinin düşürülmesi, yerli üretimin güçlendirilmesi, ithalat bağımlılığının azaltılması, hastalıklarla etkin mücadele, destekleme politikalarının uzun vadeli hale getirilmesi ve piyasa düzenlemelerinin şeffaştırılması gerektiğini anlattı. Türkiye’de kişi başı kırmızı et tüketiminin yıllık 16,6 kg seviyesinde seyrettiğini, bu rakamın dünya ortalaması olan 18,1 kg ve OECD ülkeleri ortalaması olarak kabul edilen 34,8 kg ile karşılaştırıldığında oldukça düşük kaldığını ifade eden Doğru, Avrupa’da ise kişi başı tüketimin yaklaşık 34,5 kg olduğunu aktardı.

Türkiye’de kırmızı et tüketiminin düşük olmasının başlıca nedeni olarak ekonomik faktörlerin geldiğini

aktaran TÜSEDAD Başkanı Müslüm Doğru, “Ancak kültürel tercihler ve sağlık bilinci de bu durumu etkileyen unsurlar arasında yer alıyor. Kırmızı et fiyatları son yıllarda ciddi şekilde artmıştır. Yüksek yem maliyetleri, döviz kuru dalgalanmaları ve arz-talep dengesizlikleri üretim maliyetlerini yükseltmiştir. İthalat politikalarıyla fiyatlar düşürülmeye çalışılsa da bu etin sofralara ulaşmasını kolaylaştırmamıştır. Et, birçok hane için lüks tüketim haline gelmiştir. Hayvancılık sektöründeki yapısal sorunlar, üretimin sürdürülebilirliğini zorlaştırmakta ve tüketimi sınırlamaktadır” diye konuştu.

“ET FİYATLARI DAHA DA YÜKSELECEK GİBİ GÖRÜNÜYOR”

Et fiyatları hakkında da değerlendirmelerde bulunan Müslüm Doğru şunları söyledi: “2025 yılı itibarıyla Türkiye’de kırmızı et fiyatları hala yüksek seyrediyor ve daha yükselecek gibi görünüyor. Dana kıyma kilogram fiyatı yaklaşık 600–620 TL, dana kuşbaşı ise 650–670 TL civarında. Geçtiğimiz yıla göre fiyatlarda ortalama %30–40 artış yaşandı. Kaynaklara göre İstanbul Perakendeciler Derneği (PERDER) ile Et ve Süt Kurumu’nun yaptığı protokol kapsamında bazı zincir marketlerde fiyatlar yıl sonuna kadar sabitlendi. Bu sabitlemenin sadece İstanbul’da ve bazı marketlerde

olması, tüm ülke dikkate alındığında tüketimde herhangi bir olumlu etki yaratmayacaktır.”

TÜİK verilerine göre Türkiye’de 2025 yılı itibarıyla büyükbaş hayvan sayısının yaklaşık 17,2 milyon baş, küçükbaş hayvan sayısının ise 58,2 milyon baş civarında kayıtlara geçtiğini dile getiren Doğru, “2024 yılı kırmızı et üretimi ise bir önceki yıla göre %11,7 düşerek 2,1 milyon ton olmuştur. Bu düşüş özellikle sığır etinde belirginleşmiştir. Verilere göre 2024 yılında %11,2 düşüşle 1 milyon 483 bin 42 ton sığır eti, 509 bin 539 ton (%10,5 düşüş) koyun eti, 99 bin 532 ton (%22,8 düşüş) keçi eti ve 13 bin 781 ton (%10,4 düşüş) manda eti üretilmiştir” ifadelerini kullandı.

“ŞAP HASTALIĞI KIRMIZI ETTE ARZ DARALMASINA YOL AÇTI”

2025 yazında Türkiye’de görülen şap hastalığının hayvancılık sektörünü ciddi şekilde etkilediğini, et verimliliğinde %40’a, süt veriminde ise %70’e yakın düşüşler yaşandığını açıklayan Müslüm Doğru, “Şap hastalığı özellikle çift tırnaklı hayvanlarda görülen, hızlı yayılan bir viral enfeksiyondur. Türkiye’de daha önce görülmemiş SAT-1, SAT-2 ve O/ME-SA/SA 2018 tipleri bu yıl tespit edildi. Kontrolsüz nakiller ve meralarda temas hastalığın yayılmasını hızlandırdı. İlk etapta yapılan aşılarından önce hastalığın hayvanlarda hastalık görülünce üreticiler 2. doz (rapel) aşısı yaptıktan kaçındılar ve bu durum salgının kontrolünü zorlaştırdı. Salgın nedeniyle bazı üreticiler sektörden çıkmak zorunda kaldı. Şap hastalığı, Türkiye kırmızı et sektöründe arz daralmasına, fiyat artışlarına ve üretici kayıplarına yol açtı. Hastalıkla mücadelede aşı üretimi, hayvan hareketliliğinin kontrolü ve üreticiye mali destek kritik önemde. Uzun vadede ise aşı geliştirme, erken teşhis sistemleri ve kooperatifleşme sektörün dayanıklılığını artıracaktır” diye konuştu.



Türkiye’nin 2025 yılı için yaklaşık 520 bin baş besilik sığır ithalatı planladığını söyleyen TÜSEDA Başkan Müslüm Doğru, bu yılın ocak-ağustos döneminde 505 bin 59 baş sığır ithalatı gerçekleştirildiğini ve bunun için 794 bin 985 dolar harcadığını ifade etti. İthalatın büyük kısmının Et ve Süt Kurumu (ESK) aracılığıyla gerçekleştirildiğini ve fiyat belirleme yetkisinin yine ESK’da olduğunu anlatan Doğru, “2024 yılında ise yaklaşık 600 bin baş besilik sığır ithalatı yapılmıştı. ABD Tarım Bakanlığı’nı Türkiye’ye ilişkin raporuna göre 2026 yılında ülkemiz 450 bin baş sığır ve 70 bin ton et ithal edecektir. Buna karşın ihracatımız ise sıfır olacaktır. Aynı rapora göre Türkiye canlı hayvan ithalatında dünya ikincisi olup, damızlık hayvan kesimi nedeniyle ette ve sütte arz daralmasının devam edeceği belirtilmektedir” dedi.

“İTHALAT YAPISAL SORUNLARIMIZA ÇÖZÜM BULMADA YETERSİZ KALİYOR”

Besilik sığır ithalatının önemli bir bölümünün Brezilya ve Uruguay gibi ülkelerden yapıldığını kaydeden

Doğru sözlerini şöyle sürdürdü: “Bu ithalatın amacı piyasada arz açığını kapatmak ve fiyat dalgalanmalarını sınırlamaktır. Kısa vadede ithalat, piyasaya ek arz sağlayarak fiyatların aşırı yükselmesini engelleyebilir. Özellikle dönemsel manipülatif artışların önüne geçmek için ESK’nın müdahaleleri önemlidir. Uzun vadede ise ithalat, fiyatları kalıcı olarak düşürmek tutmakta zorlanır çünkü döviz kuru, lojistik maliyetler ve küresel piyasa koşulları fiyatları etkiler. Ayrıca ithalat bağımlılığı, yerli üreticinin rekabet gücünü ve ülkemizin hayvancılık sektöründe kendi kendine yeterliliğini zayıflatabilir. Bu sebeplerden dolayı ithalat sektörün yapısal sorunlarına çözüm bulmada yetersiz kalmaktadır. Yerli üretimin güçlendirilmesi ve yapısal sorunların çözülmesi olmadan sektörün kalıcı istikrarını garanti edemez. Türkiye’nin yerli kırmızı et üretimini artırmak için ekonomik destekler, verimlilik odaklı projeler ve sürdürülebilir hayvancılık politikaları hayata geçirilmelidir. Özellikle yem maliyetlerinin düşürülmesi, etçi ırkların yaygınlaştırılması ve aile işletmelerinin desteklenmesi kritik önemdedir.”

ETTE İSTIKRAR SÜTTEN GEÇİYOR

Türkiye’de istikrarlı bir et sektörünün tesisi için yerli üretimin mutlaka güçlendirilmesi gerektiğinin altını çizen TÜSEDA Başkanı Müslüm Doğru, “Yerli besilik materyal üretiminin artırılmasının temelinde süt fiyatları yatmaktadır. Yıllardır üretim maliyetinin altında sütünü satan üreticilerimiz, dişi (anaç) hayvanlarını kestirerek üretimden çıkmakta ve azalan anaç hayvan nedeniyle doğacak erkek buzağılar da yok olmaktadır. Yani ‘anası olmadan danası olmaz’ deyimini canlı olarak yaşamakta ve bunun sonucunda da besi materyali bulmakta zorlanmak-

ta. Dolayısıyla süt fiyatlarının hak ettiği yere gelmesi sağlanmadığı sürece etteki sorunun çözülmesi mümkün görülmemektedir. Etçi ırkların yaygınlaştırılması ve suni tohumlama uygulamalarının desteklenmesini de bir öneri olarak sunmaktayız. Bununla birlikte daha önce birkaç defa söylediğim gibi, yem ve diğer girdilerde maliyetlerin azaltılması için yerli yem üretiminin artırılması ve meraların etkin kullanımı büyük önem teşkil ediyor. Veteriner hizmetlerinin yaygınlaştırılması ve üretici bilgilendirme programlarının artırılması gerekiyor” şeklinde konuştu.



et ürünlerinde katma değer yaratan ÇÖZÜMLER SUNUYOR

Gıda sektöründe inovasyon ve teknoloji, et ürünlerinin kalitesini ve verimliliğini doğrudan etkiliyor. JRS Türkiye, lif bazlı ve fonksiyonel çözümleriyle üreticilere hem lezzet hem de performans avantajı sunuyor. Dergimizin bu sayısında JRS Türkiye Gıda Departmanı Satış Müdürü Onur Polat ile emülsiyon teknolojileri, yağ ikamesi ve et ürünlerinde verim artırımı konularını konuştuk.

Onur Bey merhaba. JRS Türkiye olarak et uygulamalarında ne gibi çözümler sunuyorsunuz?

JRS olarak et ve et ürünleri teknolojisinde oldukça geniş bir fonksiyonel çözüm portföyü sunuyoruz. Ürünlerimiz öncelikle lifçe zenginleştirmeyle üreticilere daha sağlıklı ve etiket avantajlı ürünler geliştirme imkânı sağlıyor. Bunun yanında yağ ikamesi ve yağ azaltımı çözümlerimiz, hem daha hafif ve sağlıklı ürünler üretmeye hem de maliyetleri optimize etmeye yardımcı oluyor. Ayrıca proses sırasında karşılaşılan en kritik konulardan biri olan su salma (syneresis) ve pişirme kayıplarının azaltılması için yüksek performanslı lifler sunuyoruz; böylece üreticiler pişirme kaybı azaltılmış daha stabil ürünler elde edebiliyor.

Et ürünlerinde yağ ve yağ ikamesinin birlikte kullanıldığı çözümlerimiz sayesinde maliyet avantajı sağlanıyor ve



verimlilik önemli ölçüde artırılabilir. Aynı zamanda özellikle şarküteri ürün grubunda yapısal bütünlük sağlayarak hem dokuyu hem de şekil stabilitesini iyileştirebiliyoruz. JRS VITACEL® Dietary Fibers, üretim hatlarında işlenebilirliği artırıyor, kıvam ve formun daha iyi korunmasını sağlıyor. Bunlara ek olarak, tekstür geliştirme, su bağlama kapasitesinin artırılması ve su bağlama kapasitesinin iyileştirilmesi sayesinde hem tüketici deneyimi hem de üretici verimliliği anlamında güçlü katkılar sunuyoruz.

Kısacası JRS olarak, emülsiyondan yağ ikamesine, verim artışından yapı iyileştirmeye kadar et ürünlerinin tüm

proseslerinde katma değer yaratacak kapsamlı ve fonksiyonel çözümler sağlıyoruz.

“ET ÜRÜNLERİNDE ALIŞILAGELMİŞ LEZZETİ KORUMAK MÜMKÜN”

Et ürünlerinde emülsiyon, lif ve yağ ikamesi kullanımıyla “klasik” lezzeti korumak mümkün mü?

Evet, doğru formülasyon ve uygun teknoloji kullanımıyla klasik lezzeti korumak mümkün. JRS olarak sunduğumuz emülsiyon, lif ve yağ ikamesi çözümleri; et ürünlerinin dokusunu, ağız hissini ve su bağlama kapasitesini optimize etmeye yönelik tasarlanmıştır. Bu sayede düşük yağlı veya fonksiyonel ürünlerde bile tüketici deneyimini etkilemez. Özellikle diyet

lifler, et ve suyun dengeli bağlanması sağlayarak kıvamı artırır ve pişirme sırasında oluşan kayıpları yüksek ölçüde azaltır. Yağ ikamesiyle birlikte kullanıldığında ürünlerin ağızda bıraktığı dolgunluk ve lezzet hissi korunur. Böylece üreticiler hem sağlıklı ve düşük yağlı, hem de lezzet açısından tatmin edici ürünler sunabilir.

ETİN DOKUSUNU KORUYAN ÇÖZÜMLER

Baharat ve soslarla yapılan ürünlerde, emülsiyon ve lif teknolojilerinin lezzet ve dokuyu koruma üzerindeki etkileri nelerdir?

Baharat ve sos içeren et ürünlerinde emülsiyon ve lif teknolojileri, hem lezzetin homojen dağılması hem de ürün dokusunun korunması açısından kritik bir rol oynar. Baharat ve soslar genellikle yağ, su, aroma bileşenleri ve partiküllerden oluştuğu için ürün içerisinde stabil bir dağılım sağlamak zor olabiliyor. JRS'in VITACEL® Dietary Fibers ve VIVAPUR® Alginates bazlı çözümleri, bu sistemlerde su ve yağ bağlayarak sosun ürün içinde homojen tutulmasına yardımcı olur. Böylece aromalar her lokmada eşit şekilde hissedilebilir ve lezzet kayıpları minimuma iner.

Ayrıca VITACEL® Dietary Fibers teknolojisi, baharat ve sosların ürünün yapışık dengesini bozmasını engeller.

Normalde baharat karışımları veya sos ilavesi, et ürünlerinde yumuşama, form kaybı veya su salma gibi sorunlara yol açabilir. VITACEL® Dietary Fibers bu noktada devreye girerek su tutma kapasitesini artırır, pişirme kayıplarını azaltır ve ürünün şekil stabilitesini korur. Emülsiyon sistemleriyle birlikte kullanıldığında, yağ-su karışımının stabilitesi güçlenir; böylece hem daha dolgun bir ağız hissi elde edilir hem de ürün kesildiğinde veya ısıtma işlemi gördüğünde dağılma, ayrışma veya boşluk oluşumu engellenir. Sonuç olarak üretici daha dayanıklı, tüketici ise daha lezzetli ve tutarlı bir ürün deneyimi elde eder.

"PIŞİRME KAYIPLARINI %20'YE KADAR DÜŞÜRÜYORUZ"

Et ürünlerinde fireyi azaltmak ve et kullanım oranını düşürmek ne kadar mümkün? JRS bu konuda nasıl bir avantaj sağlıyor?

JRS'in VITACEL® Dietary Fibers bazlı çözümleri, üreticilerin hem fireyi azaltmasına hem de formülasyondaki et kullanım oranını düşürmesine olanak

"JRS'in VITACEL® Dietary Fibers bazlı çözümleri, üreticilerin hem fireyi azaltmasına hem de formülasyondaki et kullanım oranını düşürmesine olanak tanıyor. Örneğin köfte uygulamalarında, yalnızca %3 oranında kullanılan bir VIVAPUR® karışımı sayesinde ürünün su tutma kapasitesi, kıvamı ve yapısal bütünlüğü güçleniyor. Bu da et kullanımının yaklaşık %15 oranında azaltılmasına rağmen dokunun, lezzetin ve pişirme sonrası performansın korunmasını sağlıyor."



Emülsiyon Çözümleri



Fibers for Life.



tanıyor. Örneğin köfte uygulamalarında, yalnızca %3 oranında kullanılan bir VIVAPUR® karışımı sayesinde ürünün su tutma kapasitesi, kıvamı ve yapısal bütünlüğü güçleniyor. Bu da et kullanımının yaklaşık %15 oranında azaltılmasına rağmen dokunun, lezzetin ve pişirme sonrası performansın korunmasını sağlıyor. VITACEL® Dietary Fibers, pişirme sırasında oluşan kayıpları önemli ölçüde azaltarak fireyi minimum seviyeye indiriyor. Lif içermeyen reçetelere kıyasla pişirme kayıplarını %20'ye kadar azaltmamız mümkün oluyor. Böylece üretici hem maliyet avantajı elde ediyor hem de daha stabil, tüketici beklentilerini karşılayan bir ürün sunabiliyor. Kısacası JRS çözümleri, kaliteyi bozmadan verimliliği artırmak için güçlü bir araç haline geliyor.

"VIVAPUR® ALGINATES'LE KALİTE VE YÜKSEK VERİM BİR ARADA"

Aljinat bazlı yağ ikamesi çözümleriyle, et ürünlerinde emülsiyon yapısını güçlendirerek hem ısı stabilitesini hem de dokusal performansı artırdığını açıklayan JRS Türkiye Gıda Departmanı Satış Müdürü Onur Polat sözlerini şöyle sürdürdü: "VIVAPUR® Alginates ile oluşturulan yağ parçacıkları soğuk prosesle hazırlanmasına rağmen pişirme sırasında formunu korur; böylece ürünün yapısal bütünlüğü, lezzeti ve görünümü bozulmaz. Ayrıca üreticilerin uygulama ihtiyacına göre görünebilir mozaik yapıda, daha homojen, yumuşak veya sert emülsiyon sistemleri sunabiliyoruz. Bu sayede düşük yağlı veya hibrit ürünlerde dahi gerçekçi yağ hissi, yüksek kalite ve artırılmış verim bir arada sağlanmış oluyor."

Baharat sektöründe güçler birleştirildi

Sofraların lezzet eşlikçisi baharatların daha katma değerli ve sağlıklı ihraç edilmesi, Türkiye'nin baharat ihracatında hedef pazarlarıyla teknik uyumunun sağlanması, uluslararası düzeyde Türk baharat sektörünün etkin bir şekilde temsil edilmesi amacıyla Ege Mobilya Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği EİB Baharat Teknik Komitesi'ni kurdu.

Türkiye'nin 2025 yılının ocak – ekim döneminde gerçekleştirdiği 181 milyon dolarlık baharat ihracatının 111 milyon dolarlık büyük diliminin Ege İhracatçı Birlikleri üyelerince yapıldığını belirten Ege Mobilya Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Başkanı Ali Fuat Gürle, Türkiye'nin kekik ve defne ihracatında da dünya lideri olduğunun altını çizdi. Kekik üretiminin yoğun olduğu Denizli'de, Denizli İl Tarım ve Orman Müdürlüğü iş birliğinde Tavas, Kale, Pamukkale ve Buldan ilçelerinde kekik üreticileriyle EMKOÜİB üyesi ihracatçı firmaların bir araya geldikleri sohbet toplantıları gerçekleştirdiklerini ifade eden Gürle, "EİB Baharat Teknik Komitesi önümüzdeki süreçte üreticilerle daha yoğun iş birlikleri gerçekleştirecek. Dünya genelinde sağlıklı gıdaya olan talebin zirve yaptığı bir dönemdeyiz. Tüketicilerin talepleri doğrultusunda üretim yapmak zorundayız. Tarım ve Orman Bakanlığımızın il ve ilçe müdürlükleriyle birlikte üreticilerimizle koordineli bir şekilde üretimde toplam kaliteyi artırarak



ihraç pazarlarımızda ürünlerimizi gönül rahatlığıyla pazarlayacağız" dedi.

EİB Baharat Teknik Komitesi'nin sektörel koordinasyon, bilgi toplama ve paylaşım, regülasyon takibi ve görüş oluşturma, Avrupa Baharat Birliği ve Amerika Baharat Birliği başta olmak üzere uluslararası platformlarda temsil, sorun tespiti ve çözüm önerileri, bilgi akışı sağlamak, mevzuat uyumu ve izleme

konularında görev yapacağını kaydeden Gürle, "Komite ayrıca, sektörel teknik çalışmaların yanı sıra tanıtım, sürdürülebilirlik, analiz alt yapısının geliştirilmesi ve veri temelli strateji oluşturulmasına da katkı sağlayacak" ifadelerini kullandı.

KEKİK VE DEFNE BAHARAT İHRACATININ %54'ÜNÜ OLUŞTURUYOR

Türkiye, 2025 yılının ocak – ekim döneminde 181 milyon dolarlık baharat ihraç ederken, kekik 56,5 milyon dolarla ilk sırada yer aldı. Defne 41,6 milyon dolarla kekiği takip ederken, iki ürün toplam baharat ihracatından %54 pay aldı. Tatlı kırmızı bibel 17 milyon dolarlık döviz getirisi sağlarken, sumak ihracatından 10 milyon dolar, adaçayından 9,3 milyon dolar döviz geliri elde edildi. Bu ürünleri 7,3 milyon dolarla kimyon ve 5,3 milyon dolarla biberiye izledi. Baharat ihracatında Amerika Birleşik Devletleri 26,6 milyon dolarla ilk sıradaki yerini korudu.

Cheetos ve Calve'den inovatif ürün: PEYNİR AROMALI SOS

Atıştırıcılık kategorisinin sevilen markalarından Cheetos ve sos dünyasının önde gelen oyuncularından Calve, gıda inovasyonunda bir yeniliğe imza attı. İki güçlü markanın uzmanlığıyla geliştirilen Calve Cheetos Peynir Aromalı Sos; Cheetos'un karakteristik peynir tadını Calve'nin sos konusundaki deneyimiyle harmanlıyor.

"SADECE İKİ LEZZETİ DEĞİL, İKİ İNOVASYON KÜLTÜRÜNÜ BİR ARAYA GETİRDİK"

PepsiCo Türkiye Yiyecek & İçecek Kategorisi CMO'su Seren Çankırı yaptığı açıklamada; "Bu iş birliğiyle

birlikte sadece iki lezzeti değil, iki inovasyon kültürünü bir araya getirdik. Cheetos'un enerjisiyle Calve'nin ustalığını harmanlayan bu özel sos, tüketicilerin sofrasına yaratıcılığı ve eğlenceyi aynı anda taşıyor. Bizim için bu ürün, atıştırıcılık dünyasında lezzet inovasyonunun yeni bir adımı" dedi.

PEK ÇOK YEMEKTE KULLANILABİLİYOR

Türkiye'de atıştırıcılık kültürüne yeni bir soluk getirmeyi amaçlayan Calve Cheetos Peynir Aromalı Sos, hamburgerlerden patates kızartmasına, tavuk kanatlarından çıtır atıştırıcılara kadar birçok

yemeğe eşlik ederek tat deneyimini artırmayı hedefliyor. Üstelik yalnızca fastfood tarzı yiyeceklerle değil, yaratıcı tariflerle de uyum yakalayarak sofraların yeni favorisi olmaya hedefliyor.



ORTAMA BİRAZ SOS KAT



Önce erken tanı sonra fırsat tanı

**Bağışınız
eğitime dönüşsün!**

tohumotizm.org.tr/bagis



Kare Kodu Okutun!



BESD-BİR: “Hijyen kurallarına uyulduğu sürece piliç etinde risk yok”

Satış noktalarında ve saklama sırasında uygun koşullara uyulmaması halinde diğer gıdalarda olduğu gibi piliç etinde de risk olabileceğini vurgulayan BESD-BİR, tüketicimin ev dışında olduğu durumlarda mekanın gıda denetimini gerçekleştirdiğinden ve hijyen kurallarına uyduğundan emin olunması gerektiğine dikkat çekti.



Beyaz Et Sanayicileri ve Damızlıkçıları Birliği Derneği (BESD-BİR) son günlerde gündeme gelen gıda zehirlenmesi vakalarıyla ilgili açıklama yaptı. TÜİK verilerine göre her yıl artarak süren piliç eti üretiminde yıllık ortalama 2.7 milyon tona ulaşıldığı bilgisini aktaran BESD - BİR açıklamasında; “Piliç eti kaynaklı gıda zehirlenmeleri, çoğunlukla tüketime hazırlanma sürecinde yapılan hatalardan kaynaklanmaktadır; örneğin bir önceki gün hazırlanan dönerin ertesi gün satılması veya pişirme sırasında hijyen ve hazırlık kurallarına uyulmaması bu risklerin başlıca nedenlerindendir” denildi.

“HİJYEN KURALLARINA UYULDUĞU SÜRECE RİSK YOKTUR”

Tüm gıda ürünlerinde olduğu gibi, tavuk etinde de saklama ve pişirme koşullarına ve hijyen kurallarına uyulduğu takdirde risk olmadığını kaydeden BESD-BİR açıklamasında şu ifadeler yer verildi: “Piliç eti satın alırken zorunlu etiket bilgilerinin yer aldığı, ambalajında üretici markası açıkça gözüken piliç etleri tercih edilmelidir. Ambalaj bütünlüğü bozulmuş, etiket ve üretici bilgisi olmayan ürünler kesinlikle satın alınmamalıdır. Piliç eti taze veya dondurulmuş olarak satışa sunulabilmektedir. Taze ürünlerde 0 ve 4 santigrat derece arasında koşullandırılmış dolaplarda, dondurulmuş ürünlerde ise -18 santigrat derecede olan donduruculardan satın alınmalıdır. Son kullanma tarihi kontrolü son derece önemlidir. Son kullanma tarihi kontrolü yapılmadan hiçbir piliç eti ürünü satın alınmamalıdır. Piliç eti hazırlanırken çapraz bulaşmayı önlemek

için pişirmeden önce yıkanmamasına, donuk ürünlerin tam çözülmeden pişirilmemesine, pişme sırasında içinde pembe kısım kalmamasına ve pişmiş ürünlere sonradan bulaşma olmamasına özellikle dikkat edilmelidir. Bunun yanı sıra, ev dışındaki piliç eti tüketimlerinde hijyen ve gıda güvenliği açısından denetimlerinden emin olunan işletmeler tercih edilmelidir. Bu kapsamda restoran, kafe ve toplu tüketim noktalarının Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından düzenli olarak denetlendiğinin unutulmaması önem taşımaktadır.”

“PİLİÇ ETİ YETİŞTİRİCİLİĞİNDE HORMON KULLANILMIYOR”

Son zamanlarda artan gıda zehirlenmeleriyle birlikte dijital mecralarda hormon ve antibiyotik kullanımıyla ilgili de yanlış bilgiler kamuoyuyla paylaşıldığına dikkat çeken BESD-BİR, söz konusu paylaşımların bilimsel bir temele ve kanıta dayanmadığını ve iyi niyetten uzak olduğunu dikkat çekti. Piliç yetiştiriciliğinde dernek üyesi entegre tesislerin hormon veya antibiyotik gibi maddeler kullanmadığını teyit eden BESD-BİR, “Üyelerimizin yetiştirdiği

piliçler etçil ırk tavuklardır. İyi kalitede yemlerle, modern kümeslerde yetiştirilir. Büyümenin nedeni bahsettiğimiz doğal şartlar ve modern tesislerdir. Dünyada ve Türkiye’de ticari işletmelerin hiçbirinde hormon kullanılmaz. Bunun için geliştirilmiş hormon ilacı da yoktur. Ayrıca ülkemizde antibiyotik kullanımına ilişkin yasal düzenlemeler AB mevzuatıyla uyumludur. Tedavi dışında antibiyotiklerin yem katkı maddesi olarak yemlere katılması yasaktır. AB ülkelerinde yasaklanmış bir ilacın ülkemizde ruhsatlandırılması ve kullanımı söz konusu değildir” ifadelerine yer verdi.

“ÜYE ŞİRKETLERİMİZ BAKANLIK TARAFINDAN DÜZENLİ DENETLENİYOR”

BESD-BİR üyesi kuruluşların yeminden yumurtasına, kesimden paketlemeye kadar tüm piliç eti üretim aşamalarını entegre şekilde yasal mevzuata uygun şekilde gerçekleştirdiklerine vurgu yapılan açıklama şöyle devam etti: “Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından düzenli olarak denetlenen üye şirketlerimiz, tüm bu süreç boyunca piliç etini her türlü bozulma ve bulaşmaya yol açan etkenden

arındırarak tüketime uygun halde üretilip, sağlık açısından yararlı ve besin değeri yüksek bir gıda olarak tüketicilerimize sunulmaktadır. Son derece hijyenik ve denetimli ortamlarda üretilen piliç eti, soğuk zincir gerektirir. Saklama ve satış aşamalarında soğuk zincir koşullarına uyulması yeterli pişirme ve pişme sonrası bulaşma riskinin ortadan kaldırılması halinde piliç etinde risk yoktur.”

Lezita yenilikçi ürünleriyle Avrupa pazarında

Lezita, Avrupa Birliği'ne ihracat onayının ardından ilk gönderimi Almanya'ya yaptı. Firmanın Almanya'daki tüketici beklentileri ve pazar araştırmalarını dikkate alarak geliştirdiği ürünler büyük ilgi gördü.



Mesut Ergül

Türkiye'nin önde gelen piliç eti üreticilerinden Lezita, Avrupa Birliği'ne (AB) ilk ihracatını Almanya'ya yaptı. Lezita Genel Müdürü Mesut Ergül, "Lezita olarak, ürünlerimizi Almanya'daki tüketicilerle buluşturmanın gururunu yaşıyoruz. 1,5 ayda yarım milyondan fazla tüketiciye ulaşan ihracat hacmimizle, Avrupa Birliği'ne ilk ve en çok ihracat yapan marka olduk. Almanya'daki tüketici beklentileri ve pazar araştırmalarını dikkate alarak geliştirdiğimiz ürünler, raflardaki yerini aldı ve beklenenin ötesinde ilgi gördü. Bu başarı, uzun soluklu hazırlıkların, titiz çalışmaların ve Avrupa Birliği pazarına özel olarak geliştirdiğimiz ürünlerin bir sonucudur" dedi.

"AVRUPA PAZARI GLOBAL BÜYÜME VİZYONUMUZ AÇISINDAN KRİTİK ÖNEMLİ"

Mesut Ergül, Avrupa pazarındaki bu güçlü başlangıcın Lezita'nın global

büyüme vizyonu açısından kritik önem taşıdığını söyledi. Ergül, "Bugün 70'i aşkın ülkeye ihracat yapan bir marka olarak, sürdürülebilir büyümenin; doğru ürünün doğru tüketiciyle buluşması, güçlü iş ortaklıkları ve yüksek kalite anlayışıyla mümkün olduğunu bir kez daha görüyoruz. Avrupa pazarındaki ilk adımlarımızın

gördüğü yoğun ilgi, önümüzdeki dönem için önemli bir kaldıraç niteliğinde" diye konuştu.

Lezita'nın hedef pazara özel ürün ve satış stratejileri sayesinde yurt dışında da tercih edilen bir marka olduğunu dile getiren Mesut Ergül sözlerini şöyle sürdürdü: "Uzun vadeli iş birliklerine odaklanıyor, yoğun Ar-Ge çalışmalarıyla geliştirdiğimiz inovatif ürünlerimizi yeni pazarlara sunuyoruz. AB'ye ihracat izni, Lezita'nın global büyüme stratejisinde kritik bir adım. Tüketicilerin beklenti ve ihtiyaçları doğrultusunda geliştirdiğimiz lezzetli ve inovatif ürünlerimizi yakında diğer AB ülkeleri de tanıyacak. 70 ülkeyi aşan ihracat pazarımızı AB ülkeleriyle daha da genişleteceğiz. Ülkemizi AB ülkelerinde de en iyi şekilde temsil edeceğiz."

HD İskender 30. yılında 100. restoranına ulaştı

1995 yılında kurulan HD İskender, geleneksel iskenderi modern restoran konseptiyle sunma vizyonu ile çıktığı yolculuğunda 30. yılını kutlarken önemli bir dönüm noktasına ulaştı. Marka, son

bir ay içinde Gaziantep Primemall AVM, 41 Burda AVM, İstanbul Finans Merkezi, Niğde Tema Park AVM ve Gaziantep Sanko AVM'de açtığı yeni restoranlarla birlikte 100. şubesine ulaştı.

"İSKENDER LEZZETİNİ EN DOĞRU ŞEKİLDE SUNMANIN SORUMLULUĞUNU TAŞIYORUZ"

HD Holding CMO'su Nejat Çifçi, markanın 100. restoranına ulaşmasının taşıdığı önemi şu sözlerle değerlendirdi: "HD İskender olarak 30 yıldır aynı tutku ve özenle çalışıyor, geleneksel iskender lezzetini en doğru şekilde sunmanın sorumluluğunu taşıyoruz. 100. restoranımıza ulaşmak bizim için; emeğimizin, istikrarımızın ve misafirlerimizin bize duyduğu güvenin bir yansıması. Önümüzdeki dönemde de dünya standartlarında kalite, ulaşılabilir fiyat ve misafir memnuniyeti çizgisinden ödün vermeden yolumuza devam edeceğiz."





Sos dünyasında baş döndüren değişim yaşanıyor

Günümüzde sosların sadece yemeklerin lezzet artırıcı bir unsuru olmayıp, aynı zamanda bir kültürün gastronomik hafızasını taşıyan yapılar olduğunu belirten Nişantaşı Üniversitesi Aşçılık Meslek Yüksekokulu Öğretim Görevlisi/Chef Mustafa Tezel, dünyada ve Türkiye’de sos kültüründe yaşanan dönüşümü Gıda Teknolojisi Dergisi’ne değerlendirdi.

Kısaca dünyada sosların tarihçesinden ve geçmişten günümüze gastronomi açısından öneminden bahsedebilir misiniz?

Öncelikle sosun tanımını yaparsak; Soslar, Larousse Gastronomique’e göre bir yemeğin yanında sunulan veya pişirme sırasında kullanılan, farklı kıvamlarda hazırlanabilen sıcak ya da soğuk çeşnilerdir. Gastronomide soslar, lezzeti artırmak, yemeğin dokusunu zenginleştirmek ve görselliğini tamamlamak açısından büyük öneme sahiptir. Tarihsel olarak soslar, insanlık tarihinin erken dönemlerinden itibaren yemek kültüründe yer almıştır. Antik Mısır ve Roma mutfaklarında çeşitli otlar, baharatlar ve fermente edilmiş ürünlerle yemekler tatlandırılmıştır. Orta Çağ’da Avrupa’da soslar, özellikle aristokrat sofralarında

yemeklerin gösterişli ve lezzetli sunumu için vazgeçilmez bir unsur haline gelmiştir.

Modern sos anlayışı ise 17. ve özellikle 18. yüzyılda Fransız mutfağının sistematikleşmesiyle ortaya çıktı. Marie-Antoine Carême ve ardından Auguste Escoffier, sosları teknik olarak sınıflandırarak beş temel “ana sos” üzerine kurulu bir yapı oluşturdu. Bu dönem, gastronomide sosların bir tamamlayıcıdan çok yemeğin kimliğini oluşturan bir unsur haline geldiği kırılma noktasıdır.

Günümüzde soslar sadece lezzet artırıcı bir unsur değil, aynı zamanda bir kültürün gastronomik hafızasını taşıyan yapılar olarak görülmektedir. Modern mutfak akımlarında emülsiyonlar, fermente soslar ve dünya mutfaklarının özgün sos teknikleri,

şeflerin yaratıcılık alanını genişleten temel araçlardır. Soslar, bir tabağın kimliğini belirleyen; dokuyu, aromayı, rengi ve dengeyi oluşturan en önemli gastronomik unsurlardan biri olmaya devam etmektedir.

“SOSLAR HER KÜLTÜRÜN KENDİ HİKAYESİNİ SOFRALARA TAŞIYOR”

Elinizdeki güncel verilere göre, dünyada ve Türkiye’de sos pazarına ilişkin verileri bizimle paylaşabilir misiniz? Dünya mutfaklarında yemeklerde kullanılan kaç çeşit sos var? Bunlar hakkında genel bir bilgi verebilir misiniz?

Elimizdeki güncel verilere göre, dünya sos pazarı oldukça dinamik bir büyüme gösteriyor. 2024 2025 itibarıyla küresel sos, soslu soslar ve baharatlı soslar pazarı 130 ila 185 milyar dolar arasında bir büyüklüğe sahip ve önümüzdeki 10 yıl içinde yıllık yaklaşık %5 6 oranında büyümesi bekleniyor (Market Research Future, 2024; Future



Mustafa Tezel

Market Insights, 2025). Tüketiciler arasında hazır ve pratik kullanıma uygun soslara talep artarken, doğal içerikli, katkı maddesi az ve etnik tatlara sahip ürünler ön plana çıkıyor (towardsfmb, 2025). Ayrıca e-ticaret ve modern perakende kanalları, sos pazarının büyümesine önemli katkı sağlıyor (Business Research Insights, 2024). Türkiye özelinde de sos pazarı hızlı bir büyüme trendi gösteriyor. 2024'te Türkiye'de sos ve baharatlı sos pazarı yaklaşık 1,5-1,8 milyar dolar seviyesinde ve önümüzdeki yıllarda yılda %8 civarında bir büyümeyle 4 milyar dolara yaklaşması öngörülmüyor (researchandmarkets, 2024; Euromonitor, 2025).

Türkiye'de özellikle ketçap, mayonez ve acılı soslar en çok tercih edilenler arasında yer alıyor. Tüketiciler hem geleneksel tatlara yöneliyor hem de organik ve katkı maddesiz ürünleri tercih etmeye başlıyor. Paketleme ve kullanım kolaylığı da satın alma kararlarında önemli bir rol oynuyor. Genel olarak, hem dünya hem Türkiye sos pazarında büyüme potansiyeli yüksek ve özellikle sağlıklı, yenilikçi ve pratik soslara yönelik talep artışı önümüzdeki dönemde pazarı şekillendirecek en önemli trendlerden biri olarak öne çıkıyor (Marketing Türkiye, 2024).

Dünya mutfaklarında sosların sayısını tam olarak belirlemek neredeyse imkânsızdır; çünkü her mutfak kendi coğrafi koşulları, yerel flora ve faunasına göre benzersiz lezzetler yaratmıştır. Fransız mutfağının temel ve türev sosları, modern gastronominin yapı taşları olarak öne çıkarken, Asya mutfakları soya ve fermente bazlı soslarla zengin bir umami

“Sos tüketiminde talep ve beklentilerin artması, gıda endüstrisine çok net bir mesaj veriyor: Tüketici artık sadece lezzet aramıyor; doğrallık, şeffaflık, kültürel çeşitlilik ve yenilik istiyor. Sosun içeriğini, üretim şeklini, ham maddenin kaynağını ve markanın duruşunu sorgulayan bilinçli bir kitle var. Bu durum, üreticileri katkısız, kısa içerik listesine sahip, temiz etiketli ve izlenebilir ürünler geliştirmeye yönlendiriyor.”

yelpazesi sunar; Latin Amerika ve Orta Doğu mutfakları ise baharat ve acılı biberlerle yemeklerine canlılık ve karakter katar. Aynı temel malzeme farklı tekniklerle işlendiğinde ortaya bambaşka tat profilleri çıkabilmekte, bu da sos çeşitliliğini neredeyse sınırsız kılmaktadır. Bu nedenle soslar, sadece yemeği tamamlayan bir unsur olmaktan öteye geçer; yemeğin dokusunu, aromasını ve görselliğini derinleştirerek her kültürün kendi hikayesini sofralara taşır.

“TÜRK YEMEKLERİ SOSLARIYLA BİR BÜTÜN OLUŞTURUYOR”

Türk mutfağında sosların yeri ve önemi nedir, hangi yemeklerde çoğunlukla hangi soslar kullanılmaktadır?

Avrupa mutfaklarında soslar genellikle yemeğin yanında ayrı olarak hazırlanır ve her yemeğe farklı tat ve aroma katmak amacıyla özenle sunulur. Bu soslar, yemeğin karakterini tamamlamanın yanı sıra lezzetini dengeler ve görselliğini zenginleştirir. Avrupa'da sosların ayrı hazırlanması, aynı zamanda yemeğin her misafire kendi damak zevkine göre servis edilmesine olanak tanır.

Türk mutfağında ise soslar çoğunlukla yemeğin piştiği tencere içinde gelişir. Yani sos, yemeğin kendisiyle birlikte pişer, malzemelerin suyu, baharatları ve aromaları birbiriyle bütünleşir. Bu nedenle Türk yemekleri soslarıyla adeta bir bütün oluşturur. Her ne kadar domates ve salça mutfağımıza sonradan girmiş olsa da, domates bazlı soslar artık Türk yemeklerinin vazgeçilmez bir parçasıdır. Örneğin et yemeklerinde, sebze yemeklerinde veya dolmalarda salçalı soslar yemeğe hem renk hem de tat katar. Bunun dışında, iyi pişmiş tandır etlerinde ortaya çıkan doğal soslar, Türk mutfağının kendine özgü lezzet imzasını oluşturur ve yemekleri daha zengin, aromatik ve doyurucu hâle getirir.

Sonuç olarak, Türk mutfağında soslar sadece yemeğin lezzetini tamamlayan bir unsur değil; yemeğin karakterini, aromasını ve dokusunu belirleyen kültürel bir öğedir. Avrupa mutfaklarındaki ayrı sos kültürüyle karşılaştırıldığında, Türk sosları daha organik, yemekle bütünleşik ve malzemelerin doğal tatlarını ön plana çıkaran bir yaklaşımla hazırlanır. Bu da mutfağımızın zenginliğini ve özgünlüğünü ortaya koyar.

SOSLARIN ET VE TAVUK YEMEKLERİNDEKİ İŞLEVİ

Dünyada ve ülkemiz mutfağında et ve tavuk yemeklerinde en çok kullanılan soslar hangileridir? Sosların et – tavuk yemeklerine lezzet dışında kattığı artı değerler nelerdir?

Dünya mutfaklarında et ve tavuk yemeklerinde kullanılan soslar oldukça çeşitlidir. Avrupa mutfaklarında klasik olarak gravy, béarnaise, demi glace, hollandaise ve barbekü sosları öne çıkar. Asya mutfaklarında ise soya sosu, teriyaki, hoisin, satay ve çeşitli acılı biber bazlı soslar tercih edilir. Latin Amerika mutfaklarında chimichurri ve mole gibi aromatik soslar, Orta Doğu mutfaklarında ise tahin, yoğurt ve baharat bazlı soslar sık kullanılır. Türkiye mutfağında et ve tavuk yemeklerinde en



yaygın soslar genellikle domates ve salça bazı soslar, yoğurtlu soslar, tereyağlı ve baharatlı soslardır. Örneğin kuzu yahni ve etli sebze yemeklerinde salçalı soslar yemeğin doğal aromasını ve rengini zenginleştirir; tavuk yemeklerinde ise tereyağlı ve baharatlı soslar hem aroma hem de kıvam sağlar. Yoğurt bazı soslar, özellikle tavuk ve kebablarda yemeğe ferah bir tat ve kremamsı doku katar. İyi hazırlanmış bir sos, yemeği daha cazip hâle getirir, malzemelerin tadını dengeler ve sofradaki sunumu güçlendirir. Ayrıca soslar, etin ve tavuğun doğal suyunu korumasına ve pişirme sırasında lezzetini artırmasına yardımcı olur; böylece hem tat hem aroma hem de dokusal açıdan yemeğe ekstra değer kazandırır.

Z kuşağı soslardan neler bekliyor?

Z kuşağının soslarla ilişkisi hakkında neler gözlemliyorsunuz, genellikle hangi sos lezzetlerini tercih ediyorlar? Z kuşağı, sos kullanımı konusunda oldukça meraklı, deneyime açık ve yenilikçi bir profil sergiliyor. Bu kuşağın lezzet tercihlerinde en belirgin özellik, alışılmış tatlardan uzaklaşıp daha cesur, aromatik ve global mutfaklardan beslenen soslara yönelmeleri. Özellikle acılık seviyesi belirgin olan Sriracha, gochujang, chipotle gibi dünya mutfaklarına ait soslar Z kuşağının mutfak kültüründe kendine güçlü bir yer edindi. Aynı zamanda bu nesil, bir sosun sadece lezzet katmasını değil, hikâyesi olan, sürdürülebilir, doğal içeriklerle hazırlanan ve temiz etiketli ürünler olmasını da önemsiyor. Fermente tatlara olan ilgileri de dikkate değer; kimchi sosları, miso bazı soslar ve ekşi-umami dengesi yüksek soslar bu nedenle daha çok tercih ediliyor.

Z kuşağının sos tercihleri aynı

zamanda sosyal medyadan da etkileniyor. Tiktok ve Instagram’da popüler olan pink sauce, garlic parmesan, honey sriracha, sweet chili gibi trend soslar gençler arasında hızla yayılıyor ve tüketim alışkanlıklarını belirliyor. Genel olarak Z kuşağının sos tercihinde üç ana eğilim göze çarpıyor:

Global tatlara açıklık – Asya, Meksika ve Orta Doğu mutfaklarından ilham alan soslar.

Acı ve umami profili belirgin soslar – Gochujang, chipotle, fermente soslar.

Trend ve deneyim odaklı tüketim – Sosun rengi, kıvamı, sunumu ve sosyal medyadaki karşılığı da lezzet kadar önemli.

Bu yönelimler, restoranların menülerinde soslara daha yaratıcı ve kültürel bir yaklaşım geliştirmesini zorunlu hale getiriyor. Z kuşağı için sos, bir tamamlayıcıdan ziyade yemeğin karakterini belirleyen önemli bir unsur haline gelmiş durumda.

“VEGAN VE SAĞLIKLI YAŞAM TRENDİ SOSLARI DÖNÜŞTÜRÜYOR”

Dünyada vegan yemek kültürünün yaygınlaşması ve sağlıklı yaşam talebinin artması tüketicileri temiz etiketli ve güvenilir ürünlere yönlendiriyor. Bu eğilim sos tüketimini nasıl etkiliyor?

Vegan yemek kültürünün global ölçekte güçlenmesi ve sağlıklı yaşam bilincinin yükselmesi, tüketicilerin sos seçiminde daha bilinçli ve seçici davranmasına aracılık ediyor. Artık sosların yalnızca lezzet vermesi yeterli görülüyor; temiz içerikli, katkısız, bitkisel temelli ve etik üretim süreçlerinden geçen ürünlere yönelim belirgin şekilde artmış

durumda. Bu eğilimle birlikte özellikle şu sos kategorilerinin öne çıktığını gözlemliyoruz:

Bitkisel Temelli Krema ve Mayo Alternatifleri: Yumurta veya süt ürünü içermeyen, nohut suyu (aquafaba), kaju, hindistancevizi sütü gibi bileşenlerle hazırlanan vegan mayonezler ve krema bazı soslar yoğun talep görüyor.

Fermente ve Doğal Umami

Kaynakları: Miso, tamari, fermente biber sosları, kombucha bazı soslar ve vegan Worcestershire gibi seçenekler hem temiz etikete uyuyor hem de derin bir lezzet katıyor. Fermentasyonun sağlıklı yaşamla ilişkilendirilmesi de bu ürünleri daha popüler kılıyor.

Doğal Tatlandırıcıyla Hazırlanan

Soslar: Rafine şeker yerine hurma, akçağaç şurubu veya meyve püreleri kullanılan soslar tercih ediliyor. Özellikle tatlı-ekşi dengesi olan soslarda bu yaklaşım çok yaygın.

Bitkisel Yoğurt ve Tahin Bazlı

Soslar: Yoğurt yerine badem, kaju veya soya bazı ürünlerle hazırlanan soslar; ayrıca tahin, fıstık ezmesi, susam ve kuruyemiş bazı soslar hem besleyici hem de temiz içerikli oldukları için öne çıkıyor.

Katkısız ve Kısa İçerik Listesine

Sahip Soslar: Etiketinde koruyucu, renklendirici, aroma verici gibi bileşenler bulunmayan; birkaç doğal malzemeyle hazırlanan soslar tüketici nezdinde güven yaratıyor. “Dört-beş malzemeden oluşan” sade reçeteler artık bir tercih sebebi.

Bu dönüşüm, restoranları da daha inovatif olmaya yönlendiriyor. Vegan ve sağlıklı yaşam trendi, sosların yapısında doğallık, şeffaflık ve sürdürülebilirlik kavramlarını merkezde tutuyor. Bugün tüketiciler için bir sosun lezzeti kadar; üretim hikâyesi, içeriği ve doğaya olan ayak izi de önemli hale geldi.

PANDEMİ SÜRECİ SOSLARA İLGİYİ ARTIRDI

Covid-19 pandemi döneminin evde yemek pişirme alışkanlıklarını köklü şekilde değiştirdiğini anlatan Mustafa Tezel, bu değişimin sos kültürüne çok belirgin bir şekilde yansıdığına dikkat çekiyor. İnsanların, dışarıda deneyimledikleri lezzetleri evde yeniden yaratmak, yeni tarifler denemek ve mutfakta daha yaratıcı olmak için soslara her zamankinden daha fazla yöneldiğini kaydeden Tezel, “Bu dönem sos tüketiminde hem çeşitliliği hem de kullanım sıklığını ciddi biçimde artırdı. Evde restoran kalitesinde yemek hazırlama isteği, özellikle Asya, Meksika ve Akdeniz mutfaklarına ait hazır sosların popülerliğini artırdı; soya sosu, teriyaki, pesto, chimichurri, gochujang ve ramen sosları pandemi boyunca satış rekorları kırdı.

Bununla birlikte insanlar, sadece hazır ürünleri kullanmakla kalmayıp kendi soslarını üretmeye de yöneldi. Ev yapımı pesto, domates sosları, zeytinyağıyla aromalandırılmış dip soslar ve fermente karışımların tarifleri çok daha fazla araştırılmaya başlandı; sos, bu süreçte yemeğin sadece eşlikçisi değil, adeta kimliğini belirleyen bir unsur olarak kabul edildi. Kore mutfağının baharatlı sosları, Latin Amerika’nın acı biber sosları ve Orta Doğu’nun tahin bazı sosları geniş kitlelere ulaştı. Bunun yanında evde yemek pişirmenin artması, tüketicilerin içerikleri daha dikkatle incelemesini sağladı; şeker oranı düşük, katkısız, bitkisel bazı ve kısa içerik listesine sahip soslar tercih edilmeye başlandı” diye konuştu.

Düzenli Bağışla Umudu Bağışla

Her düzenli bağış bir çocuğun umudunu yeniden yeşertir.
Küçücük bir iyilik damlası, bir hayatın tüm hikayesini baştan yazabilir.
Ve o hikaye, sizin ellerinizle şekillenir.

losev.org.tr/sayenizde



Bir zamanlar dünyanın en önemli bakliyat üreticisi ve ihracatçılarından olan Türkiye maziyi mumla arıyor. Son 35 yılda bakliyat sektöründe ekili alanlarda %57, üretimde de %33 oranında düşüş yaşandığına dikkat çeken Ulusal Baklagil Konseyi Başkanı Abdullah Özdemir, "TÜİK tarafından yayınlanan Bitkisel Üretim İkinci Tahmin Raporu'na göre, bu yıl ülkemizin bakliyat üretiminin %31 azalışla 927 bin tona gerilemesi beklenmektedir. Bakliyat üretimini mutlaka artırmalıyız" diyor.



Abdullah Özdemir:

“BAKLIYAT ÜRETİMİMİZ

1 milyon tonun altında gerçekleşecek”

2 025 yılı itibarıyla Türkiye’de bakliyat üretimi ne kadardır? Hem bakliyat üretimini hem de bakliyat ekim alanlarının geçmiş yıllarla kıyaslamasını yapabilir misiniz?

Son 35 yılda dünya genelinde bakliyat ekili alanlar %40 artarken, Türkiye’de %57 azalmıştır. Dünya bakliyat üretimi aynı dönemde %69 yükselerek 94 milyon tona ulaşmış, ülkemizde ise %33 oranında azalarak 2024 yılında 1 milyon 345 bin tona düşmüştür. Ürün bazında analiz edildiğinde; bu üretim hacminin %43’ünü (575 bin ton) nohut oluşturmaktadır. Ülkemizin bakliyat üretiminin %30’luk bölümünü (405 bin ton) kırmızı mercimek oluştururken, kuru fasulyenin payı %21 (279 bin ton), yeşil mercimeğin payı %5 (71 bin ton) ve kuru bezelye ile bakla gibi diğer kuru baklagillerin payı ise %1 (15 bin ton) düzeyindedir. 1980’li yılların başından 1990’lı yılların ilk yarısına kadar bakliyat, Türkiye’nin tarımsal üretim ve ihracatının en önemli kalemlerinden biriydi.



Yaklaşık 30–35 yıl önce Türkiye, 2,5 milyon ton civarında bakliyat üreten, bunun yarısını ihraç eden ve ithalatın söz konusu olmadığı bir ülke konumundaydı. Özellikle nohut ve mercimekte dünyanın üretim ve ihracat merkeziydik; her iki üründe de açık ara liderdik. Ancak 1994 yılında sona eren Nadas Alanlarının Daraltılması Projesi’yle aynı yıl TMO’nun bakliyatı alım kapsamından çıkarması, başta mercimek ve nohut olmak üzere

kuru baklagillerin çiftçiler açısından cazibesini azaltmıştır. Sonuç olarak daha önce belirtildiği üzere, bakliyat ekili alanlarında %57 ve bakliyat üretiminde %33 oranında düşüş meydana gelmiştir.

Türkiye’nin bakliyat ticaretinin merkezi Mersin’dir. 2024 yılı itibarıyla ülkemizin bakliyat dış ticaret hacmi 2,7 milyon ton düzeyindedir ve bu hacmin yaklaşık %85’i Mersin üzerinden gerçekleşmektedir. Bu güçlü performansın temel nedenlerinden biri, Mersin’in Avrupa, Orta Doğu, Kuzey Afrika ve Asya arasındaki konumu sayesinde dünya bakliyat ticaretinde bir köprü işlevi görmesidir.

“BAKLIYAT ÜRETİMİNDE %31’LİK AZALMA BEKLENİYOR”

İklim değişikliği ve geçtiğimiz aylarda yaşanan don felaketi bu yılki bakliyat üretimini nasıl etkiledi? Ne kadarlık bir kayıp bekliyorsunuz?

2025 yılı içerisinde başta kuraklık olmak üzere iklim değişikliğinin olumsuz etkileri ve buna eklenen zirai don felaketi,

birçok ürün grubunda olduğu gibi bakliyat üretiminde de ciddi kayıplara yol açmıştır. TÜİK tarafından yayınlanan Bitkisel Üretim İkinci Tahmin Raporu'na göre, 2025 yılında ülkemizin bakliyat üretiminin %31 azalışla 927 bin tona gerilemesi beklenmektedir. En önemli ürün olan nohut üretiminin %29 azalarak 406 bin tona, kırmızı mercimeğin %43 düşerek 230 bin tona, kuru fasulyenin %11 azalarak 247 bin tona ve yeşil mercimeğin %58 azalarak 30 bin tona gerilemesi öngörülmektedir. Buna karşın, sahadan gelen değerlendirmeler tablonun daha da olumsuzlaşabileceğine işaret etmektedir. Nitekim, 25 ve 29 Kasım 2025 tarihli Resmî Gazete'de yayınlanan kararlarla, ton başına 1.200 doların altında gümrük kıymetine sahip nohut ithalatında 12 yıldır zorunlu olan "gözetim belgesi" şartı kaldırılmış, yeşil mercimek ithalatında ise 30 Nisan 2026 tarihine kadar gümrük vergisi %19,3'ten %10'a düşürülmüştür.

Türkiye'nin bakliyat ihracatı günümüzde hangi seviyelerde seyrediyor? Sektör kaç ülkeye ne kadarlık ihracat yapıyor?

Serbest bölge ve gümrüklü antrepo işlemlerini de kapsayan TÜİK Genel Ticaret Sistemi verilerine göre, 2025 yılının ilk 10 ayında Türkiye'nin bakliyat ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine göre miktar bazında %17 azalarak 947 bin tona, değer bazında ise %23 düşerek 806 milyon dolara gerilemiştir. Buna karşın bakliyat ithalatı %10 artarak 1 milyon 118 bin tona yükselmiş; ithalat için ödenen tutar 737 milyon dolarla benzer seviyesini korumuştur. Dolayısıyla Türkiye, 2025 yılının Ocak-Ekim döneminde bakliyat dış ticaretinde miktar bazında net ithalatçı, değer bazında ise net ihracatçı durumundadır. Ülkemizin en önemli ihraç

.....
"TÜİK tarafından yayınlanan Bitkisel Üretim İkinci Tahmin Raporu'na göre, 2025 yılında ülkemizin bakliyat üretiminin %31 azalışla 927 bin tona gerilemesi beklenmektedir. En önemli ürün olan nohut üretiminin %29 azalarak 406 bin tona, kırmızı mercimeğin %43 düşerek 230 bin tona, kuru fasulyenin %11 azalarak 247 bin tona ve yeşil mercimeğin %58 azalarak 30 bin tona gerilemesi öngörülmektedir. Buna karşın, sahadan gelen değerlendirmeler tablonun daha da olumsuzlaşabileceğine işaret etmektedir."

kalemi kırmızı mercimektir. İlk 10 ayda gerçekleştirilen ihracatın %36'sını kırmızı mercimek (337 bin ton) oluşturmıştır. Ancak burada önemli olan nokta; bu ihracatın büyük bölümünün Dahilde İşleme Rejimi kapsamında yurt dışından getirilen ürünlerin ülkemizde işlenip yeniden ihraç edilmesidir. Nitekim aynı dönem için 449 bin ton kırmızı mercimek ithalatı bulunmaktadır.

Türkiye, Ortadoğu ve Kuzey Afrika'da bakliyatın birinci derece işlenmesi, dağıtımı ve yeniden ihracatı (re-export) konusunda önemli bir üs haline gelmiştir. Ülkemizde kayda değer kuru bezelye üretimi olmamasına rağmen 198 bin ton bezelye ihracatı ve 231 bin ton ithalatı bulunmaktadır. Benzer şekilde 253 bin ton nohut ihracatı yapılırken aynı miktarda nohut ithalatı gerçekleşmiştir. Dolayısıyla Dahilde İşleme Rejimi'nin yanı sıra serbest bölge ve antrepo işlemleri ülkemizin dış ticaret hacmine önemli katkı sağlamaktadır.

2025 yılının ilk 10 ayında ülkemiz 146 farklı ülkeye bakliyat ihraç etmiştir. Ülke çeşitliliği geniş görünse de değer bazında bakıldığında ihracatın daha sınırlı bir pazara yoğunlaştığı görülmektedir. Irak ve Cezayir toplam ihracatımızın %45'ini oluşturmaktadır. Bu iki ülkeye Sudan, Almanya ve İtalya eklendiğinde oran %60'a ulaşmaktadır. Trade Map



verilerine göre, dünya genelinde nohut ve mercimekte en büyük ithalatçıları Hindistan, Pakistan ve Bangladeş'tir. Ancak Türkiye, bu pazarlarda Kanada, Avustralya, Rusya ve Kazakistan gibi ülkelerle rekabet edememektedir. Üstelik kendi üretimimizle ihracat yapamadığımız için hem mevcut pazarlarımızı koruyabilmek hem de iç talebi karşılayabilmek için ithalat yapmak zorunda kalmaktayız.

"KİŞİ BAŞI 13,6 KG BAKLİYAT TÜKETİYORUZ AMA..."

Türkiye'de kişi başı ne kadar bakliyat tüketiliyor, tüketimin ne kadarını ambalajlı ürünler oluşturuyor? En çok tüketilen bakliyatlar nelerdir?

Bakliyat, ülkemiz için yalnızca tarımsal veya ticari bir ürün değil, aynı zamanda kültürel mirasımızın da bir parçasıdır. Nohut ve mercimeğin gen merkezi, üzerinde bulunduğumuz bereketli topraklardır. Kuru

"DESTEKLERİN YENİDEN ELE ALINMASI GEREKİYOR"

Türkiye bakliyat sektörünün geleceğine ilişkin değerlendirmelerde bulunan Abdullah Özdemir, "Bakliyat sektöründe üstünlüğü devralan Kanada, Avustralya, Rusya, Meksika, Arjantin ve Kazakistan gibi ülkeler, bu ürünlere özel önem göstererek araştırma çalışmalarına büyük kaynaklar ayırmış ve güçlü bir alt yapı oluşturmuşlardır. Bu alt yapı sayesinde üreticilerini destekleyerek üretimlerini ve ihracatlarını artırmışlardır. Bu nedenle son 17 yıldır 1 ila 1,3 milyon ton arasında dalgalanan ve bu yıl 1 milyon tonun altına düşmesi beklenen bakliyat üretimini mutlaka artırmalıyız. Böylece mevcut üretimimizin dört katını işleyebilecek kapasiteye sahip ancak atıl durumda bekleyen tesislerimiz de aktif hale gelecektir. Fakat yeni destekleme modeli kapsamında diğer stratejik ürün grupları olan hububat ve yağlı tohumlara kıyasla daha düşük katsayılarla desteklenen bakliyat

(kuru fasulye hariç), şu aşamada çiftçileri yeterince teşvik etmemektedir. Bu nedenle bakliyata verilen desteklerin yeniden ele alınmasını talep ediyoruz" dedi.

Gelecekte verimliliği yüksek, kaliteli, iklim değişikliğine uyumlu ve hastalıklara dayanıklı baklagil çeşitlerinin çok daha önemli hale geleceğini kaydeden Özdemir şöyle devam etti: "Bu nedenle bakliyat tohumculuğu alanında yürütülen Ar-Ge çalışmalarına daha büyük bütçeler ayrılmalıdır. Üçüncü olarak; bitkisel protein ve tüketime hazır gıda pazarları hızla büyümektedir. Gelişmiş ülkeler ve büyük şirketler bu alanda ciddi kaynaklarla önemli yatırımlar yapmakta ve etkili Ar-Ge çalışmaları yürütmektedir. Gelişmekte olan bu türev ürün pazarında güçlü biçimde yer alabilmek için bugünden yatırım yapılması gerektiğini düşünüyorum."

fasulyenin anavatanı ülkemiz olmasa da yüzyıllardır mutfak kültürümüzün ayrılmaz bir parçasıdır. TÜİK verilerine göre ülkemizde kişi başı bakliyat tüketimi 13,6 kilogram seviyesindedir. Ürün bazında incelendiğinde en yüksek tüketimin nohut ve kırmızı mercimekte olduğu görülmektedir. Türkiye’de kişi başı 4,9 kilogram nohut ve 4,7 kilogram kırmızı mercimek tüketilmektedir. Kuru fasulye ise 3,1 kilogramla en çok tüketilen diğer bakliyatlar arasındadır.

FAO istatistiklerine göre dünya genelinde kişi başı ortalama bakliyat tüketimi 7,7 kilogramdır. Türkiye bu seviyenin üzerinde olsa da tüketimdeki son yıllardaki eğilim dikkatle incelenmelidir. 2014–2019 döneminde kişi başı tüketim ortalaması 14,5 kilogram iken, 2019–2024 döneminde 13,7 kilograma gerilemiştir. Toplam tüketimin %20–25’ini ambalajlı ürünler oluşturmaktadır.

“BİLİNÇLİ BESLENMENİN EN ÖNEMLİ PAYDAŞI BAKLİYATLAR” Bakliyat tüketiminin insan beslenmesi açısından önemini açıklayabilir misiniz?

Bilinçli beslenmenin temelini sağlıklı gıdalar oluşturmaktadır. Dünya genelinde 890 bin kişi yetersiz beslenmeyle mücadele ederken, 1,8 milyar insan aşırı kilolu, bunun 900 milyonu ise obez durumundadır. Küresel ölçekte 830 milyon diyabet hastası bulunmakta, her yıl gerçekleşen ölümlerin yaklaşık %40’ı kalp ve damar hastalıkları ile kanserden kaynaklanmaktadır. Düzenli bakliyat tüketimi; obezite, kalp-damar hastalıkları, diyabet, böbrek rahatsızlıkları ve bazı kanser türleri riskinin azalmasına yardımcı olmaktadır. Çölyak hastaları için uygundur. Antiviral özelliklere sahip olup virüs çoğalmasını engellemeye katkı sağlar ve bağışıklık sistemini destekleyen prebiyotik etkileri vardır. Çünkü bakliyatlar



protein açısından zengindir; önemli miktarda lif, vitamin ve mineral içerir. Kuru baklagillerde kolesterol bulunmaz, gluten içermez ve alerjen etkisi yoktur. Ayrıca hayvansal protein içeren birçok gıdaya kıyasla daha uzun süre bozulmadan muhafaza edilebilirler. Bu özellikleri nedeniyle başta Dünya Sağlık Örgütü olmak üzere birçok sağlık kuruluşu bakliyatı diyet listelerine dahil etmektedir.

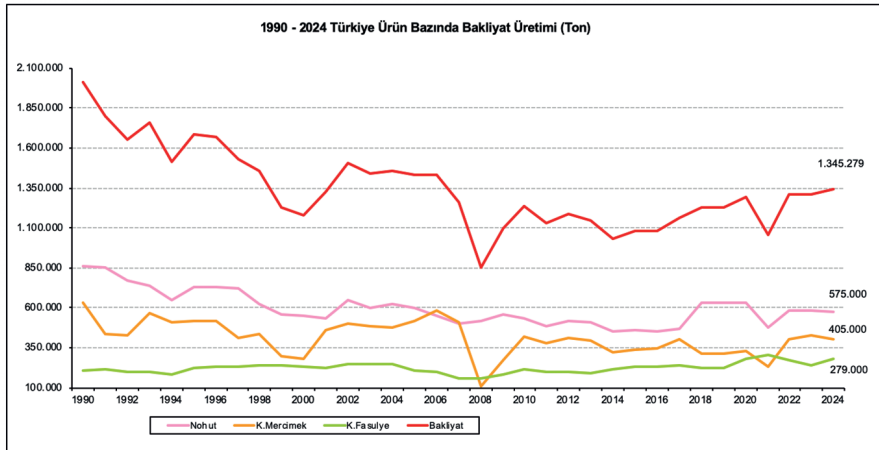
2025–2030 ABD Beslenme Rehberi Danışma Komitesi Protein Gıda Grubu’nda baklagillerin et, tavuk ve yumurtadan önce listelenmesini tavsiye etmektedir. Bu doğrultuda genç nesiller başta olmak üzere toplum genelinde bilinçlendirme çalışmalarının yürütülmesi önemlidir. Tarım ve Orman Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı ve RTÜK iş birliğiyle hazırlanacak kamu spotları; gençlere yönelik sosyal medya kampanyaları, okullarda verilecek beslenme eğitimleri ve televizyon kanallarında yayınlanacak kısa, ilgi çekici videolar farkındalığın artırılmasına önemli katkı sağlayacaktır.

YAŞANAN SORUNLAR VE ÇÖZÜM REÇETESİ Ülkemizde girdi maliyetlerinin artması, çiftçi nüfusunun yaşlanması ve tarım arazilerinin küçülmesi

bakliyat üretimi açısından hangi riskleri barındırıyor? Sektör olarak yaşadığınız diğer sorunları ve bunların çözümüne ilişkin önerilerinizi genel hatlarıyla açıklayabilir misiniz?

Bu sorunlar sadece bakliyat üretimi değil, genel olarak tarım sektörü için önemli riskler barındırmaktadır. Gıda sistemlerinin sürdürülebilir dönüşümü; kırsal bölgelerin kalkınmasına, yenilikçi çözümleri benimseyebilecek genç nüfusun sektöre kazandırılmasına ve sektörün teknolojiye uyum sağlamasına bağlıdır. Bu üç temel unsurun desteklenmesi ve hızlı biçimde hayata geçirilmesi için kapsamlı bir yol haritası oluşturulmalı, mevcut destek mekanizmaları güçlendirilmeli ve yeni teşvikler geliştirilmelidir. Böyle bir sistemin uygulanması hem tarımsal üretim hacmini artıracak hem de çalışan tarımsal nüfusu gençleştirecektir. Bunun yanı sıra, gençlerin ve kadınların istihdam oranlarını yükseltecektir. Ayrıca, kırsal kalkınmaya ivme kazandırarak bu bölgelerde ekonomik ve sosyal refahın artmasına katkı sağlayacaktır.

Bakliyat özelinde değerlendirildiğinde; toprak kalitesini artırma ve kuraklığa dayanıklı olma özellikleri dolayısıyla nohut ve mercimek, nadas alanları ile su kısıtı bulunan bölgeler açısından en uygun ürünlerdir. Yeni destekleme modeli kapsamında bu alanlarda nohut ve mercimek ekimine ilişkin katsayıların yeniden değerlendirilmesi gerektiğini düşünüyorum. Ayrıca, 2026 Yılı Cumhurbaşkanlığı Yıllık Programında belirtildiği üzere, münavebe uygulamaları kapsamında baklagillerin güçlü bir şekilde teşvik edilmesi faydalı olacaktır. Benzer şekilde, tarımsal üretimin temel unsurlarından olan verimliliğin artırılması açısından kuru baklagillerde sertifikalı tohum kullanımına yönelik destek katsayısının da yükseltilmesi gerektiği kanaatindeyim.



Kaynak: TÜİK

Zeytinyağı ihracatında yüzde 28 gerileme

Türkiye, 2024/25 sezonunda gerçekleştirdiği zeytinyağı ihracatı miktar bazında %28 gerilerken, dünya genelinde zeytinyağı fiyatlarındaki düşüş nedeniyle ihracattan elde edilen döviz getirisi %50'lik kayıpla 505 milyon dolardan 252 milyon dolara indi. Zeytincilik sektörü, 2024/25 sezonunda sofralık zeytinde 255 milyon dolarlık döviz getirisiyle rekor kırarken, zeytinyağı ihracatında 252 milyon dolarla beklentilerin uzağında kaldı ve 4 sezon sonra sofralık zeytin ihracatının gerisine düştü.

ZEYTİNYAĞI İHRACATI ÜRETİCİ OLMAYAN ÜLKELERDE TUTUNDU

Türk zeytinyağı sektörünün üretici olmayan ülkelerdeki pazar payını koruması, sektörel ticaret heyetleri yaptığı ülkelerde ise önemli ihracat artışları yakalaması kayıplarla geçen 2024/25 sezonunun tesellisi oldu. Zeytinyağı ihracatı üretici olmayan ülkelerde 2023/24 sezonunda 46 bin 670 ton iken, 2024/25 sezonunda 45 bin 501 ton oldu. Bu ülkelerdeki kayıp %3'le sınırlı kaldı. Ege Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçıları Birliği'nin sektörel ticaret heyetleri düzenlediği Avustralya, Kanada ve Amerika Birleşik Devletleri'ne yapılan zeytinyağı ihracatı ise %17'lik artışla 21 bin 460 tondan 25 bin 202 tona yükseldi.

PRİNA İHRACATI %9 ARTTI

Türkiye'nin 2024/25 sezonunda prina yağı ihracatı ise %9'luk artışla 48 milyon dolardan 52,3 milyon dolara yükseldi.

Türkiye zeytincilik sektörü 2023/24 sezonunda

Türkiye, zeytinyağı sektöründe ihracatta zorluklarla dolu bir sezonu geride bıraktı. 2023/24 sezonunda 70 bin 626 ton altın sıvı ihraç eden Türkiye, 2024/25 sezonunda 50 bin 713 ton zeytinyağını yurt dışına sattı. Zeytinyağı ihracatı miktar bazında %28 kan kaybetti.



zeytinyağı, sofralık zeytin ve prina yağı ihracatından 763,5 milyon dolar ihracat geliri karnesine yazarken, 2024/25 sezonunda %27'lik kayıpla 559,6 milyon dolar dövizini ülkeye kazandırdı.

UYGUN: "YANLIŞ KARARLAR YARAYI DERİNLEŞTİRDİ"

İhracat verilerini değerlendiren Ege Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçıları Birliği Başkanı Emre Uygun, Türkiye'nin zeytinyağı sektöründe dünyadaki gelişmeleri doğru

okuyamadığını, Ticaret Bakanlığı'nca 22 Mart 2021 tarihinde dökme ve varilli zeytinyağı ihracatına getirilen kısıtlamayla başlayan, 2022, 2023 ve 2024 yıllarında

zeytinyağı ihracatına getirilen fon, yasak ve kısıtlamaların dünya fiyatlarındaki gerilemeyle birleşmesi sonucunda zeytinyağı ihracatındaki yaranın derinleştiğini dile getirdi. Uygun, "Fon ve yasak kararları Türkiye'yi dünyada spotçu konumuna düşürdü. Bu süreçte Türkiye yüz milyonlarca dolar ihracattan oldu ve prestij kaybı yaşadı. Günümüzde de bu yanlış kararların uzantılarıyla mücadele ediyoruz" şeklinde konuştu.

"TİCARET HEYETİ YAPTIĞIMIZ ÜLKELERE İHRACATIMIZ ARTTI"

Zeytinyağında kan kaybını minimize etmek için Ticaret Bakanlığı'nın Uzak Ülkeler Stratejisi kapsamında zeytinyağı tüketicisi ülkelere yoğunlaştıkları bilgisini veren Uygun şöyle devam etti: "Avustralya, Kanada ve Amerika Birleşik Devletleri'ne sektörel ticaret heyetleri gerçekleştirdik. Zeytinyağı ihracatımız totalde miktar bazında %28 azalırken bu ülkelere ihracatımız %17'lik artışla 21 bin 460 tondan 25 bin 202 tona yükseldi."



Emre Uygun

ZEYTİNYAĞININ %46'SI ABD'YE İHRAÇ EDİLDİ

Türkiye, 2024/25 sezonunda 128 ülke ve gümrüklü bölgeye zeytinyağı ihraç ederken zirvede 20 bin 938 tonla Amerika Birleşik Devletleri yer aldı. ABD'ye yapılan altın sıvı ihracatının döviz getirisi 94 milyon 327 bin dolar oldu. Zeytinyağı ihracatında ABD miktar bazında %46'ya ulaştı. Zeytinyağı

ihracatında ikinci sıranın sahibi 22 milyon 511 bin dolarla Japonya olurken, Kanada 14 milyon 257 bin dolarlık taleple ismini üçüncü sıraya yazdırdı. Türk zeytinyağı sektörünün geleneksel ihraç pazarlarından Suudi Arabistan'a 2024/25 sezonunda 10,8 milyon dolarlık altın sıvı gönderildi.

BİTKİSEL YAĞLARDA 3-MCPD ve GLİSİDİL ESTERLER



Doç. Dr. Cansu Ekin BONACINA
Ankara Üniversitesi, Mühendislik
Fakültesi, Gıda Mühendisliği
Bölümü, Öğretim Üyesi
Ankara Üniversitesi Gıda Güvenliği
Enstitüsü, Müdür Yardımcısı
Yağ Bilimi ve Teknolojisi Derneği
(YABİTED), Yönetim Kurulu Üyesi
bonacina@ankara.edu.tr



Gıda endüstrisinin en önemli ham maddelerinden biri olan bitkisel yağlar, safsızlıklarının giderilmesi amacıyla rafine edilerek tüketime uygun hale getirilir. Ancak rafinasyon sırasında uygulanan yüksek sıcaklıklar ve yağdaki öncü maddelerin varlığı; 3-Monokloropropan-1,2-Diol (3-MCPD) ve glisidil esterler (GE) gibi işlem kaynaklı bulaşanların oluşumuna

zemin hazırlayabilir. Avrupa Gıda Güvenliği Otoritesi (EFSA), 2016 yılında 3-MCPD ve glisidil esterlerinin potansiyel kanserojen özellik taşıyabileceğini ve birçok gıdada tespit edildiğini duyurarak bu bileşikler için maksimum seviyelerin belirlenmesini önermiştir. Bu açıklamanın ardından, rafinasyon süreçleri sırasında oluşabilen 3-MCPD ve GE'ler üzerine yapılan bilimsel çalışmalar ve medya ilgisi dünya genelinde hızla artmış; bebek mamaları ve rafine yağlarda tespit edilen seviyeler nedeniyle ilgili regülasyonlar giderek daha sıkı hâle gelmiştir.

DOÇ. DR. CANSU EKİN BONACINA KİMDİR?

Doç. Dr. Cansu Ekin Bonacina, Ankara Üniversitesi Gıda Mühendisliği Bölümü'nde öğretim üyesidir. Aynı zamanda Ankara Üniversitesi Gıda Güvenliği Enstitüsü Müdür Yardımcısı ve Yağ Bilimi ve Teknoloji Derneği (YABİTED) Yönetim Kurulu Üyesidir. Lisans ve yüksek lisans eğitimini Ankara Üniversitesi'nde, doktora eğitimini ise University of Massachusetts Amherst'te tamamladı. Araştırmaları; emülsiyon sistemleri, bitkisel yağ teknolojileri, lipid oksidasyonu, mikroenkapsülasyon

ile oleojel ve bijel sistemleri üzerine odaklanmaktadır.

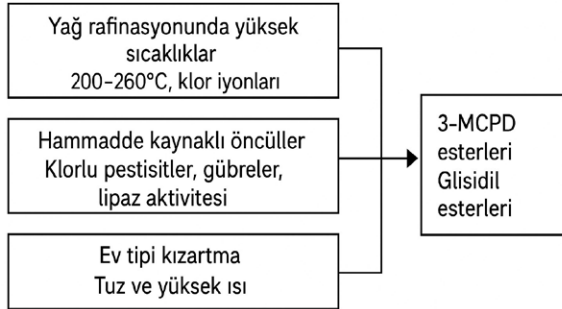
TÜBİTAK ve uluslararası projelerde yürütücü olarak görev alan Cansu Ekin Bonacina'nın çalışmaları saygın bilimsel dergilerde yayımlanmıştır. Son beş yıldaki akademik performansına göre ScholarGPS tarafından dünya genelinde en üst %0.05'lik dilimde yer alan bilim insanları arasında gösterilmektedir. Sürdürülebilir ve fonksiyonel gıda sistemleri üzerine çalışmalarını sürdürmektedir.

3-MCPD VE GLİSİDİL ESTERLER NEDİR?

3-MCPD, rafine yağlarda ve yüksek sıcaklıkta işlem görmüş yağlı gıdalarda oluşabilen klorlu bir bileşiktir. Aynı yapının farklı bir pozisyonda klorlanmasıyla oluşan 2-MCPD (2-monokloropropan-1,3-diol) de benzer şekilde gıdalarda bulunabilir. 3-MCPD'nin gıdalarda doğrudan bulunabilen serbest formu toksikolojik değerlendirmelerde esas alınan bileşiktir; ancak rafine

yağlarda en yaygın karşılaşılan form, yağ asitleriyle esterleşmiş hâlde bulunan bağlı formdur ve bu bileşikler 3-MCPD esterleri (3-MCPDE) olarak adlandırılır. Bu esterler insan sindirim sistemi sırasında parçalanarak sindirim sonrası serbest 3-MCPD'ye dönüşebilmektedir. GE ise klor içermeyen, yüksek sıcaklık işlemleri sırasında oluşan ve sindirimde glisidole dönüşerek toksikolojik açıdan önem kazanan bileşiklerdir.

3-MCPDE ve GE Oluşumu



3-MCPDE ve GE oluşumu büyük ölçüde rafinasyon sırasında uygulanan yüksek sıcaklıklara bağlıdır. Bitkisel yağlar 200–260°C arasında deodorize edildiğinde, yağda doğal olarak bulunan digliseritler (DAG), monogliseritler (MAG) ve serbest yağ asitleri (FFA), iz miktardaki klor iyonlarıyla reaksiyona girerek 3-MCPD esterlerini oluşturur. GE ise özellikle

Tablo 1. 3-MCPD ve GE: Serbest ve Bağlı Formların Karşılaştırması

KATEGORİ	AÇIKLAMA
SERBEST FORMLAR:	Serbest 3-MCPD: Yağda veya gıdada doğrudan serbest halde bulunur; toksikolojik değerlendirmelerde esas alınır. Serbest Glisidil: GE'nin hidrolizi sonrası açığa çıkan genotoksik bileşiktir.
BAĞLI (ESTERLEŞMİŞ) FORMLAR:	3-MCPD Esterleri (3-MCPDE; bağlı 3-MCPD): 3-MCPD'nin yağ asitleriyle oluşturduğu bağlı formdur; sindirimde serbest 3-MCPD'ye dönüşür. Glisidil Esterleri (GE): Glisidolün yağ asitleriyle esterleşmiş formudur; sindirimde serbest glisidil oluşur.

240°C'nin üzerindeki rafinasyon sıcaklıklarında daha yoğun şekilde meydana gelir. Bunun yanında, ham maddeden gelen klorlu pestisitler ve gübre kalıntıları ile depolama sürecinde artan lipaz aktivitesi de bu bileşiklerin oluşumunu artıran temel öncülerdir. Ev tipi kızartmalarda yağ-tuz-yüksek sıcaklık kombinasyonu sınırlı bir ek oluşuma yol açsa da, 3-MCPDE ve GE oluşumunun ana kaynağı rafinasyon süreçleridir.

SAĞLIK ETKİLERİ

3-MCPD ve türevleri, sindirimden sonra serbest hâle geçerek böbrek

hücrelerinde birikerek uzun vadede tümör benzeri oluşumlara yol açabilen maddelerdir. Bu nedenle EFSA günlük tolere edilebilir alım miktarını 2 µg/kg vücut ağırlığı olarak belirlemiştir. GE ise sindirimde glisidole dönüşerek DNA'ya zarar verebilen genotoksik ve potansiyel karsinogen bir yapı gösterir; bu nedenle güvenli bir alım düzeyi tanımlanamamakta ve "mümkün olan en düşük seviyede tutulması" (ALARA) yaklaşımı uygulanmaktadır. En hassas risk grubu, yağ içeriği yüksek bebek mamaları tüketen bebekler ve küçük çocuklardır; bu grupta maruziyet genel popülasyona kıyasla daha yüksek olabilir.



Tablo 2. 3-MCPDE ve GE için mevzuatta belirlenen ve 1 Ocak 2026 itibarıyla Ülkemizde geçerli olacak maksimum limit değerleri

Ürün Kategorisi	Toplam 3-MCPD (3-MCPD + 3- MCPDE) Limitleri
Hindistan cevizi, mısır, kolza, ayçiçeği, soya fasulyesi, palm çekirdeği, rafine & sızma zeytinyağı; tek başına veya bu yağlardan oluşturulan karışımlar	1,25 ppm
Diğer bitkisel yağlar (pirina dahil), balık/deniz canlısı yağları ve karışımları	2,5 ppm
Bebek mamaları (toz)	0,125 ppm

Ürün Kategorisi	GE Limitleri
Bitkisel sıvı ve katı yağlar (nihai ürün veya bileşen)	1,0 ppm
Bebek mamaları (toz)	0,05 ppm

Türkiye ve AB Uyum Süreci: 3-MCPDE ve GE Regülasyonları

Türkiye’de 01.01.2026 tarihinde zorunlu olarak yürürlüğe girecek olan Türk Gıda Kodeksi Bulaşanlar Yönetmeliğinin “3-MCPD ve Glisidil Esterleri İçin Maksimum Limitler” bölümü ile, Türkiye ilk kez tüm bitkisel yağ kategorilerinde ve yağ içeren tüm gıda ürünlerinde MCPDE ve GE limitlerini uygulamaya başlayacaktır. Düzenleme, AB mevzuatıyla tamamen uyumludur.

Limitler, gıdadan ekstrakte edilen yağ baz alınarak değerlendirilecektir. Yağ üreticileri, ithalatçılar ve bitmiş ürün üreticileri rafinasyon parametrelerini, tedarik zincirlerini ve laboratuvar altyapılarını 2026’ya kadar yeni gerekliliklere uyumlu hâle getirmek zorundadır. Ayrıca, AB ülkelerine ihracat yapan firmalar için bu uyum süreci ticari açıdan stratejik önem taşımaktadır.

BİTKİSEL YAĞLARDA 3-MCPD VE GE OLUŞUMUNUN KONTROLÜ

2019 yılında Codex Alimentarius Komisyonu tarafından yayımlanan “Rafine Yağlarda ve Rafine Yağ İçeren Gıda Ürünlerinde 3-MCPD Esterleri (3-MCPDE) ve Glisidil Esterlerin (GE) Azaltılmasına Yönelik Uygulama Rehberi (CXC 79-2019)”, rafine yağlar ile bu yağlar kullanılarak üretilen gıdalarda söz konusu proses kontaminantlarının oluşumunu tarımdan rafinasyona ve nihai ürün

formülasyonuna kadar tüm üretim zinciri boyunca azaltmayı amaçlayan, bilimsel kanıtlara dayalı ve iyi tarım/üretim uygulamalarını esas alan bir belgedir. Bu rehber gereği sektöre yönelik başlıca öneriler:

» Ham madde aşamasında düşük lipaz aktivitesine sahip çeşitlerin tercih edilmesi ve klor içeren gübre, pestisit ve sulama suyu kullanımının sınırlandırılması

» Hasadın optimum olgunlukta yapılması, meyve/tohumların zedelenmeden ve kısa sürede işlenmesi

» Ham yağ üretiminde lipaz

inaktivasyonu ($\leq 140^\circ\text{C}$), kloruz suyla yıkama ve öncü bileşenlerin (DAG, MAG, FFA, klor bileşikleri) izlenmesi

» Degumming aşamasında daha hafif ve düşük asidik koşulların veya su degumming’in uygulanması

» Uygun durumlarda kimyasal rafinasyon ile öncülerin uzaklaştırılması

» Ağartma (bleaching) aşamasında klor içermeyen, pH-nötr ağartma topraklarının yeterli dozlarda kullanılması

» Deodorizasyon aşamasında sıcaklığın düşürülmesi, güçlü vakum ve iki aşamalı (dual) deodorizasyon yaklaşımlarının tercih edilmesi



» Gerekirse rafinasyon sonrası ilave ağartma, düşük sıcaklıkta ikinci deodorizasyon veya kısa yol distilasyonu uygulanması

Bu rehberde belirtilen önlemlere ek olarak, ev tipi uygulamalarda ve ürün geliştirme aşamasında tuzun kızartma sonrasında eklenmesi ve düşük öncü bileşen (prekürsör) içeriğine sahip yağların tercih edilmesi, ilave 3-MCPDE ve glisidil ester oluşumunu en aza indirmeye katkı sağlar.

SONUÇ

Rafine yağlar zaman zaman tüketicide olumsuz bir algı yaratsa da, ham yağlarda bulunabilen ağır metaller, pestisit kalıntıları, toksinler, istenmeyen tat-koku bileşenleri ve renk kusurlarının giderilmesi için rafinasyon zorunlu bir işlemdir. Burada amaç rafinasyonu ortadan kaldırmak değil; sıcaklık, vakum ve işlem süreleri gibi rafinasyon parametrelerini doğru yöneterek 3-MCPD ve glisidil esterlerinin oluşumunu kontrol edilebilir ve güvenli seviyelere indirmektedir. 3-MCPDE ve GE, yağ rafinasyonunun kaçınılmaz yan ürünleri olsa bile modern işleme teknikleri ile önemli ölçüde azaltılabilir. AB uyumlu Türkiye regülasyonunun 2026'da yürürlüğe girecek olması, sektöre net bir yol haritası sunmaktadır. Hammaddeden rafinasyona, ürün formülasyonundan nihai kalite kontrole kadar zincirin her halkasında doğru adımlar atıldığında hem regülasyonlara uyum sağlanabilir hem de tüketici güveni artırılabilir.



KAYNAKÇA

- » Abraham, K., Appel, K. E., Berger-Preiss, E., Apel, E., Gerling, S., Mielke, H., Creutzenberg, O., Lampen, A., & Gundert-Remy, U. (2013). Relative oral bioavailability of 3-MCPD from esters: A comparative study in rats. *Archives of Toxicology*.
- » Barocelli, E., Corradi, A., Mutti, A., Petronini, P. G., Bedogni, B., Codeluppi, S., et al. (2011). 90-day oral toxicity study of 3-MCPD in rats. *Food and Chemical Toxicology*.
- » Begüm, S., et al. (2016). Türkiye'de rafine yağlarda 3-MCPD ve GE seviyeleri üzerine çalışma.
- » BfR (Federal Institute for Risk Assessment, Germany). (2018). FAQs on 3-MCPD, 2-MCPD and glycidyl esters.
- » Codex Alimentarius Commission. (2019). Code of Practice for the Reduction of 3-Monochloropropane-1,2-Diol Esters (3-MCPDEs) and Glycidyl Esters (GEs) in Refined Oils and Food Products Made with Refined Oils (CXC 79-2019). Rome: FAO/WHO.
- » CONTAM Panel (EFSA Panel on Contaminants in the Food Chain). (2017). Scientific opinion on 3-MCPD and its esters. *EFSA Journal*.
- » Davídek, J., Velišek, J., & Kubelka, V. (1980). Chloropropanols in protein hydrolysates. *Zeitschrift für Lebensmittel-Untersuchung und -Forschung*.
- » EFSA (European Food Safety Authority). (2017). Risks for human health related to the presence of 3-MCPD, 2-MCPD and glycidyl esters in food. *EFSA Journal*.
- » EFSA Working Group on Update of 3-MCPD Assessment (Meetings 2017). Meeting summaries: March–November 2017.
- » European Commission. (2018). Commission Regulation setting maximum limits for 3-MCPD and glycidyl esters in certain foods.
- » European Commission. (2024). Commission Regulation (EU) 2024/1003 amending Regulation (EU) 2023/915.
- » Freudenstein, A., et al. (2013). Formation of process contaminants during food heat treatment. *Food Chemistry*.
- » Günç Ergönül, P., & Göldeli, B. (2013). Rafine bitkisel yağlarda 3-MCPD ve GE üzerine Türkiye'de yapılan araştırmalar.
- » Gündüz, A. O., Ceylan, M. M., & Baştürk, A. (2023). 3-MCPD and glycidol levels in edible oils and fats obtained from local markets in Türkiye. *Grasas Y Aceites*, 74(2), e501-e501.
- » Hamlet, C. G., Asano, Y., et al. (2002). Levels of chloropropanols in foods: soy sauce, cereal products, meat products. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*.
- » IARC (International Agency for Research on Cancer). (2012). IARC Monographs on carcinogenic risks: 3-MCPD and glycidol.
- » JECFA (Joint FAO/WHO Expert Committee on Food Additives). (2016). Evaluation of certain contaminants in food: 3-MCPD and glycidyl esters.
- » Şirinyıldız, D. D., Aydın, E., Öztürk, Y., Avcı, T., Yıldırım, A., & Yorulmaz, A. (2014). THE LEVEL OF 3-MCPD FATTY ACID ESTERS IN VEGETABLE OILS AND MARGARINES COLLECTED FROM TURKISH MARKET. *Gıda*, 44(3), 491-497.
- » Tarım ve Orman Bakanlığı. (2023). Türk Gıda Kodeksi Bulaşanlar Yönetmeliği. *Resmî Gazete*, 5 Kasım 2023, Sayı: 32359. Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2023/11/20231105-1.htm>
- » Velišek, J., Doležal, M., & Davídek, J. (1978). 3-MCPD as a food contaminant. *Journal of the Science of Food and Agriculture*.
- » Wohrlin, F., et al. (2015). Occurrence of 3-MCPD esters in infant formulas on the German market. *Food Additives & Contaminants*.
- » Yıldırım, G., & Yorulmaz, A. (2018). Bitkisel yağlarda 3-MCPD ve glisidil esterleri üzerine Türkiye araştırmaları.
- » Zelinkova, Z., Svejkovska, B., et al. (2006). Formation of 3-MCPD in foods during thermal treatments. *Food Additives and Contaminants*.
- » Zelinkova, Z., Svejkovska, B., et al. (2008). 3-MCPD esters in human milk and infant formula. *Journal of Chromatography A*.

Prof. Dr. Nevzat Artık:

“MARKA YATIRIMI YOKSA COĞRAFI İŞARET ANLAMSIZ”

İstanbul Ticaret Borsası’nın Güvenilir Ürün Platformu desteğiyle düzenlediği “Borsa Meydanı Sektörler Konuşuyor” toplantılarında Kasım ayında coğrafi işaretler ve katma değer meselesi ele alındı. 26 Kasım Çarşamba günü online olarak gerçekleştirilen ve açılış konuşmasını İstanbul Ticaret Borsası Meclis Başkanı Ahmet Bülent Kasap, moderatörlüğünü ise Gazeteci Celal Toprak’ın yaptığı toplantıya, TPE Coğrafi İşaretler Dairesi Başkanı Hakan Kızıltepe, Gıda Güvenliği Uzmanı Prof. Dr. Nevzat Artık, Anzer Ballıköy Tarımsal Kalkınma Kooperatifi Başkanı Osman Civelek ve Geleneksel Ürünler ve Coğrafi İşaretler Derneği Başkanı Huriye Özener konuşmacı olarak katıldı.

YÜCİTA Başkanı Prof. Dr. Yavuz Tekelioğlu toplantıya video mesaj yoluyla katılarak coğrafi işaretlerde yönetim konusunun önemine dikkat çekti. Tekelioğlu, “Türkiye’de coğrafi işaretli ürünlerin büyük bölümü ne yazık ki beklenen katma değeri üretemiyor. Bugün 1.788 tescilli ürünümüz var; ancak gerçek anlamda katma değer

Borsa Meydanı Sektörler Konuşuyor Kasım ayı toplantısında konuşan Gıda Güvenliği Uzmanı Prof. Dr. Nevzat Artık, markalaşmanın coğrafi tescilin değerini ortaya çıkaran asıl adım olduğunu belirterek, “Tescil elbette çok önemlidir. Ancak markalaşmak, coğrafi tescilin değerini ortaya çıkaran asıl adımdır. Marka yatırımı yoksa coğrafi işaret almanın anlamı olmuyor. Ürün katma değer kazanmıyor, hatta taklitleri artıyor” dedi.



yaratabilen ürün sayısı 5 ya da en fazla 10 ile sınırlı. Etkin ve sürdürülebilir bir yönetim modeli kurulmadan bu alanda ilerleme kaydetmemiz mümkün değil” ifadelerini kullandı.

KASAP: “SİSTEM KUSURSUZ İŞLEMELİ ”

İstanbul Ticaret Borsası Meclis Başkanı Ahmet Bülent Kasap, toplantının açılışında yaptığı konuşmada, coğrafi işaretler sisteminde tescil, yönetim ile denetim üçlününün hayati olduğunu belirtti. Kasap, “Coğrafi işaretin, bir ürüne katma değer sağlaması için, bu üçlü sistemin kusursuz işlemesi gerekmektedir. Avrupa’da coğrafi işaretli ürünlerin denetimi belli temeller üzerine kurulmuştur. Bizde ise sistem henüz tam oturmuş değil. Bu nedenle birçok üründe katma değer sınırlı yansıyor. Coğrafi işaret tescili, yalnızca ürünün kimliğine eklenen bir unvan olarak kalabiliyor” dedi.

KIZILTEPE: “COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜNLERİN TİCARİLEŞTİRİLMESİNE ODAKLANDIK”

Son 2-3 yıldır AB tescil başvurularına teknik destek verdiklerini ifade eden TPE Coğrafi İşaretler Dairesi Başkanı Hakan



Kızıltepe, “Avrupa Birliği mevzuatına uyum kapsamında 23 başvurunun tescili için teknik destek sağladık. AB tescili, yalnızca ihracatı artırmakla kalmıyor, ürünlere uluslararası bilinirlik ve güçlü bir koruma sağlıyor. Biz TPE olarak sadece tescile odaklanan dar bir yaklaşımın ötesine geçerek markalaşma, katma değer üretimi ve ticari büyümeye odaklanıyoruz. Ayrıca tüm okullarda gençlere yönelik kapsamlı bir coğrafi işaret eğitim programı hazırlıyoruz” diye konuştu.

PROF. DR. ARTIK: “TESCİLLER REVİZE EDİLEBİLMELİ”

Coğrafi işaretleri, geçmişin geleceğe taşınması olarak nitelendiren Gıda Güvenliği Uzmanı Prof. Dr. Nevzat Artık, ise yaptığı konuşmada; “Geçmiş geleceğe taşırken geleneksel yapının korunması büyük önemdedir. Ancak tescilli ürünlerin yaklaşık %90’ı gıda ürünlerinden oluştuğu için, geçmişte yapılmış birçok tescilin de bugünün koşullarına uygun şekilde revize edilmesi gerekiyor. Ürün bileşenlerinin, miktarlarının ve üretim metodlarının güncel parametrelere göre yeniden düzenlenmesi,

gerektiğinde analiz yapılarak uygun olmayan tescillerin iptal edilmesi şarttır” dedi. Her ürünün mutlaka bir hikâyesi olmalıdır diyen Artık, “Markalaşmanın en önemli ayaklarından biri, ürünün hikâyesidir. Biz her ürünün hikâyesini yazarak, kimliğini güçlendirmeli ve katma değerini ortaya çıkarmalıyız” ifadelerini kullandı.

ÇİVELEK: “SAHTE SATIŞLARIN 10 KAT ARTTIĞINA ŞAHİT OLDUK”

Coğrafi işaret alındıktan sonra asıl meselenin ürünü korumak olduğunu hatırlatan Anzer Ballıköy Tarımsal Kalkınma Kooperatifi Başkanı Osman Civelek, “Ürünü, markayı korumak gerçekten çok zor bir süreçtir. Coğrafi işaret alındıktan sonra sahte satışların on kat arttığına şahit olduk. Bu durumu engellemek için denetimlerin daha etkin hale getirilmesi gerekmektedir. Bizler, coğrafi işaret logosuz sahte Anzer ballarını piyasadan toplatarak, bu değerli ürünün gerçek kimliğini korumaya çalışıyoruz. Sahte ürünler bu değerli ve geleneksel ürünü küçültmekte, hem üreticiye hem de

tüketiciye zarar vermektedir. Coğrafi işaret ve etkin denetim süreçleri, bu tür haksız rekabeti ortadan kaldırmak için kritik öneme sahiptir” şeklinde konuştu.

ÖZENER: “COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜNLERE TARIMSAL DESTEK VERİLMELİ”

Toplantıda konuşan Geleneksel Ürünler ve Coğrafi İşaretler Derneği Başkanı Huriye Özener, markalaşma olmadan hiçbir ürünün katma değeri satmanın mümkün olmadığını belirterek; “Bu nedenle üreticilerimizin ürünlerinin hikâyesini bilmeleri ve bunu doğru şekilde anlatmaları büyük önem taşıyor. AB’de coğrafi işaret konusunda tüketici bilinci daha yüksektir. Geldiğimiz noktada ülkemiz coğrafi işaretler alanında çok önemli ve anlamlı adımlar attı. Ancak denetim konusunda hâlâ eksiklerimiz var. Bugün itibarıyla Avrupa Birliği’nde tescilli 43 ürünümüz bulunuyor. Bu gurur verici tabloyu güçlendirmek için coğrafi işaretli ürünleri üreten üreticilerimizin desteklenmesi gerekir” şeklinde açıklamalarda bulundu..

Yenice ıhlamur balına Avrupa Birliği tescili

5. İstanbul Uluslararası Coğrafi İşaretler Zirvesi, “Ürün, Yöre, İnsan: Değerin Döngüsü” temasıyla Metro Türkiye’nin ev sahipliğinde; Türk Patent ve Marka Kurumu ile Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) iş birliğiyle gerçekleşti. Zirvenin açılış konuşmalarını Metro Türkiye CEO’su David Antunes, Avrupa Komisyonu Tarım ve Kırsal Kalkınma Genel Müdürlüğü Coğrafi İşaretler Bölümü Başkanı João Onofre, Türk Patent ve Marka Kurumu Başkanı Prof. Dr. Muhammed Zeki Durak, TOBB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve İstanbul Ticaret Borsası Başkanı Ali Kopuz, Sanayi ve Teknoloji Bakan Yardımcısı M. Kasım Gönüllü ve



Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı Fatma Şahin gerçekleştirdi.

AB COĞRAFI İŞARET TESCİLLİ ÜRÜN SAYISI 43 OLDU

Zirvede konuşan Avrupa Komisyonu Tarım ve Kırsal Kalkınma Genel Müdürlüğü Coğrafi İşaretler Bölümü Başkanı João Onofre, son olarak Yenice

ıhlamur balının da tescile kavuştuğunu açıklayarak; “Coğrafi işaretler, tat ve mekân aracılığıyla anlatılan hikâyelerdir. Hafıza, kimlik ve anlam taşırlar. Toplulukları, yalnızca yıllar değil, çoğu zaman yüzyıllar boyunca ürettikleri, korudukları ve aktardıklarıyla birbirine bağlarlar. İstanbul şehri gibi coğrafi işaret tescilli ürünler de birer köprü olup üreticileri tüketicilere bağlıyorlar. Birkaç gün önce Avrupa Birliği (AB) tescili alan İpsala pirinci ve Bursa kestane şekerinin ardından bugün Yenice ıhlamur balının da tescile kavuştuğunu açıklamaktan mutluluk duyuyorum. Böylece Avrupa Birliği’nde korunan Türkiye menşeli coğrafi işaret tescilli ürün sayısı 43’e ulaştı. Bunun çok daha fazlası ise tescil aşamasında” dedi.

TÜKETİCİLERİN %34’Ü COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜN TERCİH EDİYOR

Zirvede Metro Türkiye ve TURYİD iş birliği ile FutureBright tarafından gerçekleştirilen “Coğrafi işaretlerin Etki Alanı Araştırması”nın sonuçları da katılımcılarla paylaşıldı. Araştırma sonuçlarına göre coğrafi işaret tescilli ürünlerin ne olduğunu katılımcıların %72’sinin bildiği ve %34’ünün tercih ettiği sonucu çıkarken, araştırmada dikkat çeken en önemli kavram güven oldu. Bu kavram bir yandan ürüne atfedilen değer, mükemmellik

ve mirası tanımlarken, diğer yandan özellikle yanlış etiket uygulamaları nedeniyle duyulan endişeleri ve ürüne ulaşılan kanala olan güveni gösteriyor. Araştırma sunumunda coğrafi işaretlerin gençleri köylerinde tutma potansiyelinin çok yüksek olduğu, tüketicilerin menülerde ürünlerin hikâyesini dinlemeyi talep ettiği, üreticinin sesini duyurmasında desteğin şart olduğu gibi değerli veriler paylaşıldı.

Yiyeceklerin görünüşü dünyayı kurtarır mı?

Yeditepe Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü Başkanı Prof. Dr. Sibel Özilgen ve ekibi, yiyeceklerin görsel dokusunun tüketici davranışlarını nasıl etkilediğini araştırdı. Araştırma; görsel doku kullanılarak hem karbon ayak izinin azaltılabileceğini hem de tüketicileri sürdürülebilir yiyeceklere yönlendirilebileceğini ortaya koydu.

Yiyeceklerin görüntüsünün sadece iştah açıcı olmadığını, çevreyi koruma konusunda da büyük bir rol oynayabileceğini biliyor muydunuz? Yeditepe Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü Başkanı Prof. Dr. Sibel Özilgen ve ekibi, yiyeceklerin görsel dokusunun tüketici davranışlarını nasıl etkilediğini araştırdı. Sonuç: Görsel dokuyu kullanarak hem karbon ayak izini azaltabilir hem de tüketicileri sürdürülebilir yiyeceklere yönlendirebilirsiniz. En çarpıcı örneklerden biri, görsel dokusu katmanlı hale getirilen sütlaç. Bu yöntemle sütlaçın karbon salınımı tam yüzde 31 azaldı. Üstelik bu sunum, tüketiciler tarafından daha çok tercih edildi.

"TATMADAN, GÖRÜNÜŞÜNE BAKIP SATIN ALIYORUZ"

Prof. Dr. Sibel Özilgen, yiyeceklerin görsel dokusunun tüketici seçimlerini büyük oranda etkilediğini dikkat çekerek, "Yumuşak, kıtır, çıtır ve köpüklü dokular tüketicilerin daha çok ilgisini çekiyor. Bu dokuları doğru kullanarak daha çevre dostu yiyecekler tasarlamak mümkün. Böylece tüketicileri sürdürülebilir yiyeceklere yönlendirebilirsiniz. Doğru kullanımdan çoğu zaman anlaşılan yenildiği zaman bu dokuların beğenilmesi. Ancak bizim yaptığımız bir tat çalışması değil, bilişsel (cognitive) bir çalışma. Gıdaları çoğu zaman tatmadan satın alıyoruz. Süpermarkette, çevrimiçi siparişlerde veya menülerde seçim yaparken hep görsellere dayanıyoruz. Beynimiz, bir gıdayı gördüğünde hafızamızdaki verilerle onu otomatik olarak algılıyor. Burada, yemeğin içindeki karbon salınımı yüksek olan ana malzemenin miktarını azaltırken, karbon



Prof. Dr. Sibel Özilgen

salınımı daha düşük olan malzemelerin farklı dokularını belirli kombinasyonlarla kullanarak katmanlı görsel doku tasarımları oluşturduk ve beynin gıda algısını yönlendirmeye çalıştık. Hatta hafızamızda yer etmiş geleneksel bir tat olan sütlaç üzerinde bile bu yaklaşım başarılı oldu. Böylece tüketicilerin sürdürülebilir tercihlere yönelmesini sağlayabileceğimizi gördük—hem de herhangi bir indirim veya çevre dostu mesaj kullanmadan" dedi.



"KABUK, SAP VE KÖKLERİ TOPRAĞA GERİ KAZANDIRIN!"

Bir diğer ilginç bilgi ise gıdalardan geriye kalan kabuk, sap, kök gibi artıklarla ilgili. Sibel Özilgen, örneğin birçok kişinin kıztarak değerlendirdiği patates kabuklarının kompost yapılmasının daha çevre dostu olduğunu söyledi. Özilgen bu konu hakkında; "Patates kabuğunu kıztartırken harcadığımız su, diğer malzemeler ve enerji, düşündüğünüzden daha fazla karbon salınımına ve kaynakların daha fazla tüketimine yol açıyor. Bunun yerine kompost yaparak toprağa geri kazandırın" diye konuştu. Bitkisel gıdaların çevre dostu olduğu düşünülse de durum her zaman öyle değil. Özilgen, örneğin pirincin küresel tarımsal metan emisyonlarının yüzde 30'unu oluşturduğunu hatırlatarak, seçimlerimizi daha dikkatli yapmamız gerektiğini vurgulayarak, "2030'a kadar pirinç tarlalarından kaynaklanan sera gazı salınımının yüzde 60 artması bekleniyor. Bu nedenle bilinçli tercihler yapmalıyız" ifadelerini kullandı.



"MÜKEMMEL GÖRÜNMEYEN ÜRÜNLERE ÖNCELİK VERİN"

Gıda güvenilirliği açısından risk taşımayan, ancak görüntü açısından dezavantajlı olan gıdalara da dikkat çeken Prof. Dr. Özilgen şunları kaydetti: "Görünüşü mükemmel olmayan meyve ve sebzelerin mutlaka gıda tüketim zinciri içine katılmasının teşvik edilmesi gerekiyor. Tüketicinin bu konuda bilinçlendirilmesi ve alternatif yöntemler konusunda eğitilmesi çok önemli. Çalışmalarımızda bizim de kullandığımız gibi,

örneğin yumuşamış bir muz, ezilmiş bir armut, kararmış bir patlıcan, kıtırlaşmış ekmek, tat ve dokularından faydalanarak sürdürülebilir reçeteler oluşturmak için kullanılmalıdır. Ayrıca, son kullanma tarihi yaklaşmış olan gıdalar öncelikli olarak satın alınmalı ve tüketilmelidir. Bu noktada en büyük görev bu konunun iletişimini yapacak olan yetkililere, gıda mühendislerine ve eğitimi şeflere düşüyor."

Gıda Teknolojisi



Gıda ve içecek endüstrisinde

29

YILLIK DENEYİM!

www.gidateknolojisi.com.tr

- Gıda Laboratuvarları ve Hijyen
- Gıda İşleme Teknolojileri
- Gıda Katkı Maddeleri
- Süt ve Süt Ürünleri
- Gıda Taşımacılığı/Depolama
- Bakliyat/Un ve Unlu Mamuller/Makarna
- Meyve suyu ve Meşrubat
- Maden suyu ve İçme suyu
- Bitkisel Yağlar/Zeytin ve Zeytinyağı

- Kırmızı ve Beyaz Et/ Yumurtacılık
- Ambalaj ve Paketleme/Etiketleme
- Çikolata ve Şekerli Mamuller
- Gıda Makineleri
- Baharat
- Kuruyemiş
- Bal
- Gıda Güvenliği ve Otomasyon
- Yazılım ve Belgelendirme

Medeniyetin Doğduğu Topraklardan, Sanata Dönüştürülen Lezzet!



Medeniyetin başladığı yer olarak kabul edilen Göbeklitepe'ye 32 km. mesafede bulunan NAMET Şanlıurfa Besi Çiftliği; 750.000 m² açık alanı, yem fabrikası, 76.500 büyükbaş bulundurma kapasitesi, hayvan refahını önceleyen işletme yönetim modeliyle Avrupa'nın en büyük büyükbaş besi çiftliklerinden biri olarak ülkemiz hayvancılığının gurur kaynağıdır.

