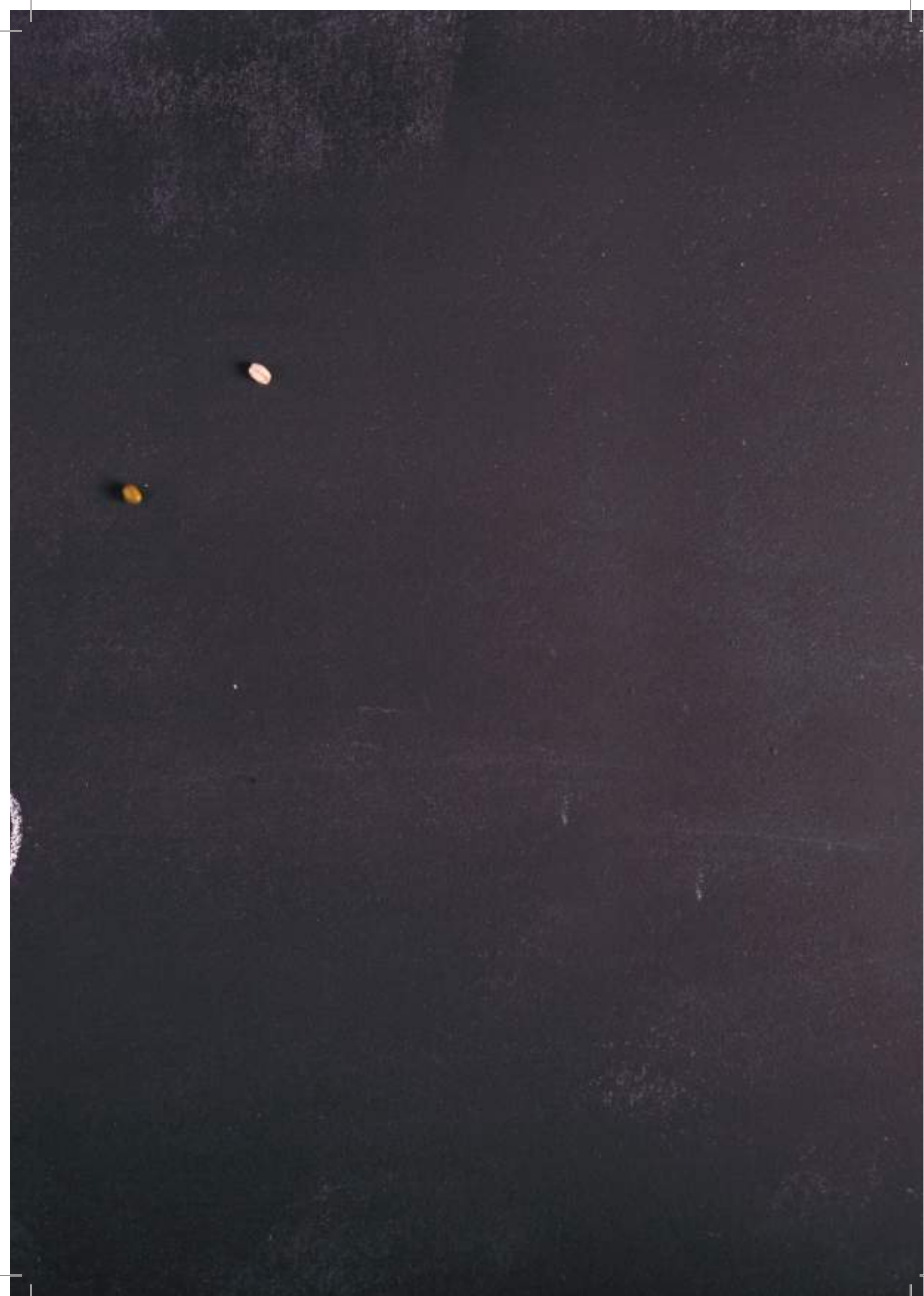


# 2015/2016 DÖNEMİ ÇALIŞMA RAPORU

EGE HUBUBAT BAKLIYAT YAĞLI TOHUMLAR VE  
MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

Nisan 2016, İzmir







# İÇİNDEKİLER

|                                                                                                       |         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Önsöz.....                                                                                            | 7       |
| Genel.....                                                                                            | 9       |
| Dünya Ve Türkiye Ekonomisi Genel Değerlendirmesi.....                                                 | 9-10    |
| Ege İhracatçı Birlikleri 2015-2016 Dönemi Faaliyetleri .....                                          | 11 - 15 |
| Birliğimiz 2015-2016 Dönemi Faaliyetleri .....                                                        | 18 - 23 |
| Tanıtım Grupları 2015-2016 Dönemi Faaliyetleri.....                                                   | 24      |
| Türkiye ve Birliğimiz İhracat Kayıtları .....                                                         | 25 - 29 |
| Ege Hububat Bakliyat Yağlı Toh.ve Mam. İhr. Birliği Kayıtları .....                                   | 30 - 33 |
| 2016 Yılı İş Programı .....                                                                           | 34      |
| Ek. 1 Makarna, Bulgur, Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu                                      |         |
| 2015-2016 Dönemi Faaliyetleri, 2015 Yılı Gelir Gider Durumu, 2016 Yılı İş Programı, 2016 Yılı Bütçesi |         |
| Ek. 2 Şekerleme ve Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu                                                     |         |
| 2015-2016 Dönemi Faaliyetleri, 2015 Yılı Gelir Gider Durumu, 2016 Yılı İş Programı, 2016 Yılı Bütçesi |         |
| Ek. 3 Un ve Unlu Mamuller Tanıtım Grubu                                                               |         |
| 2015-2016 Dönemi Faaliyetleri, 2015 Yılı Gelir Gider Durumu, 2016 Yılı İş Programı, 2016 Yılı Bütçesi |         |





# ÖNSÖZ



Sayın Üyemiz,

Ege Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliğinin Olağan Genel Kurul Toplantısı'nda bize verilen dört yıllık görev süresini tamamlamış bulunuyoruz.

Yönetim Kurulumuz, sahip olduğu yetkiler dahilinde yürütmüş olduğu tüm faaliyetlerinde her zaman ülkemiz ekonomisinin gelişmesi ve üyelerimizin menfaatlerinin korunması, Birliğimiz iştiğal konusunu oluşturan ihraç ürünleri ile ilgili yararlı ve kalıcı kararlar alınması prensibi ile hareket etmiştir. Bu dönemde de sektörümüze ve ihracata ait genel sorunların çözümü için ilgili kurum ve kuruluşlar nezdinde girişimlerde bulunulmuş, gerçekleştirilen toplantılar, seminerler, stratejiler, yurtdışı tanıtım projeleri, AR-GE Proje Pazarı etkinlikleri, tasarım yarışmaları ile ihracatı geliştirici ve destekleyici faaliyetlerini arttırarak devam ettirmiştir.

Yönetim Kurulumuzun görev süresi içerisinde yapmış olduğu başlıca faaliyetler, ülkemiz ve dünya ekonomisinin genel durumu, sektörümüze ilişkin bilgiler, Genel Sekreterliğimizin faaliyetleri ile Birliğimizin 2015 yılı bilanço gelir-gider hesapları, 2015 yılı bütçesi, "Faaliyet Raporu" adı altında üyelerimizin bilgilerine ve takdirlerine sunulmuş bulunmaktadır.

Raporumuzda yer alan çalışmalarını yaparken, Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Şubesi çalışanları başta olmak üzere, tüm Genel Sekreterlik personelimize ve çalışmalarımızda sektörümüz ve ülkemiz açısından en yararlı sonuçların alınabilmesi için bizlerden görüş ve katkılarını esirgemeyen değerli üyelerimize teşekkür eder, 2016 yılının sektörümüz ve ülkemiz açısından hayırlı ve yararlı olmasını dilerim.

Saygılarımla,

MOİZ HEMSİ

**EGE HUBUBAT BAKLİYAT YAĞLI TOHURLAR VE MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ**  
**YÖNETİM KURULU BAŞKANI**

# YÖNETİM KURULU ÜYELERİMİZ

Moiz  
HEMSİ  
Başkan

Mustafa  
TERCİ  
Başkan  
Yardımcısı

Muhammet  
ÖZTÜRK  
Başkan  
Yardımcısı

Yomtov  
ÇUKUREL  
Üye

Ahmet  
KAYNAR  
Üye

M.Oğuz  
SOYUÇAYLI  
Üye

Haluk  
TEZCAN  
Üye

Bekir  
L.ÖZSOY  
Üye

Levent  
ÇAPUTÇU  
Üye

Ahmet  
KÜÇÜKBAY  
Üye

Turgay  
BAĞÇIVANCIOĞLU  
Üye

## DENETİM KURULU ÜYELERİMİZ

Salih  
ÖZMEN  
Üye

Ruhi  
ÜNALAN  
Üye

Rıza  
SEYYAR  
Üye



1940-1990 döneminde Türkiye’de ve dünyada meydana gelen farklı gelişmeler, Türkiye’de İhracatçı Birliklerine olan ihtiyacı daha da güçlendirmiş ve bunun sonucunda farklı sektörler için yeni İhracatçı Birliklerinin kurulması ve daha önce kurulmuş olanların da yeniden yapılandırılması ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Bugün Bölgemizde Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği çatısı altında 12 İhracatçı Birliği birlikte faaliyet göstermektedir. Yedi adet tarımsal ağırlıklı, beş adet de sanayi ağırlıklı Birliklerden oluşan Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği bünyesinde Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği de bulunmaktadır.

## 3. DÜNYA VE TÜRKİYE EKONOMİSİ GENEL DEĞERLENDİRMESİ

### 3.1. DÜNYA EKONOMİSİ

IMF’in açıklamış olduğu “Dünya Ekonomik Görünüm” (World Economic Outlook) Ocak 2016 raporuna göre dünya GSYH’sının büyümesi, 2015 yılında %2,5 olup dünya GSYİH büyüme oranının, 2016 yılında son olarak %3,4’e çıkması beklenmektedir.

IMF raporda, küresel ekonomide büyümenin hızlanması için petrol fiyatlarındaki düşüşün tek başına yeterli olmayacağı mesajını verirken, küresel büyümenin düşük petrol fiyatlarından olumlu yönde etkileneceğini ancak söz konusu etkinin, gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomilerdeki sorunlar nedeniyle sınırlı kalacağını belirtmiştir. IMF, büyüme tahminlerinde yaptığı aşağı yönlü güncellemeye Çin, Rusya, Euro Alanı ve Japonya’daki zayıf ekonomik görünüm ile petrol fiyatlarındaki düşüşe bağlı olarak bazı büyük petrol ihracatçısı ülkelere ilişkin beklentilerdeki bozulmayı gerekçe göstermiştir. Öte yandan, ABD’nin büyüme tahminleri yukarı yönlü revize edilen tek büyük ekonomi olduğunun altı çizilmiştir.

Dünya ekonomisinde büyüme hızı tahminleri son bir yıl içinde aşağıya doğru üçüncü kez revize edilmiş olup son olarak 2016 yılı için IMF tarafından yüzde 3,6 dan, yüzde 3,4 e çekilmiştir

Dünya Ekonomisinde eksilerle dolu bir 2015 yılı geride bırakılmış, ABD ve Avrupa da işler iyi sayılabilecek bir durumda seyrederken, özellikle gelişmekte olan ülkeler olumsuz etkilenmiştir. Fakat tüm bu olumsuzlukların yanı sıra olumlu sayılabilecek durumlardan birisi FED’in faiz artırımı kararı olmuştur.

Hindistan dışında, BRIC ülkeleri, ciddi ivme kaybetmiştir. Çin, Rusya, Brezilya ve Güney Afrika ekonomik, siyasi ya da bu her iki nedenlerle büyüme, ihracat ve kamu dengelerinde gerileme yaşadı ve yaşamaya devam edecek gibi görünmektedir.

Dünya ekonomisinin 2016 yılında %3,0 büyümesi beklenmekte olup, gelişmiş ülkelerde %2,3, Japonya ve Euro Bölgesinde %1,6, Amerikada %2,5, ve Çinde % 6,5 olarak beklenmektedir. 2016 yılında en hızlı büyümesi beklenen ülke % 7,1 ile Hindistan olmuştur.

### GSYİH IMF PROJEKSİYONU(World Economic Outlook, Ocak 2015)

| Büyüme                            | 2014 | 2015 | 2016 |
|-----------------------------------|------|------|------|
| <b>Dünya</b>                      | 3,3  | 2,5  | 3,0  |
| <b>Gelişmiş Ekonomiler</b>        | 1,8  | 2,0  | 2,2  |
| ABD                               | 2,4  | 2,6  | 2,8  |
| Euro Alanı                        | 0,8  | 1,5  | 1,6  |
| Japonya                           | 0,1  | 0,6  | 1,0  |
| <b>Gelişmekte Olan Ekonomiler</b> | 4,4  | 4,0  | 4,5  |
| Çin                               | 7,4  | 6,8  | 6,3  |
| Rusya                             | 0,6  | -3,0 | -0,6 |
| <b>Enflasyon</b>                  |      |      |      |
| Gelişmiş Ülkeler                  | 1,4  | 1,0  | 1,5  |
| Gelişmekte Olan Ülkeler           | 5,4  | 5,6  | 5,4  |
| <b>Dünya Ticaret Hacmi Artışı</b> | 3,1  | 4,5  | 5,3  |

### 3.2. TÜRKİYE EKONOMİSİ

Türkiye, küresel ekonomik krizden en hızlı çıkan ve son dönemlerdeki küresel ekonomik belirsizlikten en az etkilenen ülkelerden biridir. Avrupa'nın en hızlı büyüyen ekonomisi durumunda olan Türkiye'nin 2011 yılında ortalama büyüme oranı %8,5 olmuştur. Türkiye ekonomisi 2015 yılında %3,0 büyüme kaydetmiş olup 2016 yılında % 2,9 büyüme beklenmektedir.

Küresel ekonomik krizden çıkış sürecinde istihdama yönelik tedbirlerin ve ekonomideki toparlanmanın etkisiyle istihdamda büyük bir artış görülmüştür. IMF verilerine göre Türkiye, 2007-2012 döneminde yıllık istihdam artışının en fazla olan ülkelerden biri olmuş, işsizlik oranı 2011 yılının ikinci çeyreğinden itibaren kriz öncesi seviyelerin altına düşmüştür. Fakat 2013 yılının ilk yarısında ekonomideki toparlanmanın beklenenin altında kalması ve küresel belirsizlik işgücü piyasasına da yansımıştır. Bu dönemde istihdam artışı yaşanmasına rağmen işgücündeki artışın da etkisiyle işsizlik oranlarında artış yaşanmıştır.

Türkiye İhracatçıları Meclisi verilerine göre 2015 yılının tamamında Türkiye'nin ihracatı geçtiğimiz yıla oranla yüzde 10,2 azalarak 143,7 milyar dolara olarak gerçekleşmiştir. 2015 yılında en fazla ihracat yapan sektör 21,1 milyar dolarla otomotiv sektörü olmuş. İkinci sırayı 16,9 milyar dolarla hazır giyim ve konfeksiyon alırken bu sektörü 15,4 milyar dolarla kimyevi maddeler sektörü takip etmiştir. Türkiye ihracatında yaşanan bu düşüşten %25,1 oranıyla en fazla Çelik sektörü etkilenmiş olup, ikinci sırayı % 21,3 ile Deri ve Deri Mamülleri almıştır.

2015 yılında en fazla ihracat yapılan 5 ülke, 2014 yılında yapılan ihracat oranları azalmakla beraber, sırasıyla Almanya, İngiltere, Irak, İtalya ve İsviçre olmuştur. Almanya'ya ihracat yıllık olarak yüzde 9,2 gerçekleştirilirken, İngiltere'ye yüzde 7,4, Irak'a yüzde 6,0, İtalya'ya yüzde 4,7 ve İsviçre'ye yüzde 4,6 olarak gerçekleşmiştir.

## 4. EGE İHRACATÇI BİRLİKLERİ 2015-2016 DÖNEMİ FAALİYETLERİ:

### SUMMER FANCY FOOD SHOW GIDA FUARI

Kuzey Amerika'nın en büyük gıda fuarı olan ve 1998 yılından beri milli katılım organizasyonu Ege İhracatçı Birliklerince gerçekleştirilen 61. Summer Fancy Food Show fuarı 28- 30 Haziran 2015 tarihleri arasında Amerika'nın New York kentinde düzenlenmiştir. 35 firmanın katılımı ile gerçekleştirilen milli katılım organizasyonunda firmalarımız ve Türk gıda sektörü başarı ile temsil edilmiştir.

61 yıldır aralıksız olarak düzenlenen Summer Fancy Food Show fuarı ağırlıklı olarak ABD'nin Doğu yakasındaki alıcılara hitap etmektedir. 180.000 civarında farklı ürünün sergilendiği, dünya genelinden 2500'in üzerinde gıda imalatçısı, ithalatçısı ve distribütörünün stand açarak katıldığı, her yıl yaklaşık 25.000 profesyonel ziyaretçinin ziyaret ettiği ve bünyesinde pek çok eğitim programının düzenlendiği fuar, gıda alıcıları ve tedarikçileri tarafından dünyanın en önemli ticari fuarları arasında değerlendirilmektedir.



### FOODEX JAPAN ULUSLARARASI GIDA VE İÇECEK FUARI

Asya- Pasifik pazarının en büyük gıda fuarı olma niteliği taşıyan ve Japonya'nın Chiba kentinde düzenlenen Foodex Japan 2016 Uluslararası Gıda ve İçecek Fuarına Türkiye milli katılımı uzun yıllardır Ege İhracatçı Birliklerince gerçekleştirilmektedir. 03-06 Mart 2015 ve 08-11 Mart 2016 tarihlerinde düzenlenen Foodex Japan 2015 ve 2016 fuarlarına 35 firma ile katılım sağlanmıştır.

2016 yılında gerçekleştirilen milli katılım organizasyonu kapsamında Türk asıllı İtalyan tasarımcı Erdem Şeker tarafından dizayn edilen ve Türk Gıda ürünlerinin (Kuru Meyve, Zeytinyağı, Narenciye, Baharat, Hububat&Bakliyat, Şekerleme) tanıtımının yapıldığı bir trend alanı organize edilmiş, gerek firma standları gerekse trend alanı büyük beğeni toplamıştır.

FOODEX Japan Fuarına 2016 yılında 78 ülke ve bölgeden yaklaşık 3.200 firma katılmıştır. Fuara Türkiye'den milli katılım ile 35, bireysel olarak 6 firma olmak üzere toplam 41 firma katılmıştır. 4 gün boyunca süren fuarı 76.532 kişi ziyaret etmiştir.



## BIOFACH ORGANİK ÜRÜNLER FUARI

Almanya'nın Nürnberg kentinde düzenlenen ve Dünya'nın en büyük organik fuarı olan Biofach Organik Ürünler Fuarı'na Ege İhracatçı Birliklerince 1998 yılından beri milli katılım organizasyonu gerçekleştirilmektedir. 11-14 Şubat 2015 ve 10-13 Şubat 2016 tarihlerinde düzenlenen Biofach fuarlarına, 2015 yılında 13 firma ile katılım sağlanırken, 2016 yılında bu sayı 16'ya yükselmiştir. Söz konusu fuarlarda Türk organik ürünleri başarı ile sergilenmiş olup, fuara Türk firmalarımızın talebi artarak devam etmektedir.

BioFach'a 2016 yılında bireysel firmalar ile birlikte toplam 25 Türk firması ve 1 organik proje katılırken, dünya genelinde toplamda 2.544 firma iştirak etmiştir. Katılımcı ülkeler arasında ağırlıklı olarak Avrupa ülkeleri yer alırken, Çin, Kuzey Amerika ve Güney Amerika'dan da her sene artan sayıda katılım gerçekleştirilmektedir. Fuara başta Almanya olmak üzere belli başlı Avrupa ülkeleri, ABD, Japonya, Güney Afrika, Hindistan, Endonezya gibi dünyanın 136 ülkesinden 48 000'e yakın ziyaretçi gelmiştir.



## TAYVAN TİCARET HEYETİ

Türkiye İhracatçıları Meclisi ve Ege İhracatçı Birlikleri işbirliğinde Tayvan'ın Başkenti Taipei Şehrinde 22-25 Mart 2016 tarihleri arasında düzenlenen "Tayvan Ticaret Heyetine" 17'si Ege İhracatçı Birlikleri temsilcileri olmak üzere toplam 45 kişi katılmıştır.

Hububat ve bakliyat, bisküvi, şekerli ve çikolatalı mamuller, yaş meyve-sebze, konserve gıda ve içecekler, kuru ve sert kabuklu meyveler ile mamulleri, zeytin-zeytinyağı, sektörlerinden 96 işadamlarının katılımlarıyla ikili iş görüşmeleri gerçekleşirken, hem ihracatçı hem de ithalatçı firmalar, özellikle kiraz, kuru incir, zeytinyağı ve şekerli mamuller sektörleri için potansiyel arz eden bir pazarın önde gelen firmalarıyla işbirliği görüşmeleri ve anlaşmaları yapma imkanı bulmuşlardır.



## TİCARET MÜŞAVİRLERİ BULUŞMASI

Ege İhracatçı Birlikleri, Türkiye'nin ihracatını arttırmak için 12 ülkede yıllarca Ticaret Müşaviri olarak görev yaptıktan sonra yurda dönen geçmiş dönem ticaret müşavirlerini ihracatçı firmalarla buluşturdu. Ekonomi Bakanlığı işbirliğinde düzenlenen toplantıda ticaret müşavirleri, ihracatçı firma temsilcilerine ihracat pazarları ile ilgili tecrübelerini aktardı.

26 Şubat 2016 tarihinde İzmir Hilton Otel'de yapılan "Ticaret Müşavirleri Buluşması"na Almanya, Avustralya, Avusturya, Çin/Pekin, Çin/Şanghay, Fransa, Güney Kore, Hindistan, Irak, Malezya, Rusya ve Slovenya geçmiş dönem ticaret müşavirleri Hüsamettin Kılıçkaya, Makbule Küçüksözen Doğan, Atakan Özdemir, Serah Kekeç, Bilgehan Şaşmaz, Mehmet Cem Topbaş, Bumin Kaan Köktürk, Tuğrul Somuncuoğlu, Harun Koçak, Hasan Önal, Hasan Murat Nesimoğlu ve Nurdan Çamlıbel Aydın Ege İhracatçı Birlikleri üyesi 40 firma ile ikili görüşmeler yaptı.

Ege İhracatçı Birlikleri'nce düzenlenen "Ticaret Müşavirleri Buluşması"na katılan 12 ticaret müşavirinin görev yaptığı 11 ülkeye Türkiye, 2015 yılında 36 milyar 863 milyon dolar ihracat yaptı. Bu ülkelere yapılan ihracat Türkiye'nin toplam ihracatında yüzde 26'lık pay aldı. Almanya, Türkiye'nin ihracatında ilk sırada yer alırken, Irak 3., Fransa 6., Rusya 9., Çin 17. sırada yer aldı.



## TÜRKİYE-YUNANİSTAN İŞ FORUMU

8 Mart 2016 tarihinde İzmir Swisshotel’de, Ege İhracatçı Birlikleri (EİB) ve Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) işbirliğinde gerçekleşen Türkiye-Yunanistan İş Forumu’nda ikili iş görüşmeleri yapıldı ve Türkiye ve Yunanistan Başbakanları konuşmacı olarak ağırlandı.

Türkiye ve Yunanistan arasındaki ticaret hacminin 2010 yılındaki 3,2 milyar dolarlık seviyesinden 2014 yılında 5,6 milyar dolara ulaştığı, Yunanistan’ın en fazla ihracat yaptığı ülkenin 3,3 milyar dolarla Türkiye olduğu belirtilen iş forumunda 400’den fazla iş görüşmesi yapıldı.



## TÜRKİYE-HİNDİSTAN İŞ FORUMU (6-9 Nisan 2015, Mumbai-HİNDİSTAN)

Ekonomi Bakanlığı koordinasyonu, Türkiye İhracatçılar Meclisi organizasyonu ve EİB işbirliği ile 06 - 09 Nisan 2015 tarihleri arasında, Ekonomi Bakan Yardımcısı Adnan Yıldırım’ın başkanlık ettiği, Hindistan’ın en büyük ticari kenti olan Mumbai’ye yönelik Ticaret Heyeti “Türkiye-Hindistan” İş Forumu düzenlenmiştir.

İlk günü Bombay Ticaret ve Sanayi Odası’nın partnerliğinde Royal Bombay Yacht Club’da gerçekleşirken, ikinci günün ikili görüşmeleri Dünya Ticaret Merkezi-Mumbai (Mumbai World Trade Centre) ve Hindistan Endüstrileri Birliği (All India Association Of Industries) işbirliğinde World Trade Centre’da gerçekleşmiştir.

Mumbai Dünya Ticaret Merkezi partnerliğinde gerçekleşen iş forumunda Türkiye Hindistan Başkonsolosu Sabri Ergen ile Ege İhracatçı Birlikleri heyetine başkanlık eden Ege Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Rıza Seyyar ve Ekonomi Bakanlığı, iki ülkenin işbirliği ve yatırım koşulları hakkında sunum yapmıştır.

Türkiye geneli gıda (konserve gıda ve içecekler, bisküvi, şekerli ve çikolata-  
talı mamuller, makarna, zeytinyağı) demir çelik, doğal taş sektörleri, kuru ve sert kabuklu meyveler ve yaş meyve, finans sektörlerinden 20 katılımcının yer aldığı heyette 100’ü aşkın işadamlıyla görüşme gerçekleşirken, ihracatçı ve ithalatçı firmalar yüksek potansiyelli Hint firmalarıyla işbirliği görüşmeleri yapma imkanı bulmuşlardır.



## TASARIM YARIŞMALARI & GIDA-ARGE PROJE PAZARLARI

Her yıl Ege İhracatçı Birlikleri tarafından en fazla ihracatı gerçekleştiren üyelerin ödüllendirildiği İhracatın Yükselen Yıldızları Ödül Töreni bu yıl 17 Mart 2016 tarihinde İzmir Havagazı Fabrikası’nda gerçekleştirildi. Bölgemizin ihracatçı kimliğine en büyük katkıyı sağlayan ve 2015 yılında ülkemize yaklaşık 5 milyar dolar döviz kazandıran üyelerin ödüllendirildiği törende, Ekonomi Bakanı Mustafa Elitaş ödülleri takdim etti.

Bahse konu Ödül Töreni, 2015 yılında Ege İhracatçı Birlikleri kayıt rakamları üzerinden 18 sektörde en çok ihracat gerçekleştiren ilk üç firmaya ödül verilmesi şeklinde gerçekleşti.



## İNOVASYON HAFTALARI

Ekonomi Bakanlığı koordinatörlüğünde, Türkiye İhracatçılar Meclisi ve Ege İhracatçı Birlikleri işbirliğinde düzenlenen Türkiye İnovasyon Haftası İzmir Etkinliği 2015 yılında 19-20 Mart, 2016 yılında ise 17-18 Mart tarihleri arasında İzmir Swissotel’de gerçekleştirilmiş ve birbirinden değerli ve renkli konuşmacıların bilgi birikimlerini ve deneyimlerini aktardıkları etkinliklere, yoğun ziyaretçi katılımı olmuştur.

2023 yılı 500 milyar dolar ihracat hedefine giden yolda ihracat ve inovasyon bilincinin artırılması ve ihracata dayalı büyüme stratejisinin desteklenmesi ve yüksek katma değerli ihracat artışının 4 ana bileşeni olan inovasyon, ar-ge, tasarım ve markalaşmaya yönelik birçok etkinliğin gerçekleştirilmesi amaçları doğrultusunda, Türkiye İhracatçılar Meclisi organizasyonunda 3-5 Aralık 2015 tarihleri arasında İstanbul Kongre Merkezi’nde gerçekleştirilen “Türkiye İnovasyon Haftası” etkinliklerine Birliğimizden katılım sağlanmıştır.



## ÜYE İLİŞKİLERİNİ GELİŞTİRME TOPLANTILARI

Üye ilişkilerini geliştirme toplantıları, yeni üye kazanımı ve mevcut üyelere nasıl daha iyi hizmet verilebileceği düşüncesiyle yola çıkılan etkinlikler zinciridir. Önce Aydın’da sonra Manisa’da düzenlenen etkinliklerde üye olma potansiyeli olan firmalara ve mevcut üye firmalara Ege İhracatçı Birlikleri’nin neler yaptığına ilişkin bilgilendirmelerde bulunulmuş, Türkiye’nin mevcut ekonomik durumu ile ilgili Yaşar Üniversitesi Öğretim Görevlisi Selçuk Karata tarafından sunum yapılmıştır. Bunun yanı sıra Devlet Yardımları, Tarımsal İhracat İadeleri ve Fuar Destekleri konularında da katılımcılar bilgilendirilmiştir.



2016 yılı içerisinde Afyon, Balıkesir ve Muğla’da bu toplantıların devamı niteliğinde organizasyonlar yapılması öngörülmektedir.

## DEĞERLENDİRME TOPLANTISI

Genel Sekreterliğimiz organizasyonunda, 29 Aralık tarihinde Prof. Dr. Ümit ÖZLALE’nin sunumuyla Türkiye ve Dünya ekonomisinde 2015 yılı değerlendirmesi ve 2016 yılı beklentilerinin paylaşılacağı “2015 Yılı Değerlendirme Toplantısı”na; toplantının ardından “Yeni Yıla Merhaba Yemeği” etkinliğine tüm Yönetim Kurulu ve Denetim Kurulu üyelerinin katılımı sağlanmıştır.



## DEVLET YARDIMLARI

| Destek Türü                                                                                                                                  | Kapanan Dosya Sayısı | Destekten faydalanan firma sayısı | Hak Ediş TL   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-----------------------------------|---------------|
| 2010/6 Sayılı Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ                                                | 282                  | 51                                | 4.171.519,00  |
| 2006/4 Sayılı Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Mali İmajının Yerleştirilmesi ve TURQUALITY®'nin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ | 843                  | 9                                 | 6.932.536,00  |
| 2009/5 sayılı Yurt Dışında Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesine İlişkin Tebliğ                                               | 1048                 | 726                               | 14.983.480,00 |
| 2014/8 Sayılı Pazara Giriş Belgelerinin Desteklenmesine İlişkin Karar                                                                        | 308                  | 146                               | 2.942.618,00  |

| 01.01.2015 / 31.12.2015 DÖNEMİ |                |              |                |              |                |              |
|--------------------------------|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|
| KARAR NO                       | 2014/6         |              | 2015/1         |              | DİĞER KARARLAR |              |
|                                | HAKEDİŞ TUTARI | FİRMA SAYISI | HAKEDİŞ TUTARI | FİRMA SAYISI | HAKEDİŞ TUTARI | FİRMA SAYISI |
| TARIMSAL İADELER               | 39.222.853 TL  | 286          | 38.259.192 TL  | 208          | 7.021.217 TL   | 50           |
| SÖZLEŞMELİ TARIM               | 2.425.836 TL   | 17           | 156.422 TL     | 2            |                |              |

2012-2015 yılları toplamında **2.176** firma **97.322** adet gümrük beyannamesi ile başvuru yapmıştır. Bu yıllar baz alınarak is ortalamasına baktığımızda, Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi için yıllık ortalama **544** firmanın toplam **24.330** gümrük beyannamesi ile başvurduğu ve başvurusu uygun bulunanların işlemlerinin sonuçlandırıldığı görülmüştür.

Yine aynı yıllarda sözleşmeli üretim desteğinden yararlanmak üzere **56** firma **5.273** gümrük beyannamesi ile başvuruda bulunmuştur. Yıl ortalamasına göre ise, sözleşmeli üretimin desteklenmesi talebi ile yılda ortalama **14** firma **1.318** gümrük beyannamesi ile başvuruda bulunmuştur.

2015 yılında kapatılan Dahilde İşleme İzin Belgesi ve Hariçte İşleme İzin Belgesi sayısı 529 adettir.





## 5. EGE HUBUBAT BAKLİYAT YAĞLI TOHUMLAR VE MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ 2015/2016 DÖNEMİ FAALİYETLERİ:

Yönetim Kurulumuz, yetkileri dahilinde yürütmüş olduğu tüm çalışmalarında, her zaman ülkemiz ekonomisinin gelişmesi ve üyelerimizin çıkarlarının korunması, Birliğimiz çalışma konusuna giren maddelerin ihracatı ile ilgili yararlı ve kalıcı kararlar alınması prensibiyle hareket etmiştir.

Birliklerimizin çalışma alanında yer alan maddelerle ilgili çeşitli kaynaklardan elde edilen mal ve ortak yatırım talepleri, piyasa hareketleri, pazarlarımızın uyguladığı esaslar, dış temsilciliklerimizden veya başka kuruluşlardan gelen raporlar değerlendirilerek, yararlı görülenler üyelerimize, ilgili kurum ve kuruluşlara duyurularak bilgilendirilmelerine, alınması gereken önlemler var ise bunların uygulamaya konulmasına özen gösterilmiştir.

Ekonomi Bakanlığı, çeşitli ticaret müşavirlikleri, kurum ve kuruluşlarca hazırlanan iç ve dış piyasa raporları ile değişik kaynaklardan elde edilen istatistiki bilgiler ile teknik bilgiler incelenerek ihraç ürünlerimizin dış piyasalarda en iyi şekilde değerlendirilmesine çaba gösterilmiştir.

Türkiye'deki mevcut Birliklerin temsilcilerinin katılımı ile oluşturulan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) toplantılarına, aynı konuda çalışan Birliklerin temsilcilerinden oluşan Sektör Kurulu toplantılarına; ayrıca sektörümüzü ve ülkemiz ekonomisini ilgilendiren, çeşitli kuruluş ve kişilerle yapılan toplantı, konferans, seminer ve temaslara gerek temsilci düzeyinde, gerekse heyet olarak katılmış veya ilgili üyelerimizin katılımı sağlanarak madde, sektör ve nihai hedef olarak ülkemiz çıkarları doğrultusunda kararlar alınmasına katkıda bulunulmaya çalışılmıştır.

Birliğimiz çalışma konusunda olan önemli ürünlerin üretim ve ihracatında karşılaşılan sorunların belirlenmesi ve çözümüne yönelik olarak değerlendirmelerde bulunulması, ihracatımızı arttırmaya yönelik önlemler alınması amacıyla, Güneydoğu Anadolu, Ege, İstanbul, Orta Anadolu, Akdeniz, Karadeniz Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu üyelerinin de yer aldığı Sektör Kurulu tarafından, yıl içinde yapılan toplantılara ilgili Yönetim Kurulu üyelerimizin katılımı sağlanmıştır.

Ekonomi Bakanlığımız ve Múşavirliklerimizce tarafımıza iletilen sektör ürünlerinin gerek ihracat, gerekse ithalat yasaklamalarına, ayrıca ithalatçısı ölkelerce uygulanan mevzuata ilişkin bilgiler üyelerimize duyurulmuştur.

Türkiye İhracatçılar Meclisi organizasyonunda yürütölen ve 2023 İhracat Stratejisinin 26 sektördeki çalışmalarının değeriendirildiği 2023 İhracat Stratejisi Sektör Liderleri toplantılarına katılım sağlanmış, sektörlerimize ilişkin hedefler, sorun ve çözüm önerileri revize edilmiştir.

TİM organizasyonunda, 2014 yılı izlenimleri, 2015 yılı beklentileri, sorunlar ve çözüm önerilerinin görüşülen ve 04 Ocak 2015 tarihinde İstanbul’da gerçekteőtirilen Yıllık Değerlendirme Toplantısına katılım sağlanmışır.

Türkiye Un Sanayicileri Federasyonu organizasyonunda, 05-08 Mart 2015 tarihinde Antalya’da gerçekteőtirilen “Buğerday ve Sağlık” konulu Kongre ve Sergisi’ne Birliğimizi temsilen ilgili Yönetim Kurulu Üyemizin katılımı sağlanmışır.

Ekonomi Bakanlığı koordinatörlüğünde, Türkiye İhracatçılar Meclisi ve Ege İhracatçı Birlikleri işbirliğinde düzenlenen Türkiye İnovasyon Haftası İzmir Etkinliği, 19-20 Mart 2015’te İzmir Swisotel’de gerçekteőtirilmiş ve birbirinden değeri ve renkli konuşmacıların bilgi birikimlerini ve deneyimlerini aktardıkları etkinliklere, iki gün boyunca yoğun ziyaretçi katılımı olmuştur.

Genel Sekreterliğimiz koordinatörlüğünde organize edilen “Gıda Ar-Ge Proje Pazarı Projesi” kapsamında 21-22 Nisan 2015 tarihlerinde Swisotel Grand Efes Otel’de gerçekteőtirilecek etkinlik için destek verilmiş, Yürütme ile Danışma Kurulu’nda yer alınmışır.

Uluslararası Bakliyat ve Endüstri Konfederasyonu’nun 12-15 Nisan 2015 tarihlerinde Las Vegas/ABD’de düzenlenen “CICILS /IPTIC 2015” Uluslar arası Bakliyat Konferansı’na, Birliğimizi temsilen Yönetim Kurulu üyelerimizin katılımı sağlanmış, ayrıca 19-22 Mayıs 2016 tarihleri arasında Çeşme’de düzenlecek olan adı geçen Konferansa Birliğimizi temsilen katılım sağlanacaktır.

Ölkemizin önemli pazarını oluşturan Avrupa Birliği’ndeki ticaret mevzuatı, ürün standartları, ambalaj, etiketleme ve nakliye standartları ile ilgili çalışmaları yakinen takip etmek amacıyla üyesi olduğumuz Dünya’da baharat sektöründe en önemli üç uluslar arası kuruluştan birisi olan Avrupa Baharat Birliği (ESA – European Spice Association) adlı kuruluşun, 2015 yılında 17-19 Haziran 2015 tarihlerinde Berlin/Almanya’da baharat sektöründeki firmaların katılımıyla gerçekteőtirilen Genel Kurulu Toplantısına Yönetim Kurulu üyelerimizin katılımı sağlanmışır.

Avrupa Baharat Birliği (ESA – European Spice Association)’nin 08-10 Haziran 2016 tarihlerinde Antwerp/Brüksel’de gerçekleştirilecek Genel Kurulu Toplantısına, Yönetim Kurulu üyelerimizin katılımı sağlanacaktır.

Türkiye İhracatçılar Meclisi’nin (TİM), 21 Haziran 2015 tarihinde İstanbul’da yapılan 2014 yılı Olağan Genel Kurul toplantısı ve ödöl törenine Birliğimizi temsil eden Yönetim Kurulu üyelerimizin katılımı sağlanmıştır.

Ülkemiz haşhaş üretimi ve ihracatına yönelik konuların görüşülmesi amacıyla Toprak Mahsulleri Ofisi Haşhaş ve Alkaloid İşleri Daire Başkanı M.Ömer Tanrıverdi ve Üretim ve İşletme Şube Müdürlüğü yetkilileri Ankara’da yapılan toplantılara Yönetim Kurulumuzdan, sektör temsilcilerinden ve Genel Sekreterliğimizden katılım sağlanmış, sektör görüşleri dile getirilmiştir.

Ulusal Baklagil Konseyi’nin, 26-27 Ağustos 2015 tarihlerinde Mersin’de gerçekleştirilen Genel Kurul toplantısına Birliğimizi temsilen Yönetim Kurulu üyemizin katılım sağlanmıştır.

Hindistan’a haşhaş tohumu ihracatında yaşanan sorunlara ilişkin Ankara’da Ekonomi Bakanlığı başkanlığında yapılan toplantıya, Yönetim Kurulumuzdan, sektör temsilcilerinden ve Genel Sekreterliğimizden katılım sağlanmış, sektör görüşleri dile getirilmiştir.

Ekonomi Bakanlığı ve Türkiye İhracatçılar Meclisi koordinasyonunda “Sektörel Tanıtım Gruplarının tanıtım faaliyetlerinde kullanacakları ortak bir logo ve slogan belirlenmesi hususunda “Türkiye ve Türk ürünü” vurgusunu içeren logoyu ve/veya sloganı belirlemek üzere başlatılan “Türkiye Markası” Projesinin kamuoyuna açıklanması amacıyla basın ve iş dünyasının üst düzey katılımlarıyla, 25 Aralık 2015 tarihinde İstanbul’da Çırağan’da gerçekleştirilen “Türkiye Markası Lansmanı” toplantısına, Yönetim Kurulu’muzdan katılım sağlanmıştır.

01-03 Aralık 2015 tarihlerinde Paris/Fransa’da gerçekleştirilen FIE (Food Ingredients Europe) Fuarına, Yönetim Kurulu’muzdan katılım sağlanmıştır.

2023 yılı 500 milyar dolar ihracat hedefine giden yolda ihracat ve inovasyon bilincinin artırılması ve ihracata dayalı büyüme stratejisinin desteklenmesi ve yüksek katma değerli ihracat artışının 4 ana bileşeni olan inovasyon, ar-ge, tasarım ve markalaşmaya yönelik birçok etkinliğin gerçekleştirilmesi amaçları doğrultusunda, Türkiye İhracatçılar Meclisi organizasyonunda 3-5 Aralık 2015 tarihleri arasında İstanbul Kongre Merkezi’nde gerçekleştirilen “Türkiye İnovasyon Haftası” etkinliklerine Birliğimizden katılım sağlanmıştır.

Genel Sekreterliğimiz organizasyonunda, 29 Aralık tarihinde Prof. Dr. Ümit Özlale'nin sunumuyla Türkiye ve Dünya ekonomisinde 2015 yılı değerlendirmesi ve 2016 yılı beklentilerinin paylaşılacağı "2015 Yılı Değerlendirme Toplantısı"na; toplantının ardından "Yeni Yıla Merhaba Yemeği" etkinliğine tüm Yönetim Kurulu ve Denetim Kurulu üyelerinin katılımı sağlanmıştır.

Ekonomi Bakanımız Sn. Mustafa Elitaş'ın katılımıyla, ihracatımızın genel değerlendirmesini yapmak, ihracatımızdaki mevcut sorunları tespit etmek ve ihracatımızı artırmak için sizlerin önerilerini dinlemek üzere 24 Şubat 2016 tarihinde İstanbul'da gerçekleştirilen toplantıya, Yönetim Kurulu'muzdan katılım sağlanmıştır.

27-29 Şubat 2016 tarihlerinde Hindistan/Ahmedabad'da gerçekleştirilen Dünya Baharat Kongresine (World Spices Congress 2016) Yönetim Kurulu'muzdan katılım sağlanmış ve aynı zamanda, Hindistan'a beyaz haşhaş tohumu ihracatımızda devamlılığın sağlanması için yaşanan sıkıntının çözülmesi için Hindistan makamları nezdinde girişimlerde bulunan Yeni Delhi Ticaret Müşavirliğimize 26 Şubat 2016 tarihinde ziyaret gerçekleştirilmiştir.

Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Bahçe Bitkileri Bölümünden Prof. Dr. Hülya İlbî'nin başkanlığında "Haşhaş Tohumunun Çimlenme Kabiliyetinin Önlenmesine Yönelik Yöntem Optimizasyonu" ile ilgili olarak bir proje başlatılmış ve tüm üyelerimizin fayda sağlayabileceği bu çalışmanın üniversite - ihracatçı işbirliğinde yürütülmesi uygun bulunmuştur.

Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birliği tarafından yürütülmek üzere "Makarna, Bulgur, Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu", İstanbul İhracatçı Birlikleri tarafından yürütülmek üzere "Şekerleme ve Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu", Orta Anadolu İhracatçıları Birliği tarafından yürütülmek üzere "Un ve Unlu Mamuller Tanıtım Grubu" Bakanlık Makamı'nın 04.04.2012 tarih, 323 sayılı Onayı ile kurulmuş olup Tanıtım Grupları tebliğ çerçevesinde adı geçen Tanıtım Gruplarına Birliğimizi temsilen ilgili Yönetim Kurulu üyelerimizin katılımı sağlanmış, Fuarlara katılım sağlanarak sektörlerin tanıtımı yapılmış olup alınan kararlarda etkin olunmaya çalışılmıştır.

Ege İhracatçı Birlikleri tarafından, Ege Bölgesi'nin 2015 yılında gerçekleştirdiği 16.5 milyar dolarlık ihracata, 5 milyar dolarlık katkı sağlayan ihracat şampiyonu 56 firmaya teşekkür etmek amacıyla düzenlenen "İhracatın Yükselen Yıldızları Ödül Töreni", Ekonomi Bakanımız Sayın Mustafa Elitaş'ın teşrifleri ile 17 Mart 2016 tarihinde İzmir Tarihi Havagazı Fabrikası'nda gerçekleştirilmiş, bu kapsamda Ege Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, 2015 yılında en fazla ihracat gerçekleştiren ilk üç üyesini ödüllendirmiştir.

2023 İhracat Hedefleri doğrultusunda, Türk Gıda Ürünlerinin uluslararası piyasalarda rekabet gücünün, ihracat potansiyelinin ve bilinirliğinin artırılması ile olumlu Türk Mali imajının oluşturulması ve tutundurulması, yüzyılın en stratejik sektörlerinden olan Türk Gıda Sektörünün küresel itibarının geliştirilmesi, ülkemizin gıda imajına ve kültürel tanıtımına katkı sağlaması amacıyla hedef pazar olarak belirlenen Japonya ve Güney Kore pazarlarında, Genel Sekreterliğimiz bünyesindeki beş gıda Birliğinin çalışma alanında yer alan ürünler bazında, 2006/4 sayılı **“Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Mali İmajının Yerleştirilmesi ve TURQUALITY®’nin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ”** kapsamında bir proje hazırlanarak destek alınması ile ilgili Ekonomi Bakanlığı’na başvurulmuş ve gerekli onay alınmıştır.

Türkiye’den Hindistan’a gerçekleştirilen haşhaş tohumu ihracatı Hindistan’ın mali yılı olan 1 Nisan’dan itibaren açılan davalar nedeniyle, Hindistan makamlarınca, lisans dağıtımının durdurulmasından dolayı bu uygulama ihracatımızı kesintiye uğratarak ihracatçılarımızın mağduriyetine neden olmuştur. Konu, Yeni Delhi Ticaret Müşavirliğimiz ve Yönetim Kurulumuzca yakinen takip edilmiştir.

Ayrıca, Hindistan’da 04 Ocak 2016 tarihinde gerçekleştirilen toplantı konularının değerlendirilmesi amacıyla, Ekonomi Bakanlığı başkanlığında (İhracat Genel Müdürlüğü), Toprak Mahsulleri Ofisi (Haşhaş ve Alkaloid İşleri Dairesi Başkanlığı) ilgili birim yetkilileri ve Yönetim Kurulu temsilcilerinin katılımıyla 20 Ocak 2016 tarihinde Ankara’da bir toplantı ve 09 Şubat tarihinde Ekonomi Bakan Yardımcısı Fatih Metin, Müsteşar Yardımcısı Tarkan Sönmez ve İhracat Genel Müdür Özgür Volkan Ağar makamında ziyaret edilmiştir.

Hindistan Maliye Bakanlığı yetkilileri ile 26/02/2016 tarihinde bir toplantı gerçekleştirilmiş, Hindistan’a yapılacak kayda bağlı haşhaş tohumu ihracatı için öngörülen sistem hakkında Hindistan Maliye Bakanlığı yetkililerine bilgi verilerek, yetkililer tarafından da halihazırda haşhaş ithalatı ile ilgili geçen yıl açılan davaların düştüğü, ancak yeni davaların açılmasının önüne geçilerek ihracatın kesintiye uğramaması noktasında bu sistemin sorunlarının çözüleceği, geçen yıldan biriken stokların eritilmesi amacıyla ithalatın ivedilikle açılarak ithalatçılara lisans dağıtımına başlanması için çalışıldığı, halihazırdaki lisans ve kota sistemi dahilinde ülkemizden ithalatın tekrar başlatılacağı ve yeni hasat sezonu olan Temmuz 2016 tarihine kadar mevcut sistemin devam edeceği, bu tarihten sonra ise iki ülke arasında koordinasyon dahilinde yürütülecek kayıt sistemine başlanabileceği bilgisi alınmış ve Hindistan makamlarınca, ithalatçılara lisans dağıtımına başlanması üzerine Hindistan’a haşhaş tohumu ihracatımız başlamıştır.

Bu süreçte, 11 Mart 2016 tarih, 29650 sayılı Resmi Gazete’de, İhracı Kayda Bağlı Mallara İlişkin Tebliğ ekinde yer alan İhracı Kayda Bağlı Mallar Listesine 27 nci sıra olarak **“Haşhaş Tohumunun (Tohumluk Olmayanlar) (GTİP No: 1207.91.90.00.00)** 2016/2 No’lu Tebliğ yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Genel Sekreterliğimiz koordinatörlüğünde organize edilen “Gıda Ar-Ge Proje Pazarı Projesi” kapsamında 23-24 Nisan 2016 tarihlerinde Swissotel Grand Efes Otel’de gerçekleştirilecek etkinlik için destek verilmiştir.

Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığının yetki alanındaki hususlarda karşılaşılan sorunlar ve çözüm önerilerine ilişkin değerlendirmelerde bulunmak üzere, 02 Nisan 2016 tarihinde İzmir'de Tarım Bakanı 'in katılımı ile yapılan toplantıya, Yönetim Kurulu'muzdan katılım sağlanmıştır.

Türkiye Un Sanayicileri Federasyonu organizasyonunda, 31 Mart - 3 Nisan 2016 tarihinde Antalya'da gerçekleştirilen ''Global Ticaret ve Değirmen Teknolojileri'' Kongresi ve Sergisine Birliğimizi temsilen ilgili Yönetim Kurulu üyemizin katılımı sağlanmıştır.

Birliğimizin 31.12.2014 tarihi itibarıyla 335 olan üye sayısı 31.12.2015 tarihi itibarıyla 330 olmuştur.

Yukarıda özetlediğimiz Yönetim Kurulumuzun 2015/2016 döneminde yaptığı toplantılarda görüşüp karara bağladığı ve yerine getirdiği çalışmalardan önemli gördüklerimizi bilgi ve onayınıza sunar, yeni dönemin tüm üyelerimize hayırlı ve uğurlu olması dileğiyle saygılarımızın kabulünü rica eder, bu vesile ile Genel Sekreterliğimiz personeline, çalışma saatlerine bağlı olmaksızın tarafsız, iyi niyetli, olumlu ve gayretli çalışmaları içinde huzurlarınızda bir kez daha teşekkür ederiz.

Saygılarımızla,



## 6. TANITIM GRUPLARI 2015-2016 DÖNEMİ FAALİYETLERİ:

Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birliği tarafından yürütülen "Makarna, Bulgur, Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu", İstanbul İhracatçı Birlikleri tarafından yürütülen "Şekerleme ve Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu", Orta Anadolu İhracatçıları Birliği tarafından yürütülen "Un ve Unlu Mamuller Tanıtım Grubu" tarafından 2015-2016 yıllarında yapılan çalışmalar, yapılması kararlaştırılan faaliyetler ile Tanıtım Grupları bütçeleri ve faaliyetleri ekte ayrıntılı olarak bilgilerinize sunulmuştur. (EK.1, EK.2, EK.3)



# 7. TÜRKİYE VE BİRLİĞİMİZ İHRACAT KAYITLARI

## TÜRKİYE’NİN SEKTÖREL BAZDA GENEL İHRACATI

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) verilerine göre, İhracatçı Birlikleri’nce 2014 yılında **157 milyar dolar** olan ihracatımız, 2015 yılında **144 milyar dolar** olarak gerçekleşmiştir. İhracatçı Birlikleri kayıt rakamlarına göre, bir önceki yıla oranla ihracatımızda %8,7’lik bir azalış meydana gelmiştir.

| SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI (1.000 \$) |             |             |                    |             |
|---------------------------------------------|-------------|-------------|--------------------|-------------|
| SEKTÖRLER                                   | 2014        | 2015        | OCAK-ARALIK        |             |
|                                             |             |             | Değişim<br>(15/14) | Pay(15) (%) |
| I. TARIM                                    | 22.477.147  | 20.798.564  | -7,5               | 14,5        |
| A. BİTKİSEL ÜRÜNLER                         | 15.684.456  | 14.906.209  | -5                 | 10,4        |
| Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mam.   | 6.714.804   | 6.131.854   | -8,7               | 4,3         |
| Yaş Meyve ve Sebze                          | 2.394.315   | 2.088.540   | -12,8              | 1,5         |
| Meyve Sebze Mamulleri                       | 1.415.615   | 1.320.108   | -6,7               | 0,9         |
| Kuru Meyve ve Mamulleri                     | 1.458.642   | 1.346.491   | -7,7               | 0,9         |
| Fındık ve Mamulleri                         | 2.313.237   | 2.833.701   | 22,5               | 2           |
| Zeytin ve Zeytinyağı                        | 228.037     | 189.491     | -16,9              | 0,1         |
| Tütün ve Mamulleri                          | 1.076.773   | 918.357     | -14,7              | 0,6         |
| Süs Bitkileri                               | 83.034      | 77.666      | -6,5               | 0,1         |
| B. HAYVANSAL ÜRÜNLER                        | 2.274.587   | 1.814.907   | -20,2              | 1,3         |
| Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller           | 2.274.587   | 1.814.907   | -20,2              | 1,3         |
| C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ                   | 4.518.104   | 4.077.449   | -9,8               | 2,8         |
| Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri            | 4.518.104   | 4.077.449   | -9,8               | 2,8         |
| II. SANAYİ                                  | 124.034.121 | 108.965.280 | -12,1              | 75,8        |
| A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER           | 13.092.639  | 11.430.744  | -12,7              | 8           |
| Tekstil ve Hammaddeleri                     | 8.885.007   | 7.956.744   | -10,4              | 5,5         |
| Deri ve Deri Mamulleri                      | 1.853.091   | 1.457.513   | -21,3              | 1           |
| Halı                                        | 2.354.541   | 2.016.488   | -14,4              | 1,4         |
| B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.                 | 17.779.037  | 15.411.032  | -13,3              | 10,7        |
| Kimyevi Maddeler ve Mamulleri               | 17.779.037  | 15.411.032  | -13,3              | 10,7        |
| C. SANAYİ MAMULLERİ                         | 93.162.445  | 82.123.503  | -11,8              | 57,1        |
| Hazırlanmış ve Konfeksiyon                  | 18.729.283  | 16.969.575  | -9,4               | 11,8        |
| Otomotiv Endüstrisi                         | 22.269.926  | 21.156.308  | -5                 | 14,7        |
| Gemi ve Yat                                 | 1.271.866   | 1.029.863   | -19                | 0,7         |
| Elektrik Elektronik ve Hizmet               | 12.105.262  | 10.495.718  | -13,3              | 7,3         |
| Makine ve Aksamları                         | 6.040.306   | 5.528.887   | -8,5               | 3,8         |
| Demir ve Demir Dışı Metaller                | 7.102.786   | 6.232.639   | -12,3              | 4,3         |
| Çelik                                       | 13.203.696  | 9.891.536   | -25,1              | 6,9         |
| Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri      | 3.156.191   | 2.758.343   | -12,6              | 1,9         |
| Mücevher                                    | 3.102.605   | 2.649.806   | -14,6              | 1,8         |
| Savunma ve Havacılık Sanayii                | 1.647.799   | 1.655.752   | 0,5                | 1,2         |
| İklimlendirme Sanayii                       | 4.422.806   | 3.653.683   | -17,4              | 2,5         |
| Diğer Sanayi Ürünleri                       | 109.920     | 101.393     | -7,8               | 0,1         |
| III. MADENCİLİK                             | 4.641.515   | 3.900.683   | -16                | 2,7         |
| Madencilik Ürünleri                         | 4.641.515   | 3.900.683   | -16                | 2,7         |
| T O P L A M (TİM*)                          | 151.152.783 | 133.664.527 | -11,6              | 93          |
| İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat | 6.299.976   | 10.065.214  | 59,8               | 7           |
| T O P L A M (TİM+TÜİK*)                     | 157.452.759 | 143.729.741 | -8,7               | 100         |
| EURO                                        | 118.447.874 | 129.427.952 | 9,3                | 100         |

Kaynak: TİM (\*Kayıt değerleridir) \*Ocak-Aralık dönemi için ilk 11 ay TÜİK, son ay TİM rakamı kullanılmıştır.

Türkiye geneli ihracatımız, sektörler itibariyle incelendiğinde, imalat sanayii ağırlıklı ihracat gerçekleştirildiği görülmektedir. İhracat içerisinde sanayinin payı yüzde 75,8 tarım sektörünün payı yüzde 14,5 ve madencilik sektörünün payı ise yüzde 2,7 olarak gerçekleşmiştir. Sektörel bazda çeşitliliği sağlamış olan sanayi sektörleri, ihracat içindeki yüksek paylarını da korumuştur. Sanayi sektörlerinin payları incelendiğinde yüzde 14,1'lik pay ile en yüksek ihracat otomotiv endüstrisinde gerçekleşmiştir.

## TÜRKİYE İHRACATININ GENEL DEĞERLENDİRMESİ

Ülkemiz ihracatının ana sektörler göre dağılımı, değer olarak aşağıdaki tabloda yer almakta olup, 2015 yılında sanayinin %75,8'lik, tarımın %14,5 ve madencilik sektörünün %2,7'lik bir paya sahip olduğu görülmektedir.

### TÜRKİYE GENELİ İHRACAT KAYIT DEĞERLERİ (Bin ABD \$)

| SEKTÖREL BAZDA İHRACAT KAYIT RAKAMLARI -1000 \$ |             |             |                 |             |
|-------------------------------------------------|-------------|-------------|-----------------|-------------|
| OCAK-ARALIK                                     |             |             |                 |             |
| SEKTÖRLER                                       | 2014        | 2015        | Değişim (14/15) | Pay(15) (%) |
| I. TARIM                                        | 22.477.147  | 20.798.564  | -7,5            | 14,5        |
| II. SANAYİ                                      | 124.034.121 | 108.965.280 | -12,1           | 75,8        |
| III. MADENCİLİK                                 | 4.641.515   | 3.900.683   | -16,0           | 2,7         |
| İB Kaydından Muaf İhracat                       | 6.299.976   | 10.065.214  | 59,8            | 7,0         |
| TOPLAM                                          | 157.452.759 | 143.729.741 | -8,7            | 100,0       |

Kaynak: TİM

Türkiye geneli ihracatımız, sektörler itibariyle incelendiğinde, imalat sanayii ağırlıklı ihracat gerçekleştirildiği görülmektedir. İhracat içerisinde sanayinin payı yüzde 75,8 tarım sektörünün payı yüzde 14,5 ve madencilik sektörünün payı ise yüzde 2,7 olarak gerçekleşmiştir.

Ülkemiz genelinde tarım sektöründe, 2015 yılı toplam ihracatı içerisinde en yüksek payı % 4,3 ile hububat bakliyat yağlı tohumlar ve mamulleri sektörü ilk sıralarda yer almaktadır.

Türkiye geneli ihracat yapılan ülkeler incelendiğinde, en fazla ihracat yapılan ülke 13.163 milyon dolar ile Almanya olurken, ikinci en fazla ihracat yapılan ülke 9.242 milyon dolar ile İngiltere olmuştur. İlk beş ülke içerisinde yer alan diğer ülkeler sırasıyla 8.326 milyon dolar ile Irak, 6.694 milyon dolar ile İtalya ve 6.252 milyon dolar ile ABD olmuştur.



Tablo 1- İhracatımızda İlk 10 Ülke (Ocak-Aralık 2015) (1000 \$)

| Sıra                      | ÜLKE              | Ocak-Aralık 2015   | PAY (%)      |
|---------------------------|-------------------|--------------------|--------------|
| 1.                        | ALMANYA           | 13.163.067         | 9,85         |
| 2.                        | İNGİLTERE         | 9.242.791          | 6,91         |
| 3.                        | IRAK              | 8.326.470          | 6,23         |
| 4.                        | İTALYA            | 6.694.988          | 5,01         |
| 5.                        | ABD               | 6.252.527          | 4,68         |
| 6.                        | FRANSA            | 5.801.356          | 4,34         |
| 7.                        | İSPANYA           | 4.747.899          | 3,55         |
| 8.                        | İRAN (İSLAM CUM.) | 3.687.082          | 2,76         |
| 9.                        | R.FEDERASYONU     | 3.679.739          | 2,75         |
| 10.                       | SUUDİ ARABİSTAN   | 3.461.595          | 2,59         |
| <b>İlk 10 Ülke Toplam</b> |                   | <b>65.057.514</b>  | <b>45,26</b> |
|                           |                   | 78.672.227         | 54,74        |
| <b>Genel Toplam</b>       |                   | <b>143.729.741</b> | <b>100</b>   |

Kaynak: TİM Raporu

Türkiye geneli ihracat yapılan ülkeler incelendiğinde, en fazla ihracat yapılan ülke 13.163 milyon dolar ile Almanya olurken, ikinci en fazla ihracat yapılan ülke 9.242 milyon dolar ile İngiltere olmuştur.

## TÜRKİYE GENELİ HUBUBAT BAKLIYAT YAĞLI TOHUMLAR VE MAMULLERİ SEKTÖR DEĞERLENDİRMESİ:

Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri sektör ihracatında; 2014 yılında Türkiye geneli 6,7 milyar dolar olan ihracat %8,7'lik azalışla 6,1 milyar dolar olarak gerçekleşmiş olup sektör olarak genel ihracatımız içindeki payı 4.3 olmuştur.

Tablo 2 – Türkiye Geneli Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatı (Ocak-Aralık) (1.000 \$)

| Sektörler                                        | 2014               | 2015               | Değişim (%)  | Pay 2015 (%) |
|--------------------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------|--------------|
| <b>Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamull</b> | <b>6.718.343</b>   | <b>6.135.380</b>   | <b>-8,7</b>  | <b>4,3</b>   |
| Tarım Sektörü                                    | 22.477.147         | 20.798.564         | -7,5         | 14,5         |
| Sanayi Sektörü                                   | 124.034.121        | 108.965.280        | -12,1        | 75,8         |
| Madencilik                                       | 4.641.515          | 3.900.683          | -16,0        | 2,7          |
| <b>TÜRKİYE TOPLAM İHRACATI</b>                   | <b>157.452.759</b> | <b>143.729.741</b> | <b>-8,7%</b> | <b>100</b>   |

Kaynak: TİM

Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri ihracatında; 2015 yılında sektör ihracatı %8,7'lik azalışla 143,7 milyar dolar olarak gerçekleşmiş olup sektör olarak genel ihracatımız içindeki payı 4.3'dür.

Türkiye genelinde Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçı Birliklerinin çalışma konusuna giren ürünlerin ihracatının Genel Sekreterliklere göre dağılımı aşağıdaki tablolarda gösterilmektedir. **Sektörde 2015 yılı için EİB'nin payı % 4,7 düzeyindedir.**

Tablo 3 - Birlikler Bazında Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçı - Ocak - Aralık 2014 / 2015 (\*)

| Birlikler     |                  |                  |              |              |
|---------------|------------------|------------------|--------------|--------------|
|               | 2014             | 2015             | Değiş. (%)   | Pay (%)      |
| GAİB          | 2.077.135        | 2.091.407        | 0,7          | 34,1         |
| İİB           | 1.920.331        | 1.678.363        | -12,6        | 27,4         |
| AKİB          | 1.328.784        | 1.061.926        | -20,1        | 17,3         |
| OAİB          | 639.211          | 627.486          | -1,8         | 10,2         |
| EİB           | <b>338.147</b>   | <b>287.241</b>   | <b>-15,0</b> | <b>4,7</b>   |
| KİB           | 181.400          | 156.930          | -13,4        | 2,5          |
| Diğer         | 233.331          | 232.024          | -0,6         | 3,8          |
| <b>TOPLAM</b> | <b>6.718.343</b> | <b>6.135.380</b> | <b>-8,7</b>  | <b>100,0</b> |

\*Kaynak: İhracat-Net Bilgi Sistemi

| ANA SINIFLANDIRMA                            | ALT SINIFLANDIRMA          | 2014             | 2015             |             |              |
|----------------------------------------------|----------------------------|------------------|------------------|-------------|--------------|
|                                              |                            |                  |                  | Değişim%    | Pay%         |
| Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri | Pastacılık Ürünleri        | 1.661.190        | 1.508.937        | -9,2        | 24,6         |
|                                              | Değirmencilik Ürünleri     | 1.168.098        | 1.205.532        | 3,2         | 19,7         |
|                                              | Bitkisel Yağlar            | 1.059.502        | 918.652          | -13,3       | 15           |
|                                              | Diğer Gıda Müstahzarları   | 887.636          | 772.627          | -13,0       | 12,6         |
|                                              | Şeker Ve Şeker Mamülleri   | 668.020          | 558.758          | -16,4       | 9,1          |
|                                              | Kakaolu Mamuller           | 640.535          | 556.919          | -13,1       | 9,1          |
|                                              | Bakliyat                   | 244.237          | 320.415          | -31,2       | 5,2          |
|                                              | Yağlı Tohumlar Ve Meyveler | 193.997          | 142.050          | -26,8       | 2,3          |
|                                              | Hububat                    | 144.692          | 103.419          | -28,5       | 1,7          |
|                                              | Baharatlar                 | 46.891           | 44.540           | -5,0        | 0,7          |
| <b>GENEL TOPLAM</b>                          |                            | <b>6.714.803</b> | <b>6.131.853</b> | <b>-8,7</b> | <b>100,0</b> |

2015 yılında en çok ihracat gerçekleştirilen ilk 10 ülke sırasıyla, aşağıdaki tabloda verilmiştir. Aşağıdaki tablodan da görüleceği gibi Sudan, S. Arabistan ve Yemen'e yapılan ihracatımız, değer bazında bir önceki döneme kıyasla önemli miktarda yükselmiştir. İlk 10 ülkenin, sektörün toplam ihracatındaki payı ise % 55,7'dir.

**Tablo 5 -Türkiye Geneli Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri (\*) İhracatında İlk 10 Ülke / Ocak-Aralık, 2014/2015**

| EN ÇOK İHRAÇ EDİLEN İLK 10 ÜLKE | BİN \$           |                  | (%)         |             |
|---------------------------------|------------------|------------------|-------------|-------------|
|                                 | 2014             | 2015             | Değişim     | Pay         |
| Irak                            | 1.960.820        | 1.683.121        | -14         | 27,4        |
| Suriye                          | 566.545          | 467.012          | -17,6       | 7,6         |
| Sudan                           | 118.669          | 242.781          | 104,6       | 4,0         |
| Suudi Arabistan                 | 190.405          | 213.035          | 11,9        | 3,5         |
| ABD                             | 169.515          | 167.366          | -1,3        | 2,7         |
| Almanya                         | 165.477          | 152.740          | -7,7        | 2,5         |
| İsrail                          | 140.304          | 132.957          | -5,2        | 2,2         |
| Lübnan                          | 130.498          | 122.157          | -6,4        | 2,0         |
| Libya                           | 102.693          | 116.911          | 13,8        | 1,9         |
| Mısır                           | 96.213           | 115.296          | 19,8        | 1,9         |
| <b>İLK 10 ÜLKE TOPLAM</b>       | <b>3.641.529</b> | <b>3.414.072</b> | <b>-6,3</b> | <b>55,7</b> |
| <i>DİĞER ÜLKELER</i>            | 3.076.813        | 2.721.308        | -11,6       | 44,3        |
| <b>GENEL TOPLAM</b>             | <b>6.718.343</b> | <b>6.135.380</b> | <b>-8,7</b> | <b>100</b>  |

Kaynak: İhracat-Net Bilgi Sistemi

**Tablo 6- Türkiye Geneli Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatında İlk 10 Ürün Son 12 Aylık (Bin \$) Ocak-Aralık, 2014/2015**

| EN ÇOK İHRAÇ EDİLEN İLK 10 ÜRÜN                     | BİN \$           |                  | (%)          |              |
|-----------------------------------------------------|------------------|------------------|--------------|--------------|
|                                                     | 2014             | 2015             | Değişim      | Pay          |
| Ekmeklik ve Kaplıca Buğday Unu                      | 930.308          | 987.649          | -6,16        | 16,10        |
| Ayçiçeği Tohumu Yağı                                | 789.249          | 681.421          | -13,66       | 11,11        |
| Makarna –pişirilmemiş sade olanlar                  | 374.272          | 288.009          | -23,05       | 4,69         |
| Kek                                                 | 282.191          | 237.822          | -15,72       | 3,88         |
| Tarifenin Başka Yerinde Olmayan Gıda Müst. Süt Yağı | 252.632          | 281.463          | 11           | 4,2          |
| Diğerleri                                           | 256.992          | 189.635          | -26,21       | 3,09         |
| Ekmekçi Mayası- kuru canlı                          | 198.675          | 182.012          | -8,39        | 2,97         |
| Kırmızı Mercimek                                    | 89.351           | 140.894          | 57,69        | 2,30         |
| Waffle ve Gofretler                                 | 134.906          | 128.703          | -4,60        | 2,10         |
| Diğer Şekercilik Mam.- Sakızlı jöleli               | 135.192          | 125.248          | -7,36        | 2,04         |
| <b>İLK 10 ÜRÜN TOPLAM</b>                           | <b>3.472.619</b> | <b>3.223.615</b> | <b>-7,17</b> | <b>52,54</b> |
| <i>DİĞER ÜRÜNLER</i>                                | 3.245.723        | 2.911.765        | -10,29       | 47,46        |
| <b>GENEL TOPLAM</b>                                 | <b>6.718.343</b> | <b>6.135.380</b> | <b>-8,68</b> | <b>100,0</b> |

Kaynak: E-birlik.net

## EGE HUBUBAT BAKLIYAT YAĞLI TOH. VE MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ İHRACATI

### EGE İHRACATÇI BİRLİKLERİ (EİB) İHRACAT KAYIT RAKAMLARI

| SEKTÖR ADI                                | Birim (US Dolar) |                |             |
|-------------------------------------------|------------------|----------------|-------------|
|                                           | 2014             | 2015           | Değişim (%) |
| I. TARIM                                  | 4.477.020.021    | 4.039.562.978  | -10         |
| A. BİTKİSEL ÜRÜNLER                       | 3.117.936.487    | 2.746.087.510  | -12         |
| Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mam. | 337.539.009      | 287.087.339    | -15         |
| Yaş Meyve ve Sebze                        | 186.343.333      | 115.562.946    | -38         |
| Meyve Sebze Mamulleri                     | 490.977.735      | 471.882.397    | -4          |
| Kuru Meyve ve Mamulleri                   | 906.176.169      | 830.545.997    | -8          |
| Fındık ve Mamulleri                       | 14.874.174       | 19.780.076     | 33          |
| Zeytin ve Zeytinyağı                      | 127.891.995      | 116.167.868    | -9          |
| Tütün ve Mamulleri                        | 1.045.905.952    | 897.684.699    | -14         |
| Süs Bitkileri                             | 8.228.119        | 7.376.188      | -10         |
| B. HAYVANSAL ÜRÜNLER                      | 818.619.653      | 753.862.820    | -8          |
| Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller         | 818.619.653      | 753.862.820    | -8          |
| C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ                 | 540.463.881      | 539.612.649    | 0           |
| Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri          | 540.463.881      | 539.612.649    | 0           |
| II. SANAYİ                                | 6.691.672.555    | 5.546.606.514  | -17         |
| A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER         | 462.152.876      | 396.049.303    | -14         |
| Tekstil ve Hammaddeleri                   | 249.413.741      | 212.403.576    | -15         |
| Deri ve Deri Mamulleri                    | 131.543.356      | 110.700.554    | -16         |
| Halı                                      | 81.195.780       | 72.945.173     | -10         |
| B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.               | 1.170.042.436    | 1.057.604.472  | -9          |
| Kimyevi Maddeler ve Mamulleri             | 1.170.042.436    | 1.057.604.472  | -9          |
| C. SANAYİ MAMULLERİ                       | 5.059.477.243    | 4.092.952.739  | -19         |
| Hazırlanmış ve Konfeksiyon                | 1.407.210.496    | 1.206.521.649  | -14         |
| Otomotiv Endüstrisi                       | 571.860.451      | 521.548.594    | -9          |
| Gemi ve Yat                               | 42.961.396       | 52.112.117     | 21          |
| Elektrik-Elektronik,Mak.ve Bilişim        | 494.652.313      | 459.601.572    | -7          |
| Makine ve Aksamları                       | 369.786.475      | 306.839.990    | -17         |
| Demir ve Demir Dışı Metaller              | 430.928.017      | 320.666.645    | -26         |
| Demir Çelik ürünleri                      | 1.184.870.165    | 682.169.597    | -42         |
| Çimento ve Toprak Ürünleri                | 216.681.202      | 195.591.567    | -10         |
| Mücevherat                                | 1.356.768        | 2.734.022      | 102         |
| Savunma ve Havacılık Sanayii              | 46.115.734       | 50.135.425     | 9           |
| İklimlendirme Sanayii                     | 286.013.267      | 286.187.040    | 0           |
| Diğer Sanayi Ürünleri                     | 7.040.960        | 8.844.521      | 26          |
| A. MADENCİLİK ÜRÜNLERİ                    | 1.067.259.273    | 876.843.866    | -18         |
| Madencilik Ürünleri                       | 1.067.259.273    | 876.843.866    | -18         |
| T O P L A M                               | 12.235.951.849   | 10.463.013.358 | -14         |

Kaynak: EİB (\*Mal grubu 0319 alınmıştır.)

Genel Sekreterliğimiz bünyesindeki mevcut Birlikler itibarıyla 2014 yılında 12,2 milyar \$ olan ihracatımız, 2015 yılında % 14'lük bir azalışla 10,4 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir.

Birliğimizin madde ve ürün grupları bazında 2014/2015 yılları itibarıyla ihracat kayıt değerlerinin yer aldığı tabloda da görüleceği üzere,

**Ege Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliğimizin 2014 yılı ihracatı 337,5 milyon \$ iken, 2015 yılında %15'lik bir azalışla 287 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.**

**EGE HUBUBAT BAKLIYAT YAĞLI TOH. VE MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ İHRACATI**  
**Ege Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği**  
**(2014/2015)**

| Ürün Grubu                                     | 2014               |                    | 2015               |                    | Değişim    |
|------------------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|------------|
|                                                | Miktar (Kg)        | Değer (\$)         | Miktar (Kg)        | Değer (\$)         | Değer      |
| Bakliyat (07.13 Faslı)                         | 2.768.431          | 4.476.973          | 2.729.683          | 4.510.669          | 1          |
| Baharatlar (09 Faslı)                          | 9.275.921          | 30.020.258         | 7.489.548          | 26.474.234         | -12        |
| Hububat (10 Faslı)                             | 2.711.826          | 2.490.664          | 7.315.402          | 7.414.425          | 198        |
| Değirmencilik Ürünleri (11 Faslı)              | 37.376.454         | 14.701.219         | 16.060.532         | 5.912.521          | -60        |
| Yağlı Tohumlar (12 Faslı)                      | 18.383.468         | 62.997.933         | 13.869.507         | 43.319.050         | -31        |
| Bitkisel Yağlar (15.07-15.18 Faslı)            | 134.520.639        | 164.860.563        | 118.580.563        | 136.730.481        | -17        |
| Şekercilik Mamulleri (17 Faslı)                | 3.325.798          | 12.158.346         | 2.148.213          | 7.303.205          | -40        |
| Çikolatalı Şekercilik Mamulleri (18 Faslı)     | 2.288.257          | 8.776.534          | 3.721.495          | 13.196.110         | 50         |
| Hububattan Mam. Ürünler (19 faslı)             | 9.803.911          | 19.852.310         | 8.900.613          | 16.295.846         | -18        |
| Gıda Mühtazları (21 Faslı)                     | 4.827.180          | 11.240.055         | 5.003.947          | 10.952.236         | - 3        |
| Küspeler Ve Hayv.Yemler (23 Faslı)             | 4.599.718          | 6.428.543          | 20.469.154         | 15.009.617         | 133        |
| Diğerleri (tahin,maya,acı bibersosu,çorb.,vs.) | 44.057             | 144.413            | 55.711             | 122.832            | -15        |
| <b>TOPLAM</b>                                  | <b>229.925.660</b> | <b>338.147.811</b> | <b>206.344.369</b> | <b>287.241.225</b> | <b>-15</b> |

Kaynak: EİB

Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri sektörü içinde yer alan mal gruplarından **“Bitkisel Yağlar”** mal grubu miktar ve değer bazında en çok ihracatın gerçekleştiği grup olmuştur. Bitkisel yağlar ihracatı, 2014 ve 2015 yılları itibarıyla karşılaştırıldığında değer bazında %17 azalarak, 164,8 milyon dolardan, 136,7 milyon dolar seviyesine düşmüştür.

Sektörde öne çıkan diğer mal grupları ise, çikolatalı şekercilik mamulleri ve küspeler ve hayvansal yemler mal gruplarıdır. Çikolatalı şekercilik **mamulleri** mal grubunun 2014 yılında 8 milyon dolar olan ihracatı 2015 yılında değer bazında ise %50 oranında artarak 13 milyon dolar seviyesine çıkmıştır. **Küspeler ve hayvansal yemler** ihracatında yaşanan artış miktar bazında %345,0 olmuş ve değer bazında ise %133'lük artış ile 2015 yılında 15 milyon dolarlık ihracat gerçekleşmiştir.

Sektörde yer alan mal grupları arasında 2015 yılında ihracatın gerçekleştirildiği diğer mal grupları ise değirmencilik **ürünleri**, kakaolu mamuller, **şekercilik** mamulleri ve hububat gruplarıdır. **Yağlı tohumlar** mal grubunun 2015 yılında gerçekleştirilen ihracat 43 milyon dolar, **baharatlar** mal grubunun ihracatı 26 milyon dolar, **hububattan mamul ürünler** mal grubunun ihracatı 16 milyon dolar olmuştur.

**Ege Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Tarafından  
En Fazla İhracat Yapılan ilk 15 Ülke (2014/2015)**

| EN ÇOK İHRACAT<br>YAPILAN İLK 15 ÜLKE | 2014               |                    | 2015               |                    | Değişim (%) |            |
|---------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------|------------|
|                                       | Miktar (Kg)        | Değer (\$)         | Miktar (Kg)        | Değer (\$)         | Miktar      | Değer      |
| Suriye                                | 54.584.835         | 48.577.395         | 31.984.341         | 31.865.226         | -41         | -34        |
| Hindistan                             | 10.397.241         | 37.023.290         | 8.096.975          | 26.113.718         | -22         | -29        |
| İsrail                                | 10.983.658         | 16.291.767         | 15.393.862         | 14.996.684         | 40          | -8         |
| Lübnan                                | 20.051.730         | 18.522.658         | 15.003.293         | 13.836.691         | -25         | -25        |
| Irak                                  | 24.311.021         | 31.391.084         | 10.527.341         | 13.337.819         | -57         | -58        |
| Almanya                               | 5.401.094          | 14.881.398         | 4.780.743          | 11.980.102         | -11         | -19        |
| Libya                                 | 438.756            | 1.079.795          | 8.289.632          | 11.779.103         | 1.789       | 991        |
| ABD                                   | 4.997.381          | 13.212.453         | 4.156.519          | 11.484.243         | -17         | -13        |
| Suudi Arabistan                       | 3.883.146          | 7.181.449          | 6.496.678          | 10.380.311         | 67          | 45         |
| KKTC                                  | 7.131.364          | 8.333.040          | 12.711.862         | 9.417.953          | 78          | 13         |
| Yunanistan                            | 1.236.281          | 4.869.452          | 4.278.091          | 9.273.756          | 246         | 90         |
| Japonya                               | 2.720.556          | 7.655.228          | 4.033.952          | 8.966.538          | 48          | 17         |
| Cibuti                                | 4.991.844          | 3.067.770          | 9.640.668          | 8.512.263          | 93          | 177        |
| Hollanda                              | 1.698.990          | 5.755.467          | 2.530.091          | 6.929.380          | 49          | 20         |
| Yemen                                 | 4.501.194          | 5.671.381          | 4.736.348          | 5.264.575          | 5           | -7         |
| <b>İLK 15 ÜLKE TOPLAM</b>             | <b>157.329.091</b> | <b>223.513.628</b> | <b>142.660.397</b> | <b>194.138.362</b> | <b>-9</b>   | <b>-13</b> |
| <b>Diğer ÜLKELER</b>                  | <b>72.596.569</b>  | <b>114.634.184</b> | <b>63.666.906</b>  | <b>93.053.127</b>  | <b>-1</b>   | <b>-2</b>  |
| <b>GENEL TOPLAM</b>                   | <b>229.925.660</b> | <b>338.147.811</b> | <b>206.327.303</b> | <b>287.191.489</b> | <b>-10</b>  | <b>-15</b> |

Kaynak: E-Birlik Raporu

2015 yılı Ocak-Aralık döneminde en çok ihracat gerçekleştirilen ilk 10 ülke sırasıyla, 31,8 milyon dolarla Suriye, 26,1 milyon dolarla Hindistan, 14,9 milyon dolarla İsrail, 13,8 milyon dolarla ABD, 10,3 milyon dolarla Suudi Arabistan, 9,4 milyon dolarla KKTC'dir.

**Ege Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Tarafından  
İhracat Yapılan Ülke Grupları (2014/2015)**

| ÜLKE GRUPLARI              | 2014               |                    | 2015               |                    | Değişim \$<br>(%) |
|----------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------------|
|                            | Miktar (Kg)        | Değer (\$)         | Miktar (Kg)        | Değer (\$)         |                   |
| Orta Doğu Ülkeleri         | 127.567.863        | 140.878.045        | 92.440.023         | 102.365.686        | -27               |
| Asya ve okyanusya Ülkeleri | 35.300.010         | 76.821.132         | 30.970.060         | 59.979.292         | -22               |
| Avrupa Birliği Ülkeleri    | 18.176.787         | 48.212.248         | 21.586.149         | 47.634.553         | -1                |
| Afrika Ülkeleri            | 16.819.144         | 14.340.891         | 33.278.797         | 34.277.597         | 139               |
| Amerika Ülkeleri           | 13.791.882         | 24.686.597         | 7.440.065          | 17.801.576         | -28               |
| Diğer avrupa Ülkeleri      | 8.662.665          | 10.292.337         | 14.464.867         | 11.350.485         | 10                |
| Türk cumhuriyetleri        | 5.466.323          | 13.257.170         | 2.470.161          | 6.376.788          | -52               |
| Eski Doğu Bloku Ülkeleri   | 2.907.898          | 7.391.084          | 2.512.665          | 5.141.600          | -30               |
| Türkiye Serbest Bölgeler   | 1.233.088          | 2.268.307          | 1.124.515          | 2.218.259          | -2                |
| Diğer Ülkeler              | 0                  | 0                  | 40.000             | 45.654             | 100               |
| <b>GENEL TOPLAM</b>        | <b>229.925.660</b> | <b>338.147.811</b> | <b>206.327.303</b> | <b>287.191.489</b> | <b>-15</b>        |

Ege Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin, 2015 yılı Ocak-Aralık dönemi ülke grubu sıralamasına göre ihracatına bakıldığında, Orta doğu ülkelerine ihracatımız %27 oranında azalarak 140 milyon dolardan, 102 milyon dolara düştüğü görülmektedir. Bu dönemde değer bazında en büyük ihracat artışının gerçekleştirildiği ülke grubu, %139 artış göstererek, 14 milyon dolardan 34 milyon dolara çıkan Afrika ülkeleri olmuştur. Türk Cumhuriyetleri ülke grubuna ihracatımız 2014 yılında 13 milyon dolar iken 2015 yılında 6 milyon dolara gerilemiştir.

**Ege Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhr. Birliği En Çok İhraç Edilen 10 Ürün  
( 2014/2015)**

| EN ÇOK İHRAÇ EDİLEN İLK 10 ÜRÜN                        | 2014               |                    | 2015               |                    | Değişim (%) |            |
|--------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------|------------|
|                                                        | Miktar (Kg)        | Değer (\$)         | Miktar (Kg)        | Değer (\$)         | Miktar      | Değer      |
| Ayçiçeği Yağı                                          | 116.156.391        | 137.821.657        | 91.804.547         | 101.186.272        | -21         | -27        |
| Haşhaş tohumu- beyaz                                   | 11.010.556         | 39.400.996         | 8.847.850          | 28.067.491         | -20         | -29        |
| Mısır yağı ve fraksiyonları - diğer                    | 7.418.071          | 10.432.506         | 13.477.056         | 18.777.344         | 82          | 80         |
| Ekmeğe sürülerek yenilen kakaolu ürünler               | 1.631.412          | 5.738.279          | 3.145.945          | 10.783.217         | 93          | 88         |
| Yaprak Sarma                                           | 5.380.349          | 12.379.927         | 4.614.685          | 10.237.072         | -14         | -17        |
| Kimyon tohumları(ezilmemiş veya öğütülmemiş)           | 3.683.749          | 10.465.931         | 2.830.632          | 8.588.319          | -23         | -18        |
| Anason ve çin anasonu tohumları-ezilmemiş, öğütülmemiş | 2.845.618          | 10.604.611         | 2.237.550          | 7.871.484          | -21         | -26        |
| Haşhaş tohumu- mavi                                    | 3.967.101          | 14.138.708         | 2.546.212          | 7.404.571          | -36         | -48        |
| Balık yemi-Diğerleri                                   | 1.548.950          | 2.447.616          | 4.630.170          | 6.447.578          | 199         | 163        |
| Susam                                                  | 1.109.365          | 4.152.101          | 1.809.715          | 5.303.131          | 63          | 28         |
| <b>İLK 10 ÜRÜN TOPLAM</b>                              | <b>154.751.563</b> | <b>247.582.331</b> | <b>135.944.362</b> | <b>204.666.479</b> | <b>-12</b>  | <b>-17</b> |
| DİĞER ÜRÜNLER                                          | 75.174.097         | 90.565.480         | 70.382.941         | 82.525.010         | -6          | -9         |
| <b>GENEL TOPLAM</b>                                    | <b>229.925.660</b> | <b>338.147.811</b> | <b>206.327.303</b> | <b>287.191.489</b> | <b>-10</b>  | <b>-15</b> |

Kaynak: EİB/E-Birlik Raporu

Yukarıda sunulan tabloda, hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektöründe Birliğimizin 2015 yılında en çok ihraç ettiği ilk 10 ürün görülmektedir. Tablo 2015 yılı verilerine göre hazırlanmış olup, 2014 yılı verileri bilgi mahiyetindedir ve en çok ihraç edilen ilk 10 ürünü göstermemektedir.

Birliğimizce 2015 yılı içerisinde en çok ihracatı yapılan ilk üç ürün, ayçiçeği toh. yağı, beyaz haşhaş tohumu ve mısır yağı olmuştur.

## 8. 2016/2017 YILI İŞ PROGRAMI:



İhracat rejimi ve Yönetmeliği ile bunlara ilişkin Tebliğ ve Talimatlar, Türkiye İhracatçıları Meclisi ile İhracatçı Birliklerinin Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun ve yönetmelik kapsamında Birliğimize verilen görevlerin etkinlikle yürütülebilmesi için gerekli tedbirleri almak, üyelerimizin ihracat faaliyetlerinde karşılaştıkları her türlü sorunu çözümleyecek etkinliklerde bulunmak,

İhraç ürünlerimizin ihracatının gelişmesine yardımcı olacak ulusal ve uluslararası sergi, fuar, konferans, seminer, v.b. organizasyonlara katılmak ve/veya milli katılım organizasyonu düzenlemek,

Birliğimizin çalışma konusuna giren maddelerin iç ve dış piyasalardaki üretim, stok, fiyat, arz ve talep durumlarında ihtiyaç duyulacak bilgi ve belgeler temin edilerek üyelerimize duyurulmasını sağlamak,

İhraç ürünlerimizin mevcut pazarlardaki payını arttırmak ve potansiyel arz eden hedef pazarlara girebilmek amacıyla, önceden oluşturulacak program dahilinde temsilci ve/veya heyet düzeyinde ziyaretlerde bulunmak, ithalatçılarla, ilgili kurum ve kuruluşların yetkilileriyle karşılıklı görüşmeler yapmak,

Alıcı ülke mevzuatları ile ilgili gelişmeleri takip etmek, Dünya pazarlarındaki gelişmeler ve uluslararası fuarlar ile yurtdışından Birliğimize ulaşan ithal taleplerinin ilgili üyelerimize duyurulmasını sağlamak,

İhracatla ilgili görüş ve öneriler tespit edilerek bu hususlarda ilgili üst merciler nezdinde temaslarda bulunmak, ayrıca Birliğimiz çalışma konusundaki maddelerin üretiminden kaynaklanan sorunlara yönelik üreticilerin eğitimi için çalışmalar yapmak,

Birliğimiz uğraşım alanındaki maddelerin kalitelerinin ve üretimlerinin artırılması amacıyla hazırlanan çalışmalara ve projelere destek vermek,

İhraç ürünlerimizin yeni pazar imkanlarına kavuşturulması bakımından Ticaret Müşavirliklerimiz kanalıyla yapılan bilgi akışını sağlamak,

İhraç ürünlerimizin ihracatının gelişmesine yönelik olarak, "Makarna, Bulgur, Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu", "Şekerleme ve Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu", "Un ve Unlu Mamuller Tanıtım Grubu" faaliyetlerine destek vermek,

Üyelerimizin genel ve özel sorunlarına zamanında çözüm getirmek,

Üyelerimiz arasında işbirliği ve dayanışmayı geliştirmek.



# EKLER





# Eat HEALTHY, **Live** HEALTHY

2015 FAALİYETLERİ

**Turkey**  
Discover  
the potential

**mbtg**  
Turkish Pasta, Bulgur, Pulses and  
Vegetable Oil Promotion Group



## İçindekiler Tablosu

|                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| 2015 Yılı Faaliyetleri.....                                         | 2  |
| MBTG Fuar ve Kongre Katılımları.....                                | 3  |
| Basında Çıkan Haberler.....                                         | 41 |
| MBTG Logo Değişikliği.....                                          | 58 |
| MBTG Web-sitesinin Güncellenmesi.....                               | 59 |
| MBTG Reklam İlanları.....                                           | 60 |
| Bitkisel Yağlar Reklam Filmi.....                                   | 62 |
| Bulgur Keseleri & Yemek Tarifleri & Çanta, Önlük, Eldiven Seti..... | 63 |

### MBTG Gelir Gider Durumu

|                                           |    |
|-------------------------------------------|----|
| 2015 Yılı Gelir-Gider Durumu.....         | 64 |
| 2012-2015 Yılları Gelir-Gider Durumu..... | 65 |

### MBTG 2016 Yılı Bütçe ve Eylem Planı

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 2016 Yılı Bütçe Planı..... | 66 |
| 2016 Yılı Eylem Planı..... | 67 |

## 2015 YILI FAALİYETLERİ

Makarna, Bulgur, Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu (MBTG) olarak 2015 yılı içerisinde çok sayıda tanıtım faaliyeti gerçekleştirilmiştir. Dünyanın dört bir yanında gerçekleşen uluslararası gıda fuarlarına ve kongrelere katılım sağlanmakla birlikte, sponsorluklar ve reklam ilanları aracılığı ile tanıtım faaliyetleri güçlendirilmiştir. Ayrıca temel pazarımız olan Irak'a yönelik bitkisel yağlar reklam filmi çekilmiştir. Bunun yanında bulgur kesesi, yemek tarifi kartları, çanta-önlük-eldiven seti gibi eşantiyon ürünlerle tanıtım faaliyetlerinin kalıcı bir iz bırakması hedeflenmiştir.

## MBTG FUAR VE KONGRE KATILIMLARI – 2015

1. Gulfood : 8-12 Şubat 2015 – Dubai/BAE
2. Türkmenistan 6. Türk İhraç Ürünleri Fuarı : 10-12 Şubat 2015 – Aşkabat/Türkmenistan
3. Foodex Japan : 3-6 Mart 2015 – Tokyo/Japonya
4. CICALS Bakliyat Kongresi : 12-15 Nisan 2015 – Las Vegas/ABD
5. Mardin Magrotex Fuarı: 16-21 Nisan 2015 – Mardin
6. Djazagro Gıda Fuarı : 20-23 Nisan 2015 – Cezayir/Cezayir
7. SIAL Canada : 28-30 Nisan 2015 – Toronto/Kanada
8. Expo Milano Açılış Haftası : 1-6 Mayıs 2015 – Milano/İtalya
9. SIAL China : 6-8 Mayıs 2015 – Şangay/ÇHC
10. Seoul Food & Hotel : 12-15 Mayıs 2015 – Seul/Güney Kore
11. THAIFEX : 20-24 Mayıs 2015 – Bangkok/Tayland
12. Alimentaria Mexico : 26-28 Mayıs 2015 – Mexico City/Meksika
13. Africa's Big Seven : 21-23 Haziran 2015 – Johannesburg/Güney Afrika
14. Fancy Food Summer : 28-30 Haziran 2015 – New York/ABD
15. Expo Milano : 1-15 Ağustos 2015 – Milano/İtalya
16. Worldfood Moscow : 14-17 Eylül 2015 – Moskova/Rusya Federasyonu
17. Expo Milano Türk Günü : 14 Eylül 2015 – Milano/İtalya
18. 6. Yörex Antalya Fuarı: 7-11 Ekim 2015 – Antalya
19. Anuga : 10-14 Ekim 2015 – Köln/Almanya
20. FIHAV 2015 : 2-7 Kasım 2015 – Havana/Küba
21. Foodex Saudi : 17-20 Kasım 2015 – Cidde-Suudi Arabistan

## 1. GULFOOD 2015: 8-12 ŞUBAT 2015 – DUBAİ/BAE

Makarna, Bulgur, Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu (MBTG), 8 ve 12 Şubat 2015 tarihleri arasında Dubai’de düzenlenen Gulfood 2015 Fuarı’nda 8 numaralı holde Türkiye Milli Katılım alanında 20 m2’lik bir stant açarak ürünleri ve görselleri sergilemiştir. Ayrıca, beraberinde götürdüğü Türk aşçı ekibi, fuar süresince bitkisel yağlar ile bulgur, makarna ve bakliyat ürünlerinden oluşan ve sürekli değişen bir menü çerçevesinde hazırladığı yemekleri ziyaretçilere ikram etmiştir. Bunun yanında ürünlerimizin tanıtımlarının yer aldığı Arapça ve İngilizce broşürlerimiz vasıtasıyla da tanıtım hizmetleri gerçekleştirilmiştir.

Ülkenin ticaret merkezi durumunda olan Dubai, rekabetin çok yoğun olduğu bir pazardır. Dubai ülke sınırlarını aşan bir boyutta, Körfez Bölgesi’nden Orta Asya ve Uzak Doğu’ya kadar oldukça geniş bir alana etki etmektedir. Birleşik Arap Emirlikleri (BAE), bölgedeki diğer ülkelerin de önemli ölçüde mal ve hizmet tedarik ettiği bir ticaret merkezi konumundadır.



Başta Amerikalı ve Avrupalı firmalar olmak üzere çok sayıda yabancı firma, özellikle Dubai’de temsilcilik açmak suretiyle B.A.E pazarının yanı sıra Suudi Arabistan, diğer Körfez ülkeleri ve yakın Afrika ülkelerine ait piyasaları buradan takip etmektedir.

Bu yıl World Trade Centre’da 20.si organize edilen ve 110 ülkeden yaklaşık 100 bin ziyaretçi tarafından ziyaret edilen Gulfood Uluslararası Gıda ve Gıda Teknolojileri Fuarı’na 87 ülkeden 4.200 uluslararası firma katılımcı olarak temsil edilmiş ve 20 binden fazla marka tanıtılmıştır.

Medyada da geniş yer bulan Gulfood 2015 fuarında gıda endüstrisinin neredeyse tüm sektörlerinden katılımcılar ürünlerini sergileyebilmektedir. Birçok ülkenin gıda ile ilgili bakanlıklarından siyasetçilerin de yer aldığı etkinliklere, büyük gıda satın alma kanalları, alıcı ve satıcılar ile tüketiciler ve diğer ilgili işletmelerin etkili üyeleri katılmaktadır.

Fuar kapsamında, MBTG temsilcileri ve hububat sektörü firmalarımız, Dubai Ticaret ve Sanayi Odası’nda bir toplantıya katılmışlardır. Dubai’deki ekonomik ve ticari hayat ile gıda sektörünün durumuyla ilgili olarak



yapılan iki ayrı sunuma iştirak edilmiştir. Dubai Ticaret Odası yetkilileriyle yapılan görüşmelerde, ihracat yapacak firmalarımızın dikkat etmesi gereken hususlar ve Dubai Ticaret Odası'nın hizmetlerinden nasıl faydalanılabileceği konularında bilgi alınmıştır.

11 Şubat 2015 tarihinde pazar araştırması firması Euro-Monitor tarafından standımız ziyaret edilmiştir. MBTG Başkanı ve yönetim kurulu üyelerimize, Tanıtım Grupları ve İhracatçı Birlikleri için firmanın özel olarak belirlemiş olduğu pazar araştırması hizmetleri ile ilgili bilgi verilmiştir. Bu çerçevede, ilgili ürün

gruplarının uluslararası pazarlardaki konumu ile ilgili "passport" uygulaması ile firma tarafından sağlanabilecek kuruma özel pazar araştırması ve danışmanlık faaliyetleri hakkında bilgi edinilmiştir.



Fuarın ilk günü standımızı T.C. Ekonomi Bakanlığı Müsteşarı Sayın İbrahim ŞENEL ve Bakanlık yetkilileri ile birlikte Abu Dabi Büyükelçimiz Sayın Mustafa Levent BİLGİN ve ticaret müşavirimiz ziyaret ederek yürütülen çalışmalar hakkında bilgi almışlar ve tanıtımı yapılan ürünlerin tadına bakmışlardır.

200'ün üzerinde ciddi taleple karşılaşılan MBTG standına yemek ikramının da katkısıyla yüzlerce ziyaretçi merak ettikleri

soruları yöneltmişlerdir. BAE, ülkemizin en önemli ihraç pazarlarından birisidir ve önümüzdeki dönemde de ihracatımızda önemli yer tutması beklenmektedir. Özellikle bulgura olan talep göstermektedir ki, BAE bulgur sektörü için ciddi bir pazar olma potansiyeli taşımaktadır. Bu konuda Tanıtım Grubumuzun oynayacağı en önemli rolün kaliteli üretimimizin önemli pazarlarda layıkıyla tanıtılması olduğu görülmektedir.



## 2. TÜRKMENİSTAN 6. TÜRK İHRAÇ ÜRÜNLERİ FUARI : 10-12 ŞUBAT 2015 – AŞKABAT/TÜRKMENİSTAN

Makarna, Bulgur, Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu (MBTG) olarak Türkmenistan'ın başkenti Aşkabat'ta 10-12 Şubat 2015 tarihleri arasında düzenlenen 6. Türkmenistan Türk İhracat Ürünleri Fuarı'na katılım sağlanmıştır. Katılımın Ekonomi Bakanlığı tarafından tavsiye edildiği fuarda, 30 m<sup>2</sup>'lik stant alanında MBTG ürünleri pişirilmiş ve fuar ziyaretçilerine ikram edilmiştir. Fuarda yemek sunumunun yapıldığı tek stant olan MBTG Standı, büyük ilgi görmüş ve fuar ziyaretçilerinin beğenisini toplamıştır.



3200 m<sup>2</sup>'lik bir alanda Sergi Köşgi'nde gerçekleştirilen fuara, Türkiye'den 160 firma ve kurum katılmıştır. Fuar,

Türk İhracat Ürünlerine yönelik olduğu için geniş yelpazede Türk markalı ürünler sergilenmiştir. Fuarda sergilenen ürün grupları arasında gıda-içecek-ambalaj, yapı ekipmanları, boya ve kimyasalları, yapı materyalleri, elektrik ve elektronik, beyaz eşya, moda-hazır giyim, tekstil-ev tekstili, kozmetik ve inşaat malzemeleri yer almıştır.



Türkmenistan Meclis Başkanı Akca NURBERDİYEVA başta olmak üzere aralarında Dışişleri Bakanı ve Bakanlar Kurulu Başkan Yardımcısı Raşid MEREDOV'un da bulunduğu çok sayıda üst düzey yetkili fuarın açılış törenine

katılmıştır. Türkmenistan'daki yabancı misyon şeflerinin de yoğun ilgi gösterdiği fuara, Türkiye'den Ekonomi Bakan Yardımcısı Adnan YILDIRIM, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Başkanı Rifat HİSARCIKLIOĞLU katılmıştır. 3 gün boyunca ziyaretçilere açık kalan fuarın resmi açılış töreni, Devlet Başkanı Gurbanguli BERDİMUHAMEDOV'un fuar katılımcılarına gönderdiği mesajla başlarken, daha sonra kürsüye gelen TOBB Başkanı Rifat HİSARCIKLIOĞLU, BERDİMUHAMEDOV'un başkanlığında Türkmenistan'ın dünyanın parlayan yıldızı olduğunu kaydetmiştir. Uluslararası Para Fonu gibi dünya finans kuruluşlarının yazdığı raporunda, Türkmenistan ekonomisinin yüzde 9'un üzerinde büyüyecek olmasını ifade etmesinden büyük bir mutluluk



duyduklarını belirten TOBB Başkanı, bu fuarın Türkiye Ekonomi Bakanlığı'nın düzenlediği altıncı fuar olduğunu ve bugüne kadar gerçekleştirilen fuarların arasında en yüksek katılımlı ve en büyüğünün olduğunu ifade etmiştir.

Türkmenistan Büyükelçimiz Sayın Şevki MÜTEVELLİOĞLU, MBTG standını ziyaret ederken yemek ikramlarımızın tadına bakmış ve beğenilerini belirtmişlerdir. Yaptığımız çalışmalardan ötürü bizleri tebrik ederken, Türk marka değerini arttırmada doğru yolda olduğumuzu ve gerçekten de

damaklarda tat bıraktığımızı ifade etmiştir. Türkmenistan'daki ticaret ataşelerimiz de aynı şekilde makarna, bulgur, bakliyat ve bitkisel yağ ürünlerini Türkmenistan'da görmekten mutlu olduklarını ve Türk ürünlerinin lezzetini bütün dünyaya anlatmak gerektiğini belirtmiş ve bu konuda doğru adımlar attığımızı söylemişlerdir. Ticaret ataşelerimiz, Türkmenistan'daki gıda sektörü ile ilgili bilgileri paylaşmış ve Türkmenistan'ın Türk markalı ürünleri sevdiğini belirtmişlerdir.

MBTG Standı gerek Türkiye'den katılan basın mensuplarının gerekse Türkmenistan basınının ilgisini çekmiş ve fuar süresince röportaj yapma talebinde bulunmuşlardır. Yapılan röportajlarda; Türk makarna, bulgur, bakliyat ve bitkisel yağ ürünlerinin hem insan sağlığı açısından hem de ekonomik açıdan çok değerli olduğu belirtilmiş, Türkiye'nin üretim konusunda en son teknolojiyi kullandığı vurgulanmıştır.



MBTG'nin hâli hazırda Türkmenistan'a önemli düzeyde ihracatı bulunmaktadır. Türkmenistan'a 2015 yılında makarna, bulgur, bakliyat ve bitkisel yağlar ürünlerinde toplam 7 buçuk milyon dolarlık ihracat gerçekleştirilmiştir. En çok ihracatımız bitkisel yağlar grubunda gerçekleşirken, bitkisel yağ ihracatımız 4 milyon 800 bin doları bulmuştur. Toplam makarna ihracatımız ise 2018 ton ile 1 milyon 480 bin dolar olarak gerçekleştirilmiştir. Toplam bakliyat ihracatımız 867 bin dolar, toplam bulgur ihracatımız ise 185 bin dolar olmuştur. MBTG, Türk markalı makarna, bulgur, bakliyat ve bitkisel yağ ürünlerini dünyaya tanıtmada konusunda başarılı bir fuar daha gerçekleştirmiş, Türkmenistan'da ülkemizi başarılı bir şekilde temsil etmiştir.

### 3. FOODEX JAPAN 2015: 3-6 MART 2015 – CHIBA/JAPONYA

## BULGURLU SUŞI'YE JAPONLARDAN TAM NOT JAPONLARA BULGURLU SUŞI YEDİRDİK-BİR İLKİ GERÇEKLEŞTİRDİK



Makarna, Bulgur, Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu (MBTG) olarak Japonya'nın Chiba eyaletinde 3-6 Mart 2015 tarihleri arasında düzenlenen Foodex Japan 2015 Gıda Fuarı'na katılım sağlanmıştır. 36 m2'lik stant alanında MBTG ürünleri pişirilmiş ve fuar ziyaretçilerine ikram edilmiştir. MBTG, fuar süresince yaklaşık 12.000 fuar ziyaretçisine MBTG ürünlerini tattırmıştır. MBTG standındaki yoğunluk fuarın son dakikasına kadar devam etmiş, Japonların bulgura gösterdikleri ilgi dikkat çekmiştir. Ayrıca, MBTG standında bulgurlu suşi yapılmış ve Japonların beğenisi gözlemlenmiştir.

Bu yıl kırkincısı düzenlenen fuara 81 ülkeden 2.864 katılımcı katılırken 77.000'den fazla ziyaretçi fuarı ziyaret etmiştir. Fuar süresince ziyaretçilere MBTG ürünlerine yönelik bilgilerin yer aldığı Japonca broşürler dağıtılırken, Japonca-Türkçe bilen tercüman aracılığı ile de ürünler ve



ürünlerin pişirilmesi hakkında bilgiler verilmiştir. Sürekli değişen menü çerçevesinde bulgurlu suşiden mercimek çorbasına, nohutlu bulgur pilavından makarna çeşitlerine, sarmadan bulgur tatlısına ve kısra kadar çeşitli yemekler pişirilip fuar ziyaretçilerine tattırılmıştır.



Japonya Büyükelçimiz Sayın Ahmet Bülent MERİÇ, MBTG Standını ziyaret etmiş ve kendilerine MBTG'nin yürüttüğü faaliyetlere yönelik bilgiler verilmiştir. Bulgurun Japonlar tarafından pek bilinmese de damak tatlarına uygun bir gıda ürünü olduğunu vurgulayan Büyükelçimiz, Japonya basınını da davet ederek Türk günü etkinliklerinde de

böyle bir yemek sunumu yapmamızın uygun olacağını ve kendilerinin de katılıp yemek sunumuna katkıda bulunabileceklerini belirtmişlerdir. Tokyo Yunus Emre Türk Kültür Merkezi Müdürü Sayın Telat AYDIN da yaptığımız çalışmalardan ötürü MBTG'yi takdir etmiştir.



Dünyanın ilk 3 ekonomisi arasında yer alan Japonya piyasasına yerleşmek sektörün geleceği açısından büyük önem arz etmektedir. Japonya'ya olan makarna ihracatımız her geçen yıl önemli artış göstermektedir. 2013 yılında 21 milyon dolar olan ihracatımız, 2015 yılında 25 milyonu aşmıştır. 2013 yılında 1 milyon 162 bin dolar olan bitkisel yağ ihracatımız ise 2015 yılında 1 milyon 558 bin dolara yükselmiştir. Bakliyat ihracatımız ise neredeyse 2 kat artış göstermiş, 68 bin dolardan 108 bin dolara yükselmiştir. Bulgur ihracatımız 2015 yılında 33 bin dolar

olarak gerçekleşmiştir. Türk markalı makarna, bulgur, bakliyat ve bitkisel yağ ürünlerini tüm dünyaya tanıtmaya misyonunu üstlenen MBTG, Japonya halkının da damağında tat bırakmış, Türk markalı ürünlerin kalitesini ve lezzetini Japonya'da da başarıyla temsil etmiştir.

#### 4. CİCİLS BAKLİYAT KONGRESİ : 12-15 NİSAN 2015 – LAS VEGAS/ABD

Uluslararası Bakliyat Konferderasyonu (CİCİLS/IPTIC) gıda alanında en uzun soluklu uluslararası kuruluşlardan birisi olarak bu yıl 52. Yılı'nı kutlamaktadır. Las Vegas'ta 12-15 Nisan 2015 tarihleri arasında düzenlenen Kongre'ye Tanıtım Grubumuz Kongre katılımcısı olarak ve kongre salonunun girişinde firmalar ve kuruluşlar için ayrılan bölümde bir masa açarak katılmıştır.

Sektörde son dönemde yaşanan önemli olayların ve bundan sonra olması muhtemel gelişmelerin ele alındığı forumlar sektör açısından oldukça faydalı olarak değerlendirilmiştir. MBTG masasını ziyaret eden sektör profesyonelleri ile yapılan görüşmeler de oldukça faydalı geçmiştir.

CİCİLS Kongresi, MBTG'nin 2016 Dünya Bakliyat Yılı çerçevesinde yapacağı çalışmalara ışık tutması açısından büyük önem arz etmektedir. MBTG bu kongrede bakliyat sektörünün önde gelen firma ve kuruluşları ile fikir alışverişinde bulunmuştur.



## 5. MARDİN MAGROTEX FUARI : 16-21 NİSAN 2015 – MARDİN

Makarna Bulgur Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu (MBTG) olarak, 16-21 Nisan 2016 tarihleri arasında Mardin Magrotex Fuarına katılım sağlanmıştır. Ortadoğu ülkelerinden çok sayıda katılımcının ve ziyaretçinin yer aldığı fuara MBTG yaptığı yemek sunumuyla damga vurmuştur. MBTG Ürünleri ile yapılan yemekler fuar ziyaretçilerine ikram edilmiş ve damaklarda lezzet bırakmıştır. MBTG'nin 2015 yılında yurtiçinde gerçekleştirdiği ilk faaliyet olan Mardin Magrotex Fuarı, özellikle Ortadoğu Pazarına hitap eden bir fuar olduğundan sonuçları itibarı ile çok faydalı bir fuar olarak gerçekleşmiştir.



## 6. DJAZAGRO GIDA FUARI : 20-23 NİSAN 2015 – CEZAYİR/CEZAYİR

Makarna Bulgur Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu olarak, MBTG Başkanı Sayın M. Surur AYDIN önderliğinde bir heyetle 20-23 Nisan 2015 tarihlerinde Cezayir’de düzenlenen Djazagro 2015 Gıda Fuarına katılım sağlamıştır. Heyette GAİB Hububat-Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Sektör Kurulu Başkanı Sayın Şahin BATALLI ve MBTG Muhasip Üyemiz Sayın Abdurrahman AVCI da yer almıştır. Başta İtalya, Fransa ve Türkiye olmak üzere yaklaşık 31 ülkeden 600 katılımcının



katıldığı Djazagro Fuarında, MBTG 36 m2lik bir alanda ürünlerini sergilemiş ve fuar ziyaretçilerine ürünlerimiz tattırılmıştır. Fuar ziyaretçilerine Arapça ve Fransızca broşürlerimizin yanı sıra, MBTG tarafından hazırlanan promosyon ürünlerimiz dağıtılmıştır. Fuar süresince MBTG standına olan ilgi ve standın önünde yaşanan izdiham gözlerden kaçmamıştır.

Kuzey Afrika’nın en önde gelen pazarlarından biri olan Cezayir pazarı, son yıllarda ekonomik açıdan çok önemli gelişmeler göstermiştir. Özellikle

gıda sektörü Cezayir ekonomisinin temel taşlarından biri olmuştur. Cezayir, şu an Afrika’nın en büyük gıda ithalatçısı konumundadır. Gıda sektöründeki ihtiyaçlarının %75’i ithalat yoluyla karşılanmaktadır. Cezayir’in 2000 yılında gıda sektöründe 2,6 milyar dolar olan ithalatı, 2008 yılında 7,7 milyar dolara yükselmiştir. Bu artış özellikle hububat, şekerleme ve kuru meyve sektörlerinde gerçekleştirilen artıştan kaynaklanmıştır.

Cezayir yukarıda sayılan özelliklerin dışında, Kuzey Afrika’da çok önemli bir stratejik konumda yer almaktadır. Fas, Tunus,





Libya, Nijer ve Mali gibi ülkelerle sınır komşusu olması, Cezayir'in Kuzey Afrika pazarı için ve Orta Afrika pazarına açılabilmek için ne kadar önemli olduğunu göz önüne sermektedir. Cezayir gıda tüketiminde de dünyanın önde gelen ülkelerinden biridir.

Cezayir'de gerçekleşen fuara MBTG olarak ilk defa katılım sağlanırken, fuar yoğunluğu ve MBTG standına olan ilgi fuarın son dakikasına kadar artarak devam etmiştir. MBTG standındaki yoğunluk Cezayir medyasının da dikkatini çekmiş ve tercümanımız aracılığı ile gerek televizyon gerekse radyo kanallarına röportajlar verilmiştir. Verilen röportajlarda ülkemizin yüksek ihracat potansiyelinden ve Türk ürünlerinin kalitesinden bahsedilmiştir.

Fuar esnasında, Cezayir Büyükelçimiz Sayın Adnan KEÇECİ ve Cezayir Ticaret Müşavirimiz Sayın Hasan ASLAN da MBTG standımızı ziyaret etmiş ve Cezayir'deki gıda sektörü hakkında önemli bilgiler aktarmışlardır.

Fuar süresince en çok dikkat çeken ürünümüz bulgur olmuştur. Bulgura pekaşına olmayan Cezayir halkı, bulgura inanılmaz ilgi göstermiş ve kuskusla

yapılan kıyaslamada fikir belirtenlerin neredeyse tamamı bulgurun kuskustan daha lezzetli olduğunu ifade etmiştir. Cezayir pazarı, bulgur için önemli pazarlardan biri olabilir. Bu doğrultuda, satın alma karar organları ile görüşmeler yapılması büyük önem arz etmektedir. Zira gıda sektörünün %95'i özel sektörün himayesi altındadır. Cezayir'in önde gelen süpermarket zincirleri ile yapılacak görüşmeler ürünlerimizin ihracatında ciddi bir artış sağlayacaktır.

Cezayir'e hali hazırda ürün gruplarımızın tamamında artış gözlemlenirken, 2013 yılında 4,2 milyon dolar olan ihracatımız, 2015 yılında %88 artış göstererek 7,9 milyon dolar olmuştur. En çok ihracat ise bakliyatla gerçekleşmiştir. Bakliyat ihracatımız %183 artarak 3,7 milyon dolara ulaşmıştır. Cezayir pazarında daha aktif yer alarak ihracatımızdaki artışı sürdürmenin pek de zor olmayacağını söylemek yerinde olacaktır.



## 7. SIAL CANADA : 28-30 NİSAN 2015 – TORONTO/KANADA



Makarna, Bulgur, Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu (MBTG), Sayın M.Surur AYDIN başkanlığında bir heyetle 28-30 Nisan 2015 tarihleri arasında Kanada'da düzenlenen Sial Canada 2015 Fuarı'na katılmıştır. MBTG, 700-701-800-801 numaralı standta 36 m2'lik bir stant açarak ürünlerini ve görsellerini sergilemiştir. Ayrıca, beraberinde götürdüğü Türk aşçı ekibi, fuar süresince

bitkisel yağlar ile bulgur, makarna ve bakliyat ürünlerinden oluşan ve sürekli değişen bir menü çerçevesinde hazırladığı yemekleri ziyaretçilere ikram etmiştir. Bunun yanında ürünlerimizin tanıtımlarının yer aldığı İngilizce broşürlerimiz vasıtasıyla da tanıtım hizmetleri gerçekleştirilmiştir. Fuar süresince MBTG standına olan ilgi görülmeye değerdir.

Kuzey Amerika pazarı ile Asya ekonomileri arasında köprü görevi gören stratejik pozisyonu ile Kanada dünyanın en büyük tüketim pazarlarından da birisidir. Dünya ithalatında 13. sıradadır ve payı yüzde 2,53 düzeylerindedir. OECD ve G8 üyesi olan Kanada, dünyanın en zengin ekonomilerinden birisidir. Türkiye ile Kanada arasındaki ikili ticaret hacmi, istikrarlı bir artış eğilimi izlemektedir. Kanada ile Türkiye arasındaki dış ticaret



dengesi ilk defa 2012 yılında ülkemiz lehine gelişmeye başlamıştır. Tarım ürünleri Kanada'ya ihracatımızın yüzde 15'ini oluşturmaktadır. Kanada pazarının ülkemiz ihraç ürünleri açısından potansiyeli yüksektir.

Bu yıl Direct Energy Centre'da 15.'si düzenlenen Sial Kanada Fuarı'nda 46 ülkeden 831 katılımcı ve 2 binin üzerinde ziyaretçi yer almıştır. Fuarda Türkiye'den toplam 4 firma ve 3 tanıtım grubu katılımcı olarak hazır

bulunmuştur. Fuar kapsamında, MBTG temsilcilerimiz, Toronto Başkonsolosumuz Sn. Ali Rıza GÜNEY'in organize ettiği tanışma toplantısına katılmışlardır. Toplantıda gıda ithalatçılarıyla görüşmeler yapılmış, Toronto pazarındaki payımızı artırmaya yönelik bilgi alışverişinde bulunulmuştur.

Toronto Ticaret Ataşemiz Sn. Mehmet TAN standımızı ziyaret etmişlerdir. Ataşemiz fuar esnasında MBTG ürünlerine olan

talebi dile getirmiş ve ülkemizin ihracatını artırmaya yönelik faaliyetlerimizde her zaman destekçimiz olduğunu vurgulamışlardır.

100'ün üzerinde ciddi taleple karşılaşılan MBTG standına yemek ikramının da katkısıyla yüzlerce ziyaretçi gelmiştir.

Kanada'nın önümüzdeki dönemde ihracatımızda önemli yer tutması beklenmektedir. Bu konuda Tanıtım Grubumuzun oynayacağı en önemli rolün kaliteli üretimimizin önemli pazarlarda layıkıyla tanıtılması olduğu görülmektedir.

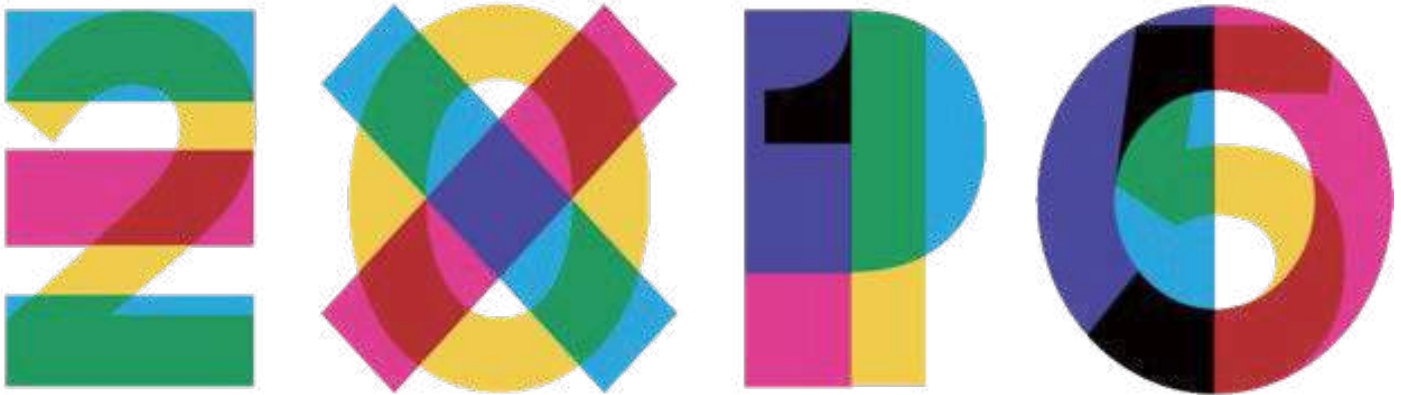


## 8. EXPO MİLANO AÇILIŞ HAFTASI : 1-6 MAYIS 2015 – MİLANO/İTALYA

EXPO Milano 2015, İtalya'nın Milano kentinin kuzey batısında 1.000.0000 metrekarelik bir alana kurulmuştur. Günde ortalama 150.000 kişinin ziyaret ettiği etkinliğin oldukça yoğun ilgi gördüğü belirtilmelidir. Uzun ve geniş bir koridorda yan yana dizilmiş, birbirinden ihtişamlı ülke pavyonlarına girebilmek için ortalama 20-25 dakika süren kuyruklarda beklemeniz gerekiyor. Expo'nun bu yılki teması "Gezegeni beslemek ve yaşam için enerji" olarak belirlenmiş. Toplamda 147 ülkenin katılım gösterdiği organizasyonda ülke pavyonları, etkinliğin konseptine bağlı kalarak kendilerini en doğru şekilde tanıtacak temalar belirlemiş ve keyifli bir yarışa girmişlerdir.

Türkiye pavyonu ise "Geleceğin gıdası için tarihin irdelenmesi" teması dâhilinde kendini bereketin sembolü olarak kabul gören "Nar" ile sembolize etmiştir. Narın tarih boyunca tüm kültür ve dinlerde olumlu anlamda yer alması, hem tekliği hem çokluğu temsil etmesi gibi önemli unsurlar, narın Türkiye'nin logosunda yer almasına zemin oluşturmuştur. Türkiye pavyonunda dolaşan nar maskotlarının da oldukça ilgi gördüğünü belirtmek gerekir. Türkiye pavyonu 4.170 metrekarelik bir alan üzerine yarı açık yarı kapalı olarak kurgulanmıştır.

Makarna Bulgur Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu (MBTG) olarak, Ekonomi Bakanlığı'nın görevlendirmesi ile 1-6 Mayıs 2015 tarihleri arasında Expo Milano açılış haftası etkinliklerine katılım sağlamıştır. MBTG, bu büyük organizasyonda ziyaretçilere Türk makarnası, bulguru, bakliyat ürünleri ve bitkisel yağları ile yapılan çeşitli yemekleri ikram etmiştir.



# MILANO 2015

## 9. SIAL CHINA : 6-8 MAYIS 2015 – ŞANGAY/ÇHC

### ÇİNLİLER BULGURA BAYILDI



Makarna Bulgur Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu olarak, MBTG Başkanı Sayın M. Surur AYDIN önderliğinde bir heyetle 6-8 Mayıs 2015 tarihlerinde Şangay/ÇİN’de düzenlenen SIAL China 2015 Gıda Fuarına katılım sağlanmıştır. Yaklaşık 62 ülkeden 2734 katılımcı ve 55 binden fazla ziyaretçinin katıldığı SIAL China Fuarında, MBTG 36 m2lik bir alanda ürünlerini sergilemiş ve fuar ziyaretçilerine ürünlerimiz tattırılmıştır. Fuar ziyaretçilerine Çince broşürlerimizin yanı sıra, MBTG tarafından hazırlanan promosyon ürünlerimiz dağıtılmıştır. Fuar süresince MBTG

standına olan ilgi ve standın önünde yaşanan izdiham gözlerden kaçmamıştır. Çin satın alma gücü paritesine göre hesaplandığında 13.395 trilyon dolarlık milli geliri ile ABD’den sonra dünyanın ikinci büyük ekonomisi konumundadır. MBTG’nin hedef pazarlarından biri olan Çin, 1980-2013 yılları arasında ortalama % 10 büyüme oranıyla dünyanın en hızlı büyüyen ekonomisi olmuştur. Çin, MBTG ürünlerimiz için de ciddi bir potansiyel ithalatçı konumundadır.



MBTG için Çin pazarı büyük önem arz etmektedir. Bu bilinçle katıldığımız SIAL China 2015 Gıda fuarında da Türk Şefimiz ile beraber Çinli Şef organizasyonu hizmeti alınmış ve ürünlerimiz hem Türk usulü hem de Çin usulü pişirilip fuar ziyaretçilerine dağıtılmıştır. Ürünlerimiz büyük bir ilgi görmüş ve standımızın önündeki uzun kuyruklar fuar süresince devam etmiştir. Öyle ki fuar idaresi standımızın önündeki kalabalık dolayısıyla, güvenlik görevlilerini görevlendirmiştir.



Çin Şangay Başkonsolosumuz Sayın Özcan ŞAHİN, MBTG Standımızı ziyaret etmiş fuar katılım plaketini GAİB Hububat-Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Sektör Kurulu Başkanımız Sayın Şahin BATALLI'ya takdim etmişlerdir. MBTG Standındaki yoğunluk Sayın Başkonsolosumuzun da dikkati çekmiş, bulgurun kesinlikle Çin pazarında daha fazla yer alması gerektiğini belirtmiş ve ürünlerimizin ihracatına yönelik yürüteceğimiz faaliyetlerde desteğini hiçbir zaman esirgemeyeceğini bildirmiştir.

Şangay Ticaret Ataşemiz Sayın Aykut

AYMELEK'in organize ettiği Pudong CCPIT (Pudong Ticaret Odası) ile tanışma toplantısına MBTG olarak katılım sağlanmıştır. Pudong Ticaret Odası yetkilileriyle yapılan görüşmeler de Tanıtım Grubumuz hakkında ve yürüttüğümüz faaliyetler hakkında bilgiler verilmiştir. Pudong Ticaret Odası yetkilileri MBTG standına davet edilmiştir. MBTG standını ziyaret eden yetkililer, ürünlerimizi tatmış ve beğenilerini ifade etmişlerdir.

Çin'e yapılan ihracatımızda son yıllarda dikkate değer bir artış gözlemlenmektedir. Ürün gruplarımızda 2013 yılında 4,8 milyon dolarolan ihracatımız, 2015 yılında %194 artış göstererek 14,3 milyon dolara yükselmiştir. Bitkisel yağlar ihracatımız ise yaklaşık %400 artış göstererek 11,4 milyon dolara çıkmıştır. MBTG olarak Çin'de yapılacak faaliyetlerin ihracatımıza doğrudan katkı sağlayacağını söylemek yerinde olacaktır.



## 10. SEOUL FOOD & HOTEL : 12-15 MAYIS 2015 – SEUL/GÜNEY KORE

### UZAK DOĞUDA YENİ ROTAMIZ: GÜNEY KORE



Makarna Bulgur Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu olarak, 12-15 Mayıs 2015 tarihlerinde Seul/GÜNEY KORE’de düzenlenen Seoul Food & Hotel 2015 Gıda Fuarına katılım sağlanmıştır. Yaklaşık 50 ülkeden 1500 katılımcı ve 40 binden fazla ziyaretçinin katıldığı Seoul Food & Hotel Fuarında, MBTG 36 m2’lik bir alanda ürünlerini sergilemiş ve fuar ziyaretçilerine ürünlerimiz tattırılmıştır. Fuar ziyaretçilerine Korece broşürlerimizin yanı sıra, MBTG tarafından hazırlanan promosyon ürünlerimiz dağıtılmıştır. Fuar süresince MBTG standı büyük bir ilgi görmüş, ürünlerimiz Koreliler tarafından çok beğenilmiştir.

Türkiye’den sonra OECD’nin en hızlı büyüyen ekonomisi konumunda bulunan Güney Kore, yaklaşık 1,116 trilyon ABD Dolarlık nominal GSYH’si ile dünyanın 13. büyük ekonomisine sahiptir. Güney Kore’nin sahip olduğu ekilebilir alanın, toplam ülke alanının sadece %16’sı olması sebebiyle ülke tarım ve gıda ürünlerinde ithalata bağımlıdır.

Gıda ve tarım ürünlerinde net ithalatçı bir ülke olan Güney Kore, dünyanın en büyük 3. gıda ve tarım ürünleri ithalatçısıdır. Ülkenin 2011 yılı gıda ve tarım ürünleri ithalatı bir önceki seneye göre %32 artarak 26 milyar ABD doları seviyesinde gerçekleşmiştir.



MBTG’nin Güney Kore’deki ilk faaliyeti olan Seoul Food & Hotel Gıda Fuarı,

Kore pazarı hakkında bilgi edinmek amacıyla faydalı bir faaliyet olmuştur. Seul Büyükelçimiz Sayın Arslan Hakan OKÇAL ve Seul Ticaret Müşavirimiz Bumin Kaan KÖKTÜRK, standımızı ziyaret etmişler ve Kore gıda sektörü hakkında önemli bilgiler vermişlerdir.

MBTG ürünleri bazında Güney Kore’ye ihracatımızda 2013 yılına nazaran küçük bir düşüş gözlemlenmektedir. 2013 yılında 5,2 milyon dolar olan ihracatımız, 2015 yılında 4,9 milyon dolara düşmüştür. Güney Kore pazarı

özellikle makarna sektörü için önemli bir hedef pazar niteliği taşımaktadır. G. Kore'nin 2011 yılında makarna ithalatı yaptığı başlıca ülkeler; Çin, İtalya ve Tayland'dır. Türkiye'nin 2011 yılında Güney Kore'ye makarna ihracatı bir önceki yıla göre %36 artarak 2,2 milyon dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. 2013 yılında ise 4,2 milyon



dolar iken, 2015 yılında 3,2 milyon dolara düşmüştür. Büyük süpermarketlerin ithal ürünler reyonlarında Türk Malı makarna çeşitleri de yer almaktadır. Pazara girmek isteyen Türk firmaları Güney Kore için oldukça önemli olan ambalajlama hususuna özel önem göstermeli ve düşük gramajlı paketlerde de ürün sunmalıdır.

Kore pazarında ihracatta artış istikrarlı ve sabırlı faaliyetler yürütülerek sağlanabilir. Dolayısı ile Kore pazarında yürütülen faaliyetlerin etkisinin uzun vadede görüleceğini söylemek yanlış olmayacaktır.



## 11. THAIFEX : 20-24 Mayıs 2015 – BANGKOK/TAYLAND



Makarna, Bulgur, Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu bir heyetle 20-24 Mayıs 2015 tarihleri arasında Bangkok/Tayland'da düzenlenen Thaixex 2015 Fuarı'na katılım sağlamıştır. MBTG 2 numaralı salonda 36 m2'lik bir stantla ürünlerini ve görsellerini sergilemiştir. Ayrıca, beraberinde götürdüğü Türk aşçı ekibi, fuar süresince bitkisel yağlar ile bulgur, makarna ve bakliyat ürünlerinden oluşan ve sürekli değişen bir menü çerçevesinde hazırladığı yemekleri ziyaretçilere ikram etmiştir. Bunun yanında ürünlerimizin tanıtımlarının yer aldığı Tayca broşürlerimiz vasıtasıyla da tanıtım hizmetleri gerçekleştirilmiştir. Fuar süresince MBTG standına olan ilgi görülmeye değerdir.

Tayland, Güneydoğu Asya'daki stratejik konumu, okur-yazar oranının yüksekliği, genç nüfusu, önemli doğal kaynakları, büyük iç pazarı, artan satın alma gücü, istikrarlı iç ve dış siyaseti ve ekonomik/mali politikaları sayesinde bölgede önemli bir güç olmaya başlamıştır.



Tayland'ın dış ticaret hacmi, 195 milyar doları ihracat, 182 milyar doları ithalat olmak üzere 377 milyar dolardır.

Bu yıl 11.'si düzenlenen THAIFEX-World of Food Asia 2015 Fuarı'na toplamda 32 ülkeden yaklaşık 1500 firma ve 30 binin üzerinde ziyaretçi katılmıştır. MBTG Milli katılım organizasyonu içinde yer alan 13 firma ve 4 Tanıtım Grubundan biriydi. Fuarın açılış günü verilen gala yemeğinde MBTG aşçıların da aralarında yer aldığı bir ekiple Türk mutfağından çeşitli örnekler ikram edildi.



21 Mayıs 2015 akşamı ise T.C. Bangkok Büyükelçisi Sn. Osman Bülent TULUN tarafından büyükelçilikte davet verilmiştir.

Fuar süresince en çok dikkat çeken ürünümüz bulgur olmuştur. 100'e yakın ciddi taleple karşılaşılan MBTG

standına yemek ikramının da katkısıyla binlerce ziyaretçi gelmiştir.

## 12. ALIMENTARIA MEXICO: 26-28 MAYIS 2015 – MEXİCO CİTY/MEKSİKA

Makarna, Bulgur, Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu (MBTG), M. Surur AYDIN başkanlığında bir heyetle 26-28 Mayıs 2015 tarihleri arasında Mexico City’de düzenlenen Alimentaria Mexico 2015 Fuarı’na katılmıştır. MBTG 36 m2’lik bir stant açarak ürünlerini ve görsellerini sergilemiştir. Ayrıca, beraberinde götürdüğü Türk aşçı ekibi, fuar süresince bitkisel yağlar ile bulgur, makarna ve bakliyat ürünlerinden oluşan ve sürekli değişen bir menü



çerçevesinde hazırladığı yemekleri ziyaretçilere ikram etmiştir. Bunun yanında ürünlerimizin tanıtımlarının yer aldığı İngilizce ve İspanyolca broşürlerimiz vasıtasıyla da tanıtım hizmetleri gerçekleştirilmiştir.

MBTG Standımızı ziyaret edenler arasında Türkiye Cumhuriyeti Meksika Büyükelçisi Sayın Mustafa Oğuz

Demiralp ve Ticaret Müşavirimiz Sayın Timur Dikbayır da yer almışlardır.

Ticaret Müşavirliğimiz aracılığı ile dünyanın en büyük toptancı hali olan CONACCA ziyaret edilmiş ve kuruluşun yöneticileri ile bir toplantı yapılmıştır. İki ülke arasındaki ticaretin artırılmasına dönük çalışmaların ele alındığı program oldukça yararlı geçmiştir.



Latin Amerika’nın en güçlü ekonomilerinden birine sahip olan Meksika, dünyanın 14. büyük ekonomisidir. 1980’li yıllardan itibaren geçirdiği ekonomik dönüşümün ve 1994 yılında yürürlüğe giren NAFTA’nın etkisi ile ABD ve Kanada ile ticareti üç kat artan Meksika, liberal bir ekonomiye sahiptir. Satın alım gücü her geçen gün daha da artan bu piyasaya Türk ürünlerimizin girmesi ülkemiz gıda ürünleri ihracatı için önemli bir gelişme olacaktır.

### 13. AFRICA'S BIG SEVEN: 21-23 HAZİRAN 2015 JOHANNESBURG/GÜNEY AFRIKA



Makarna, Bulgur, Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu, MBTG Başkanı Sn. Surur Aydın ve beraberindeki heyetle 21-23 Haziran 2015 tarihleri arasında Johannesburg'da düzenlenen Africa's Big Seven 2015 Fuarı'na katılım sağlamıştır. MBTG 2 numaralı Hall'de 36 m2'lik bir stantla ürünlerini ve görsellerini sergilemiştir. Ülkemizin 2002 yılından itibaren uygulamakta olduğu Afrika Stratejisi başarılı sonuçlar vermiş ve kıta ile ticaretimizde kayda değer bir artış

sağlanmıştır. 2012 yılında ihracatımız 10 yıllık dönemde 6 kat artış göstererek 13,4 milyar dolar; ithalatımız ise 9,6 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2013 yılında ise Afrika'ya ihracatımız 14,2 milyar dolar olarak gerçekleşirken ithalattaki azalma nedeniyle dış ticaret hacmi 23,4 milyar dolar olmuştur. Güney Afrika Cumhuriyeti ülkemiz ürünleri için Sahra Altı Afrika'da en önemli hedef ülke olarak ortaya çıkmakla beraber pazara giriş, Asya ve Avrupa Birliği ülkelerinin rekabet avantajının



bulunduğu gelişmiş ve yerleşmiş bir pazar olması nedeniyle ciddi zorluklar içermektedir. Yetişmiş işgücü temini ve istihdamı ile ilgili sorunların bulunduğu ülkede siyahların istihdamı ve siyah sanayicilerin yaratılmasına yönelik "Black Economic Empowerment" politikası Güney Afrika'da iş yapmayı özellikle yatırımı planlayan firmaların bilmesi gereken konular arasında bulunmaktadır. Güney Afrika, kişi başına 10 bin dolar milli gelire Afrika kıtasının en gelişmiş ve ekonomisi





çeşitlendirilmiş ülke konumundadır. Yüksek gümrük vergileri nedeniyle pazara giriş oldukça zor olduğu gibi AB ile mevcut STA nedeniyle Avrupa ilkelerinin pazarda düşük gümrük vergilerinden kaynaklanan rekabet avantajı bulunmaktadır. Ancak gelişmiş ekonomisi ve alım gücü yanında bölgedeki merkezi konumu, tercihli anlaşma ve düzenlemeleri ile Sahra Altı Afrika ülkelerine ve AB ile ABD pazarına daha kolay giriş olanağı sağlaması nedeniyle önem verilmesi gereken bir ülkedir.

Türkiye ile ticari ilişkilerine bakınca; iki ülke arasındaki dış ticaret hacmi 2012 yılında yaklaşık 1.7 milyar dolar iken, ihracatımız 380 milyon dolar seviyesinde kalmıştır. 2013 yılında ise Güney Afrika'ya olan ihracatımız %65 oranında bir artışla 620 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. 2015 yılında ise; ihracatımız bu rakamla Sahra Altı Afrika'da en fazla ihracat yaptığımız ülke olmuştur. Güney Afrika'da ev tekstili, ticaret, turizm, müteahhitlik, gıda gibi pek çok sektörde 120 civarında Türk firması faaliyet göstermektedir.

Ürünlerin acente veya bayii vasıtasıyla satılması ilkaşamada çoğunlukla tercih edilen bir durumdur. Komisyonlar %3 ile 20 arasında değişmektedir.

Temsilcilerin malın gümrük işlemlerini kolaylıkla gerçekleştirebilecek ve ülkenin 5 büyük şehrine ulaşabilecek özellikte olmasına dikkat edilmelidir.



Africa's Big Seven 2015 Fuarı'nda MBTG, Milli katılım organizasyonu içinde yer alan 21 firma ve 3 Tanıtım Grubundan biriydi. Ayrıca, beraberinde götürdüğü Türk aşçı ekibi, fuar süresince bitkisel yağlar ile bulgur, makarna ve bakliyat ürünlerinden oluşan ve sürekli değişen bir menü çerçevesinde hazırladığı yemekleri ziyaretçilere ikram etmiştir. Bunun yanında ürünlerimizin tanıtımlarının yer alan broşürlerimiz vasıtasıyla da tanıtım hizmetleri gerçekleştirilmiştir. MBTG Afrika'da ilk defa stant açmıştır ve ürünlerine olan ilgi görülmeye değerdir. Sayın Büyükelçimiz Kaan Esener, yapılan görüşmelerde Afrika'nın stratejik bir pazar olduğunu ve desteklerini esirgemeyeceklerini dile getirmişlerdir.

## 14. FANCY FOOD SUMMER : 28-30 HAZİRAN 2015 – NEW YORK/ABD

### AMERİKALILARIN YENİ GÖZDESİ: BULGUR



Makarna Bulgur Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu olarak MBTG Başkanı Sayın M. Surur AYDIN önderliğinde bir heyetle, 28-30 Haziran 2015 tarihlerinde New York/A.B.D’de düzenlenen New York Summer Fancy Food 2015 Gıda Fuarına katılım sağlanmıştır. Heyette MBTG Başkan Yardımcısı Sayın Selami MEMİŞ ve MBTG Üyesi Sayın Yaşar SERPİ de yer almıştır. 2.500 katılımcının ve 24 binden fazla ziyaretçinin katıldığı bu yıl 61’si düzenlenen New York Summer Fancy Food 2015 Gıda Fuarı’nda, MBTG 18 m2lik bir alanda ürünlerini sergilemiş ve fuar ziyaretçilerine ürünlerimiz tattırılmıştır. Fuar ziyaretçilerine broşürlerimizin yanı sıra, MBTG tarafından hazırlanan promosyon ürünlerimiz dağıtılmıştır. Fuar süresince MBTG standı büyük bir ilgi görmüş, ürünlerimiz fuar ziyaretçileri tarafından çok beğenilmiştir.

ABD, 315 milyonu aşan nüfusu ve 15,7 trilyon Dolar’ı aşan GSYİH’si ile dünyanın önemli pazarlarından biridir. Ülke, dünyanın en büyük ithalatçısı olma özelliğinin dışında, dünyanın en büyük doğrudan yabancı sermaye kaynağı konumu ile hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerin yöneldiği bir hedef pazardır.

ABD ekonomisi, dünya ekonomisini birebir etkileme gücüne sahip olması nedeniyle de dünyada önemli ve belirleyici bir ekonomidir.

10 milyar doların üzerinde dış ticaret hacminin bulunduğu 50 ülke ile ABD, dünyanın en büyük mal ithalatçısı ve Çin’den sonra 2. en büyük mal ihracatçısı konumundadır. Hizmetler ticaretinde dünyanın en büyük ihracatçısı ve ithalatçısı olan ABD, toplam ihracat ve ithalatta da (hizmetler ve mal ticareti toplamı) lider konumdadır. Kriz döneminde ithalatı ve ihracatındaki gerilemeye bağlı olarak dış ticaret hacmi küçülürken 2010 yılından itibaren ithalatı ve ihracatında yükseliş eğilimi gözlenmiştir.

MBTG’nin 3 senedir katılım sağladığı New York Summer Fancy Food 2015 Gıda Fuarı, önceki yıllardaki katılımlara göre daha yoğun geçmiştir. New York Başkonsolosumuz Sayın Ertan YALÇIN ve New York Ticaret Müşavirimiz Sayın Mustafa Ali YURDUPAK, standımızı ziyaret etmişler ve ABD gıda sektörü hakkında önemli bilgiler vermişlerdir.



MBTG ürünleri bazında ABD'ye ihracatımız her geçen yıl artış göstermektedir. 2013 yılında 9 milyon dolar olan ihracatımız, 2015 yılında 17,2 milyon dolara yükselmiştir. %91'lik bu artış, hedef pazarımız olan ABD'ye ihracatımızın artışı için umut vadeden bir gösterge olmuştur.

ABD'de son yıllarda artan obezite nedeniyle sağlıklı ve doğal gıdalara yönelme olduğu gözlemlenmektedir. Bu kapsamda tam tahıl ürünümüz olan bulgurun sağlıklı ürün konseptiyle ABD pazarına tanıtılması hedeflenmiş, fuar ziyaretçilerine bulgurun

besinsel değerleri ve faydaları hakkında bilgiler verilmiştir.



## 15. EXPO MILANO : 1-15 AĞUSTOS 2015 – MİLANO/İTALYA

### MBTG’NİN YENİ HEDEFİ: GEZEĞENİ BESLEMEK



1 Mayıs-31 Ekim 2015 tarihleri arasında gerçekleşen Expo Milano 2015 Fuarına, Ekonomi Bakanlığı'nın görevlendirmesiyle 1-15 Ağustos 2015 tarihleri arasında Makarna, Bulgur, Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu (MBTG) olarak katıldık. EXPO Milano 2015, İtalya'nın Milano kentinin kuzey batısında 1.000.000 metrekarelik bir alana kurulmuştur. Günde ortalama 150.000 kişinin ziyaret ettiği etkinliğin oldukça yoğun ilgi gördüğü belirtilmelidir. Expo'nun bu yılki teması "Gezegeni beslemek ve yaşam için enerji"

olarak belirlenmiş. Toplamda 147 ülkenin katılım gösterdiği organizasyonda ülke pavyonları, etkinliğin konseptine bağlı kalarak kendilerini en doğru şekilde tanıtmak temalar belirlemiş ve keyifli bir yarışa girmişlerdir. Türkiye pavyonu ise "Geleceğin gıdası için tarihin irdelenmesi" teması dâhilinde kendini bereketin sembolü



olarak kabul gören "Nar" ile sembolize etmiştir. Narın tarih boyunca tüm kültür ve dinlerde olumlu anlamda yer alması, hem tekliği hem çokluğu temsil etmesi gibi önemli unsurlar, narın Türkiye'nin logosunda yer almasına zemin oluşturmuştur. Türkiye pavyonunda dolaşan nar maskotlarının da oldukça ilgi gördüğünü belirtmek gerekir. Türkiye pavyonu 4.170 metrekarelik bir alan üzerine yarı açık yarı kapalı olarak kurgulanmıştır. Dünyanın

en önde gelen gıda faaliyeti olarak kabul edilen Expo Milano’da MBTG olarak ülkemiz pavyonunda çeşitli faaliyetler gerçekleştirdik.



### ÜNLÜ ŞEF OSMAN SEZENER’İN SUNUMU

MBTG, ünlü şef Osman Sezener’in sunumu ile fuar ziyaretçilerine ürünlerimizin nasıl pişirileceğini güzel bir şov ile aktardı. Şefimizin yaptığı sunumlar büyük beğeni toplarken ülkemiz pavyonuna da canlılık kazandırdı.

### 150.000 TABAK YEMEK TADIMI

MBTG standında günlük 10.000 ziyaretçiye ürünlerimizle yapılan çeşitli

tadımlık yemekler dağıtılmıştır. Beraberimizde götürdüğümüz aşçı heyeti ile aralıksız yemek sunumu yapılmış, İtalyanlar bulguru çok sevmenin yanında makarnamıza da olumlu yorumlar yapmışlardır. Türk makarnasının İtalyan makarnasından kalite yönünden hiç de farklı olmadığını bizzat söylemişlerdir.

### 1,5 TON BULGUR DAĞITIMI

Fuar ziyaretçilerine, içerisinde bulguru ve bulgurun özelliklerini



anlatan, faydalarını ve tarifini içeren kartların yer aldığı 150 gramlık paketlerde bulgur dağıtımı yapılmıştır. 15 gün boyunca toplam 10.000 adet bulgur paketi dağıtılmıştır.

### İTALYANCA BROŞÜR VE YEMEK TARİFİ KARTLARIMIZ

Expo Milano’ya özel ürünlerimizi tanıtan İtalyanca’ya çevrilmiş broşürlerimiz ve ihracatçılarımızın listesinin yer aldığı kataloğumuz fuar süresince ziyaretçilere dağıtılmıştır. Ürünlerimizin nasıl pişirileceğini anlatan yemek tarifi kartlarımız da ziyaretçilerin beğenisini kazanmıştır.

## ÇANTA, ÖNLÜK VE ELDİVEN

Baskısında ülkemizin ve ürünlerimizin tanıtımının yer aldığı çanta, önlük ve eldiven setimiz ziyaretçilere dağıtılmıştır.

MBTG, Expo Milano'da ürünlerimizi, firmalarımızı ve ülkemizi en iyi şekilde temsil etmeye çalışmış ve bu konuda da oldukça başarılı faaliyetler gerçekleştirmiştir. Yapılan çalışmalar ülkemiz basınında da geniş yer bulmuştur. MBTG tüm dünyaya ürünlerimizi tanıtmaya ve anlatmaya aralıksız devam edecektir.



## 16. WORLDFOOD MOSCOW : 14-17 EYLÜL 2015 MOSKOVA/RUSYA FEDERASYONU



Makarna Bulgur Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu olarak, 14-17 Eylül 2015 tarihlerinde Moskova/RUSYA'da düzenlenen Worldfood Moscow 2015 Gıda Fuarına katılım sağlanmıştır. Bu yıl 24.sü düzenlenen Worldfood Moscow 2015 Fuarına 72 ülkeden 1.674 katılımcı firma ve 30 binden fazla ziyaretçi katılmıştır. Son 2 yıldır Avrupa'dan katılan firma sayısında önemli bir düşüş görülmekle beraber, Avrupalı katılımcıların %25'ini Türkiye'deki firmalar oluşturmaktadır. MBTG; 35 m2'lik bir alanda ürünlerini sergilemiş ve fuar ziyaretçilerine ürünlerimiz tattırılmıştır. Fuar boyunca, ziyaretçilere yaklaşık 12.000 tabak yemeğin yanı sıra

üzerinde bulgurun faydalarının ve yemek tarifinin yer aldığı 150 gramlık 3.000 adet bulgur numunesi içeren kese; bulgur, makarna ve mercimek çorbası tariflerini içeren 9.000 adet Rusça yemek tarifi kartı, Rusça broşürlerimiz ve ihracatçılar kataloğumuz ve MBTG tarafından hazırlanan promosyon setimiz (çanta, önlük, eldiven) dağıtılmıştır.

Rusya 143,8 milyonluk nüfusu ile dünyanın en büyük ilk 10 ekonomisi arasında yer almaktadır. Rusya Federasyonu çok geniş bir alana yayıldığından ve komşu ülkeleriyle tarihsel açıdan ilişkileri olduğundan ziyaretçiler çok çeşitli şehir ve



ülkelerden oluşmuştur. 60 civarında ciddi taleple karşılaşılan MBTG standına yemek ikramının da katkısıyla yüzlerce ziyaretçi gelmiştir. Doğal olarak ilk sırada Rusya olmakla beraber eski Sovyet Cumhuriyetlerinden ziyaretçilerin yanı sıra Asya ve Afrika ülkelerinden gelen ziyaretçiler standımızı ziyaret etmişler, çeşitli taleplerde bulunmuşlar ve merak ettikleri soruları yöneltmişlerdir.

Kırım ve Ukrayna'daki gelişmeler nedeniyle Batı ülkelerinin uyguladığı yaptırımlar ve bu yaptırımlara karşılık olarak Rusya'nın bu ülkelerden tarım ürünleri ithalatını durdurması nedeniyle Rusya'nın genel ithalatında önemli düzeyde düşüş olduğu görülmektedir. 2012'de 316 milyar dolar olan Rusya'nın genel ithalatı, 2015'te 282 milyar dolara düşmüştür. Bu düşüşe rağmen MBTG ürün gruplarında Rusya'ya yapılan ihracata bakıldığında, MBTG'nin kurulduğu ve ilk yurtdışı etkinliğini



gerçekleştirdiği yıl olan 2012'de 1,8 milyon dolar olan ihracatımızın, 2013'te %182'lik artışla 5,2 milyona, 2015'te ise MBTG'nin kurulduğu 2012 yılına nazaran %383'lük artışla 8,7 milyon dolara yükseldiği görülmektedir.

MBTG için Rusya pazarı büyük önem arz etmektedir. Rusya Federasyonu ülkemizin en önemli ihraç pazarlarından birisidir. Hem coğrafi yakınlık hem nüfusunun ve ekonomisinin büyüklüğü nedeniyle önümüzdeki dönemde ihracatta en önemli atılımların yaşanması beklenen bir

ülkedir. MBTG çerçevesindeki ürünlerde de durum benzer niteliktedir. Rusya, özellikle bulgur sektörü için ciddi bir pazar olma potansiyeli taşımaktadır. Ülkede oldukça fazla tüketilen karabuğdaydan imal edilen



“greçka” isimli gıda maddesinin bulgura yakın özellikler taşıdığı görülmüştür. Söz konusu ürünün fiyatları incelendiğinde hem bulgurdan hem de pirinçten yüksek olduğu tespit edilmiştir. Yapılan pazar araştırmasında AVM’lerde bulgurun ve Türk menşeli ürünlerimizin raflarda yer aldığı görülmüştür. Bulgur yarım kiloluk paketlerde 4 lira civarındave raflardayeralandığertahıl ürünlerinden ve greçkadan daha ucuza satılmaktadır. Bu itibarla, damak tadı yakınlığı

dolayısıyla ve çok daha ekonomik olduğu değerlendirilirse bulgurun Rusya pazarında tutunmasının çok da

zor olmayacağı ve bu başarıldığı zaman sektörün çok önemli bir pazar kazanacağı düşünülmektedir.

Sonuç olarak, Batı menşeli tarımsal ürünlerin Rusya pazarına giremediği bugünlerde bu piyasada kalıcı olarak yerleşmenin mümkün olacağı değerlendirilmektedir. Öte yandan, Rusya'nın yerli tarımsal üretimini hızla artırmaya çalıştığı ve yakın gelecekte bu alanda önemli başarılar kazanabileceği düşünülürse, bu ülkeye yönelik tanıtım faaliyetlerinin hızlandırılması ve yoğunlaştırılması

sonucunda ürünlerimizin vakit kaybetmeden bu pazarda yerleşmesinin sağlanması önem taşımaktadır. Ülkede yakın geçmişte kurulan makarna işletmeleri buna bir örnek olarak gösterilebilir.



## 17. EXPO MILANO TÜRK GÜNÜ : 14 EYLÜL 2015 – MİLANO/İTALYA

### BAKAN'DAN MBTG'YE TAM NOT



14 Eylül 2015 de Milano'da düzenlenen EXPO 2015 Türk Günü etkinliklerinde MBTG, Ekonomi Bakanı Sn. Nihat ZEYBEKÇİ ve Gıda ve Tarım Hayvancılık eski Bakanı Mehmet Mehdi EKER'den tam not aldı.

MBTG Başkanı Sn. Mehmet Surur AYDIN, beraberindeki bir heyetle birlikte Expo Milano 2015'e katılım sağlamışlardır. 14 Eylül'de gerçekleştirilen Türk Günü etkinlikleri, Bakan Zeybekçi'nin konuşmasının ardından başlamıştır. Sn. Surur AYDIN'ın da aralarında bulunduğu heyet, mehter takımı ve ellerinde Türk bayraklarıyla Expo'nun bir ucundan Türk pavilyonuna yaklaşık 2 kilometrelik yol boyunca yürüyüş yapmışlardır. Sn. Surur AYDIN, tanıtım gruplarının standlarını tek tek dolaşan ve inceleyen Sn. Zeybekçi ve Sn. Eker'e MBTG Standında sektör ve tanıtım faaliyetleri hakkında bilgi vermişlerdir. İngilizce ve İtalyanca pişirme tarifleriyle birlikte dağıtılan 150'şer gramlık bulgur keseleri, Türk şeflerin hazırladığı bulgur tatlısı ve Türk makarnası Bakanların beğenisiyle karşılandı. Kendisine hediye edilen kutnu kumaştan hediye kabul eden heyet, 2023 hedefleri doğrultusunda

MBTG'ye büyük görevler düştüğünü belirtti. Bakan Zeybekçi başarılı tanıtım faaliyetlerinden dolayı MBTG'yi tebrik etti.

110 hektarlık bir alana kurulu olan ve 6 aylık süre boyunca yaklaşık 20 milyon ziyaretçi kabul eden EXPO 2015'de MBTG 10.000 adet yemek tarifleriyle birlikte bulgur kesesi ve 150.000 tabak da yemek dağıtmıştır.

## 18. 6. YÖREX FUARI: 7-11 EKİM 2015 ANTALYA



Makarna Bulgur Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu (MBTG) olarak, 7-11 Ekim 2016 tarihleri arasında Antalya'da düzenlenen 6. Yörex Yöresel Ürünler Fuarına katılım sağlanmıştır. MBTG, yemek sunumları ile Antalya Ticaret Borsası tarafından "Sizin oraların nesi meşhur?" sloganıyla bu yıl altıncısı düzenlenen "Yörex Yöresel Ürünler Fuarı"nın ilgi odağı olmuştur.

Expo Center Fuar alanında yapılan açılış konuşmaları ve törenin ardından Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Başkanı Sayın Rifat HİSARCIKLIOĞLU ve Ak Parti Genel Başkan Yardımcısı Sayın Mevlüt ÇAVUŞOĞLU, MBTG standını ziyaret ederek MBTG Başkan Yardımcısı Sayın Selami MEMİŞ'ten

MBTG'nin yurtiçi ve yurtdışı tanıtım çalışmaları hakkında bilgi almıştır. TOBB Başkanı Sayın Rifat HİSARCIKLIOĞLU kendi eliyle katılımcılara makarna ve bulgur pilavı ikram ederek MBTG'nin çalışmalarının Türkiye ekonomisi için çok önemli olduğunu ifade etmiştir.

MBTG Başkan Yardımcısı Sayın Selami MEMİŞ, MBTG'nin



dünyanın birçok ülkesinde faaliyetler düzenlediğini belirtmiş, önümüzdeki dönemde de faaliyetlerin 7 kıtada yoğun bir şekilde sürdürüleceğini söylemiştir.



## 19. ANUGA: 10-14 EKİM 2015 – KÖLN/ALMANYA

### BULGUR IST SEHR SCHÖN!

Makarna, Bulgur, Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu (MBTG) olarak 10-14 Ekim 2015 tarihleri arasında bu yıl 33.'sü düzenlenen, gıda sektöründe dünyanın en prestijli fuarlarından biri olarak kabul edilen Anuga 2015 Gıda fuarına heyetle katılım sağlanmıştır. Heyette Güneydoğu Anadolu Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamülleri İhracatçıları Birliği Başkanı



Sayın Mahsum ALTUNKAYA, MBTG Başkanı Sayın Mehmet Surur AYDIN, Güneydoğu Anadolu Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamülleri İhracatçıları Birliği Başkan Yardımcısı Sayın Celal KADOOĞLU, Güneydoğu Anadolu Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamülleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Üyeleri Sayın Kemal ÇAKMAK ve Sayın Seyyid Yusuf AKAN, MBTG Yönetim Kurulu Üyeleri Sayın Yaşar SERPİ ve Sayın Murat UNAT yer almışlardır. MBTG, 11.3 numaralı Hall'de açtığı bir standta ürünlerini ve görselleri sergilemiştir. MBTG'nin beraberinde götürdüğü Türk aşçı ekibi, fuar süresince bakliyat, bitkisel yağlar, makarna ve bulgurdan oluşan ve sürekli değişen bir menü çerçevesinde hazırladığı yemekleri ziyaretçilerine ikram etmiştir. Bunun yanında ürünlerimizin tanıtımlarının yapıldığı Almanca-İngilizce broşürler,

üzerinde tanıtım ve tarif kartlarının yer aldığı bulgur keseleri, ayrıca hazırlatılan yemek tarifleri yardımıyla da tanıtım hizmetlerini desteklemiştir. MBTG'ye Köln Başkonsolosu Hüseyin Emre Engin tarafından teşekkür yazısı takdim edilmiştir.



Dünyanın en büyük gıda fuarı olan Anuga 2015 Gıda Fuarı'na 100 ülkeden 7 bin firma katılırken fuarda Türkiye 230'u İstanbul Ticaret Odası organizasyonu ile, 50'si ise bireysel katılım olmak üzere toplam 280 firmayla temsil edilmiştir. 280 bin metrekare alanda kurulan fuarda Türkiye, katılımcı firma sayısı ile dünya ülkeleri arasında 5. sırada yer

almıştır. Ülkemiz, her geçen yıl gıda sektöründe dünyada daha fazla söz sahibi olmaktadır.

Türkiye'nin ihracat yaptığı ülkeler arasında 10 yıldır ilk sırada yer alan Almanya, ithalatta da ilk 3 ülke arasında yer alıyor. Osmanlı İmparatorluğu döneminde başlayan diplomatik ilişkiler, 1961'de imzalanan işgücü anlaşmasıyla yeni bir boyut kazanmıştır. 2015 yılı sonunda ihracat 13,7 milyar doları gösterirken ithalat ise 24,1 milyar dolar seviyelerindedir. Üretime dayalı ekonomik ve istikrarlı yapısı sayesinde Almanya, yüzde 5,4 işsizlik oranı en düşük ülkeler arasındadır.

Ülkemizden Almanya'ya yapılan ihracatın yaklaşık %10'u tarım ve gıda ürünlerinden oluşmaktadır. Almanya, MBTG Ürünleri ihracatında da önemli bir konuma sahip olup 8. sırada yer almaktadır. MBTG Ürünleri bazında Almanya'ya 2013 yılında 27,9 milyon dolarlık ihracat gerçekleşirken, bu rakam 2015 yılında %12'lik artışla 31,3 milyon dolara yükselmiştir. İhracatta hem ülkemiz hem de MBTG grubu ürünlerimiz ihracatı için büyük bir potansiyel taşıyan Almanya'ya ihracatımızda ilerleyen dönemlerde bu artışın devam etmesi beklenmektedir.

## 20. FİHAV 2015 : 2-7 KASIM 2015 – HAVANA/KÜBA

### KÜBALILAR İLK KEZ BULGURLA TANIŞTI



MBTG ekibi, 2-7 Kasım 2015 tarihleri arasında MBTG Başkanı Sn. Surur AYDIN önderliğinde bir heyetle Küba'da düzenlenen Fihav 2015 Fuarı'na katılmışlardır. MBTG ekibinin beraberinde götürdüğü Türk aşçı ekibi aralıksız yemek dağıtımda bulunmuştur. Bulgurla ilk defa tanışan Kübalılar, beğenilerini dile getirmişlerdir. 3.11.2015 tarihinde büyükelçi Sn. Hasan Servet ÖKTEM

tarafından büyükelçilikte davet verilmiştir. Büyükelçi ile yapılan görüşmelerde Küba ile gıda tedariki konusunda işbirliği içinde bulunan firmaların Türkiye'ye getirtilerek bir alım heyeti yapılması öngörülmüş ve bu bağlamda işlemler başlatılmıştır.

6 gün süren Fuar süresince yemek tarif kartlarıyla birlikte 150'şer gramlık 2000 adet bulgur kesesi dağıtılmış olup pişirimin evde denendiğine dair geri dönüşler de yaşanmıştır.

MBTG ekibi, standını ziyaret eden Ekonomi Bakanlığı müsteşar yardımcısı Sn. Tarık Sönmez

ve ekibinin de büyük beğenisini kazanmıştır. MBTG'nin çalışmalarını desteklediklerini dile getiren bakanlık ekibine bulgur tatlısı ikram edilmiştir.



Küba ekonomisinin % 90' ından fazlası devlet kontrolündedir. İthalatında başlıca tedarikçi ülkeleri Çin Halk Cumhuriyeti, İspanya, Brezilya, Kanada, Meksika ve ABD'dir. Kişi başına düşen GSMH yaklaşık 11.582 dolardır. Küba, aralarında Türkiye'nin de yer



aldığı Dünya Ticaret Örgütü'ne (DTÖ) üye ülkelere gümrük tarifesinde düşük ücret uygulamaktadır. Batılı şirketlerle ortak yatırıma izin veren Yatırım Kanunu ile yatırımlar teşvik edilmektedir. Turizm yatırımları en yüksek paya sahip olmakla birlikte Minbas, Mintur, Micons, Minil, Minal, Minagri, Mintrans gibi devlet kurumları üretim konusunda işbirliği içindedirler.



MBTG, dünya pazarlarında yürüttüğü tanıtım faaliyetleri ile ürünlerinin tanıtımına hız kesmeden devam edecektir.

## 21. FOODEX SAUDI : 17-20 KASIM 2015 – CİDDE-SUUDİ ARABİSTAN



Makarna Bulgur Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu (MBTG) olarak, 17-20 Kasım 2015 tarihlerinde Cidde/SUUDİ ARABİSTAN'da düzenlenen Foodex Saudi 2015 Gıda Fuarına heyetle katılım sağlanmıştır. Heyette MBTG Başkanı Sayın M. Surur AYDIN, Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektör Kurulu Başkanı Sayın Şahin BATALLI, MBTG Üyeleri Sayın Yaşar SERPİ, Sayın Abdurrahman AVCI ve

Sayın Mehmet KARAKUŞ yer almıştır. Bu yıl 3.sü düzenlenen ve katılımcı sayısı sürekli artan Foodex Saudi 2015 Fuarına 40 ülkeden 300'den fazla katılımcı firma ve 10 binden fazla ziyaretçi katılmıştır. Ülkemizden 14 katılımcı firmanın stant açtığı fuarda MBTG; 36 m2'lik bir alanda ürünlerini sergilemiş ve fuar ziyaretçilerine ürünlerimiz tattırılmıştır. Fuar boyunca, ziyaretçilere MBTG ürünlerimiz ile pişirilen yaklaşık 8.000 tabak yemeğin yanı sıra üzerinde bulgurun faydalarının



ve yemek tarifinin yer aldığı 200 gramlık 2.000 adet bulgur numunesi içeren kese; bulgur, makarna ve mercimek çorbası tariflerini içeren 9.000 adet Arapça yemek tarifi kartı, Arapça broşürlerimiz ve ihracatçılar kataloğumuz ve MBTG tarafından hazırlanan promosyon setimiz (çanta, önlük, eldiven) dağıtılmıştır.

Fuar esnasında Cidde Başkonsolosu Sayın Fikret ÖZER ve Cidde Ticaret Ataşesi Sayın Bilge DÖNMEZ, MBTG standını ziyaret etmişler ve Suudi Arabistan pazarı hakkında

önemli bilgiler aktarmışlardır.



Körfez bölgesinde en çok nüfusa ve nüfuza sahip olan Suudi Arabistan, gerek petrol gelirlerinden dolayı halkın satın alma gücünün yüksek olması, gerekse gıda sektöründe ithalata bağımlı bir ülke olması nedeniyle, gıda ihracatımızda potansiyel bir hedef ülke niteliği taşımaktadır. Suudi Arabistan, 2015 yılında 347 milyar dolar ihracat gerçekleştirirken bunun yaklaşık 300 milyar doları petrol ihracatıdır. 2015 yılında 154 milyar dolar ithalat yapan Suudi Arabistan'ın, 193 milyar dolar dış ticaret fazlası vardır. Ülkemiz ihracatında 14. Sırada yer alan ve bu

sıralamada her geçen gün daha da yükselen Suudi Arabistan'a yapılan ihracatımız 3 milyar doların üzerindedir. MBTG ürünleri bazında ihracatımız 2013 yılında 26 milyon dolar iken, 2015 yılında %18'lik artışla 30 milyon dolara yükselmiştir.

Suudi Arabistan pazarı MBTG ürünleri ihracatımız için uygun



koşullar taşımaktadır. Suudi Arabistan gıda sektöründe dışa bağımlı olmakla birlikte, Suudi tüketiciler Türk ürünlerine yönelik pozitif bir algı ile yaklaşmaktadırlar. Hali hazırda süpermarketlerde ürünlerimizi görmek mümkündür fakat bulgurun bir Türk ürünü olduğunu gösterecek bir ibare içermeyen küçük ambalajlı paketlerde satılması, Türk markası algısını oluşturma önündeki en

büyük engeldir. Firmalarımızın kendi markaları ile Suudi Arabistan pazarına girmesi ve Türk markası algısı oluşturulması ihracatımıza önemli katkılar sağlayacaktır. Zira fuar süresince ziyaretçilere dağıtılan bulgurumuza ilgi çok yoğun olmuş ve Türk markalı ürünlerin nereden temin edilebileceği yönünde sorularla karşılaşmıştır.

Sonuç olarak, Suudi Arabistan pazarında söz sahibi olabilmek için öncelikle Türk markası algısı oluşturmak ve süpermarket, distribütör ve toptancılarla bağlantı kurmak büyük önem arz etmektedir. Fuar süresince standımızda 50'den fazla ciddi görüşmede bulunulmuş ve bunların büyük çoğunluğu distribütör ve toptancılar ile gerçekleştirilmiştir. Önümüzdeki yıllarda bu fuara milli katılım sağlanmasının ve orada yapılacak görüşmeler çerçevesinde ülkemize bir alım heyeti düzenlenmesinin ihracatımızı önemli düzeyde arttıracığı düşünülmektedir.



## BASINDA ÇIKAN HABERLER

### GULFOOD 2015 GIDA FUARI



## Afrikalılar bulgur ve makarnayı sevdi

■ Makarna Bulgur Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu tarafından dünyanın dört bir yanında sürdürülen tanıtım çalışmalarında Dubai'de açılan Gulfood 2015 Gıda Fuarında da devam edildi.

### STANT İLGİ GÖRÜYOR

■ MBTG'nin standını ziyaret ederek burada tanıtılan ürünlerin tadımını gerçekleştiren Afrika'nın değişik ülkelerinden gelen katılımcılar bulgur, makarna ve bakliyat ürünleriyle bitkisel yağlara büyük ilgi gösteriyor. » 7. sayfada



\_\_\_\_\_

[illegible]

## GULFOOD 2015 GIDA FUARI

# MBTG, Kalkınma için çalışıyor

### Makarna Bulgur Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu tarafından dünyanın dört bir yanında sürdürülen tanıtım çalışmalarında Dubai'de açılan Gulfood 2015 Gıda Fuarında da devam edildi.

**O**rtadoğu, Afrika ve ABD pazarlarının en önemli katılımcılarının yer aldığı fuarda MBTG tarafından düzenlenen misyon doğrultusunda makarna, bulgur, bakliyat ve bitkisel yağların tanıtımı yapılıyor. Bu ürünlerden yapılan çeşitli yemeklerin konuklara ilham eddiği MBTG standı büyük ilgi görüyor. Fuarın en fazla ziyaretçi kabul eden standı haline gelen MBTG standını Birleşik Arap Emirliği Büyükelçisi Ekonomik Bakanlığı Müsteşarı İbrahim Senel ve beraberleri de ziyaret etti. Ziyaret sırasında MBTG Başkanı Surur Aydın'dan faaliyetler hakkında bilgi alan Müsteşar Senel tanıtım gruplarının ihracatın artırılmasına ve 2025 hedeflerine ulaşmasına için büyük önem taşıdığını belirterek GAB Koordinatör Başkanı ve Türkiye Tanıtım Grupları Başkanı Abdülkadir Çukmaz, Güneydoğu Anadolu Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçı Birlikleri Başkanı Mahmut Altunkaya ve MBTG Başkanı Surur Aydın'ı kullandı.

#### MBTG Afrikalı ve Amerikalıların yoğun ilgisi dikkat çekti

Dubai Gulfood 2015 Gıda Fuarı'nı günde stanları arasında yer alan MBTG'nin standı özellikle Afrikalıların yoğun ilgisiyle karşılaştı. Fuarın birinci gününden itibaren dünyanın farklı ülkelerinden gelen konukları

agrobayın MBTG aya ziyaretinde Türk mutfak kültürünün de tanıtımını üstleniyor. Bir bütün den lezzetli yemeklerle ilham edildikleri standın yoğunluğu dikkat çekerken konuyla ilgili bir değerlendirme yapan MBTG Başkanı Surur Aydın "Bizler bu gün Türkiye için buradayız, Türkiye'de üretilen ve tanıtımını üstlendiğimiz ürünlerin en iyi şekilde dünya pazarlarında tanıtımını sağlamak için buradayız. Geçtiğimiz dönemlerde dünyanın birçok ülkesinde ürünlerimizin tanıtımını gerçekleştirmek için çeşitli etkinliklere katıldık. Bu yıl da yine birçok ülkede fuarlarda yer alacağız. Diğer taraftan ülke başı tanıtım çalışmalarımızla belirlediğimiz pilot ülkelerde yoğun bir tanıtım ve eğitim kampanyası sürdüreceğiz. Standımıza büyük ilgi var. Hedefimiz bu fuarda özellikle Afrika, Pasifik ve ABD pazarlarında makarna, bulgur, bakliyat ve bitkisel yağların tanıtımını gerçekleştirmek. Kabildiğimiz bütün fuarlarda olduğu gibi burada da büyük ilgi görüyoruz. Genek ürünlerimiz, gerekse yenilerimiz büyük beğeni topluyor. Elbette bu çalışmalar aynı zamanda Türkiye'nin de tanıtım için çok önemli. Türkiye'nin gas toroni alanındaki tanıtımını da gülerimni oluyorum. Standımıza çeşitli ülkelere gelen beyefendi ziyaret ederek ürünler hakkında bilgi alıyor. Pazar süresince etkinliklerimiz devam edecektir" dedi. (Bülent)



### İŞİ SERVİSİ VE AĞIR VASİTALAR YENİ DÜZENLEMELERİ



## GÜNDEM

### Dubai Gulfood 'da bulgur ziyafeti



Makarna Bulgur Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu tarafından dünyanın dört bir yanında sürdürülen tanıtım çalışmalarında Dubai'de açılan Gulfood 2015 Gıda Fuarında da devam edildi. Ortadoğu, Afrika ve ABD pazarlarının en önemli katılımcılarının yer aldığı fuarda MBTG tarafından düzenlenen misyon doğrultusunda makarna, bulgur, bakliyat ve bitkisel yağların tanıtımı yapılıyor. SATE

## GÜNDEM

### Öğrenciler desen çizen robot yaptı



# GULFOOD 2015 GIDA FUARI

# Afrikalılar bulguru sevdi

Dünya Gıda Günü 2015 Gıda Fuarının gözde stanşonları arasında yer alan MBTG'nin standı özellikle Afrikalıların yoğun ilgisiyle karşılandı. Fuarın birinci gününden itibaren dünyanın farklı ülkelerinden gelen konukları ağırlayan MBTG aynı zamanda

# Afrika ve Amerikalılar'ın ilgisi yoğundu

[illegible][illegible]

## FOODEX JAPAN 2015 GIDA FUARI

### Bulgurla suşi sevildi

Makarna, Bulgur, Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu (MBTG), Japonya'nın Chiba eyaletinde düzenlenen Foodex Japan 2015 Gıda Fuarı'na katıldı. **Haber 5'te**



### Japonlar bulgurlu suşi'yi sevdi



Makarna, Bulgur, Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu (MBTG), Japonya'nın Chiba eyaletinde düzenlenen Foodex Japan 2015 Gıda Fuarı'na katıldı. **Devamı 3'te**

## GULFOOD 2015 GIDA FUARI

Biz, Suşi'ye pek alışamadık ama....

# Japonlar bulgur pilavlı Suşi'yi sevdi

Fuarı MBTG üyelerinden Şahin Batallı, Mehmet Karakuş, Şerafettin Memiş, GALB Genel Sekreteri Fatih Yumuş ve MBTG personeli Cevher Yaşar da katıldı.

Makarna, Bulgur, Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu (MTBG), Japonya'nın Chiba eyaletinde düzenlenen Foodex Japan 2015 Gıda Fuarı'na katıldı.

81 ülkeden yaklaşık 77 bin kişinin ziyaret ettiği fuarda stand açarak ürünlerin tanıtımına çalışan Makarna, Bulgur, Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu, standlarına yaptığı ürünleri kullanarak yaptığı yemekler büyük ilgi gördü. Japonların milli yemeği olan Suşi'yi bulgurla pişiren MBTG ile anda Japonların büyük odağı haline geldi. Japonlar ilk defa yapılan "bulgurlu suşiye" alışmak için uzun kuyruklar oluyordu. 4'te

**TOKYO'nun restorasyon kredisi başvuru başlıyor**  
Bağlantı Kurum Kurulması Bakanlığı (TOKU) Başkanı M. Ergün Turan, bugüne kadar 588 restorasyon projesi için 52 milyar 834 bin 860 lira tahsis eden idarenin, 1-30 Nisan 2015 tarihleri arasında restorasyon kredisi başvurularını kabul edeceğini açıkladı. 12'DE



# Japonlara özel Bulgurlu suşi

Makarna, Bulgur, Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu (MTBG), Japonya'nın Chiba eyaletinde düzenlenen Foodex Japan 2015 Gıda Fuarı'na katıldı.

81 ülkeden yaklaşık 77 000 kişinin ziyaret ettiği fuarda stand açarak ürünlerin tanıtımına çalışan Makarna, Bulgur, Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu, standlarına yaptığı ürünleri kullanarak yaptığı yemekler büyük ilgi gördü. Japonların milli yemeği olan Suşi'yi bulgurla pişiren MBTG ile anda Japonların büyük odağı haline geldi. Japonlar ilk defa yapılan "bulgurlu suşiye" alışmak için uzun kuyruklar oluyordu. Dörtüncü kez düzenlenen fuarda tanıtım çalışmalarına başanlar arasında bulunan MBTG Başkanı Şahin Aydın, yaptığı açıklamada, fuarda MBTG üyelerinin yanında Türkiye'nin yer alıp Japonya'nın ürünlerini tanıttıklarını söyledi. Japonya-Türkiye İthalatçıları ve İhracatçıları Birliği'nin koordinatörlüğünde düzenlenen fuarda tanıtım çalışmaları kapsamında Aydın, Japonya Tokyo Büyükşehir Belediye Başkanı İshihara'nın da standlarına ziyaret, ziyaret ve MBTG'nin ürünlerini tanıttıklarını söyledi.

Japonya'nın Japonlar tarafından pek bilinen ve damak tatlarına uygun bir gıda olduğu bilindiği halde Japonya'nın Tokyo Büyükşehir Belediye Başkanı İshihara, Japonya'ya ilave edecek bir Türk Örneği olduğunu Japonya'nın fuarda da ilave etmek MBTG'nin fuarda bir yemek sunumu yapmasını önlerini tanıttıklarını söyledi. Ayrıca daha önce Japonya'ya ilave edecek bir Türk Örneği olduğunu Japonya'nın fuarda da ilave etmek MBTG'nin fuarda bir yemek sunumu yapmasını önlerini tanıttıklarını söyledi.

**TÜRK MARKALI ÜRÜNLERİ ULUSLARARASI FUARLARDA TANITILIYOR**  
Sıcak bir iklimin olduğu Japonya'da bulgurlu suşiye, özellikle bulgur, bakliyat ve bitkisel yağlar kullanılarak yapılan yemekler, Japonya'nın fuarda da ilave etmek MBTG'nin fuarda bir yemek sunumu yapmasını önlerini tanıttıklarını söyledi. Ayrıca daha önce Japonya'ya ilave edecek bir Türk Örneği olduğunu Japonya'nın fuarda da ilave etmek MBTG'nin fuarda bir yemek sunumu yapmasını önlerini tanıttıklarını söyledi.



## DJAZAGRO 2015 GIDA FUARI

kilometrelık alanda Adana'nın ve



MBTG tarafından Cezayir'deki gıda fuarında tanıtımı yapılan bulgurun tadanlar çok beğendi.

### Cezayirli bulgura bayıldı

ANADOLU'nun bereketli topraklarında yetişen ürünlerin dünya pazarlarında etkin ve hak ettiği değerlerde satılabilmesi yönünde çalışmalar yürüten ve kısa adı MBTG olan Makarna Bulgur Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu, Cezayir'de düzenlenen Djazagro 2015 Gıda Fuarı'na katılarak tanıtım faaliyetlerini sürdürdü. Başta İtalya, Fransa ve Türkiye olmak üzere yaklaşık 31 ülkeden 600 katılımcının yer aldığı Djazagro Fuarı'nda,

MBTG'nin standı büyük ilgi gördü. MBTG Başkanı Surur Aydın, şöyle konuştu: "Cezayir gıda tüketiminde de dünyanın önde gelen ülkelerinden biridir. Fuar süresince en çok dikkat çeken ürünümüz bulgur olmuştur. Bulgura pek aşina olmayan Cezayir halkı, bulgura inanılmaz ilgi göstermiş ve kuskusla yapılan kıyaslamada fikir belirtenlerin neredeyse tamamı bulgurun kuskustan daha lezzetli olduğunu ifade etmiştir."



### Cezayir'de bulgura ilgi büyük

**M**AKARNA Bulgur Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu dünyanın dört bir yanında tanıtım faaliyetlerini sürdürürken Cezayir'de düzenlenen Djazagro 2015 Gıda Fuarında herkesin ilgi odağı oldu. Cezayir'in önemli bir pazar pozisyonunda olduğuna dikkat çeken MBTG Başkanı Surur Aydın bu pazarın değerlendirilmesi gerektiğini ifade etti.

Anadolu'nun bereketli topraklarında yetişen ürünlerin dünya pazarlarında etkin ve hak ettiği değerlerde satıla-

bilmesi yönünde çalışmalar yürüten ve kısa adı MBTG olan Makarna Bulgur Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu Cezayir'de düzenlenen Djazagro 2015 Gıda Fuarına katılarak tanıtım faaliyetlerini sürdürdü.

Heyette GAİB Hububat-Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Sektör Kurulu Başkanı Şahin Batallı, MBTG Başkanı Surur Aydın ve MBTG Muhasip Üye Abdurrahman Avcı'nın da katıldığı fuarda tanıtımı yapılan ürünlerden hazırlanan yemekler büyük ilgi gördü.



### CEZAYİR bulgur için büyük pazar

■ Cezayir'de düzenlenen Djazagro 2015 Gıda Fuarında herkesin ilgi odağı hububat ve bakliyat standı oldu. Cezayir'in önemli bir pazar pozisyonunda olduğuna dikkat çeken MBTG Başkanı Surur Aydın bu pazarın değerlendirilmesi gerektiğini ifade etti. » 3'te

## SIAL CANADA 2015 GIDA FUARI

### MBTG ilgi odağı oldu



Kanada'da düzenlenen Sial Canada 2015 Fuarı'na katılan MBTG herkesin ilgi odağı olurken Başkan Surur Aydın Kanada'nın kendileri için önemli bir Pazar olabileceğini ifade ederek ihracatçıların bu bölgede çalışmalar yapmasının olumlu sonuçlar doğuracağını ifade etti. 5'TE

### Kanada gelecekte önemli bir pazar olabilecek MBTG standı en çok ilgi gören stantlar arasında yerini aldı



Kanada'da düzenlenen Sial Canada 2015 Fuarı'na katılan Makarna, Bulgur, Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu (MBTG) herkesin ilgi odağı oldu. MBTG Başkanı Surur Aydın, Kanada'nın kendileri için önemli bir pazar olabileceğini ifade ederek, ihracatçıların bu bölgede çalışmalar yapmasının olumlu sonuçlar doğuracağını ifade etti. 4'te



## AFRICA'S SEVEN 2015 GIDA FUARI

# MBTG Afrika yolcusu

Kısa adı MBTG olan Makarna Bulgur Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu Güney Afrika'da gerçekleştirilecek olan Afrika Big Seven Fuarı'na katılmak üzere Afrika'ya gidiyor.

21 Haziran'da başlayarak 23 Haziran'da son bulacak olan fuara 50 ülkeden yüzlerce firmanın katılacağı bildirilirken Afrika pazarının Türkiye için büyük önem taşıdığına dikkat çeken MBTG Başkanı Sürur Aydın "Gıda sektörü için Afrika pazarı önemli ve çok büyük bir pazardır. Son zamanlarda bölgede yaptığımız çalışmaların geçtiğimiz yıllarda geri dönüşümünü aldık. Katılacağımız fuar da bu anlamda dünyanın en saygın fuarları arasında yer almaktadır. MBTG fuar süresince ürün tanıtımı yanında ülke tanıtımına da önemli katkılar sağlayacaktır. Açılarımız tarafından fuar süresince konuklara Türk yemekleri ikram edilecek olup profesyonel ahşaplarla gerekli görülmeleri yapılacak ve MBTG üyesi kuruluşların iletişim bilgileri onlarla paylaşılacaktır.



Temel hedefimiz dünyanın neresinde olursa olsun ürünlerimizin tanıtımı ve hak ettiği değerlerle pazarlanmasını sağlamaktır.

Bugüne kadar onlarca ülkede onlarca fuara katıldık. Yapılan tanıtım çalışmalarımızı ihracatımıza olumlu yansıdığını görmekteyiz"

dedi. Güney Afrika'ya gidecek olan heyetin hazırlıklarını tamamladığı ve bugün fuara katılmak için gidecekleri de açıklandı.(Bülten)

Makarna ve bulgurcular Afrika Big Seven Fuarı'na katılacak

## Fuara 50 ülkeden yüzlerce firma katılacak

Kısa adı MBTG olan Makarna Bulgur Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu Güney Afrika'da gerçekleştirilecek olan Afrika Big Seven Fuarı'na katılmak üzere Afrika'ya gidiyor.



Güney Afrika'ya gidecek olan heyetin hazırlıklarını tamamladığı ve bugün fuara katılmak için gidecekleri de açıklandı.

21 Haziran'da başlayarak 23 Haziran'da son bulacak olan fuara 50 ülkeden yüzlerce firmanın katılacağı bildirilirken Afrika pazarının Türkiye için büyük önem taşıdığına dikkat çeken MBTG Başkanı Sürur Aydın "Gıda sektörü için Afrika

pazarı önemli ve çok büyük bir pazardır. Son zamanlarda bölgede yaptığımız çalışmaların geçtiğimiz yıllarda geri dönüşümünü aldık. Katılacağımız fuar da bu anlamda dünyanın en saygın fuarları arasında yer almaktadır. MBTG fuar süresince ürün tanıtımı

yanında ülke tanıtımına da önemli katkılar sağlayacaktır. Açılarımız tarafından fuar süresince konuklara Türk yemekleri ikram edilecek olup profesyonel ahşaplarla gerekli görülmeleri yapılacak ve MBTG üyesi kuruluşların iletişim bilgileri onlarla paylaşılacaktır. Temel he-

defimiz dünyanın neresinde olursa olsun ürünlerimizin tanıtımı ve hak ettiği değerlerle pazarlanmasını sağlamaktır. Bugüne kadar onlarca ülkede onlarca fuara katıldık. Yapılan tanıtım çalışmalarımızı ihracatımıza olumlu yansıdığını görmekteyiz" dedi. Ömer Karaca

# MBTG 10 bin kişiye bulgur dağıttı



Sayfa 1'den devam  
MBTG Başkanı Mehmet Surur Aydın, bulgurun milli bir yiyecek olduğunu ve Amerika'dan Uzak Doğu'ya kadar bulguru ihraç etmek için tanıtım atışına başladıklarını söyledi. Expo Milano 2015 "Gezegeni beslemek ve yaşam için enerji" sloganıyla İtalya'nın Milano kentinde kapılarını ziyaretçilere açtı. Günde ortalama 150 bin kişinin ziyaret ettiği fuar 147 ülkenin katılımı ile gerçekleştiriliyor. Güneydoğu Anadolu İhracatçıları Birliği çatısı altında bulunan Makarna, Bulgur, Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu (MBTG), "Geleceğin gıda için tarhin idelenmesi" temasıyla Türk ürünlerini tanıttı. Nar ile

sembolize edilen tanıtım kapsamında Türkiye'yi temsilen çeşitli faaliyetler gerçekleştirildi. Bu faaliyetler kapsamında Türkiye'den getirilen bulgur, 10 bin adet 150 gramlık keser halinde fuardaki ziyaretçilere İngilizce ve İtalyanca pişirme tarifleriyle birlikte dağıtıldı. Bulgurun milli bir yiyecek olduğunu ve tanıtımına büyük önem verdiklerini ifade eden MBTG Başkanı Mehmet Surur Aydın, "İtalya'da milli yiyeceğimiz olan bulguru odaklanacağız. Bundan sonra kablacağımız fuarlarımızda aynı şekilde dağıtım ve organizasyona devam edeceğiz" dedi.

**BULGUR BMNİN YARDIM PAKETİNE GİRDİ**

**Bulgur**, Birleşmiş Milletlerin gıda yardım paketine dahil etmeyi başardıklarını kaydeden Aydın, şu anda istenilen seviyede alım yapılmamasına rağmen ilerleyen dönemlerde Birleşmiş Milletler'in daha fazla alım yapacağına inandıklarını belirtti. Dünyanın dört bir tarafında yaptıkları tanıtımlar sayesinde bulgura olan ilginin arttığını anlatan Aydın, sözlerine şöyle devam etti: "Bulguru dünyaya tanıtmak için mücadele veriyoruz. Bulgur, Uzak Doğu'da çok beğenildi. Çin'de en son düzenlenen fuar da bulgura karşı büyük bir ilgi vardı. 4 gün boyunca çok büyük bir ilgi vardı. Çin'den ihracatçılarımıza yoğun talep gelmeye başladı. Japonya'da bulgurdan suşi yapıldı ve oldukça beğenildi. Ardından enye de ihracatımız başladı. Burada Expo 2015'te uluslararası pazarlarımızdan Ömer Sezenler ve ülkemizden getirdiğimiz diğer ağlarımız ürünlerimizi kullanarak özel yemekler hazırlayarak ziyaretçilere sunuyor."

## İRAKA ÖZEL REKLAM

Ayrıca ihracatında Irak'ın en önemli pazarları olduğunu söyleyen Aydın, "Irak'a ayrıca tanıtım için 45 saniyelik reklam filmi çekti. Filmde Türkiye Irak dostluğu teması var. Amerika, Rusya ve Çin de hedef pazarlarımız olduğu için bu ülkelere de yönelik reklam filmleri çekti. Bu ülkelere isim yapmış Türklerin reklam filmlerinde oynatma fikrinin üstünde yoğunlaştık, çalışmalarımız devam ediyor. Ayrıca bu ülkelere büyük zincir marketler ve AVM'lerinde ürünlerimizi ile ilgili tadımlı sunumlar yapacağız" dedi. 2014 yılında tanıtım grubu olarak 2 milyar dolar ihracat gerçekleştirdiklerini belirten Aydın, bu yıl ihracatının genişlemesine rağmen tanıtım grubu olarak ihracatı eksikde kalmayacaklarını ifade etti.

## YILDA 8 KİLO MAKARNA YİYORUZ

Türkiye'de de bulgur ve makarnanın hak ettiği ölçüde tüketilmediğini dile getiren Aydın, "Bulgurda kişi başı yıllık 8 kilogram tüketim var. Bu 18 kilogram olmalı. Makarnada da kişi başı tüketimimiz 6 kilogram. O da batı ülkelerindeki gibi en az 24 kilogram olmalı" şeklinde konuştu. Toplumda makarnanın kilo aldığını şeklinde bir algı olduğunu anlatan Aydın, "Anadolu'nun durum bulguyu imajından imal edilen makarna kilo almaz. Çünkü bulguyu teneşi nişastaya dönmemiştir. Makarnaya sos, et, yağ koyarsanız başka. Ama makarna tek başına diyet yemeyi şeklinde bile tüketilebilir" dedi.

## İHRACATIN YARISI AVRUPA'YA

Geçtiğimiz yıl 215 bin ton bulgur ihracatı gerçekleştirdiklerini anlatan Aydın, "İhracatımızın yüzde 50'si Avrupa'ya, geri kalanı Ortadoğu ve diğer ülkelere yapılıyor. Bulgur doğal bir ürün. İnsan sağlığına faydalı. Bu yüzden dünyadaki tüm insanlara yedirmenin davetindeyiz. Bulgur iyi bir yapıya sahip. Kolesterol içermiyor. Bütinesine radyasyon almıyor. Uzun süre depolanıyor. Uzun süreli kullanımda kolon kanserine iyi geliyor" diye konuştu. Avrupa'da hedeflenen İngiltere, Fransa, İtalya ve İsviçre gibi ülkelere ihracatı kaydetti. En büyük hedeflerinin ABD pazarı olduğunu aktaran Aydın, "ABD'de en kolay satılabileceğimiz yer. Oradaki Ortadoğulu göçmenler aracılığı ile Amerikalılar bulguru öğrenmeye ve sevmeye başladılar. Bu nedenle New York'taki Fancy Food Fuarı'na her yıl katılıyoruz" ifadelerini kullandı. **Haber Merkezi**

## 10 bin kişiye bulgur dağıtıldı



Makarna, Bulgur, Bakliyat, Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu, Expo Milano 2015'te Türkiye'den getirdiği bulguru, 10 bin adet 150 gramlık keser halinde fuardaki ziyaretçilere İngilizce ve İtalyanca pişirme tarifleriyle birlikte dağıttı.

Devamı 4'te

EXPO MİLANO 2015'TE 150 GRAMLIK 10-BİN KESE BULGUR İNGİLİZCE VE İTALYANCA PİŞİRME TARİFLERİYLE ZİYARETÇİLERİ

## Bulgur, dünyada tanıtım atağına kalktı

**TAYLAN BÜYÜKŞAHİN / MILANO**

Makarna, Bulgur Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu (MBTG), "Geleceğin gıdası için tarhin irdelemesi" temasıyla Türk ürünlerini Milano'da tanıttı. Bulgurun milli bir yiyecek olduğunu ve onun tanıtımına büyük önem verdiklerini ifade eden MBTG Başkanı Mehmet Surur Aydın, "İtalya'da milli yiyeceğimiz olan bulguru odaklanacağız. Bundan sonra katılacağımız fuarlarımızda aynı şekilde dağıtım ve organizasyona devam edeceğiz" dedi.

EXPO Milano 2015

'Gezegeni beslemek ve yaşam için enerji' sloganıyla İtalya'nın Milano kentinde kapılarını ziyaretçilere açtı. Günde ortalama 150 bin kişinin ziyaret ettiği fuar 147 ülkenin katılımıyla

gerçekleştiriliyor. Güneydoğu Anadolu İhracatçıları Birliği çatısı altında bulunan Makarna, Bulgur Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu da (MBTG) "Geleceğin gıdası için tarihin irdelenmesi" temasıyla Türk ürünlerini Milano'da tanıttı. Nar ile sembolize edilen tanıtım kapsamında Türkiye'yi temsilen çeşitli faaliyetler gerçekleştirildi. Bu faaliyetler kapsamında Türkiye'den getirilen bulgur, 10 bin adet 150 gramlık keseler halinde ziyaretçilere İngilizce ve İtalyanca pişirme tarifleriyle birlikte dağıtıldı. Bulgurun milli bir yiyecek olduğunu ve onun tanıtımına büyük önem verdiklerini ifade eden MBTG Başkanı Aydın, "İtalya'da milli yiyeceğimiz olan bulgura odaklanacağız. Bundan sonra katılacağımız fuarlarımızda aynı şekilde dağıtım ve organizasyona devam edeceğiz" dedi. Geçtiğimiz yıl 215 bin ton



**Ayçiçeği için Irak'a özel reklam filmi**

Ayçiçek ihracatında Irak'ın en önemli pazarları olduğunu söyleyen Mehmet Surur Aydın, "Irak'a ayçiçeği tanıtmak için 45 saniyelik reklam filmi çekti. Filmde Türkiye Irak

dostluğu teması var. Amerika, Rusya ve Çin de hedef pazarlarımız olduğu için bu ülkelere de yönelik reklam filmleri çekeceğiz. Bu ülkelerde isim yapmış Türkleri reklam filminde oynatma fikrinin üstünde yoğunlaştık. Çalışmalarımız devam ediyor" dedi. Ayrıca, bu ülkelerde ayrıca zincir

marketler ve AVM ön  
sunumlar yapacakları  
yılında tanıtım grubu  
dolar ihracat gerçekle  
ştiren Aydın bu yıl ü  
genişlemesine rağmen  
grubu olarak ihracatı  
kapatmıyacaklarını s



Bulgar ihracatçı gerçekleştirdiklerini anlatan Aydın, "Thraciatımızın yüzde 50'si Avrupa'ya, geri kalanı Ortadoğu ve diğer ülkelere yapılıyor. Bulgur doğal bir ürün. İnsan sağlığına faydalı. Bu yüzden dünyadaki tüm insanlara yedirmenin derdindeyiz. Bugday lifli bir yapıya sahip. Kolesterol içermiyor. Būnyesine radyasyon almıyor. Uzun süre depolanıyor. Uzun süreli kullanımda kolon kanserine iyi geliyor" diye konuştu.

## En büyük hedef ABD pazarı

Avrupaiların, Avrupa'da yaşayan Türklere bulguru öğrenmeye başladığını anlatan Aydın, bu nedenle Almanya'da iyi bir pazar oluşturdıklarını, Avrupa'da hedeflerinde İngiltere, Fransa, İtalya ve İsviçre gibi ülkeler olduğunu kaydetti. En büyük hedeflerinin ise ABD pazarı ol-

düğünü aktaran Aydın, "ABD'inde en kolay satılabileceğimiz yer. Oradaki Ortadoğulu göçmenler aracılığıyla Amerikalılar bulguru öğrenmeye ve sevmeye başladılar. Bu nedenle New York'taki Fancy Food Fuarı'na her yıl katılıyoruz" ifadelerini kullandı.

BM, bulguru almaya başladı

Bulguru, Birleşmiş Milletler'in gıda yardım paketine dahil etmeyi başardıklarını kaydeden Aydın, şu anda istenilen seviyede alım yapılmamasına rağmen ilerleyen dönemlerde miktarın artacağına inandıklarını belirtti. Dünyanın dört bir tarafında yaptıkları tanıtlar sayesinde bulgura ilginin arttığını aktaran Aydın, sözlerine şöyle devam etti: "Bulguru dünya ya tanıtmak için mücadele ediyoruz. Bulgar, Uzak Doğu'da çok

beğenildi. Çin'de  
nen fuarda bulgular  
izdiham oldu. Ka  
venlik görevliler  
dik. Çok büyük b  
gün boyunca. Çin  
rumıza yoğun tale

tık ve oldukça b  
dan oraya da ihr  
EXPO 2015'te ş  
man Sezener ve  
ürünlerimizi ku  
cilere özel yemel

Türkiye'de de  
nanın hak ettiği  
diğini de dile ge  
gurda kişi başı  
tüketim var. 18  
Makarnada da  
logram. O da baş  
kilogram olmalı

## EXPO MILANO 2015



## EXPO MILANO 2015



**MAKARNA, Bulgur, Bakliyat, Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu (MBTG),** İtalya'da düzenlenen Expo Milano 2015'te Türkiye'den getirdiği bulguru, 10 bin adet 150 gramlık keseler halinde fuardaki ziyaretçilere İngilizce ve İtalyanca pişirme tarifleriyle birlikte dağıttı. **MBTG** Başkanı Mehmet Surur Aydın, bulgurun milli bir yiyecek olduğunu ve Amerika'dan Uzak Doğu'ya kadar bulguru ihraç etmek için tanıtım atagına başladıklarını söyledi.

### GELECEĞİN GIDASINI İÇİN

Expo Milano 2015 'Gezegeni beslemek ve yaşam için enerji' sloganıyla İtalya'nın Milano kentinde kapılarını ziyaretçilere açtı. Günde ortalama 150 bin kişinin ziyaret ettiği fuar 147 ülkenin katılımı ile gerçekleştiriliyor. Güneydoğu Anadolu İhracatçıları Birliği çatısı altında bulunan Makarna, Bulgur, Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu

(**MBTG**), "Geleceğin gıdası için tarihin irdelenmesi" temasıyla Türk ürünlerini tanıttı. Nar ile sembolize edilen tanıtım kapsamında Türkiye'yi temsilen çeşitli faaliyetler gerçekleştirildi.

### YILDA 8 KİLO MAKARNA

Türkiye'de de bulgur ve makarnanın hak ettiği ölçüde tüketilmediğini dile getiren Aydın, "Bulgurda kişi başı yıllık 8 kilogram tüketim var. Bu 18 kilogram olmalı. Makarnada da kişi başı tüketimimiz 6 kilogram. O da batı ülkelerindeki gibi en az 24 kilogram olmalı" şeklinde konuştu. Toplumda makarnanın kilo aldırıcı şeklinde bir algı olduğunu anlatan Aydın, "Anadolu'nun durumunu bugdayı irmiğinden imal edilen makarna kilo aldırılmaz. Çünkü bugday taneşi nişastaya dönmemiştir. Makarnaya sos, et, yağ koyarsanız başka. Ama makarna tek başına diyet yemeği şeklinde bile tüketilebilir" dedi.

**METİNER SEZER**  
EKOPOLİTİK

### Bulgur pilavı yıldız oldu

Ünlü Türk Aşçı Osman Sezer'in pişirdiği bulgur pilavı Expo Milano 2015'te Türkiye'yi temsil eden ziyaretçilere sunuldu.

**T**ürk tanıtım grubu Expo Milano'da çok başarılı sunumlar yapıyor. Son derece başarılı. **MBTG** üyesi Makarna, Bulgur, Bakliyat, Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu (**MBTG**) üyesi Türk Aşçı Osman Sezer'in pişirdiği bulgur pilavıyla ilgili olarak...

**Bulgur deyip geçmeyin**

Bulgur çok yararlı bir gıda. İçerdiği lif oranı yüksek ve kolesterolü düşürüyor. Çiğnenen halde yemek için idealdir. Ayrıca çok sağlıklıdır. İçerdiği lif oranı yüksek ve kolesterolü düşürüyor. Çiğnenen halde yemek için idealdir.

### İhracat başarısı

Türkiye her yıl 210 bin ton bulgur ihraç ediyor ve her yıl 100 bin ton daha fazla ihraç ediyor. Türkiye her yıl 210 bin ton bulgur ihraç ediyor ve her yıl 100 bin ton daha fazla ihraç ediyor.

### Tanıtımda yeni hedef

**MBTG** yeni tanıtım stratejisi geliştirdi. İlk olarak, Türkiye her yıl 210 bin ton bulgur ihraç ediyor ve her yıl 100 bin ton daha fazla ihraç ediyor.

### Bir Yunanistan da mı olamayız?

Yunanistan "Peynir benzeri" dedi. Yunanistan "Peynir benzeri" dedi. Yunanistan "Peynir benzeri" dedi.

## EXPO MILANO 2015

### Bulgur, dünyada tanıtım atağına kalktı

Makarna, Bulgur Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu (MBTG), “Geleceğin gıdası için tarihin irdelenmesi” temasıyla Türk ürünlerini Milano’da tanıttı



Ana Sayfa » Güncel

04.08.2015 02:50



- A | A +

## Dünyanın bulgura ilgisi artıyor

Türkiye'nin "millî yayereği" halıgurun ihzarat kalemlerinde görle gürülür pay edlrmeye başladığı ve gürer yıla göre ihzaratları yüzde 5 arttıgı bildirildi.

Makarna, Bulgur, Bakliyat, Etükeel Yağlar Tanıtım Grubu (MEYTC) **Dağdaru** Durur Aydın, bulgurun pirinçe göre daha ucuz ve sağlıklı olduğunu söyledi.

Yakın zamanlar kadar soforaların voşegelmeleri bulguların son dönemlerde hem ülke genelinde hem de dünya çapında yeniden sürüyor. Grön halına gelmeye başladığını da söyletiren Ayhan, "Yahşımın tanişen çalışmalarında bu-  
yuk vericilerde buğur artiken sevdiği gibi görmeye  
başladı. Türkiye'deki artık dünyaya da yayılıyor. Zaten bir  
tarafın kanı vermesini ağırlık olarak yurtdışında geliştiri-  
yorlar" dedi.

Buaba ilimataki gegera yili 12 bin ton ulukutara kayden  
Aytan, "Gezen yilan 0 aylık dönerinde yaklaşıq 142  
bin ton ihracat gercekletirttik. Bu yilan aynı dönerim-  
de de kıyırdağı tün oluuzutuklara ragmen yüzde 53'e  
artir yökulerenak 160 bin tona uladı. Bu ihracattan da  
yaklaşıq 87 milyon dolarlık gelir elde ettik ama biz anı ar-



**ÜRETİM AŞAMASI ZAHMETLİ**

Gaziantep'teki bulgur Gritini gerçekleştiren bir fabri-  
kanın Gritin sorumlusu gıda mühendisi Mustafa Pat ile  
bulgurun protein yönünden zengin olduğunu ve raf ömrü  
uzun olması nedeniyle tercih edildiğini söyledi.

[illegible]

PIRİNCİN TAHTINA ADAY

Bulgurun zehneli bir ürünün asarının oluşması, üretilen esatilen da aynı aralıklarda kesen birac etmekte polistilozun belirlen Aydin. Bulgur, hem üretmekte hem taranacak herbi de pazarlayacak. Yaptirgic acilmaslar ve dolayirgic bulanlarin pazarla edilmektedir. Bu arada, bulgurun belirlen acilmas yitirir. Su arada bir bulgurun diayra piyasasina girilmesi kumari cagirir olarak belirlir. Bulgur, iyil bir tarayin ve pazarlayir piyasla alternatif olacak. Bütün diayra bulgur taranacak için pirinc tüketir. Bir gittirir her yerde bulgurun her ekonomik her arada oluşur aralirgic. Çabalarinin sonun diayra pazarinin her ettiyi piyas olacak olan bulgurun aynı zamanda pirinci talebir otuacak. Kanaatirdeyir" derlerdir aralirgic bulund.



# Dünyanın bulgura ilgisi artıyor

Türkiye'nin "milli yiyeceği" bulgurun ihracat kalemlerinde gözle görülür pay edinmeye başladığı ve geçen yıla göre ihracatının yüzde 5 arttığını bildirildi. Makarna, Bulgur, Bakliyat, Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu (MBTG) Başkanı Surur Aydın, AA muhabirine yaptığı açıklamada, bulgurun pirince göre daha ucuz ve sağlıklı olduğunu söyledi.

[illegible]

www.gedächtnis.at

**PRINCIPAL  
TATIANA ADAM**

[illegible]

şimdi sorumuzda dikkatle parantezlerden bakarak ettiğimiz payları aldık ve aldığımız bulguların aynı zamanda birbirinin tam tersi olarak olduğunu gördük. Yani bu sonuçlar da birbirinin tam tersi olarak karşımıza çıkmıştı.

**ÖRETİM  
AŞAMASI ZAHMETLİ**

[illegible][illegible]

## EXPO MILANO 2015 TÜRK GÜNÜ

# Bakan Zeybekçi İtalya'da MBTG standını ziyaret etti

"EXPO 2015 Milano Türkiye Milli Günü Etkinlikleri" kapsamında İtalya'da bulunan Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekçi, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Eski Bakanı Mehdi Eker, Güneydoğu Anadolu İhracatçıları Birliği çatısı altında bulunan Makarna, Bulgur, Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu'nun (MBTG) standını ziyaret etti.



Ziyaret sırasında MBTG Başkanı Surur Aydın, Bakan Zeybekçi'ye sektör ve tanıtım faaliyetleri hakkında bilgiler verdi. Bulgurun milli bir yiyecek olduğunu ve tanıtımına böyle önem verdiklerini ifade eden MBTG Başkanı Mehmet Surur Aydın, "Türkiye'den getirdiğimiz bulguru, 10 bin adet 150 gramlık keseler halinde fuartaki ziyaretçilere İngilizce ve İtalyanca pişirme tarifleriyle birlikte dağıtıyoruz. İtalya'da milli yiyeceğimiz olan bulgura ritaklanacağız. Runtan sonra kahıarağı-mız fuarlarımızda aynı şekilde dağıtım ve organizasyona devam edeceğiz" dedi. >>3'de



### Bakan Zeybekçi İtalya'da MBTG standına tam not

"EXPO 2015 Milano Türkiye Milli Günü Etkinlikleri" kapsamında İtalya'da bulunan Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekçi, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Eski Bakanı Mehdi Eker, Güneydoğu Anadolu İhracatçıları Birliği çatısı altında bulunan Makarna, Bulgur, Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu'nun (MBTG) standını ziyaret etti. >>3'de

## 6. YÖREKS FUARI - ANTALYA

# MBTG Tanıtıma devam ediyor

Dünyanın birçok ülkesinde katıldıkları fuarlarda Anadolu'nun bereketli topraklarında yetişen tarımsal ürünlerin gerçekleştirilen Makarna Bulgur Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu Antalya'da düzenlenen Yörex Fuarının da

Antalya Ticaret Borsası tarafından Expo Center Fuar alanında "Sizin Oraların Nesi Meşhur?" sloganıyla bu yıl 6'ncısı düzenlenen "Yörex Yöresel Ürünler Fuarına" katılan Makarna Bulgur Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu sunduğu yöresel yemeklerle bir anda fuarın ilgi odağı haline geldi. Expo Center Fuar alanında yapılan açılış konuşmaları ve törenin ardından Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Başkanı Rifat Hisarcıklıoğlu ve AK Parti Genel Başkanı Yardımcısı Mehmet Çavuşoğlu ile GTB Başkanı Ahmet Tiryakioğlu MBTG standını ziyaret ederek MBTG Başkanı Vekili Selami Memiş'le yurtdışı ve yurt dışı tanıtım çalışmalarını hakkında bilgi aldı. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Başkanı Rifat Hisarcıklıoğlu kendi eliyle katılımcılara makarna ve bulgur pilavı ikram ederek MBTG'nin çalışmalarının Türkiye ekonomisi için önemli

olduğunu ifade etti. Makarna Bulgur Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu'nun dünyanın birçok ülkesinde etkinlikler düzenlediğini ifade eden MBTG Başkanı Vekili Selami Memiş önümüzdeki dönemlerde de faaliyetlerin 7 kutada yoğun bir şekilde sürdürüleceğini söyleyerek yapılan faaliyetlerin Türkiye tanıtımı içinde büyük önem taşıdığını altını çizdi. Memiş yaptığı değerlendirmede "MBTG son yıllarda görülmemiş bir sinerjiyle dünyanın birçok ülkesinde düzenlenen gıda fuarlarına katılmakta ve bu fuarlarla o ülkelerin yöresel yemek kültürleriyle tanıtımını yaptığımız ürünlerimizi tanıtarak katılımcılara sunmaktayız. Dünyanın birçok ülkesinde gücümüzü ki bulgur biliyoruz. Tanıtım faaliyetleri sonucunda gerek bulgur, gerekse makarna ve diğer ürünlerimiz büyük ilgi görmektedir. Elbette insan sağlığı

için önemli olan bu ürünlerimiz için yeni pazarların bulunması ve bu pazarların önemli aktörleri arasında yer almamız için tanıtım çalışmaları devam edecektir. Burada bizler sadece ürünleri tanıtıyoruz. Bundan sonraki süreçte firmaların başlatılan bu tanıtım faaliyetlerinin tamamlanması önemli gerekiyor. Afrika, Uzakdoğu, Güney Amerika ve Ortadoğu ülkeleri bizim için en önemli pazarlar arasında. Rusya'da da ürünlerimizin büyük ilgi gördüğünü söyleyebiliriz. AB ülkelerinin de bulgur ve diğer ürünleri yönelik taleplerinin olduğunu görüyoruz. Fuar yerlerimiz katılımla olarak 7 kütada devam edecektir" dedi. Fuarı ziyaret eden delegasyon grubundaki konukların uğrak yeri haline gelen "MBTG standı fuar süresince binlerce ziyaretçiyi bulgur pilavı, makarna ve tanıtım gerçekleştirilen ürünlerden yapılan yemekler ikram etti. (Dülmen)



## MBTG yurt içi ve yurt dışı tanıtıma devam ediyor

Antalya Ticaret Borsası tarafından Expo Center Fuar alanında "Sizin Oraların Nesi Meşhur?" sloganıyla bu yıl 6'ncısı düzenlenen "Yörex Yöresel Ürünler Fuarına" katılan Makarna Bulgur Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu sunduğu yöresel yemeklerle bir anda fuarın ilgi odağı haline geldi. Expo Center Fuar alanında yapılan açılış konuşmaları ve törenin ardından Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Başkanı

önemli olduğunu ifade etti. Makarna Bulgur Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu'nun dünyanın birçok ülkesinde etkinlikler düzenlediğini ifade eden MBTG Başkanı Vekili Selami Memiş önümüzdeki dönemlerde de faaliyetlerin 7 kutada yoğun bir şekilde sürdürüleceğini söyleyerek yapılan faaliyetlerin Türkiye tanıtımı içinde büyük önem taşıdığını altını çizdi. Memiş yaptığı değerlendirmede "MBTG son yıllarda görülmemiş bir

olan bu ürünlerimiz için yeni pazarların bulunması ve bu pazarların önemli aktörleri arasında yer almamız için tanıtım çalışmaları devam edecektir. Burada bizler sadece ürünleri tanıtıyoruz. Bundan sonraki süreçte firmaların başlatılan bu tanıtım faaliyetlerinin tamamlanması önemli gerekiyor. Afrika, Uzakdoğu, Güney Amerika ve Ortadoğu ülkeleri bizim için en önemli pazarlar arasında. Rusya'da da ürünlerimizin büyük ilgi

## MBTG LOGO DEĞİŞİKLİĞİ

### ESKİ LOGOMUZ



### YENİ LOGOMUZ



## MBTG WEB SİTESİNİN GÜNCELLEMESİ



# SKYLIFE DERGİ İLANI

## Healthy & Wealthy World of Turkish Foods

**What should I discuss with these clients?**



But for longer, this is an adverb.

## MBTG REKLAM İLANLARI

### LUFTHANSA DERGİ İLANI

## Healthy & Wealthy World of Turkish Foods

The fast and stressful flow of modern life forces us to find healthier ways of living. According to experts, a must for a healthier life is to support our diet with healthy foods, promising wealthy and balanced nutrition. Anatolia, which had served the humanity throughout history as a center of civilization with its fertile and generous soil as well as its favourable climate, shows us a way to healthy nutrition thanks to its profound wisdom.



What about to glance over these foods?



#### Turkish Bulgur

Bulgur has been a healthy and tasty gift of Anatolia to the world for ages. It is produced in the best natural way without any additives, in accordance with modern and international standards. It is rich in folio acid, minerals, cellulose, and does not contain cholesterol. It helps to prevent colon cancer if it is consumed on a regular basis. Bulgur, which can be preserved for a long period of time, does not absorb radiation.



#### Turkish Pasta

Turkish pasta is made of the highest quality durum wheat, which makes the pasta an ideal diet food. Thanks to this feature, Turkey is in the 2nd place in exporting this product. Pasta provides us with energy we need, and is rich in dietary fibers and vitamin B.



#### Turkish Pulses

Turkish pulses, offer a wide range of products, inspire the international cuisine with both: their flavours and nutritional values. Pulses, have a low glycemic index, are low in calories and are known to regulate blood sugar.



#### Turkish Vegetable Oil

Vegetable oil has an important role for the human body since it contains free fat radicals which are necessary for the cell structure. In recent years, Turkish vegetable oil industry started to have a significant place in the world, after making a breakthrough in production.

#### About MBTG

Turkish Pasta, Bulgur, Pulses and Vegetable Oil Promotion Group (MBTG) has been established in 2012 and it has been engaged in promoting Turkish brands. MBTG fulfills its social responsibility by presenting healthy foods, and spreading them throughout the world. For a healthy & wealthy life, keep following us.



**ANUGA**  
10.10.-14.10.2015  
Hall: 11.3 Stand: B025b  
[mbtg.org.tr](http://mbtg.org.tr)

**Eat Healthy.  
Live Healthy**

**Turkey**  
Discover  
the potential

**mbtg**  
Turkish Pasta, Bulgur, Pulses and  
Vegetable Oil Promotion Group

## BİTKİSEL YAĞLAR REKLAM FİLMİ



## BULGUR KESELERİ & YEMEK TARİFLERİ & ÇANTA, ÖNLÜK, ELDİVEN SETİ



## MBTG 2015 YILI GELİR-GİDER DURUMU

| GELİRLER                      |                      | GİDERLER                                       |                     |
|-------------------------------|----------------------|------------------------------------------------|---------------------|
| OCAK 2015 AYI TAHSİLATLARI    | 461.337,00           | <b>MTF YURTDIŞI TANITIM GİDERLERİ</b>          | <b>3.200.815,13</b> |
| ŞUBAT 2015 AYI TAHSİLATLARI   | 398.780,50           | Yurtdışı Sergi, Fuar ve Org.Giderleri          | 1.996.788,48        |
| MART 2015 AYI TAHSİLATLARI    | 391.157,50           | Yurtdışı Temsil, Ağırılama ve Org.Giderleri    | 134.083,27          |
| NİSAN 2015 AYI TAHSİLATLARI   | 351.716,00           | Yurtdışı Basın, Yayın, İlan&Abonelik Giderleri | 0,00                |
| MAYIS 2015 AYI TAHSİLATLARI   | 386.920,00           | Yurtdışı Reklam ve İlanlar                     | 911.447,40          |
| HAZİRAN 2015 AYI TAHSİLATLARI | 444.226,50           | Diğer Yurtdışı Tanıtım Giderleri               | 158.495,98          |
| TEMMUZ 2015 AYI TAHSİLATLARI  | 368.912,50           | <b>MTF YURTIÇI TANITIM GİDERLERİ</b>           | <b>100.110,00</b>   |
| AĞUSTOS 2015 AYI TAHSİLATLARI | 359.994,50           | Yurtiçi Sergi ve Fuar Organizasyon Giderleri   | 87.750,00           |
| EYLÜL 2015 AYI TAHSİLATLARI   | 349.376,00           | Yurtiçi Reklam ve İlan Giderleri               | 2.360,00            |
| EKİM 2015 AYI TAHSİLATLARI    | 439.917,50           | Diğer Yurtiçi Tanıtım Giderleri                | 10.000,00           |
| KASIM 2015 AYI TAHSİLATLARI   | 565.283,00           | <b>MTF DİĞER GİDERLER</b>                      | <b>1.594.339,37</b> |
| ARALIK 2015 AYI TAHSİLATLARI  | 466.029,50           | Yurtiçi Ve Yurtdışı Seyahat Giderleri          | 1.227.784,21        |
| 2015 YILI FAİZ GELİRİ         | 677.455,30           | Temsil & Ağırılama ve Organizasyon Giderleri   | 19.930,06           |
| 2015 KUR FARKI GELİRLERİ      | 26.662,45            | Sair Giderler                                  | 140.280,35          |
| 2015 FUAR DESTEK GELİRİ       | 230.714,00           | Basın, Yayın, İlan ve Abonelik Giderleri       | 53.100,00           |
| 2015 DİĞER GELİRLER           | 165,58               | Seminer Giderleri                              | 0,00                |
| 2014 YILINDAN DEVİR           | 7.012.958,22         | Bilinmeyen ve Beklenmeyen Giderler             | 0,00                |
| <b>GELİR TOPLAMI</b>          | <b>12.931.606,05</b> | Personel Giderleri                             | 153.244,75          |
|                               |                      | <b>GİDER TOPLAM</b>                            | <b>4.895.264,50</b> |
|                               |                      | <b>GELİR-GİDER FARKI (+)</b>                   | <b>8.036.341,55</b> |

## MBTG 2012-ARALIK 2015 YILI GELİR-GİDER DURUMU

| GELİRLER                      |                      | GİDERLER                                       |                     |
|-------------------------------|----------------------|------------------------------------------------|---------------------|
| 2012 YILI TAHSİLATLARI        | 2.431.107,56         | <b>MTF YURTDIŞI TANITIM GİDERLERİ</b>          | <b>5.997.615,18</b> |
| 2012 YILI FAİZ GELİRİ         | 38.220,05            | Yurtdışı Sergi, Fuar ve Org.Giderleri          | 3.888.677,18        |
| 2013 YILI TAHSİLATLARI        | 3.739.145,50         | Yurtdışı Temsil, Ağır lama ve Org.Giderleri    | 306.079,35          |
| 2013 YILI FAİZ GELİRİ         | 153.496,84           | Yurtdışı Basın, Yayın, İlan&Abonelik Giderleri | 39.565,40           |
| 2013 FUAR DESTEK GELİRİ       | 96.115,00            | Yurtdışı Reklam ve İlanlar                     | 1.378.742,66        |
| 2013 KUR FARKI GELİRLERİ      | 300,97               | Diğer Yurtdışı Tanıtım Giderleri               | 384.550,59          |
| 2014 YILI TAHSİLATLARI        | 4.479.355,05         | <b>MTF YURTIÇI TANITIM GİDERLERİ</b>           | <b>317.080,99</b>   |
| 2014 YILI FAİZ GELİRİ         | 391.340,71           | Yurtiçi Sergi ve Fuar Organizasyon Giderleri   | 246.740,39          |
| 2014 KUR FARKI GELİRLERİ      | 405,65               | Yurtiçi Reklam ve İlan Giderleri               | 32.851,20           |
| 2014 FUAR DESTEK GELİRİ       | 97.992,00            | Diğer Yurtiçi Tanıtım Giderleri                | 37.489,40           |
| OCAK 2015 AYI TAHSİLATLARI    | 461.337,00           | <b>MTF DİĞER GİDERLER</b>                      | <b>2.995.089,44</b> |
| ŞUBAT 2015 AYI TAHSİLATLARI   | 398.780,50           | Yurtiçi Ve Yurtdışı Seyahat Giderleri          | 2.219.486,95        |
| MART 2015 AYI TAHSİLATLARI    | 391.157,50           | Temsil & Ağır lama ve Organizasyon Giderleri   | 177.163,70          |
| NİSAN 2015 AYI TAHSİLATLARI   | 351.716,00           | Sair Giderler                                  | 366.291,63          |
| MAYIS 2015 AYI TAHSİLATLARI   | 386.920,00           | Basın, Yayın, İlan ve Abonelik Giderleri       | 61.950,00           |
| HAZİRAN 2016 AYI TAHSİLATLARI | 444.226,50           | Seminer Giderleri                              | 7.514,39            |
| TEMMUZ 2015 AYI TAHSİLATLARI  | 368.912,50           | Bilinmeyen ve Beklenmeyen Giderler             | 9.438,02            |
| AĞUSTOS 2015 AYI TAHSİLATLARI | 359.994,50           | Personel Giderleri                             | 153.244,75          |
| EYLÜL 2015 AYI TAHSİLATLARI   | 349.376,00           |                                                |                     |
| EKİM 2015 AYI TAHSİLATLARI    | 439.917,50           |                                                |                     |
| KASIM 2015 AYI TAHSİLATLARI   | 565.283,00           |                                                |                     |
| ARALIK 2015 AYI TAHSİLATLARI  | 466.029,50           |                                                |                     |
| 2015 YILI FAİZ GELİRİ         | 677.455,30           |                                                |                     |
| 2015 KUR FARKI GELİRLERİ      | 26.662,45            |                                                |                     |
| 2015 FUAR DESTEK GELİRİ       | 230.714,00           |                                                |                     |
| 2015 DİĞER GELİRLER           | 165,58               |                                                |                     |
| <b>GELİR TOPLAMI</b>          | <b>17.346.127,16</b> | <b>GİDER TOPLAM</b>                            | <b>9.309.785,61</b> |
|                               |                      | <b>GELİR-GİDER FARKI (+)</b>                   | <b>8.036.341,55</b> |

## MBTG 2016 YILI BÜTÇE PLANI

| BÜTÇE KALEMLERİ                                     | GELİRLER          | BÜTÇE KALEMLERİ                                                      | GİDERLER          |
|-----------------------------------------------------|-------------------|----------------------------------------------------------------------|-------------------|
| <b>01-EK NİSPİ ÖDEMELER (BİNDE 1)**</b>             | <b>6.640.000</b>  | <b>01-YURTDIŞI TANITIM GİDERLERİ</b>                                 | <b>7.300.000</b>  |
| <b>02-BİR ÖNCEKİ YILDAN DEVİR</b>                   | <b>7.000.000</b>  | 01.01-Yurtdışı Sergi, Fuar ve Organizasyon Giderleri                 | 3.000.000         |
| <b>03-DİĞER GELİRLER</b>                            | <b>800.000</b>    | 01.02-Temsil, Ağırılama ve Organizasyon Giderleri                    | 800.000           |
| 03.01-Mevduat Faiz Gelirleri                        | 600.000           | 01.03-Basın, Yayın, İlan ve Abonelik Giderleri                       | 100.000           |
| 03.02-Yatırım Fonu Gelirleri                        |                   | 01.04-Eğitim Giderleri                                               | 100.000           |
| 03.03-Kur Farkı Gelirleri                           |                   | 01.05-Seminer Giderleri                                              | 200.000           |
| 03.04-Bağış ve Yardımlar                            |                   | 01.06-Reklam ve İlanlar                                              | 2.500.000         |
| 03.05-Ticaret ve Alım Heyeti Organizasyon Gelirleri |                   | 01.07-Bilinmeyen, Beklenmeyen Giderler                               | 100.000           |
| 03.06-Eğitim ve Seminer Gelirleri                   |                   | 01.08-Diğer Yurtdışı Tanıtım Giderleri                               | 500.000           |
| 03.07-Özel Projeler kapsamında alınan katkı payları |                   | YURTDIŞI TANITIM GİDERLERİNİN BÜTÇE GİDERLERİ İÇERİSİNDEKİ ORANI (%) | 65,91 %           |
| 03.08-Diğer Gelirler (Fuar Destek Gelirleri)        | 200.000           | <b>02-YURTIÇI TANITIM GİDERLERİ</b>                                  | <b>500.000</b>    |
|                                                     |                   | 02.01-Yurtiçi Sergi ve Fuar Organizasyon Giderleri                   | 200.000           |
|                                                     |                   | 02.02-Reklam ve İlanlar                                              | 150.000           |
|                                                     |                   | 02.03-Diğer Yurtiçi Tanıtım Giderleri                                | 150.000           |
|                                                     |                   | YURTIÇI TANITIM GİDERLERİNİN BÜTÇE GİDERLERİ İÇERİSİNDEKİ ORANI (%)  | 4,51%             |
|                                                     |                   | <b>03-DİĞER GİDERLER(*)</b>                                          | <b>2.600.000</b>  |
|                                                     |                   | 03.01-Temsil, Ağırılama ve Organizasyon Giderleri                    | 200.000           |
|                                                     |                   | 03.02-Basın, Yayın, İlan ve Abonelik Giderleri                       | 150.000           |
|                                                     |                   | 03.03-Eğitim Giderleri                                               | 50.000            |
|                                                     |                   | 03.04-Seminer Giderleri                                              | 100.000           |
|                                                     |                   | 03.05-Yurtiçi ve Yurtdışı Seyahat Giderleri                          | 1.500.000         |
|                                                     |                   | 03.06-Bilinmeyen-Beklenmeyen Giderler                                | 100.000           |
|                                                     |                   | 03.07-Sair Giderler                                                  | 100.000           |
|                                                     |                   | 03.08-Personel Giderleri                                             | 400.000           |
|                                                     |                   | DİĞER GİDERLERİN BÜTÇE GİDERLERİ İÇERİSİNDEKİ ORANI (%)              | 23,48%            |
|                                                     |                   | <b>04-YASAL KATILIMLAR VE YÜKÜMLÜLÜKLER</b>                          | <b>675.000</b>    |
|                                                     |                   | 04.01-Türkiye Markası Tanıtımı İçin Katkı Payı                       | 675.000           |
|                                                     |                   | YURTIÇI TANITIM GİDERLERİNİN BÜTÇE GİDERLERİ İÇERİSİNDEKİ ORANI (%)  | 6,10%             |
| <b>GELİRLER TOPLAMI</b>                             | <b>14.440.000</b> | <b>GİDERLER TOPLAMI</b>                                              | <b>11.075.000</b> |
|                                                     |                   | <b>Gelir Gider Farkı</b>                                             | <b>3.365.000</b>  |
| <b>GENEL TOPLAM</b>                                 | <b>14.440.000</b> | <b>GENEL TOPLAM</b>                                                  | <b>14.440.000</b> |

(\*)İlgili tanıtım grubunun konusuna giren yurtiçi ve yurtdışına ortak hizmet verecek nitelikteki, sektör ve/veya ürün itibarıyla Türk ürünlerinin algısını geliştirme, markalaşma ve AR-GE'ye yönelik faaliyetler kapsamındaki giderler. (\*\*)2016 yılı için ihracat tahmini 2,2 milyar USD, ortalama USD Kuru 3,02 TL olarak baz alınmıştır.

## MBTG 2016 YILI EYLEM PLANI

### 01- YURTDIŞI TANITIM GİDERLERİ

Makarna Bulgur Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu (MBTG), 2016 yılında, sektörün önde gelen fuarlarına katılım sağlayacaktır. Bu fuarlarda ürün ikramları ve showların yanı sıra sponsorluk, seminer, kokteyl vb. tanıtım faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi planlanmaktadır.

MBTG'nin yıl içinde katılmayı planladığı fuarlar aşağıda sıralanmıştır:

| Gider Bütçesi: 01.01 |                                                                                 |           |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Sr                   | FUAR BİLGİLERİ                                                                  | 2016      |
| 1.                   | FOOD HOSPITALITY WORLD 2016: 21-23 Ocak 2016 – Bombay/Hindistan                 | 120.000   |
| 2.                   | TÜRKMENİSTAN TÜRK İHRAÇ ÜRÜNLERİ FUARI: 09-11 Şubat 2016 – Aşkabat/TÜRKMENİSTAN | 100.000   |
| 3.                   | GULFOOD : 21-25 Şubat 2016 – Dubai/BAE                                          | 120.000   |
| 4.                   | CICILS ULUSLARARASI BAKLİYAT KONF. KONGRESİ: Nisan-Mayıs 2016                   | 80.000    |
| 5.                   | HORECA LEBANON: 04-07 Nisan 2016 – Beyrut-LÜBNAN                                | 120.000   |
| 6.                   | SIAL CANADA: 13-15 Nisan 2016 – Montreal/KANADA                                 | 150.000   |
| 7.                   | DJAZAGRO: 18-21 Nisan 2016 – Cezayir/CEZAYİR                                    | 120.000   |
| 8.                   | SIAM-2016: 26 Nisan – 01 Mayıs 2016 – Meknes/FAS                                | 120.000   |
| 9.                   | SEOUL FOOD AND HOTEL: 10-13 Mayıs 2016 – Seul/G. KORE                           | 150.000   |
| 10.                  | THAIFEX : 25-29 Mayıs 2016 – Bangkok/TAYLAND                                    | 150.000   |
| 11.                  | AFRICA'S BIG SEVEN: Haziran 2016 – Johannesburg/G.Afrika                        | 120.000   |
| 12.                  | FANCY FOOD SUMMER : 26-28 Haziran 2016 – New York/ABD                           | 150.000   |
| 13.                  | FHW CHINA : 22-24 Eylül 2016 – Guangzhou/ÇİN                                    | 120.000   |
| 14.                  | EXPO ALIMENTARIA : 28-30 Eylül 2016 – Lima/PERU                                 | 150.000   |
| 15.                  | WORLDFOOD MOSCOW : Eylül 2016 – Moskova/RUSYA FEDERASYONU                       | 120.000   |
| 16.                  | SIAL PARIS : 16-20 Ekim 2016 – Paris/FRANSA                                     | 120.000   |
| 17.                  | FIHAV 2016 : 02-07 Kasım 2016 – Havana/KÜBA                                     | 150.000   |
| 18.                  | FOODEX SAUDI : 21-24 Kasım 2016 – Cidde/S. ARABİSTAN                            | 120.000   |
|                      | Diğer                                                                           | 720.000   |
| FUARLAR TOPLAM       |                                                                                 | 3.000.000 |

MBTG faaliyetleri çerçevesinde, fuar ve kongre katılımlarının yanı sıra Alimentaria Barcelona Fuarı'na bir heyetle katılım; Avustralya, Tanzanya, Senegal, Kamerun, Sudan, Yemen, Peru, Venezuela, Rusya Federasyonu, Çin Halk Cumhuriyeti ve ABD'ye yönelik yerinde pazar araştırması ile sektörel ticaret heyetleri ve tadım günleri düzenlenmesi öngörülmektedir.

Tanıtımı yapılan ürün gruplarının Amerikan medyasında yer alabilmesinin teminen Whole Grains Council ve Oldways işbirliğinde ABD'den nitelikli bir medya mensubu grubunun Gaziantep'te ve İstanbul'da ağırlanması planlanmaktadır.

| Gider Bütçesi: 01.02 |                                                                                      |         |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Sr                   | ORGANİZASYON BİLGİLERİ                                                               | 2016    |
| 1.                   | Yerinde pazar araştırması organizasyonları                                           | 200.000 |
| 2.                   | Sektörel Ticaret Heyeti ve tadım günleri organizasyonları                            | 400.000 |
| 3.                   | Alım heyeti, medya temsilcilerinin ve uluslararası kuruluş temsilcilerin ağırlanması | 200.000 |
| TOPLAM               |                                                                                      | 800.000 |

Ayrıca, 2013 yılında bitkisel yağ sektöründe yapılan çalıştay ve eğitim faaliyetlerinin sayısının artırılması ve tanıtım grubu kapsamındaki diğer ürünler için de düzenlenmesi öngörülmektedir. Ayrıca sektöre yönelik kongre ve seminer gibi etkinlikler de gerçekleştirilecektir.

| Gider Bütçesi: 01.04 |                                       |         |
|----------------------|---------------------------------------|---------|
| Sr                   | EĞİTİM GİDERLERİ                      | 2016    |
| 1.                   | Eğitim Giderleri                      | 100.000 |
| Gider Bütçesi: 01.05 |                                       |         |
| Sr                   | KONGRE, SEMİNER VE ÇALIŞTAY GİDERLERİ | 2016    |
| 1.                   | Kongre, Seminer ve Çalıştay Giderleri | 200.000 |

2016 yılında MBTG'nin gündem maddeleri arasında kapsamlı reklam ve tanıtım kampanyaları bulunmaktadır. Bu çerçevede Rusya Federasyonu, Amerika Birleşik Devletleri, Çin Halk Cumhuriyeti ve özellikle Arap coğrafyasında yayın yapan önemli medya kuruluşlarına reklam verilecektir.

Fuarlarla eşanlı olarak gerek Türk Hava Yolları'nın uçak içi dergisi Skylife'a gerekse ilgili ülke medyasında ve önemli fuarlara uçuş yapan ana havayolu şirketlerinin uçak içi dergilerine hem ürün tanıtımı hem fuarda yer alınmakta olduğunun bildirilmesi amacıyla ilan verilecektir.

| Gider Bütçesi: 01.06 |                                                 |           |
|----------------------|-------------------------------------------------|-----------|
| Sr                   | REKLAM ve İLANLAR                               | 2016      |
| 1.                   | Rusya Federasyonu Medyasında Yer Alacak İlanlar | 200.000   |
| 2.                   | ABD Medyasında Yer Alacak İlanlar               | 200.000   |
| 3.                   | Arap Medyasında Yer Alacak İlanlar              | 1.300.000 |
| 4.                   | Çin Medyasında Yer Alacak İlanlar               | 100.000   |
| 6.                   | Havayolu dergileri reklam ve ilanları           | 150.000   |
| 7.                   | Diğer                                           | 550.000   |
| TOPLAM               |                                                 | 2.500.000 |

## 01- YURTIÇİ TANITIM GİDERLERİ

Yurtiçinde düzenlenen önemli sergi, fuar ve organizasyonlara katılım sağlanarak ürünlerimizin besleyicilik ve sağlık değerlerine vurgu yapılacaktır.

| Gider Bütçesi: 02.01 |                                              |         |
|----------------------|----------------------------------------------|---------|
| Sr                   | YURTIÇİ SERGİ VE FUAR ORGANİZASYON GİDERLERİ | 2016    |
| 1.                   | Yurtiçi Sergi ve Fuar Organizasyon Giderleri | 200.000 |

Yurtiçi basın-yayın organlarında ürünlerimizin tanıtımı ve tüketiminin yaygınlaştırılması amacıyla reklam faaliyetlerinde bulunulacaktır.

| Gider Bütçesi: 02.02 |                                              |         |
|----------------------|----------------------------------------------|---------|
| Sr                   | YURTIÇİ SERGİ VE FUAR ORGANİZASYON GİDERLERİ | 2016    |
| 1.                   | Yurtiçi Sergi ve Fuar Organizasyon Giderleri | 150.000 |



**Eat HEALTHY, Live HEALTHY**

**Turkey**  
Discover  
the potential

**mbtg**  
Turkish Pasta, Bulgur, Pulses and  
Vegetable Oil Promotion Group

Gazimühtarpaşa Bulvarı Mücahitler Mah.  
52012 No'lu Sokak No:6 Şehitkamil  
GAZİANTEP / TURKEY

Phone: +90 342 2110500 (pbx)  
E-mail: [mbtg@mbtg.org.tr](mailto:mbtg@mbtg.org.tr)

**[mbtg.org.tr](http://mbtg.org.tr)**





## UN VE UNLU MAMULLER TANITIM GRUBU'NUN(UTG) 2015 YILI FAALİYETLERİ

### ➤ YURT DIŞI TANITIM FAALİYETLERİ

- ✓ Un ihracatında dünya lideri olan Türkiye, Un ve Unlu Mamuller Tanıtım Grubu'nun(UTG) Filipinler'de yürüttüğü tanıtım faaliyetleri kapsamında ortak çalışmalar gerçekleştirdiği Filipino-Chinese Bakery Association Inc.(FCBAI) tarafından iki senede bir organize edilen ve UTG'nin ilk defa katıldığı "FCBAI Bakery Fair 2015"te ziyaretçilerden büyük ilgi görmüştür. Filipinler'in Manila kentinde **30 Ocak-01 Şubat 2015** tarihlerinde düzenlenen ve Filipinler'de fırıncılık alanında önemli fuarlarından biri olarak kabul edilen fuara Türkiye'den Un ve Unlu Mamuller Tanıtım Grubu ile birlikte UTG tarafından bedelsiz ve eşit olarak tahsis edilen alanda info-standları yer alan 7 buğday unu ihracatçısı firma da katılmıştır.

Filipinler başta olmak üzere Filipinler'in yakın çevre ülkelerinde fırıncılık sektöründe faaliyet gösteren tüm bileşenlerden çok sayıda firma ve alıcı UTG standını ziyaret etmiştir. Ayrıca, kum sanatçısı Veysel ÇELİKDEMİR'in kum ile yaptığı gösteriler büyük ilgi toplamıştır. UTG standında Şef Sefa SABIRLI tarafından Türk ve dünya mutfağından çeşitli unlu mamuller hazırlanarak fuar ziyaretçilerine ikram edilmiştir.

Un ve Unlu Mamuller Tanıtım Grubu tarafından standı gezen ziyaretçilere Tanıtım Grubu'na ve Tanıtım Grubu kapsamındaki ürünlere ilişkin bilgiler içeren kataloglar ile Tanıtım Grubu'nun ismi ve logosu bulunan mutfak önlüğü ve çantalar dağıtılmıştır.

- ✓ Un ve Unlu Mamuller Tanıtım Grubu (UTG) Birleşik Arap Emirlikleri'nin Dubai kentinde **08-12 Şubat 2015** tarihlerinde gıda sektöründe dünyanın en önemli fuarlarından biri olan "Gulfood 2015 Fuarı"na bir info stand ile katılım sağlamıştır. UTG, bu yıl ikinci kez katıldığı fuarda

etkili bir tanıtım faaliyeti yürütmüştür. 170 ülkeden gelen katılımcı ve ziyaretçilere evsahipliği yapan fuar süresince UTG iştiğal alanında yer alan başta un olmak üzere maya, nişasta ve diğer ihraç ürünlerinin ve Türkiye'nin potansiyelinin tanıtımı gerçekleştirilmiştir. Fuarı UTG'yi temsilen UTG Üyeleri Kemal ÇAKMAK, Uğur ÇERÇİ ve İbrahim GÜZEL katılmış olup, kum sanatçısı Veysel ÇELİKDEMİR'in kum ile yaptığı gösteriler büyük ilgi toplamıştır. Fuarda info standımızı Türkiye Abu Dhabi Büyükelçisi Sayın Mustafa Levent BİLGİN, Ekonomi Bakanlığı Müsteşarı Sayın İbrahim ŞENEL ve Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdür Yardımcısı Sayın Şaban Kaan ÖZDEMİR ziyaret etmiş ve Veysel ÇELİKDEMİR'in gösterisini izlemiştir. UTG'nin standını gezen ziyaretçilere Tanıtım Grubu'na ve Tanıtım Grubu kapsamındaki ürünlere ilişkin bilgiler içeren katalog ve İngilizce yemek kitabı dağıtılırken fuar süresince çeşitli unlu mamuller fuar ziyaretçilerine ikram edilmiştir. Ayrıca, Tanıtım Grubu'nun ismi ve logosu bulunan mutfak önlüğü, çanta ve fırıncı seti dağıtılmıştır.

- ✓ UTG Türkmenistan'ın Aşgabat kentinde **10-12 Şubat 2015** tarihlerinde gerçekleştirilen "Türkmenistan Türk İhraç Ürünleri Fuarı"na bir info stand ile katılım sağlamıştır.
- ✓ 01 Mayıs-31 Ekim 2015 tarihleri arasında Milano/İtalya'da gerçekleştirilen ve ülkemizin katılımına yönelik çalışmaların Ekonomi Bakanlığı koordinasyonunda yürütüldüğü "EXPO 2015 Milano"ya Un ve Unlu Mamuller Tanıtım Grubu'nun katılımı çerçevesinde:
  - Ülkemizin katılımına yönelik çalışmaların paylaşılması ve söz konusu organizasyon kapsamında Türkiye ve Türk malı imajının tanıtımına yönelik projelerin değerlendirilmesi amacıyla Müsteşar Yardımcısı ve EXPO 2015 Milano Türkiye Komiseri Sayın Tarık SÖNMEZ başkanlığında **25 Şubat 2015** tarihinde Dış Ticaret Kompleksi/İstanbul'da yapılan toplantıya UTG'yi temsilen Tanıtım Grubu Üyesi Uğur ÇERÇİ katılım sağlamıştır.

- “EXPO Milano”da UTG’nin yürüteceği proje taslaklarının görüşülmesi amacıyla **6 Mart 2015** tarihinde Genel Sekreterliğimizde bir toplantı gerçekleştirilmiştir.
- UTG’nin yürüteceği projelerden biri olan ikramlar, sunumlar yapılmasına ilişkin olarak **9 Mart 2015** tarihinde Mutfak Sanatları Akademisi(MSA) ile İstanbul’da bir toplantı yapılmıştır.
- Şanlıurfa Müzesi’nde bir replikası bulunan Göbekli Tepe’deki tarihi kalıntıların daha küçük bir örneğinin yaptırılması ve EXPO Milano süresince sergilenmesi amacıyla Ekonomi Bakanlığı’nın Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Şanlıurfa Müzesi ile yapmış olduğu görüşmelerin sonucu olarak söz konusu replikalar UTG tarafından yaptırılmıştır.
- Replikanın ve Göbekli Tepe’nin anlatımının yapılması amacıyla hologram cihazı alınmış ve bir senaryo hazırlanarak tanıtım filminin prodüksiyon işlemleri tamamlanmıştır. Söz konusu film EXPO Milano süresince yayınlanmıştır.
- **14 Eylül 2015** tarihinde gerçekleştirilen “Milli Gün” etkinliği çerçevesinde UTG tarafından ziyaretçilere ve Türkiye’den katılan heyete Türk kahvaltısı ikram edilmiştir. Geleneksel kahvaltılıkların ikram edildiği etkinliğe başta İtalyanlar olmak üzere yabancı katılımcılar da büyük ilgi göstermiştir.

UTG’nin etkinlik programında kum sanatçısı Veysel ÇELİKDEMİR’in kum ile yaptığı gösteriler yer almıştır. Ayrıca Mutfak Sanatları Akademisi’nden Danışman Osman SERİM, UTG adına “Türk kahvesi” konulu bir konferans ve sunum gerçekleştirmiştir.

UTG, EXPO Milano’da **15-30 Eylül 2015** tarihleri arasında çeşitli etkinlikler düzenlemeye devam etmiştir. Söz konusu etkinlikler kapsamında Mutfak Sanatları Akademisi Danışmanları Aylin ÖNEY TAN ve Osman SERİM tarafından aşağıda yer alan çeşitli sunumlar ve

seminerler gerçekleştirilmiştir. Aynı zamanda, sunumlara katılan ziyaretçilere sunum sırasında hazırlanan açma, simit, mantı, tarhana çorbası, etsiz çiğ köfte, bulgur pilavı, baklava ve kadayıf ikram edilmiştir.

- Anadolu'da Ekmek Kültürü- Bread Culture in Anatolia
- "Kutlama Ekmekleri" – "Ceremonial Breads"
- Simit: Türk Sokak Yemeğinin Kralı – Simit, The King of Turkish Street Food
- Tarhana: Dünyanın İlk Hazır Çorbası – Tarhana: The First Instant Soup
- Asya'dan Anadolu'ya Mantı – From Asia to Anatolia "Mantu" to "Manti"
- Bulgur ve Buğdaylı Tatlılar – Wheat: The Grain That Started The Civilization
- Baklava: Ortadoğu'nun İmza Tatlısı – The Ultimate Middle Eastern Dessert
- Kadayıf

Bu faaliyetler için uluslararası eğitim standartlarında eğitim veren ve T.C. Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı bir özel okul olmasının yanı sıra dünyanın en büyük akreditasyon kurumlarının başında gelen İngiltere kökenli City & Guilds tarafından onaylı Türkiye'deki tek aşçılık okulu olan Mutfak Sanatları Akademisi ile birlikte çalışılmıştır.

- **25 Ekim 2015** tarihinde gerçekleştirilen "kapanış günü" etkinliği çerçevesinde kum sanatçısı Veysel ÇELİKDEMİR tarafından un ve kum ile gösteriler yapılmıştır. Söz konusu gösteriler EXPO ziyaretçileri tarafından ilgiyle izlenmiştir.
- ✓ UTG'nin Filipinler'de yürütmekte olduğu tanıtım faaliyetleri kapsamında Filipinler'in Türkiye'nin un ihracatındaki yerini geliştirerek adı geçen ülkede Türk buğday unu açısından fark yaratmak amacıyla Filipino-

Chinese Bakery Association Inc (FCBAI) ile yürütülen ortak faaliyet kapsamında Filipinli fırıncılara yönelik Türk mutfağından unlu mamuller yapımına ilişkin eğitimler düzenlenmiştir. **17-22 Mart 2015** tarihleri arasında Filipinler/Manila’da “Filipinli fırıncılar”a Türk unu ile –özellikle Türk mutfağına özgü- unlu mamuller yapımına yönelik eğitimler gerçekleştirilmiştir. Bahse konu eğitimler çerçevesinde 19-20 Mart 2015 ve 21-22 Mart 2015 tarihlerinde iki ayrı Filipinli fırıncılar/pastacılık sektöründe faaliyet gösteren şeflere, FCBAI’nın binasında yer alan eğitim alanında Hacettepe Üniversitesi Gıda Mühendisliği Bölümü’nden Prof. Dr. Hamit KÖKSEL ve Türkiye’den Şef Emin AYDEMİR tarafından teorik ve pratik eğitimler verilmiştir.

İkişer günlük eğitimlerin ilk gününün başlangıcında “ekmekçilik bilimi ve teknolojisi”, “ekmekçilikte kullanılan girdilerin özellikleri ve son ürün kalitesi üzerine etkileri”, “laboratuvarda yapılan un analizlerinin yorumlanması ve son ürün kalitesi ile ilişkilendirilmesi ve çeşitli Türk unlarının kalite özellikleri ve bazı unlu mamullerde kullanımları” konularında Prof. Hamit KÖKSEL tarafından teorik bilgiler paylaşılmıştır. Sonrasında, bahse konu eğitimlere katılan kursiyerlere Türk mutfağından Türk ekmeği, simit(pastane ve sokak simiti), gözleme(farklı iç malzemeler ile), poğaça(farklı iç malzemeler ile), ponçik, paskalya çöreği, şekerpare, revani, havuçlu kek, un kurabiyesi, Bursa lokumunun yapılışına dair Şef Emin AYDEMİR tarafından pratik eğitim verilmiştir.

Anılan eğitimlerin ikinci gününün sonunda her iki grubun katılımcılarına ayrı ayrı 3'er adet stand mikseri çekilişle hediye edilmiş ve tüm kursiyerlere fırıncılık/pastacılık ile ilgili küçük araç-gereçler armağan edilirken sertifikaları da takdim edilmiştir.

Filipinler’de gerçekleştirilmesi planlanan çok sayıda eğitimin başlangıcı olan 19-20 Mart 2015 ve 21-22 Mart 2015 tarihlerindeki eğitimler, ciddi sayıda fırıncının Türk ununun kalitesi hakkında fikir sahibi olmasını ve Türk mutfağından çok sayıda ürünün üretimi konusunda da pratik

deneyim kazanmasını sağlamıştır. Ayrıca, bahse konu eğitimlerin ortaklaşa gerçekleştirildiği Filipino-Chinese Bakery Association Inc. Yönetim Kurulu Başkanı Winston YU ve Yönetim Kurulu üyelerinin önemli bir kısmı, ilk grubun eğitimine iki gün boyunca yoğun katılım sağlamış ve bu eğitimlerin başlangıç olması yönündeki temennilerini yenileyerek anılan eğitimler hususundaki olumlu görüşlerini paylaşmıştır. Eğitim için gerekli koordinasyonun sağlanmasında da daha önce Türkiye'ye gelerek eğitim alan Filipinli fırıncılar/şefler kapsamında Carla Leopoldo VALENCIA ve Catherine G. BLAS-YU ile FCBAI yetkilisi fırıncı/şef Irene TING'in önemli katkısı olmuştur.

- ✓ Endonezya'nın Cakarta kentinde **15-18 Nisan 2015** tarihlerinde bu yıl 13. defa gerçekleştirilen "Food&Hotel Indonesia 2015 Fuarı"na bir info stand ile katılım sağlanmıştır. UTG, bu yıl ilk defa katıldığı fuarda etkili bir tanıtım faaliyeti yürütmüştür. Türkiye dahil 35 ülkeden gelen katılımcı ve ziyaretçilere ev sahipliği yapan fuar süresince UTG iştirak alanında yer alan başta un olmak üzere maya, nişasta ve diğer ihrac ürünlerinin ve Türkiye'nin potansiyelinin tanıtımı gerçekleştirilmiştir. Fuara UTG'yi temsilen UTG Üyesi İbrahim GÜZEL katılmış olup, kum sanatçısı Veysel ÇELİKDEMİR'in kum ile yaptığı gösteriler büyük ilgi toplamıştır. Fuarda info standımızı T.C. Cakarta Büyükelçisi Sayın Zekeriya AKÇAM ziyaret etmiş ve Veysel ÇELİKDEMİR'in gösterisini izlemiştir. UTG'nin standını gezen ziyaretçilere Tanıtım Grubu'na ve Tanıtım Grubu kapsamındaki ürünlere ilişkin bilgiler içeren katalog ve İngilizce yemek kitabı dağıtılırken fuar süresince çeşitli unlu mamuller fuar ziyaretçilerine ikram edilmiştir. Ayrıca, Tanıtım Grubu'nun ismi ve logosu bulunan mutfak önlüğü, çanta ve fırıncı seti dağıtılmıştır.
- ✓ UTG, Vietnam'ın Ho Chi Minh City kentinde **20-22 Mayıs 2015** tarihlerinde düzenlenen "FI Vietnam 2015 Fuarı"na ilk kez bir info stand ile katılım sağlamıştır. Avustralya, Çin, Almanya, Hindistan, Endonezya, Japonya, Malezya, Filipinler, Singapur, Tayland gibi ülkelere firmaların katılım gerçekleştirdiği fuar süresince UTG iştirak alanında yer alan başta

un olmak üzere maya, nişasta ve diğer ihrac ürünlerinin ve Türkiye'nin potansiyelinin tanıtımı gerçekleştirilmiştir. UTG Üyesi Eren Günhan ULUSOY ve Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreteri Özkan AYDIN'ın katıldığı fuarda info standımızı ziyaret eden ziyaretçilere İngilizce hazırlanan ve tatlı ve tuzlu unlu mamuller tariflerini içeren yemek kitabı ile sektörü tanıtan katalog dağıtıldı ve fuar süresince çeşitli unlu mamuller fuar ziyaretçilerine ikram edilmiştir. Ayrıca, Tanıtım Grubu'nun ismi ve logosu bulunan mutfak önlüğü, çanta ve fırıncı seti dağıtılmıştır.

- ✓ Tayland'ın Bangkok kentinde **20-24 Mayıs 2015** tarihlerinde gerçekleştirilen ve bu yıl 11.'si düzenlenen "THAIFEX-World of Food Asia 2015 Fuarı"na Türkiye başta olmak üzere Brezilya, Kamboçya, Çin, Endonezya, İtalya, Japonya, Kore, Filipinler, Singapur gibi 32 ülkeden gıda sektöründe faaliyet gösteren yaklaşık 1.500 firma ve 30 bini aşkın ziyaretçi katılmıştır.

Sektörünün Güneydoğu Asya'daki en önemli fuarı niteliği taşıyan ve Türkiye'nin partner ülke olduğu fuara Orta Anadolu Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği 13 firma ve 4 Tanıtım Grubu ile milli katılım organizasyonu gerçekleştirmiştir.

21 Mayıs 2015 akşamı T.C. Bangkok Büyükelçisi Sayın Osman Bülent TULUN tarafından fuar katılımcılarına Büyükelçilik'te bir resepsiyon verilmiştir. Orta Anadolu Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu, Un ve Unlu Mamuller Tanıtım Grubu temsilcileri ve Genel Sekreterlik personeli resepsiyonda hazır bulunmuştur.

Un ve Unlu Mamuller Tanıtım Grubu'nun standı fuarın resmi açılışının ardından Tayland Başbakanı Sayın Prayut Chan-o-CHA, T.C. Bangkok Büyükelçisi Sayın Osman Bülent TULUN, Ticaret Müşaviri Sayın Nesrin GÜNDOĞAN ÜZER ve birçok bürokrat tarafından ziyaret edilmiştir. UTG

Başkanı Turgay ÜNLÜ, Sayın Prayut Chan-o-CHA'a UTG hakkında bilgi vererek Türkiye kitabı ve çini tabak hediye etmiştir.

UTG'nin standında birçok etkinlik gerçekleştirilmiştir. Şef Emin AYDEMİR tarafından kurabiye, börek, poğaça vb. unlu mamul ürünleri hazırlanarak ziyaretçilere ikram edilmiştir ve gösteri yapılmıştır. Ayrıca kum sanatçısı Veysel ÇELİKDEMİR'in kum ile yaptığı gösterilere ziyaretçiler büyük ilgi göstermiştir. UTG'nin standını gezen ziyaretçilere, Tanıtım Grubu'na ve Tanıtım Grubu kapsamındaki ürünlere ilişkin bilgiler içeren kataloglar dağıtılırken fuar süresince çeşitli unlu mamuller ikram edilmiştir ve Tanıtım Grubu'nun ismi ve logosu bulunan mutfak önlüğü ve çantalar dağıtılmıştır.

- ✓ Filipinler'de yürütmekte olan tanıtım faaliyetleri kapsamında Filipinler'in Türkiye'nin un ihracatındaki yerini geliştirerek adı geçen ülkede Türk buğday unu açısından fark yaratmak amacıyla Filipinler'in önemli yemek yazarları/bloggerlarına yönelik olarak Türk mutfağından unlu mamullerin yapılmasına ilişkin bir seminer düzenlenmiştir.

**23 Haziran 2015** tarihinde Filipinler/Manila'da "Filipinli yemek yazarları/bloggerlar" için Türk mutfağına özgü unlu mamul yapımına yönelik eğitim gerçekleştirilmiştir. Bahse konu seminer çerçevesinde katılımcılara, Filipino-Chinese Bakery Association Inc.'in binasında yer alan eğitim alanında Hacettepe Üniversitesi Gıda Mühendisliği Bölümü'nden Prof. Dr. Hamit KÖKSEL ve Türkiye'den Şef Emin AYDEMİR tarafından teorik ve pratik eğitimler verilmiştir.

Bahse konu eğitimlerin Anadolu topraklarının buğdayın anavatanı olması, buğdayın işlenmesine ve un üretimine ilişkin genel bilgileri içeren konularda Prof. Hamit KÖKSEL tarafından teorik bilgiler paylaşılmıştır.

Sonrasında, bahse konu eğitime katılan kursiyerlere Türk mutfağından Türk ekmeği, simit(pastane ve sokak simiti), gözleme(farklı iç malzemeler

ile), poğaça(farklı iç malzemeler ile) ve paskalya çöreği yapılışına dair Şef Emin AYDEMİR tarafından pratik eğitim verilmiştir.

Anılan seminerin sonunda katılımcılara Türkiye’den getirilen hediyeler armağan edilirken sertifikaları da takdim edilmiştir.

**24-25 Haziran 2015** tarihleri arasında Filipinler/Manila’da “Filipinli fırıncılar”a yönelik olarak Türk (hard) unu ile Filipinler’de yaygın olarak tüketilen unlu mamuller ile Türk mutfağından birkaç tane unlu mamul yapımının gösterildiği eğitimler gerçekleştirilmiştir. Bahse konu eğitimler çerçevesinde 24 Haziran 2015 ve 25 Haziran 2015 tarihlerinde iki ayrı Filipinli fırıncılar/pastacılık sektöründe faaliyet gösteren şeflere, FCBAI’nın binasında yer alan eğitim alanında Hacettepe Üniversitesi Gıda Mühendisliği Bölümü’nden Prof. Dr. Hamit KÖKSEL ve Türkiye’den Şef Emin AYDEMİR tarafından teorik ve pratik eğitimler verilmiştir.

Bahse konu eğitimlerin başlangıcında “ekmekçilik bilimi ve teknolojisi”, “ekmekçilikte kullanılan girdilerin özellikleri ve son ürün kalitesi üzerine etkileri”, “laboratuvarda yapılan un analizlerinin yorumlanması ve son ürün kalitesi ile ilişkilendirilmesi ve çeşitli Türk unlarının kalite özellikleri ve bazı unlu mamullerde kullanımları” konularında Prof. Hamit KÖKSEL tarafından teorik bilgiler paylaşılmıştır.

Sonrasında, eğitimlere katılan kursiyerlere Filipinler’de yaygın tüketimi bulunan “pandesal” ve “loaf bread(tost ekmeği)”nin “Türk (hard) unu” ile iyi yapıldığının gösterilmesine dair Şef Emin AYDEMİR tarafından pratik eğitim verilmiştir. Ayrıca, Şef Emin AYDEMİR kursiyerlere Türk mutfağından da bazı unlu mamul tarifleri göstermiştir.

Anılan eğitimlerin sonunda her iki grubun katılımcılarına fırıncılık/pastacılık ile ilgili küçük araç-gereçler armağan edilirken sertifikaları da takdim edilmiştir.

İlki 19-22 Mart 2015 tarihleri arasında Filipinler’de gerçekleştirilen eğitimlerin devamı niteliğindeki ikinci eğitim dizisi, ciddi sayıda fırıncının Türk (hard) ununun kalitesi hakkında fikir sahibi olmasını ve Filipinler için çok önem taşıyan unlu ürünlerin Türk unu ile de istenilen şekilde üretilebileceğini görmesini sağlamıştır. Bu eğitim programlarının ülkemizden Filipinler’e yapılmakta olan un ve maya ihracatını olumlu yönde etkilemesi beklenmektedir.

Ayrıca, bahse konu eğitimlerin ortaklaşa gerçekleştirildiği Filipino-Chinese Bakery Association Inc.’in eski Yönetim Kurulu Başkanı Henry AH ile şu anki Yönetim Kurulu’nun bazı üyeleri, gerek eğitimlere katılarak gerekse esirgemedikleri ilgileri ile desteklerini göstermiştir. Eğitim için gerekli koordinasyonun sağlanmasında da daha önce Türkiye’ye gelerek eğitim alan Filipinli fırıncılar/şefler kapsamında Carla Leopoldo VALENCIA ve Catherine G. BLAS-YU ile FCBAI yetkilisi fırıncı/şef Irene TING’in önemli katkısı olmuştur.

- ✓ ABD’nin New York kentinde **28-30 Haziran 2015** tarihlerinde gerçekleştirilen “Summer Fancy Food Show Fuarı”na bu yıl ikinci kez info stand ile katılım gerçekleştirilmiştir.

Fuara, Türkiye başta olmak üzere Arjantin, Avusturya, Kanada, Fransa, Almanya, Yunanistan, Meksika, Hollanda ve İngiltere gibi 50 ülkeden gıda sektöründe faaliyet gösteren yaklaşık 2.500 firma ve 25 bini aşkın ziyaretçi katılmıştır. İtalya’nın partner ülke olduğu fuara Ege İhracatçı Birliği 49 firma ve 3 Tanıtım Grubu ile milli katılım organizasyonu gerçekleştirmiştir.

Fuar süresince Tanıtım Grubu iştigal alanında yer alan başta un olmak üzere maya, nişasta ve diğer ihraç ürünlerinin ve Türkiye’nin potansiyelinin tanıtımı gerçekleştirilmiştir. Un ve Unlu Mamuller Tanıtım Grubu tarafından info standı gezen ziyaretçilere İngilizce hazırlanan ve tatlı ve tuzlu unlu mamuller tariflerini içeren yemek kitabı ile sektörü

tanıtım katalog dağıtılmış ve fuar süresince çeşitli unlu mamuller fuar ziyaretçilerine ikram edilmiştir. Ayrıca, Tanıtım Grubu'nun ismi ve logosu bulunan mutfak önlüğü, çanta ve fırıncı seti dağıtılmıştır. Kum sanatçısı Veysel ÇELİKDEMİR'in un ve kum ile yaptığı gösterilere ziyaretçiler büyük ilgi göstermiştir.

UTG'nin info standını Türkiye New York Başkonsolosu Sayın Ertan YALÇIN ve New York Ticaret Müşaviri Sayın Mustafa Ali YURDUPAK ziyaret etmiştir.

- ✓ **03 Ağustos 2015** tarihinde Genel Sekreterliğimizde Filipinler'e buğday unu ihracatı yapan firmaların katılımıyla UTG'nin Filipinler'de yürüttüğü tanıtım faaliyetleri ile buğday unu anti-damping soruşturmasına ilişkin son gelişmelerin değerlendirildiği bir toplantı düzenlenmiştir.
- ✓ Brezilya'nın Sao Paulo kentinde Transamérica Expo Center'da **25-27 Ağustos 2015** tarihlerinde gerçekleştirilen "Food Ingredients South America 2015 Fuarı"na Türkiye başta olmak üzere Brezilya, Çin, Meksika, Peru ve Fransa'dan 190 firma katılım sağlamıştır.

UTG, bu yıl ilk kez katıldığı fuara Tanıtım Grubu iştiğal alanında ihracat gerçekleştiren ve UTG tarafından ücretsiz stand alanı tahsis edilen 11 firma ile katılım sağlamıştır. Fuarda başta un olmak üzere maya, nişasta ve diğer ihraç ürünleri için Türkiye'nin ihracat potansiyelinin tanıtımı gerçekleştirilmiştir.

Fuarın açılışından önce 24 Ağustos 2015 tarihinde fuara katılan ihracatçılarımız ve Brezilyalı alıcı firmalar ve sektörel dernek temsilcilerini biraraya getirmek amacıyla UTG organizasyonu ve Sao Paulo Baş Konsoloslugu koordinasyonunda ikili iş görüşmeleri düzenlenmiştir. Anılan organizasyon kapsamında fuara katılan ihracatçılarımız ve görüşmelere katılan Brezilyalı alıcılar/dernek temsilcileri için bir öğle yemeği verilmiştir.

UTG heyeti fuarın ikinci gününde FIESP (Federation Of The Industries Of The State Of Sao Paulo) yetkilileri ile biraraya gelerek sektörde iki ülke arasındaki ticari ilişkilerin geliştirilmesi adına görüşmeler gerçekleştirmiştir.

UTG Başkanı Turgay ÜNLÜ, Başkan Yardımcısı Nurettin DEMİRPOLAT, üyeler Orhan İLHAN, Uğur ÇERÇİ, İbrahim GÜZEL, Eren Günhan ULUSOY ve Çalışma Komitesi üyesi Yüksel TEZCAN'ın katıldığı fuarda info standımızı Sao Paulo Baş Konsolosu Sayın Mehmet Özgün ARMAN ve Sao Paulo Ticaret Ataşesi Sayın Caner SANNAV ziyaret etmiştir.

UTG tarafından info standı gezen ziyaretçilere Portekizce ve İngilizce dillerinde hazırlanan ve tatlı ve tuzlu unlu mamuller tariflerini içeren yemek kitabı ile sektörü tanıtan katalog dağıtılmıştır. Aynı zamanda, fuar süresince çeşitli unlu mamuller fuar ziyaretçilerine ikram edilmiş ve Tanıtım Grubu'nun ismi ve logosu bulunan mutfak önlüğü, çanta ve fırıncı seti dağıtılmıştır. Kum sanatçısı Veysel ÇELİKDEMİR'in kum ile yaptığı gösterilere ziyaretçiler büyük ilgi göstermiştir. Ayrıca UTG'nin standında Şef Emin AYDEMİR tarafından kurabiye, börek, poğaça vb. unlu mamul ürünleri hazırlanarak ziyaretçilere ikram edilmiş ve şov yapılmıştır.

- ✓ Tayland'ın Bangkok kentinde **09-11 Eylül 2015** tarihlerinde gerçekleştirilen ve bu yıl yirmincisi düzenlenen "Food Ingredients Asia 2015 Fuarı"na Türkiye başta olmak üzere Çin, Japonya, Almanya, Hindistan, Endonezya, Filipinler, Singapur, Tayvan, ABD ve Vietnam gibi 44 ülkeden gıda sektöründe faaliyet gösteren yaklaşık 650 firma ve 15 bini aşkın ziyaretçi katılmıştır. UTG, bu yıl ilk kez katıldığı fuarda başta un olmak üzere maya, nişasta ve Tanıtım Grubu iştigal alanındaki diğer ihraç ürünlerine ilişkin Türkiye'nin ihracat potansiyelinin tanıtımını gerçekleştirmiştir. UTG tarafından info standı gezen ziyaretçilere İngilizce hazırlanan ve tatlı ve tuzlu unlu mamuller tariflerini içeren yemek kitabı

ile sektörü tanıtan katalog dağıtılmıştır. Aynı zamanda, fuar süresince çeşitli unlu mamuller fuar ziyaretçilerine ikram edilmiş ve Tanıtım Grubu'nun ismi ve logosu bulunan mutfak önlüğü, çanta ve fırıncı seti dağıtılmıştır.

- ✓ Almanya'nın Köln kentinde Koelnmesse fuar alanında **10-14 Ekim 2015** tarihlerinde 33.sü gerçekleştirilen "ANUGA 2015 Fuarı"na 108 ülkeden 7.000'i aşkın firma katılım sağlamıştır. İstanbul Ticaret Odası tarafından gıda sektörünün çeşitli alanlarında faaliyet gösteren toplam 230 firmanın katılımıyla Türkiye'nin milli katılım organizasyonu gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, fuara Türkiye'den 50 firma da bireysel katılım göstermiştir. Böylece Almanya, İtalya, İspanya ve Çin'den sonra Türkiye fuara en fazla katılım gösteren 5. ülke olmuştur. Dünyanın en önemli gıda fuarı olan ANUGA'yı 192 ülkeden ve %68'i Almanya dışından olmak üzere toplam 160.000 ziyaretçi ziyaret etmiştir. Türkiye'den 2'si bireysel katılım ile olmak üzere toplam 14 buğday unu ihracatçısı firma ANUGA Fuarı'nda yerini almıştır.

UTG, ilk kez katıldığı fuarda iştiğal alanında yer alan başta un olmak üzere maya, nişasta ve diğer ihraç ürünlerinin ve Türkiye'nin potansiyelinin tanıtımını gerçekleştirmiştir. UTG Başkanı Turgay ÜNLÜ, UTG Başkan Yardımcısı Nurettin DEMİRPOLAT, UTG Yönetim Kurulu Üyeleri Adnan HEKİMOĞLU ve İbrahim GÜZEL'in katıldığı fuarda info standımız T.C. Köln Başkonsolosu Sayın Hüseyin Emre ENGİN tarafından ziyaret edilmiştir.

UTG tarafından info standı gezen ziyaretçilere İngilizce hazırlanan ve tatlı ve tuzlu unlu mamuller tariflerini içeren yemek kitabı ile sektörü tanıtan katalog dağıtılmıştır. Aynı zamanda, fuar süresince UTG standında hazırlanan çeşitli unlu mamuller fuar ziyaretçilerine ikram edilmiştir. Ayrıca, Tanıtım Grubu'nun ismi ve logosu bulunan mutfak önlüğü, çanta ve fırıncı seti dağıtılmıştır. Kum sanatçısı Veysel ÇELİKDEMİR'in kum ile yaptığı gösterilere ziyaretçiler büyük ilgi göstermiştir.

- ✓ UTG'nin, Filipinler'de yürütmekte olduğu tanıtım faaliyetleri kapsamında, Filipinler'in Türkiye'nin un ihracatındaki yerini geliştirerek adı geçen ülkede Türk buğday unu açısından fark yaratmak amacıyla üç Filipinli fırında Türk (hard) unu ile Filipinler'de yaygın olarak tüketilen ürünlerin yapımına ilişkin denemeler gerçekleştirmiştir. Bu çerçevede, **03-06 Kasım 2015** tarihleri arasında Filipinler/Manila'da farklı bölgelerde ve farklı büyüklüklerdeki üç fırında Filipinler'de yaygın olarak tüketilen "pandesal", "loaf bread(tost ekmeği)" ve "monay" gibi unlu mamullerin Türk (hard) unu ile yapımına yönelik denemeler düzenlenmiştir. Bahse konu denemeler kapsamında, 04 Kasım 2015 tarihinde Burgena Bakeshop, 05 Kasım 2015 tarihinde Soliman Bakery ve 06 Kasım 2015 tarihinde Tristan Jay Bakeshop'ta Hacettepe Üniversitesi Gıda Mühendisliği Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. Hamit KÖKSEL ve Şef Emin AYDEMİR'in gözetiminde söz konusu fırın sahipleri/ustaları tarafından Türk (hard) unu kullanılarak anılan fırınların en gözde ürünleri pişirilmiştir. Bahse konu denemelere katılan UTG Heyeti her üç fırında da ilgiyle karşılanmış ve denemelerin sonucunda tüm fırıncılar ve fırınların ustaları Türk (hard) ununa ilişkin övgülerini dile getirmiştir.

Ayrıca, 06 Kasım 2015 tarihinde UTG heyeti, Filipinler paket ekmek pazarının en önemli firmalarından biri olan Gardenia Bakeries (Phils.), Inc. firmasının üst düzey yetkilileri ile bir görüşme gerçekleştirmiştir.

İlki 19-22 Mart 2015 tarihleri arasında ve ikincisi 24-25 Haziran 2015 tarihleri arasında Filipinler'de gerçekleştirilen fırıncılar eğitimlerinin devamı niteliğindeki söz konusu denemeler, Filipinli fırıncıların kendi fırınlarının koşullarında, kendi pişirme yöntemleri kullanarak Türk (hard) ununun kalitesi hakkında fikir sahibi olmasını ve Filipinler için çok önem taşıyan unlu ürünlerin Türk unu ile de istenilen şekilde üretilbileceğini görmesini sağlamıştır.

Ayrıca, anılan fırınların ayarlanmasında Filipino-Chinese Bakery Association Inc.'in desteği oldukça etkili olmuş, denemeler öncesi ve denemeler sırasında gerekli koordinasyonun sağlanmasında da daha önce Türkiye'ye gelerek eğitim alan Filipinli fırıncılar/şefler Carla Leopoldo VALENCÍA ve Catherine G. BLAS-YU önemli katkıda bulunmuştur.

- ✓ Fransa'nın Paris kentinde Paris Nord Villepinte fuar alanında **01-03 Aralık 2015** tarihlerinde düzenlenen "FI Europe & NI 2015 Fuarı"na çok sayıda ülkeden 1.400'ü aşkın firma ve çok sayıda ziyaretçi katılım sağlamıştır.

Dünyanın önemli gıda fuarlarından biri olma özelliğini taşıyan ve Türkiye'nin un ihracatında önemli yeri olan Afrika pazarı ile temas için önemli bir fırsat olan fuara ziyaretçiler yoğun ilgi göstermiştir.

UTG, ilk kez katıldığı fuarda iştigal alanında yer alan başta un olmak üzere maya, nişasta ve diğer ihraç ürünlerinin ve Türkiye'nin potansiyelinin tanıtımını gerçekleştirmiştir. UTG Başkanı Turgay ÜNLÜ, UTG Başkan Yardımcısı Nurettin DEMİRPOLAT ve UTG Üyeleri Adnan HEKİMOĞLU ve Uğur ÇERÇİ'nin katıldığı fuarda info standımızı Paris Ticaret Başmüşaviri Sayın Müge VAROL ILICAK ziyaret etmiştir.

UTG tarafından info standı gezen ziyaretçilere Fransızca ve İngilizce dillerinde hazırlanan ve tatlı ve tuzlu unlu mamuller tariflerini içeren yemek kitabı ile sektörü tanıtan katalog ve Tanıtım Grubu'nun ismi ve logosu bulunan mutfak önlüğü, çanta ve fırıncı seti dağıtılmıştır.

Kum sanatçısı Veysel ÇELİKDEMİR'in kum ile yaptığı gösterilere ziyaretçiler büyük ilgi göstermiştir. Aynı zamanda, UTG'nin standında Şef Aşçı Emin AYDEMİR tarafından kurabiye, börek, simit, poğaç vb. unlu mamul ürünleri hazırlanarak ziyaretçilere ikram edilmiştir ve şov yapılmıştır.

## ➤ YURT İÇİ TANITIM FAALİYETLERİ

- ✓ **16-19 Nisan 2015** tarihleri arasında Mardin’de düzenlenen “MAGROTEX 2015–Mezopotamya Tarım Ekipmanları Gıda ve Hayvancılık Fuarı”na info stand ile katılım sağlanmıştır. Söz konusu fuarda tarım makineleri, tohum, sulama ekipmanları, gübre, ilaçlama, gıda, gıda makineleri, bankalar, arıcılık, proje şirketleri, un, bulgur, makama, ırmik, şekerleme gibi sektörle ilgili kurum ve kuruluşların standları yer almıştır. Standı gezen ziyaretçilere UTG ve Tanıtım Grubu kapsamındaki ürünlere ilişkin bilgiler içeren kataloglar dağıtılmıştır. Ayrıca, Tanıtım Grubu'nun ismi ve logosu bulunan mutfak önlüğü ve çantalar fuar ziyaretçilerine sunulmuştur.
- ✓ **13-15 Mayıs 2015** tarihlerinde İstanbul Kongre Merkezi'nde(ICC) düzenlenen ve bu yıl üçüncü defa gerçekleştirilen “FI İstanbul 2015 Gıda Bileşenleri, Çözümleri, Yardımcı ve Katkı Maddeleri Fuarı”na ilk defa bir info stand ile katılım sağlanmıştır. Türkiye dışında birçok ülkeden gıda sektöründe faaliyet gösteren yaklaşık 200 firma fuarda yerini almıştır. UTG standında Türk mutfağından çeşitli unlu mamuller fuar ziyaretçilerine ikram edilmiş, standı gezen ziyaretçilere Tanıtım Grubu'na ve Tanıtım Grubu kapsamındaki ürünlere ilişkin bilgiler içeren katalog ve Türk mutfağından unlu mamuller tarifleri yer alan yemek kitabı ile Tanıtım Grubu'nun ismi ve logosu bulunan mutfak önlüğü ve çantalar dağıtılmıştır.
- ✓ **14-16 Mayıs 2015** tarihlerinde bu yıl ilk defa gerçekleştirilen “ANUFOOD Eurasia 2015 Fuarı”na katılım sağlanmıştır. İstanbul’da düzenlenen ve ANUGA tarafından desteklenen fuara Türkiye’den UTG’nin yanı sıra gıda sektöründe faaliyet gösteren çok sayıda ihracatçı/üretici firma da katılım göstermiştir. Türkiye dışında 28 ülkeden gıda sektöründe faaliyet gösteren toplam 212 firma fuarda yerini almıştır. UTG standında Türk mutfağından çeşitli unlu mamuller fuar ziyaretçilerine ikram edilmiştir. Standı gezen ziyaretçilere Tanıtım Grubu'na ve Tanıtım Grubu

kapsamındaki ürünlere ilişkin bilgiler içeren katalog ve Türk mutfağından unlu mamuller tarifleri yer alan yemek kitabı ile Tanıtım Grubu'nun ismi ve logosu bulunan mutfak önlüğü ve çantalar dağıtılmıştır.

➤ **DİĞER FAALİYETLER**

- ✓ **27 Temmuz 2015** tarihinde Ekonomi Bakanlığı Müsteşarı İbrahim ŞENEL başkanlığında gerçekleştirilen VII. Sektörel Tanıtım Grupları Koordinasyon Toplantısı'na Tanıtım Grubu'nu temsilen UTG Başkanı Turgay ÜNLÜ katılım sağlamıştır.
- ✓ **23 Ekim 2015** tarihinde Ekonomi Bakanlığı'nda dönemin İhracat Genel Müdürü Sayın Veysel PARLAK başkanlığında gerçekleştirilen "Un ve Unlu Mamuller Tanıtım Grubu'nun 2016 yılı tahmini bütçesi ve faaliyetlerinin görüşüldüğü toplantıya Tanıtım Grubu Başkanı Turgay ÜNLÜ, Başkan Yrd. Nurettin DEMİRPOLAT, UTG Üyeleri Adnan HEKİMOĞLU ve İbrahim GÜZEL ile Genel Sekreterliğimiz yetkilileri katılmıştır.
- ✓ Gıda Teknoloji Dergisi, UTG adına Başkan Turgay ÜNLÜ ile bir röportaj gerçekleştirmiştir.
- ✓ TİM Report Dergisi'nin Mart, Nisan, Ağustos ve Kasım ayı sayılarında yayımlanmak üzere UTG adına Başkan Turgay ÜNLÜ ile bir röportaj gerçekleştirilmiştir.
- ✓ Capital Dergisi UTG adına Başkan Turgay ÜNLÜ ile bir röportaj gerçekleştirmiştir.
- ✓ TİM İhracat İlk 1000 Türkiye Performans Kiti için UTG değerlendirme yazısı hazırlanmıştır.
- ✓ UTG'nin Türkçe ve İngilizce logolarının marka tescil işlemleri tamamlanmış olup, marka belgeleri alınmıştır.

- ✓ UTG'nin web sitesi yeni tasarım, yazılım ve içerikleri ile hizmete açılmıştır.
- ✓ Endonezya'da yürütülen PR çalışmalarına yönelik olarak daha önce hizmet alınan Fortune PR firmasından danışmanlık hizmeti alınmıştır. Bu çerçevede, basın bültenleri hazırlanarak basına servis edilmiştir.
- ✓ Katılım sağlanan fuarlarda info-standımızda kum sanatı gösterisi için kum sanatçısı Veysel ÇELİKDEMİR'den hizmet alınmış olup, kum ve un ile yapılan gösteriler ziyaretçiler tarafından yoğun ilgi görmüştür.
- ✓ Stratejik danışmanlık hizmeti alınmasına devam edilmiştir.
- ✓ Sektörde kalite geliştirme, teknik problemlere yönelik araştırma yapma ve çözüm geliştirme, sektörün rekabetçiliğini arttırıcı yöntemleri geliştirme ve uygulamaya alma konusunda Ar-Ge çalışmaları yapma, Tanıtım Grubunun yürüteceği PR çalışmaları, eğitim projelerinin yürütülmesi vb. konularda danışmanlık hizmeti alınmıştır.
- ✓ "Buğday Unu Sektör Raporu" güncellenerek web sayfalarımızda üyelerin hizmetine sunulmuştur.
- ✓ Un ve Unlu Mamuller Tanıtım Grubu kapsamına giren ürünlerin ihracat kayıtları her ay ülkelere göre kümülatif olarak takip edilmiştir. Ayrıca UTG İngilizce ve Türkçe web sitelerinde ilgili ürünlerin dış ticaret verileri aylık olarak güncellenmiştir.
- ✓ Sosyal medya mecralarında yer alan UTG hesapları üzerinden tanıtım faaliyetleri yürütülmüştür.

## UN VE UNLU MAMULLER TANITIM GRUBU (UTG)'NUN 2016 YILI ÇALIŞMA PROGRAMI

### ➤ YURTDIŞI TANITIM FAALİYETLERİ

- ✓ 2016 yılında info stand ile katılım gerçekleştirilmesi ve/veya tanıtım faaliyetleri düzenlenmesi planlanan uluslararası fuarlar aşağıda sıralanmaktadır:

| Fuar Adı                                 | Ülke/Şehir           | Tarihi             |
|------------------------------------------|----------------------|--------------------|
| 7.Türkmenistan Türk İhraç Ürünleri Fuarı | Türkmenistan/Aşkabat | 9-11 Şubat 2016    |
| Gulfood 2016 Fuarı                       | Dubai/B.A.E.         | 21-25 Şubat 2016   |
| 19. Mostar Uluslararası Ekonomi Fuarı    | Mostar/Bosna-Hersek  | 12-16 Nisan 2016   |
| APAS Brazil 2106 Fuarı                   | Sao Paulo/Brezilya   | 02-05 Mayıs 2016   |
| THAIFEX 2016 Fuarı                       | Bangkok/Tayland      | 25-29 Mayıs 2016   |
| Summer Fancy Food Show 2016              | New York/ABD         | 26-28 Haziran 2016 |
| Gana 1. Türk İhraç Ürünleri Fuarı 2016   | Akra/Gana            | 24-27 Ağustos 2016 |

- ✓ Bu fuarların yanı sıra daha sonra belirlenecek iki fuarda üye firmalara ücretsiz stand tahsis edilecektir.
- ✓ Türkiye'nin un ihracatı yapılan pazar(lar)daki pozisyonunun sağlamlaştırılması ve yeni pazarlara Türk ununa dair pozitif bir algı yaratılarak UTG kapsamı ürünlerin ihracatının fiyat yerine kalite rekabetine dayanan bir strateji ile gerçekleştirilmesine dönük çalışmalar kapsamında, Türk unu için bir kalite sertifikasyon sistemi oluşturularak un ihracatı yapan Türk firmalarının belirlenen spesifikasyonlarda ("premium hard flour", "hard flour" ve "soft flour") un üretimi gerçekleştirmesi ve bu unun kalite damgası ile mevcut/hedef pazarlara sunulmasını içeren bir "Kalite Sertifikasyon Sistemi"nin oluşturulması planlanmaktadır. Bu bağlamda, sistem öncelikli olarak UTG'nin önemli pazarlarından biri olan ve UTG tarafından yoğun tanıtım faaliyetleri yürütülen Filipinler'de test edilecek, sonrasında ise tüm ihracat pazarlarına uygulanarak Türk ununa ilişkin kalite algısı ve Türk ununun marka değeri yükseltilmeye çalışılacaktır. "Kalite Sertifikasyon Sistemi" projesi, "deneme süreci" ve "ihracat süreci" olmak üzere iki aşamada gerçekleştirilecektir.

- ✓ Filipino-Chinese Association Inc.( Filipinli-Çinli Fırıncılar Birliği) ile birlikte yürütülen fışıncılık eğitimi faaliyetine devam edilecektir. Bu kapsamda Manila'da fışınlarda Türk (hard) unu ile denemeler yapılacak ve Manila dışındaki şehirlerde de eğitim seminerlerinin ve fışınlarda Türk unu ile yapılacak denemelerin tekrarlanması vasıtasıyla Türk (hard) ununa dair farkındalık yaratılacaktır.
- ✓ Filipinli-Çinli Fırıncılar Birliği ile birlikte Filipinli fışıncılara eğitim programları düzenlenecektir. Eğitimler Hacettepe Üniversitesi Gıda Mühendisliği Bölümü  ğretim  yesi Prof. Hamit KÖKSEL ve Çukurova Üniversitesi Gıda Mühendisliği Bölümü  ğretim  yesi Doç. M.Sertaç  ZER tarafından verilecek ve hem Filipinliler'in yaygın olarak tükettiği unlu mamullerin (pandesal, sandviç ekmeği, vb.) Türk unu ile de iyi yapılabileceğinin gösterilmesini hem de Türk mutfağına özgü unlu mamullerin öğretilmesini içerecektir.
- ✓ Filipinler'de yerleşik bir danışmalık firmasından PR hizmeti alınacak ve
  - Medya buluşmaları/toplantıları,
  - Medya mensuplarının Türkiye ve sektör tanıtımı çerçevesinde Türkiye'ye (turistik) davet edilmesi,
  - Filipinler'deki UTG kapsamı ürünlerin ithalatçılarına veya kullanıcılarına (fırıncılar, restoran sahipleri, vb.) yönelik yemek daveti gerçekleştirilmesi ve Türkiye ve sektör tanıtımı kapsamında Türkiye (turistik) ziyareti yaptırılması,
  - Filipinler'deki blog yazarlarına yönelik yemek daveti verilmesi,
  - Reklam alışması,
  - Yazılı ve görsel basına ilan ve röportaj verilmesi,
  - Düzenli olarak Filipinler medyasına yönelik basın bülteni hazırlanması
  - "Kalite sertifikasyon sistemi"ne yönelik tanıtım çalışmaları yapılacaktır.
- ✓ Endonezya'da medya takip hizmeti alınacak ve gerekli görülmesi halinde Endonezya medyasına yönelik basın bültenleri hazırlanacaktır.
- ✓ Brezilya'da yerleşik bir danışmalık firmasından PR hizmeti alınması, aşçılık okulları ile karşılıklı eğitimler düzenlenmesi, Türk ununun tanıtımına ilişkin çeşitli faaliyetler yürütülmesi, yazılı ve görsel basına ilan ve röportaj verilmesi, medya buluşmaları, alım heyeti organizasyonları yapılması planlanmaktadır.
- ✓ Brezilyalı medya mensuplarının Türkiye ve sektör tanıtımı çerçevesinde Türkiye'ye turistik ziyareti organize edilecektir.
- ✓ Türkiye'nin un ihracatındaki en önemli pazarlarından biri olan Irak'ta yürütülecek tanıtım faaliyetlerinde kullanılmak üzere bir tanıtım filmi hazırlanacaktır.

- ✓ Hacettepe Üniversitesi ve Çukurova Üniversitesi Gıda Mühendisliği Bölümü'nden sektöre ilişkin akademik danışmanlık hizmeti alınmasına devam edilecektir.
- ✓ Yurt dışı tanıtım faaliyetleri kapsamında çeşitli özelliklerde tanıtım/reklam filmleri hazırlanacaktır.
- ✓ Yazılı görsel tanıtım (radyo /TV/ basın yayın organları ile internet ve sosyal medyada tanıtım) faaliyetlerine devam edilecektir.
- ✓ Sektörel yayınlara ilan verilmesi, billboard çalışmaları yapılması (info stand ile katılım gösterilen tüm fuar girişlerine etkili ilanlar verilmesi) planlanmaktadır.
- ✓ Sosyal medya mecralarında yer alan UTG hesapları üzerinden tanıtım faaliyetleri yürütülmeye devam edilecektir.
- ✓ Sektöre yönelik yapılan alım heyeti organizasyonları desteklenecektir.
- ✓ Hedef ülkelerde ve mevcut pazarlarda pazar araştırmaları yapılacaktır.
- ✓ Türk ürünlerine yönelik karalama kampanyalarının engellenmesine ilişkin faaliyetler yürütülecektir.
- ✓ Yurt dışından dergi/gazete temsilcilerinin ülkemize davet edilmesi yoluyla ülkemiz un ve unlu mamuller sektörüyle ilgili haber yapılması sağlanacaktır.
- ✓ Uluslararası kongre ve muhtelif etkinliklerde tanıtım yapılacak ve bu organizasyonlara katılım sağlanacaktır.
- ✓ UTG'nin 2016 yılında katılacağı fuarlarda kum sanatçısı Veysel ÇELİKDEMİR'in "kum sanatı" gösterileri sergilemesine devam edilecektir.
- ✓ UTG'nin katıldığı fuarlarda info standlarda bir şef/aşçı tarafından demo yapılacak ve hazırlanan unlu mamuller ikram edilecektir.
- ✓ UTG'nin faaliyetlerinde dağıtılmak üzere katalog, önlük, çanta, vb. tanıtım materyalleri ile promosyon malzemeleri yaptırılacaktır.
- ✓ UTG'nin katıldığı fuarlar sırasında Türk firmaları ile ilgili ülkedeki alıcı ve ithalatçıların biraraya getirilmesini teminen Büyükelçiliklerde yapılacak etkinlikler desteklenecektir.
- ✓ UTG'nin tüm tanıtım faaliyetlerine ilişkin danışmanlık hizmeti alımına devam edilecektir.
- ✓ Diğer tanıtım grupları ile ülke tanıtımına da katkı sağlayacak ortak faaliyetlerde bulunulacaktır.
- ✓ ICC (The International Association for Cereal Science and Technology) tarafından 18-21 Nisan 2016 tarihlerinde İstanbul'da düzenlenecek olan

“15. Uluslararası Hububat ve Ekmek Kongresi”nde (15th International Cereal and Bread Congress)” dağıtılmak üzere kongre çantası UTG tarafından yaptırılacaktır.

➤ **YURTIÇİ TANITIM FAALİYETLERİ**

- ✓ 2016 yılında info-stand ile katılım gerçekleştirilmesi ve/veya tanıtım faaliyetleri düzenlenmesi planlanan yurt içi fuarlar aşağıda sıralanmaktadır:

| Fuar Adı                                                               | Şehir   | Tarihi           |
|------------------------------------------------------------------------|---------|------------------|
| Türkiye Doğal Beslenme ve Sağlıklı Yaşam Günleri 2016                  | Antalya | 14-17 Nisan 2016 |
| MAGROTEX 2016-Mezopotamya Tarım Ekipmanları Gıda ve Hayvancılık Fuarı” | Mardin  | 21-24 Nisan 2016 |

- ✓ Yurt içi fuarlar, kongreler ve sektörel organizasyonlara katılım ve destek verilmesi planlanmaktadır.
- ✓ Medya organlarında UTG’nin ve çalışmalarının tanıtılmasına yönelik çalışmalar yürütülecektir.
- ✓ UTG kapsamındaki ihracatçı firmalara yönelik eğitim seminerleri düzenlenecek ve ilgili kuruluşlarla birlikte tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilecektir.
- ✓ İlgili kuruluşlarla birlikte tanıtım faaliyetleri yürütülecektir.

➤ **DİĞER FAALİYETLER**

- ✓ Sektörel pazar araştırmaları, rapor, istatistik, atölye çalışmaları yapılacaktır.
- ✓ UTG Çalışma Komitesi tarafından hedef ve mevcut pazarlara yönelik projeler ve tanıtım faaliyetleri geliştirilecektir.
- ✓ Ar-Ge ve ürün kalitesinin artırılmasına yönelik çalışmalara katılım sağlanacak ve desteklenecektir.

**UN VE UNLU MAMULLER TANITIM GRUBU**  
**2015 YILI TAHMİNİ BÜTÇESİ (TL)-TASLAK**

| BÜTÇE KALEMLERİ                                      | GELİR            | BÜTÇE KALEMLERİ                                                                                                                                                                                            | GİDER            |
|------------------------------------------------------|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| 01-EK NİSİN ÖDEMELER (HİNDE DİR)                     | 2.780.000        | 01-YURTDIŞI TANITIM GİDERLERİ                                                                                                                                                                              | 6.320.000        |
| 02-BİR ÖNCEKİ YILDAN DEVİR                           | 4.180.000        |                                                                                                                                                                                                            |                  |
| 03-DİĞER GELİRLER                                    | 385.000          | 01.01-Yurtdışı Sergi, Fuar ve Organizasyon Giderleri                                                                                                                                                       | 1.800.000        |
| 03.01-Mevcut Faiz Gelirleri                          | 150.000          | 01.02-Temsil, Ağelama ve Organizasyon Giderleri                                                                                                                                                            | 500.000          |
| 03.02-Yatırım Fama Gelirleri                         | 15.000           | 01.03-Basın, Yayın, İlan ve Abonelik Giderleri                                                                                                                                                             | 970.000          |
| 03.03-Kur Farkı Gelirleri                            | 0                | 01.04-Eğitim Giderleri                                                                                                                                                                                     | 50.000           |
| 03.04-Bağış ve Yardımlar                             | 0                | 01.05-Seminer Giderleri                                                                                                                                                                                    | 50.000           |
|                                                      |                  | 01.06-Reklam ve İlanlar                                                                                                                                                                                    | 1.000.000        |
|                                                      |                  | 01.07-Bilimsiyeye, Beklenmeyen Giderler                                                                                                                                                                    | 100.000          |
| 03.05-Ticaret ve Alım Hareti Organizasyon Gelirleri  | 0                | 01.08-Diğer Yurtdışı Tanıtım Giderleri(Yurtdışı Danışmanlık Hizmeti Alınları, Hedef Ülkelere Göre Eş Kuruluşlarla Ortak Tanıtım Faaliyetleri, Hedef Ülkelere Göre PR Faaliyetleri, Promosyon Ürünleri,vb.) | 1.850.000        |
|                                                      |                  | YURTDIŞI TANITIM GİDERLERİNİN BÜTÇE GİDERLERİ İÇERİSİNDEKİ ORANI (%)                                                                                                                                       | 88,0             |
|                                                      |                  | 02-YURTİÇİ TANITIM GİDERLERİ                                                                                                                                                                               | 309.000          |
|                                                      |                  | 02.01-Yurtiçi Sergi ve Fuar Organizasyon Giderleri                                                                                                                                                         | 200.000          |
| 03.06-Eğitim ve Seminer Gelirleri                    | 0                | 02.02-Reklam ve İlanlar                                                                                                                                                                                    | 50.000           |
|                                                      |                  | 02.03-Diğer Yurtiçi Tanıtım Giderleri                                                                                                                                                                      | 50.000           |
|                                                      |                  | YURTİÇİ TANITIM GİDERLERİNİN BÜTÇE GİDERLERİ İÇERİSİNDEKİ ORANI (%)                                                                                                                                        | 4,2              |
|                                                      |                  | 03-DİĞER GİDERLER(*)                                                                                                                                                                                       | 565.000          |
|                                                      |                  | 03.01-Temsil, Ağelama ve Organizasyon Giderleri (UTG Aylık Toplantılar, vb.)                                                                                                                               | 50.000           |
| 03.07- Özel Projeler kapsamında alınan katkı payları | 0                | 03.02-Basın, Yayın, İlan ve Abonelik Giderleri                                                                                                                                                             | 10.000           |
|                                                      |                  | 03.03-Eğitim Giderleri                                                                                                                                                                                     | 50.000           |
|                                                      |                  | 03.04-Seminer Giderleri                                                                                                                                                                                    | 25.000           |
|                                                      |                  | 03.05-Yurtiçi ve Yurtdışı Seyahat Giderleri                                                                                                                                                                | 150.000          |
|                                                      |                  | 03.06-Bilimsiyeye-Beklenmeyen Giderler                                                                                                                                                                     | 50.000           |
| 03.08-Diğer Gelirler(Fuar Tevlikleri, vb.)           | 220.000          | 03.07-Sair Giderler (Marka ve İletişim Danışmanlığı, UTG Sözleşmeli Personel Giderleri Dahil)                                                                                                              | 230.000          |
|                                                      |                  | DİĞER GİDERLERİN BÜTÇE GİDERLERİ İÇERİSİNDEKİ ORANI (%)                                                                                                                                                    | 7,9              |
| <b>GELİRLER TOPLAMI</b>                              | <b>7.185.000</b> | <b>GİDERLER TOPLAMI</b>                                                                                                                                                                                    | <b>7.185.000</b> |

2015 yılı ortalama döviz kuru 2,17 olarak esas alınmıştır.

**UN VE UNLU MAMULLER TANITIM FONU GELİR-GİDER TABLOSU**  
**(01.01.2015-31.12.2015 DÖNEMİ)**

| BÜTÇE KALEMLERİ                                 | GELİR               | BÜTÇE KALEMLERİ                                                             | GİDER               |
|-------------------------------------------------|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| <b>01-EK NİSİFİ ÖDEMELER (BİNDE BİR)</b>        | <b>3.950.100,75</b> | <b>01-YURTDIŞI TANITIM GİDERLERİ</b>                                        | <b>3.758.677,34</b> |
| 01.01- Ocak Ayı Fon Gelirleri                   | 199.704,20          | 01.01- Yurtiçi Sergi, Fuar ve Organizasyon Giderleri                        | 3.285.351,27        |
| 01.02- Şubat Ayı Fon Gelirleri                  | 238.808,00          | * <i>Avruga 2015 Fuarı / ALJANYA</i>                                        | 305.345,29          |
| 01.03- Mart Ayı Fon Gelirleri                   | 333.794,00          | * <i>Bakery Fair 2015 Fuarı / FİLİPİNLER</i>                                | 168.615,22          |
| 01.04- Nisan Ayı Fon Gelirleri                  | 323.163,50          | * <i>Expo Milano 2015 Fuarı İTALYA</i>                                      | 811.238,51          |
| 01.05- Mayıs Ayı Fon Gelirleri                  | 341.506,75          | * <i>F&amp;I EUROPE 2015 Fuarı / FRANSA</i>                                 | 242.646,64          |
| 01.06- Haziran Ayı Fon Gelirleri                | 288.954,50          | * <i>PT South America 2015 Fuarı BREZİLYA</i>                               | 681.174,01          |
| 01.07- Temmuz Ayı Fon Gelirleri                 | 237.892,14          | * <i>PT Vietnam 2015 Fuarı VIETNAM</i>                                      | 142.462,63          |
| 01.08- Ağustos Ayı Fon Gelirleri                | 385.450,86          | * <i>Food and Hotel Indonesia 2015 Fuarı ENDONEZYA</i>                      | 115.623,05          |
| 01.09- Eylül Ayı Fon Gelirleri                  | 343.154,80          | * <i>Food Ingredients Asia 2015 Fuarı TAYLAND</i>                           | 145.035,07          |
| 01.10- Ekim Ayı Fon Gelirleri                   | 477.231,01          | * <i>Gulfood 2015 Fuarı / DÜBAİ</i>                                         | 123.116,66          |
| 01.11- Kasım Ayı Fon Gelirleri                  | 391.111,50          | * <i>Gulfood 2016 Fuarı / DÜBAİ</i>                                         | 57.939,00           |
| 01.12- Aralık Ayı Fon Gelirleri                 | 349.329,49          | * <i>Summer Fancy Food Show 2015 Fuarı ABD</i>                              | 234.972,38          |
| <b>02-BİR ÖNCEKİ YILDAN DEVİR</b>               | <b>3.758.780,12</b> | * <i>Thaifex 2015 Fuarı TAYLAND</i>                                         | 286.115,24          |
| <b>03-DİĞER GELİRLER</b>                        | <b>436.059,54</b>   | * <i>Türk İhr. Üst. 2015 Fuarı / TÜRKİMENİSTAN</i>                          | 8.430,11            |
| 03.01-Mevkikat Faiz Gelirleri                   | 297.360,49          | * <i>APAS 2016 Fuarı BREZİLYA</i>                                           | 38.119,00           |
| 03.02-Yatırım Fonu Gelirleri                    | 13.096,05           | * <i>Gana İ. Türk İhr. Üst. 2016 Fuarı GANA</i>                             | 2.438,56            |
| 03.03-Kar Fonu Gelirleri                        | 0,00                | 01.02- Temsil, Ağırtaşı ve Organizasyon Giderleri                           | 112.570,18          |
| 03.04-INGREDIENTS MIDDLE 2014 Teyrik Geliri     | 23.097,00           | * <i>Pratimasyon Giderleri</i>                                              | 122.570,18          |
| 03.05-FISPAL SIAL 2014 FR.Teyrik Geliri         | 33.171,00           | 01.03- Basın, Yayın, İlan ve Abonelik Giderleri                             | 48.353,08           |
| 03.06-WOFEX 2014 2014 FR.Teyrik Geliri          | 22.496,00           | * <i>Sarıel Madra Uygulamaları</i>                                          | 48.353,08           |
| 03.07-TURKMENİSTAN T.İhr.Üst.2015 Teyrik Geliri | 15.512,00           | 01.04- Eğitim Giderleri                                                     | 0,00                |
| 03.08-SIAL PARIS 2014 Teyrik Geliri             | 31.327,00           | 01.05- Seminer Giderleri                                                    | 0,00                |
|                                                 |                     | 01.06- Reklam ve İlanlar                                                    | 0,00                |
|                                                 |                     | * <i>Reklam Giderleri</i>                                                   | 0,00                |
|                                                 |                     | 01.07- Bilinmeyen-Beklenmeyen Giderler                                      | 0,00                |
|                                                 |                     | 01.08- Diğer Yurtiçi Tanıtım Giderleri                                      | 312.402,89          |
|                                                 |                     | * <i>Pilipinler PR Çalışması-CVD</i>                                        | 266.984,89          |
|                                                 |                     | * <i>Hacettepe Üniversitesi Danışmanlık</i>                                 | 28.320,00           |
|                                                 |                     | * <i>Çukurova Üniversitesi Danışmanlık</i>                                  | 2.124,00            |
|                                                 |                     | * <i>Fortune PR-ENDONEZYA</i>                                               | 14.974,00           |
|                                                 |                     | <b>YURTDIŞI TANITIM GİDERLERİNİN BÜTÇE GİDERLERİ İÇERİSİNDEKİ ORANI (%)</b> | <b>85,29</b>        |
|                                                 |                     | <b>02- YURTIÇI TANITIM GİDERLERİ</b>                                        | <b>66.326,46</b>    |
|                                                 |                     | 02.01- Yurtiçi Sergi ve Fuar Organizasyon Giderleri                         | 57.786,36           |
|                                                 |                     | * <i>ANULFOOD Fuarı 2015-İSTANBUL</i>                                       | 22.283,93           |
|                                                 |                     | * <i>F&amp;I İstanbul Fuarı 2015-İSTANBUL</i>                               | 24.258,72           |
|                                                 |                     | * <i>AGROTEK 2015 Fuarı 2015-MARDİN</i>                                     | 11.223,69           |
|                                                 |                     | 02.02- Reklam ve İlanlar                                                    | 3.540,00            |
|                                                 |                     | * <i>Reklam Giderleri</i>                                                   | 1.340,00            |
|                                                 |                     | 02.03- Diğer Yurtiçi Tanıtım Giderleri                                      | 5.000,00            |
|                                                 |                     | * <i>ELSD Hayat Dengisi Basın Bütçe</i>                                     | 5.000,00            |
|                                                 |                     | <b>YURTIÇI TANITIM GİDERLERİNİN BÜTÇE GİDERLERİ İÇERİSİNDEKİ ORANI (%)</b>  | <b>1,51</b>         |
|                                                 |                     | <b>03- DİĞER GİDERLER(*)</b>                                                | <b>133.079,88</b>   |
|                                                 |                     | 03.01- Temsil, Ağırtaşı ve Organizasyon Giderleri                           | 3.298,39            |
|                                                 |                     | * <i>Toplamın Durum Giderleri</i>                                           | 1.298,39            |
|                                                 |                     | 03.02- Basın, Yayın, İlan ve Abonelik Giderleri                             | 0,00                |
|                                                 |                     | 03.03- Eğitim Giderleri                                                     | 0,00                |
|                                                 |                     | 03.04- Seminer Giderleri                                                    | 0,00                |
|                                                 |                     | 03.05- Yurtiçi ve Yurtiçi Seyahat Giderleri                                 | 36.551,00           |
|                                                 |                     | * <i>Konaklama Giderleri</i>                                                | 9.256,60            |
|                                                 |                     | * <i>Uçuş Giderleri</i>                                                     | 26.058,92           |
|                                                 |                     | * <i>Harcama</i>                                                            | 1.236,38            |
|                                                 |                     | 03.06- Bilinmeyen-Beklenmeyen Giderler                                      | 0,00                |
|                                                 |                     | 03.07- Sair Giderler (Marka ve İletişim Danışmanlığı)                       | 193.229,59          |
|                                                 |                     | * <i>Ataymaz PR Danışmanlık Hizmeti</i>                                     | 70.000,00           |
|                                                 |                     | * <i>Markam PR Danışmanlık Hizmeti</i>                                      | 33.400,00           |
|                                                 |                     | * <i>Banka Masrafları</i>                                                   | 31.973,18           |
|                                                 |                     | * <i>Web Sitesi, E-Bülten</i>                                               | 33.723,10           |
|                                                 |                     | * <i>Nispeti Akademi</i>                                                    | 8.642,30            |
|                                                 |                     | * <i>Telefon Giderleri</i>                                                  | 1.061,43            |
|                                                 |                     | * <i>Diğer Giderler</i>                                                     | 8.125,36            |
|                                                 |                     | <b>DİĞER GİDERLERİN BÜTÇE GİDERLERİ İÇERİSİNDEKİ ORANI (%)</b>              | <b>5,29</b>         |
|                                                 |                     | <b>04- VASAL KATILIMLAR(*)</b>                                              | <b>248.924,01</b>   |
|                                                 |                     | 04.01- Türkiye Markası Karla Payı                                           | 248.924,01          |
|                                                 |                     | * <i>Türkiye Markası Karla Payı -2014</i>                                   | 248.924,01          |
|                                                 |                     | <b>VASAL KATILIMLAR GİDERLERİNİN BÜTÇE GİDERLERİ İÇERİSİNDEKİ ORANI (%)</b> | <b>7,92</b>         |
| <b>GELİRLER TOPLAMI</b>                         | <b>8.144.948,41</b> | <b>GİDERLER TOPLAMI</b>                                                     | <b>4.407.807,59</b> |
|                                                 |                     | <b>GELİR-GİDER FARKI</b>                                                    | <b>3.737.932,82</b> |

**UN VE UNLU MAMULLER TANITIM GRUBU**  
**2016 YILI TAHMİNİ BÜTÇESİ (TL)-TASLAK**

| BÜTÇE KALEMLERİ                                      | GELİR            | BÜTÇE KALEMLERİ                                                                                                                                                                                       | GİDER            |
|------------------------------------------------------|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| 01-EK NİSFİ ÖDEMELER (BİNDE BİR)                     | 3.400.000        | 01-YURTDIŞI TANITIM GİDERLERİ                                                                                                                                                                         | 4.960.000        |
| 02-BİR ÖNCEKİ YILDAN DEVİR                           | 2.200.000        |                                                                                                                                                                                                       |                  |
| 03-DİĞER GELİRLER                                    | 550.000          | 01.01-Yurtdışı Sergi, Fuar ve Organizasyon Giderleri                                                                                                                                                  | 1.900.000        |
| 03.01-Mevduat Faiz Gelirleri                         | 300.000          | 01.02- Tensil, Ağırlama ve Organizasyon Giderleri                                                                                                                                                     | 400.000          |
| 03.02-Yatırım Fonu Gelirleri                         | 50.000           | 01.03- Basın, Yayın, İlan ve Abonelik Giderleri                                                                                                                                                       | 410.000          |
| 03.03-Kur Farkı Gelirleri                            | 0                | 01.04- Eğitim Giderleri                                                                                                                                                                               | 50.000           |
| 03.04-Bağış ve Yardımlar                             | 0                | 01.05- Seminer Giderleri                                                                                                                                                                              | 50.000           |
|                                                      |                  | 01.06- Reklam ve İlanlar                                                                                                                                                                              | 300.000          |
|                                                      |                  | 01.07- Bilinmeyen, Beklenmeyen Giderler                                                                                                                                                               | 100.000          |
| 03.05- Ticaret ve Alım Hiyeti Organizasyon Gelirleri |                  | 01.08- Diğer Yurtdışı Tanıtım Giderleri(Yurtdışı Danışmanlık Hizmeti Alınan, Hedef Ülkelerdeki Eş Kuruluşlarla Ortak Tanıtım Faaliyetleri, Hedef Ülkelerdeki PR Faaliyetleri, Promosyon Ürünleri,vb.) | 1.750.000        |
|                                                      |                  | YURTDIŞI TANITIM GİDERLERİNİN BÜTÇE GİDERLERİ İÇERİSİNDEKİ ORANI (%)                                                                                                                                  | 80,7             |
|                                                      |                  | 02- YURTIÇI TANITIM GİDERLERİ                                                                                                                                                                         | 150.000          |
|                                                      |                  | 02.01- Yurtiçi Sergi ve Fuar Organizasyon Giderleri                                                                                                                                                   | 100.000          |
| 03.06-Eğitim ve Seminer Gelirleri                    | 0                | 02.02- Reklam ve İlanlar                                                                                                                                                                              | 25.000           |
|                                                      |                  | 02.03- Diğer Yurtiçi Tanıtım Giderleri                                                                                                                                                                | 25.000           |
|                                                      |                  | YURTIÇI TANITIM GİDERLERİNİN BÜTÇE GİDERLERİ İÇERİSİNDEKİ ORANI (%)                                                                                                                                   | 2,4              |
|                                                      |                  | 03- DİĞER GİDERLER(*)                                                                                                                                                                                 | 645.000          |
|                                                      |                  | 03.01- Tensil, Ağırlama ve Organizasyon Giderleri (UTG Aylık Toplantıları, vb.)                                                                                                                       | 100.000          |
| 03.07- Özel Projeler kapsamında alınan katkı payları | 0                | 03.02- Basın, Yayın, İlan ve Abonelik Giderleri                                                                                                                                                       | 10.000           |
|                                                      |                  | 03.03- Eğitim Giderleri                                                                                                                                                                               | 20.000           |
|                                                      |                  | 03.04- Seminer Giderleri                                                                                                                                                                              | 20.000           |
|                                                      |                  | 03.05- Yurtiçi ve Yurtdışı Seyahat Giderleri                                                                                                                                                          | 150.000          |
|                                                      |                  | 03.06- Bilinmeyen-Beklenmeyen Giderler                                                                                                                                                                | 45.000           |
| 03.08- Diğer Gelirler(Fuar Teşvikleri, vb.)          | 200.000          | 03.07- Sair Giderler (Marka ve İletişim Danışmanlığı, UTG Sözleşmeli Personel Giderleri Dahil)                                                                                                        | 300.000          |
|                                                      |                  | DİĞER GİDERLERİN BÜTÇE GİDERLERİ İÇERİSİNDEKİ ORANI (%)                                                                                                                                               | 10,5             |
|                                                      |                  | 04- TÜRKİYE MARKASI KATKI PAYI                                                                                                                                                                        | 395.000          |
|                                                      |                  | TÜRKİYE MARKASI KATKI PAYININ BÜTÇE GİDERLERİ İÇERİSİNDEKİ ORANI (%)                                                                                                                                  | 6,4              |
| <b>GELİRLER TOPLAMI</b>                              | <b>6.150.000</b> | <b>GİDERLER TOPLAMI</b>                                                                                                                                                                               | <b>6.150.000</b> |

(\* İlgili tanıtım grubunun konusuna giren yurtiçi ve yurtdışına ortak hizmet verecek nitelikteki, sektör ve/veya ürün itibarıyla Türk ürünlerinin algısını geliştirme, markalaşma ve AR-GE'ye yönelik faaliyetler kapsamındaki giderler.

\*\* Kur 1 \$= 3,02 TL.





# ŞEKERLİ MAMULLER TANITIM GRUBU 2015 YILI FAALİYET RAPORU

**ISM 2015 ULUSLARARASI BİSKÜVİ VE ŞEKERLEME FUARI**  
**01-04 ŞUBAT 2015, Köln / ALMANYA**

**Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu (ŞTG), 2015 yılı için planladığı marka imaj ve stratejilerini destekleyen yeni stand konsepti ve ilk sayısını çıkardığı "DELIGHTLAND" isimli dergisiyle, şekerleme sektörünün öncü fuarı olarak kabul edilen ISM 2015 Uluslararası Bisküvi ve Şekerleme Fuarı (Internationale Süßwarenmesse)'nda yerini aldı.**

Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu Başkanı Sn. Hidayet KADİROĞLU, İstanbul Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Sn. Zekeriya METE, ŞEKERLİ Mamuller Tanıtım Grubu Yönetim Kurulu Üyeleri; Sn. Sübet ÇİÇEK ve Sn. Ömer Nazım BOYNUKALIN'ın yanı sıra; Gülay Maria Çece ve K. Nur Arslan'ın, grubu temsilen katıldıkları fuar 01-04 Şubat tarihleri arasında Köln/Almanya'da gerçekleşmiştir.

Delightland' teması ile tasarlanan Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu standında yapılan etkinlikler çerçevesinde ziyaretçilere çikolata, şekerleme, dondurma ve Türk kahvesi ikram



edildi. İkram edilen ürünler arasında baklava, Türk Bayrağı, Alman Bayrağı ve ŞTG logosu taşıyan özel tasarım kurabiyeler, dünyaca bilinen Beyoğlu çikolatası, helva, bisküvi, gofret ve şekerleme ürünleri ziyaretçilerin beğenisine sunuldu.

Ülkemiz lezzetlerini ilgi çeken şovlarla sunan ŞTG, "dövme ustalığıyla" hazırlanan; yoğun, sert, esnek ve lezzetli dondurmanın adresi Kahramanmaraş'tan gelen dondurma ustası ve kendisinin yapmış olduğu geleneksel dondurma şovuyla ziyaretçilerin yoğun ilgisini topladı. ŞTG, fuar çevresinde marka imajını destekleyici çeşitli reklam çalışmalarında "Great Duo (Muhteşem İkili)" olarak deneyimsel bir yaklaşım oluşturup standında da bu ikiliyi misafirlerine sundu. Beş günlük fuar süresince 4.600 bardak Türk kahvesi ikramı yapan ŞTG, 200 kilogram lokum tadımı yaptırdı.

Lokum ve dondurma sunumlarının dışında ŞTG standında ziyaretçilerin karşısında şeker ve çikolata yapımı gerçekleştirildi. Her iki yapım süreci ve akabinde sunulan tadımlık ürünler büyük beğeni topladı. Gün içinde defalarca tekrarlanan şovlar Türkiye'nin şekerleme sektöründe iddialı olduğunun kanıtı oldu.

Fuarla ilgili konuşan Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu Başkanı Hidayet Kadiroğlu, "Çikolata ve şekerleme sektörünün son yıllarda yaptığı yatırımlarla bölgesel güç olma yolunda sağlam adımlarla ilerlediğini söyledi. 2014'te hem yeni yatırımlar hem de yenileme yatırımları

gerçekleştirildiğini ifade eden Kadiroğlu, "Bu yatırımlar 2015 yılında devreye girecek, dolayısıyla 2015 atak yılı olacak. Özellikle unlu mamuller kategorisinde yeni açılımlar olacak. İnovatif ürünlerle kendi kategorisine isim veren firmalarımız var, bunlar daha da artacak. Üretim tarafında bunlar olurken tanıtım tarafında da atak var" diye konuştu.



Bu yıl 45'nci kez kapılarını açan ISM 2015 Fuarı'na 65 ülkeden 1513 katılım sağlandı. 110.000 m2'lik alan içerisinde kurulan fuarda toplam 2 bin 700 firma yer aldı. Bu yıl Türkiye'den katılan firma sayısı 81 olurken, fuarı 3 günde 140 ülkeden 70 bin kişi ziyaret etti.

### **PRODEXPO 2015 ULUSLARARASI GIDA, İÇECEK VE HAMMADDELERİ FUARI** **09-13 ŞUBAT 2015, MOSKOVA / RUSYA**

Bölgenin en önemli fuarlardan biri olan ve bu sene 22.si düzenlenen Prodexpo 2015 Uluslararası Gıda, İçecek ve Gıda Hammaddeleri Fuarı, 9-13 Şubat 2015 tarihleri arasında Moskova/Rusya Federasyonu'nda gerçekleştirildi.

Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu Prodexpo 2015 fuarında 32m2'lik info stand ile yerini almıştır. ŞTG standı fuarın ilk gününden son gün son saatine kadar yoğun bir ilgiyle karşılaşmış olup, her çeşit şekerlemeden çikolataya, bisküviden sakıza ve geleneksel ürünlere kadar Türk ürünlerini ve tanıtım malzemelerini, yerel ve uluslararası alıcılarla bir kez daha buluşturmanın heyecanını yaşadı.



Çok sayıda ziyaretçinin katılım sağladığı fuarda, ŞTG standında ziyaretçilere sunulan çeşitli ürünlerin yanı sıra özellikle mesir macununun faydalarını anlatan bir broşür ve beraberinde de tadımlık paketlerde hazırlanan mesir macunları dağıtıldı. Rus damak tadına hitap eden ve oldukça beğenilen bu ürünle birlikte Türk tatlarının Rusya'da tanıtımına devam edildi.

Fuar, 65 ülkeden 1.997 katılımcıya, 31 ülke pavilyonuna ve yaklaşık 50.000 ziyaretçiye ev sahipliği yapmıştır.

**GULFOOD ULUSLARARASI GIDA VE OTEL EKİPMANLARI FUARI**  
**08-12 ŞUBAT 2015, DUBAİ / B.A.E.**

Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu (ŞTG), 2015 yılı için planladığı marka imaj ve stratejilerini destekleyen yeni stand konsepti ve ilk sayısını çıkardığı "DELIGHTLAND" isimli dergisiyle, gıda sektörünün öncü fuarlarından biri olarak kabul edilen GULFOOD 2015'te yerini aldı.

Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu Başkanı Sn. Hidayet KADİROĞLU, İstanbul Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Sn. Zekeriya METE, Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu Yönetim Kurulu Üyeleri; Sn. Sübet ÇİÇEK, Sn. Seyit Yusuf AKAN ve Sn. Aydın KELEŞ, Çalışma Komitesi Üyesi Sn. Ertan Küpçü'nün yanı sıra; Gülay Maria Çece'nin grubu temsilen katıldığı fuar 08-12 Şubat tarihleri arasında Dubai/BAE'de gerçekleşmiştir.



152 ülkeden 3.816 firmanın katılımıyla kapılarını ziyaretçilere açan fuara ŞTG öncülünde 105 Türk firması katıldı. Fuarı değerlendiren Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu Başkanı Hidayet Kadiroğlu, "Bu coğrafyanın bizler için ne kadar değerli olduğunu biliyoruz. Çünkü ihracatımızın yüzde 60'ını Afrika ve Ortadoğu'ya gerçekleştiriyoruz. Bu pazara açılan kapı da Dubai... Fuar bu anlamda çok önemli. Burada gerçekleştireceğimiz bağlantılarla 2015 yılını planlayacağız. 2014 yılında sektörümüzün oyuncularını büyük yatırımlar yaptı, 2015 ise atılım yılı olacak. Biz de bu atılımın tanıtım ayağını gerçekleştirmek adına ŞTG olarak her türlü çabayı göstereceğiz" dedi.

ŞTG, "Muhteşem İkili" olarak tanımladığı ve Türkiye şekerli mamulleri tanıtımında öncü rolleri yüklediği Türk kahvesi ve Türk lokumunu ülkemize yakışır şekilde standı ziyaret eden misafirlerine sunmuştur. 5 günlük fuar sürecinde 2000 adet Türk kahvesi, 3500 adet baklava ve 3000 adet lokum ikramı yapılmıştır. Ayrıca; çikolata, bisküvi ve helva ŞTG'nin diğer servis ettiği ürünler arasındaydı.

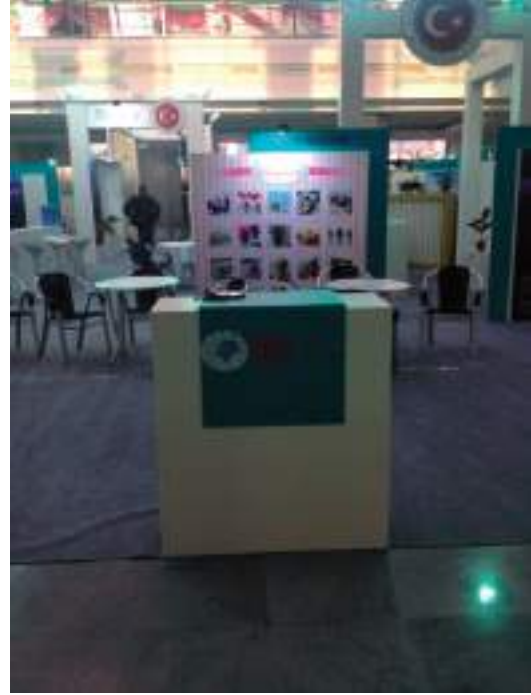
### **TÜRKMENİSTAN TÜRK İHRAÇ ÜRÜNLERİ FUARI** **10-12 ŞUBAT 2015, AŞKABAT / TÜRKMENİSTAN**

Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu (ŞTG) Türk şekerleme çikolata ve bisküvi ürünlerinin tanıtımını yapmak ve ihracatını geliştirmek amacıyla gerçekleştirilen tanıtım faaliyetleri çerçevesinde, 10-12 Şubat 2015 tarihleri arasında Aşkabat/ Türkmenistan'da gerçekleştirilen "6. Türk İhraç Ürünleri Fuarı"na info stand ile katılım sağlamıştır. Fuara gelen ziyaretçiler fuar boyunca Türk şekerli ürünlerine ilgi göstermiştir. Fuarda ziyaretçilere Türk şekerli mamuller sektörü hakkında ayrıntılı bilgi verilerek, katalog dağıtımı ve lezzetli sektör mamullerinden ve geleneksel ürünlerden ikramlar yapılmıştır. Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu'nu temsilen Çalışma Komitesi Üyesi Sayın Zeki Güzel fuara iştirak etmiş olup, tanıtım çalışmalarında Umut Ermiş görev almıştır.



Türkiye'den 160 civarında firmanın katıldığı fuara, 70 civarında firma ilk kez katılım sağlamıştır. Türkmenistan Meclis Başkanı Akca Nurberdiyeva başta olmak üzere aralarında Dışişleri Bakanı ve Bakanlar Kurulu Başkan Yardımcısı Raşid Meredov'un da bulunduğu çok sayıda üst düzey yetkili fuarın açılış törenine katılım yapmıştır. Türkiye'den Ekonomi Bakan Yardımcısı Sn. Adnan Yıldırım, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Başkanı Sn. Rıfat Hisarcıklıoğlu katılım sağlamıştır.

160 firmanın katıldığı fuarda; kozmetik, temizlik, gıda, tarım ve ambalaj ürünleri, plastik-kauçuk malzemeleri, otel ekipmanları, hediyelik eşya, züccaciye, ayakkabı, lojistik, kırtasiye, medikal ürünler, oyuncak, güvenlik sistemleri, mobilya ve mobilya yan sanayi ürünleri, ev tekstili ve ev gereçleri, tekstil malzemeleri, yapı-inşaat malzemeleri, genel makine ve ekipmanları gibi geniş yelpazede ürünler tanıtıldı.



### **GÜNEY KORE BAKAN HEYETİ , 25-27 ŞUBAT** **SEUL / GÜNEY KORE**

Ekonomi Bakanımız Sayın Nihat ZEYBEKCI' nin Başkanlığında, Ekonomi Bakanlığı koordinasyonu, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) organizasyonu ve Uludağ İhracatçı birlikleri (UİB) işbirliği ile 25-27 Şubat 2015 tarihleri arasında Güney Kore'ye yönelik olarak bir "Ticaret Heyeti Programı" düzenlenmiştir.

Söz konusu Ticaret Heyeti Programı kapsamında, iki ülke arasında müzakereleri tamamlanan Serbest Ticaret Anlaşmasının (STA) imza töreninin yanı sıra Türkiye ve Güney Kore'den üst düzey yetkililer ve işadamlarının katılımıyla düzenlenen İş Forumu ve networking toplantılarına; özellikle su ürünleri, sert kabuklu meyveler, un, zeytinyağı, bitkisel yağlar, şekerli ve çikolatalı mamuller, makarna, işlenmiş meyve ve sebze, endüstriyel bitkiler, petrol ürünleri, ilaç, deri, tıbbi cihaz, hazır giyim ve otomotiv yan sanayi, sektörleri başta olmak üzere uluslararası standartlara uygun ürünleri imal ve ihraç eden gerek Güney Kore pazarına girmek isteyen gerekse pazar paylarını daha da arttırmayı amaçlayan firmaların üst düzey yetkilileri iştirak etmişlerdir.



Söz konusu heyet programı çerçevesinde; Türkiye ile Güney Kore arasında, 2013 yılında yürürlüğe giren Serbest Ticaret Anlaşması (STA) kapsamında hizmetler sektörü ve yatırımlara ilişkin anlaşma imzalanmıştır.

Resmi ziyaret için Güney Kore'nin başkenti Seul'de bulunan Ekonomi Bakanı Sn. Nihat Zeybekci, Lotte Hotel'deki imza töreninde

yaptığı konuşmada, tarihi bir ana tanıklık ettiklerini söyledi. Sn. Zeybekci, Türkiye ve Güney Kore'nin toplamda 2,3 trilyon dolarlık bir milli geliri temsil ettiklerini dile getirdi. Hizmetler ve yatırım konusunda Güney Kore ile anlaşma imzalamalarının kendilerini çok mutlu ettiğini ifade eden Zeybekci, "Babalarımızın kurmuş olduğu dostluk ve kardeşliğin üzerine oğullarına düşen şey ticari ortaklık kurmaktır. Bunun da çok doğru bir zamana denk geldiğini düşünüyorum" diye konuştu. Güney Kore'nin, iki ülke arasında imzalanan STA'yı çok hızlı bir şekilde devreye aldığına dikkati çeken Zeybekci, bugün gelinen noktada serbest ticaret anlaşmasının hizmetler ve yatırımları kapsayacak şekilde genişletildiğini belirtti. Anlaşmaların iki ülke şirketlerinin bir araya gelerek ortaklıklar kurmalarına, her iki ülkede karşılıklı yatırımların yanı sıra Türkiye'nin civarındaki üçüncü ülkelerde işbirliği yapmalarına vesile olacağına işaret eden Zeybekci, "İmzaladığımız anlaşma ile iki ülke arasındaki ticarete oldukça serbest bir noktaya geldik ama ben full serbestliğe de bir an önce geçeceğimize inanıyorum. Biz Ekonomi Bakanlığı olarak Kore ile "Full Serbest Ticaret Anlaşması"na geçmeye ve bununla ilgili görüşmelere başlamaya hazır olduğumuzu belirtmek istiyorum" ifadesini kullandı. Geçen yıl itibarıyla iki ülke arasındaki dış ticaret hacminin 8 milyar dolar civarında olduğunu ve bunun 2 yıl içinde 10 milyar doları aşmasını gerçekleştirilebilir bir hedef olarak gördüğünü dile getiren Zeybekci, özellikle yatırımlar konusundaki anlaşma ile daha fazla sayıda Güney Koreli şirketin Türkiye'de yatırım yapacağına inandığını söyledi.

Diğer taraftan Güney Kore tarafından söz konusu programa iştirak eden, Güney Kore Ticaret, Sanayi ve Enerji Bakanı Sang-Jick Yoon da ülkeler arasındaki tarihten gelen dostluğa dikkati çekerek, Türkiye'nin, zor zamanlarında Güney Kore'nin yanında olduğunu ifade etti. Anlaşmanın, Türkiye'nin Güney Asya pazarına girişi açısından önemini vurgulayan Yoon, "Anlaşma iki ülke arasındaki ekonomik ve ticari ilişkileri geliştirecektir" değerlendirmesinde bulundu.

Heyet programının başlangıcı; Ekonomi Bakanı Sn. Nihat ZEYBEKCI ve beraberindeki resmi heyetin, Güney Koreli CJ Group, Doosan Group, Hyundai İnşaat ve Kleannara firmalarının üst yöneticileri ile sabah kahvaltısında bir araya gelerek yapılmıştır.

Görüşmede, Türkiye'nin Seul Büyükelçisi Arslan Hakan Okçal ile Seul Ticaret Müşaviri Sn. Bumin Kaan KÖKTÜRK, İstanbul İhracatçı Birliklerini ve Sektörü temsilen; İstanbul Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Sn. Zekeriya METE ve Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu Başkanı Sn. Hidayet KADİROĞLU programda yer almışlardır.

Kahvaltı programının akabinde, Ekonomi Bakanımız Sn. Nihat ZEYBEKCI Başkanlığı'nda; İş Yemeği ile birlikte Türk ve Koreli firmaların yetkililerinin de katılımlarıyla İş Forumu'na geçilmiştir



Bahse konu programda İş Forumu ile eş zamanlı olarak; Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu'na özel bir tanıtım ve tadım aktivitesi imkanı tanınmış olup, açılan tanıtım standında programa katılan Koreli işadamlarına ve misafirlere ülkemize özel geleneksel ürünlerimizden Lokum, Baklava ve Türk motifli kurabiyelerden tattırılarak, Türk şekerlemesinin lezzeti ve kalitesi hafızalarda bırakılmış ve şekerli mamuller sektörü başarılı bir sunum ile Kore'de tanıtılmıştır.

Tanıtım Grubu'na ait özel alanı ziyaret eden Sn. Nihat ZEYBEKCI; "Türkiye-Güney Kore STA'sının kapsamının genişlemesinin özel sektöre daha fazla olanak sağlayacağı ve bu tarz

etkinliklerin ülkelerarası diyalogların gelişmesinde oldukça etkili olacağı" değerlendirmesinde bulunmuşlardır.

Heyet programı sonrasında İstanbul Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği ve Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu bünyesinde birçok mağaza yetkilisi ile temaslarda bulunulmuş, pazarı tanımak adına Kore'de bulunan süpermarket zincirleri ziyaret edilerek, yerinde incelemelerde bulunulmuştur.

### **FOODEX JAPAN ULUSLARARASI GIDA VE İÇECEK FUARI** **03-05 MART 2015 , TOKYO / JAPONYA**

Türk şekerleme sektörü, Japonya'daki Foodex fuarına çıkarma yaptı. ŞTG Başkanı Sn. Hidayet Kadiroğlu, "Uzakdoğulular günlük yaşamda çikolata ve tatlı çok tüketmiyorlar, otantik tatları seviyorlar. Bizde burada otantik tadımız olan lokumu öne çıkardık, 10 bin ziyaretçiye Türk kahvesi ve lokum ikram ederek beğenilerini kazandık. 60 milyar dolarlık Japonya pazarından payımızı alacağız" dedi.

Türk şekerleme çikolata ve bisküvi ürünlerinin tanıtımını yapmak ve ihracatını geliştirmek amacıyla Kurulan Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu (ŞTG) çalışmalarına hızla devam ediyor. Bu faaliyetler çerçevesinde ŞTG, 03-06 Mart 2015 tarihleri arasında Japonya'nın Tokyo kentinde gerçekleştirilen 2015 Foodex Japan Uluslararası Gıda ve İçecek Fuarı'nda Türk şekerleme ürünleriyle şov yaptı. Dünyanın pek çok farklı ülkesinden gelen ziyaretçiler Türk şekerli ürünlerine yoğun ilgi gösterdi, lokum, şekerleme, çikolata ve Türk kahvesi gibi ürünleri tatma imkanı buldular.

Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu Başkanı Sn. Hidayet Kadiroğlu, Türk Şekerleme ürünlerini tanıtım için 2015 yılında Delightland teması ile yola çıktıklarını belirterek, "Dubai ve Almanya'dan sonra Tokyo 3. Durağımız oldu, 2023'te 10 milyar dolar ihracata ulaşmak için 37 ülkeye daha gidip, Türkiye'nin 2015 'Lezzet Ülkesi' olduğunu anlatmaya çalışacağız" dedi. Türkiye'nin bereket üçgeni diye adlandırılan coğrafyada yer aldığını vurgulayan Kadiroğlu, "Türkiye'yi lezzet diyarı olarak tanıtıyoruz.



Geçmişimiz çok eskiye dayanıyor. Bu yüzden bir hikayemiz var, bizde ŞTG olarak bu hikayeyi ön planda tutarak çalışmalarımıza devam ediyoruz. Uzakdoğu pek çok fırsatı bir arada sunuyor. Sadece Japonya yıllık 60 milyar doların üzerinde gıda ithalatı yapıyor. Uzakdoğuluların günlük yaşamda çikolata ve tatlı tüketimleri çok az. Otantik tatları seviyorlar. Otantik tadımız lokumumuzu öne çıkardık, 5 bin ziyaretçiye Türk kahvesi ve lokum ikram ederek beğenilerini kazandık. Türk ürünlerine büyük ilgileri var. Ancak sizden mal almak için tek şartları var, o da kalite. İhracat yapabilmek için çeşitli kalite standartlarına uygun, yenilikçi ve ileri teknoloji ürünler gerekiyor. Geçmiş yıllarda ülkemizde Uzakdoğu'ya hizmet verebilecek sınırlı sayıda firma vardı. Sektörümüzde çok ciddi yatırımlar oldu, artık tüm firmalar gerekli kalite kriterlerine sahip" diye konuştu.

Bahse konu etkinliğe; Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu Başkanı Sn. Hidayet KADİROĞLU, İstanbul Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Sn. Zekeriya METE'nin yanı sıra; İstanbul İhracatçı Birlikleri ve Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu'nu temsilen; Gülay Maria Çece, Ayşe Ekinci ve Umut Ermiş'in de katıldığı fuar 03-06 Mart 2015 tarihleri arasında 4 gün boyunca ziyaretçilere açık kalmıştır.



Çevre ülkelerdeki olumsuzlukları Uzakdoğu pazarı ile aşacaklarını vurgulayan Kadiroğlu, "Türkiye çevresindeki ülkeler yüzde 40'a yakın develüasyon yaşadı. İhracatımız ciddi oranda düştü. Bizde orda daralan pazarı Uzakdoğu da telafi etmeyi düşünüyoruz. Geçen yıl Güney Kore ile imzaladığımız Serbest Ticaret anlaşmasından sonra Türk ürünlerine ilgi arttı. Ziyaretlerde bulunup yeni iş bağlantıları kurmaya çalışacağız. Üyelerimizi büyük ithalatçılarla buluşturacağız. Büyük alım heyetleri ve büyük ithalatçılar getirip firmalarımızla birebir buluşturacağız" dedi.

Almanya'da gerçekleştirilen ISM 2015 fuarında 7 bin fincan, Gulfood fuarında ise 3 bin fincan Türk kahvesi ikram ettiklerini dile getiren Kadiroğlu, "Uzakdoğulular otantik tatları seviyorlar burada 5 bin fincanın üzerinde kahve ve lokum ikram ettik" dedi.

2015 yılında toplam 78 ülke ve bölgeden katılım olmuştur. Toplam katılımcı firma sayısı 2.808 olarak gerçekleşirken, bu rakamın 1046'sını Japon katılımcılar, 1.762'ini yabancı firmalar oluşturmuştur. 4 gün boyunca fuarı ziyaret eden işadamlarının toplam sayısı ise 75.766 olarak gerçekleşmişti.

### **FOOD & HOTEL ENDONEZYA , 15-18 NİSAN 2015** **CAKARTA / ENDONEZYA**

Türk şekerini dünyaya tanıtmak için yola çıkan Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu (ŞTG) faaliyetlerine hızla devam ediyor. ŞTG bu kapsamda 15- 18 Nisan 2015 tarihleri arasında 45 ülkeden 1.421 katılımcının iştiraki ile gerçekleşen Food Hotel Endonezya Fuarı'na Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu 36 m2'lik bir stand ile katılım sağladı.



Delightland teması ile tasarlanan Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu standında ziyaretçilere Türk kahvesi, lokum, baklava

ikram edildi. İkram edilen ürünler arasında ayrıca Türk Bayrağı, Endonezya Bayrağı ve ŞTG logosu taşıyan özel tasarım kurabiyeler, bisküvi, gofret ve şekerleme ürünleri ziyaretçilerin beğenisine sunuldu.

Food Hotel Endonezya Fuarı hakkında konuşan ŞTG Yönetim Kurulu Üyesi Kazım Taycı "Endonezya 250 milyon nüfusuyla dünyanın en büyük 4. Ülkesi. Bu pazara girmekte Türk firmaları olarak geç kaldığımızı düşünüyoruz. 250 milyon dolar ihracatımız 2 milyar dolar ithalatımız var. Bu dengesizliği bozmamız gerekiyor.

Artık bu pazarda daha aktif rol oynamak için çabalayacağız" dedi. Türkiye'nin lezzet ülkesi olduğunu tüm dünyaya anlatmaya çalıştıklarını aktaran Taycı" 2015 yılında Türk şekerleme

ürünlerini tanıtmak amacıyla Delightland temasıyla yola çıktık. Türkiye'nin bereket üçgeninden yer aldığını anlatmak için 20 ülkede daha fuara katılacağız. 2023 yılındahedefimiz olan 10 milyar dolarlık ihracatı yakalamak istiyoruz. Bu rakama ulaşmak için Uzakdoğu pazarı çok önemli" diye konuştu.

Ziyaretçilere Almanya, Dubai ve Tokyo'da yaklaşık 13 bin fincan kahve ve lokum ikram ettiklerini vurgulayarak Kazım Taycı, Endonezya'da da 2 bin fincan kahve ve lokum ikram ettiklerini söyledi. Son dönemlerde komşu ülkelerde yaşanan olaylar sonucu ihracatın olumsuz etkilendiğini aktaran Taycı, "Yeni hedef ülkelerin belirlenerek bu ülkelere yönelik tanıtım atağının arttırılmak için hedef pazarlarımızı çeşitlendirmeye çalışıyoruz" dedi.

Dünya pazarlarında markalaşmış ürünlerin tercih edildiğine dikkat çeken Taycı, şöyle devam etti: "Sektörümüzde yer alan ürünlerimizi dünya markası haline gelmiş markalarla en iyi koşullarda pazarlayabiliriz. Markalaşmak bu anlamda önemli. Güçlü ve büyük Türkiye varlığını bu anlamda dünya pazarlarında da hissettirmektedir bugün ülkemize ve markalarımıza güven oranı yüksek. Türk ürünleri markalarıyla tercih ediliyor hale geldi. 2023 vizyonu için ortaya konan hedeflere ulaşabilmenin en önemli yolu elbette dünya markaları haline gelmiş markalarımızla yol almaktır.

Üreticilerimizin bu anlamda markalaşma çalışmalarını destekliyoruz. AR-GE ve inovasyon faaliyetleri pazarlardaki talebi arttıracak gibi ürünlerimize olan güven artacaktır. Hedef ülkeler olarak seçtiğimiz özellikle Uzakdoğu ve ABD bizim için önemli pazarlar bu ülkelerde etkin tanıtım çalışmalarını sürdüreceğiz. "diye konuştu.

### **DJAZAGRO 12. ULUSLARARASI GIDA VE GIDA TEKNOLOJİLERİ FUARI** **20-23 NİSAN 2015 , CEZAYİR / CEZAYİR**

Afrika'nın en büyük ülkesi olan Cezayir'de Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu (ŞTG), 2015 yılı için planladığı marka imaj ve stratejilerini destekleyen yeni stand konsepti ile 20-23 Nisan 2015 tarihleri arasında gerçekleştirilen Dzagro 12. Uluslararası Gıda Sanayileri Fuarında 40 m2'lik info stand ile yerini almıştır.

Türkiye'nin geleneksel ürünleri ile yurtdışında boy göstererek Türk şekerleme, çikolata ve bisküvi sektörünün potansiyelini dünya pazarlarında en etkin şekilde ortaya koymak ve markalaşmasına destek olmak amacıyla çalışmalarına devam eden Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu info standında Lokum, Baklava ve Türk Kahvesi ikramı ile büyük ilgi gördü.

Resmi kayıtlara göre 25.000 kişinin ziyaret ettiği ve 15.000 m2 alan üzerine kurulan fuar esnasında; Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu standını ziyaret eden katılımcılara; Türk şekerleme ürünlerinden farklı tatlarda sunumlar yapılarak, Tanıtım Grubumuzun Faaliyetleri, ülkemiz ve sektör hakkında bilgi verilmiştir.

### **FOOD & HOTEL VIETNAM , 21-23 NİSAN 2015** **HO CHI MINH CITY / VIETNAM**

Vietnam'ın Ho Chi Minh City kentinde 21-23 Nisan 2015 tarihlerinde gerçekleştirilen ve ülkenin en önemli fuarlarından biri olarak bu yıl 8.'si düzenlenen Food & Hotel Vietnam Fuarı'na şekerleme ve şekerli mamuller sektörü ihracatına destek olmak amacıyla Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu tarafından info-stand ile katılım gerçekleştirildi.



31 ülkeden 11.000 ziyaretçi ve 500 yakın katılımcının bulunduğu fuara Japonya, Güney Kore, Avustralya, Polonya, İspanya, Avustralya, Almanya, Malezya, Singapur, Tayvan ve ABD gibi milli katılım düzenleyen ülkelerden gıda sektöründe faaliyet gösteren çok sayıda firma katılımı oldu. Söz konusu fuara 36 m2 info-stand ile katılım sağlayan Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu, sektörün bölge pazarlarında daha etkin yer almasını sağlama çalışmalarına devam ederken, yürütülen tanıtım faaliyetleri çerçevesinde info standımızda tanıtım grubu katalogu

potansiyel alıcılara dağıtıldı.

Bununla birlikte, Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu kataloglarının sergilendiği info standımızda "Delightland" teması ile tasarlanan Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu standında ziyaretçilere Türk kahvesi, lokum, baklava ikram edildi. İkram edilen ürünler arasında ayrıca Türk Bayrağı, Vietnam Bayrağı ve ŞTG logosu taşıyan özel tasarım kurabiyeler, bisküvi, gofret, çikolata ve şekerleme ürünleri ziyaretçilerin yoğun ilgisiyle karşılandı. Bahse konu fuar organizasyonu kapsamında tanıtım grubumuzun standını ziyaret eden katılımcılara; Türk şekerleme ürünlerinden tattırmanın yanı sıra Tanıtım Grubumuzu hakkında , faaliyetlerimiz ve sektör ile ilgili bilgi verilmiştir.

**SIAL CANADA ULUSLARARASI GIDA VE İÇECEK FUARI , 28-30 NİSAN 2015**  
**TORONTO / KANADA**

Sial Canada Fuarı, 28-30 Nisan 2015 tarihleri arasında, Kanada'nın Toronto şehrinde 240,00 metrekarelik alanın ayrıldığı Direct Energy Center'da gerçekleşti. Fuarı 45 ülkeden 800'den fazla katılımcı ev sahipliği yaptı. Bunun yanı sıra; fuara Kanada ve Amerika Birleşik Devletleri'nin dışında 64 ülkeden 14,000 ziyaretçi katılım sağladı. Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu'nun (ŞTG)



dışında fuarda, Türkiye'den iki tanıtım grubu ve dört Türk firması daha yer aldı.

2015 Ocak ayı itibarıyla "Delightland" konsepti ve yeni stratejisiyle hareket eden ŞTG, SIAL CANADA fuarında da yıl boyunca katıldığı diğer fuarlarda olduğu gibi "Türk Kahvesi ve Türk Lokumu"nu ön plana çıkaracak şekilde sunum yaptı. 2500'er adet lokum, baklava ve 2500 bardak Türk kahvesi ise standı ziyaret eden misafirlere ikram edildi. ŞTG standına ve ikram edilen ürünlere ilgi oldukça yoğundu.

ŞTG Yönetim Kurulu Başkanı Sn. Hidayet Kadiroğlu, T.C. Toronto Başkonsolosluğu tarafından organize edilen yemekte Kanada'nın 50'den fazla büyük alıcısıyla bir araya geldi. Kuzey Amerika pazarında etkin olmak isteyen Türk ihracatçıları için iyi bir fırsat olan bu yemek sonrasında, görüşülen büyük ithalatçı firmalar Türk ihracatçılarıyla buluşturulmak üzere Türkiye'ye davet edildi.

Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu Başkanı Hidayet Kadiroğlu, "Dünyaya Türkiye'nin 'Lezzet Ülkesi' olduğunu anlatmaya çalışıyoruz. Sektör geçen yıl 2.7 milyar dolar ihracat yaptı. Bu seviyeden 10 milyar dolara ulaşabilmek için her yıl yüzde 20 büyümeliyiz. O zaman 2023'te dünya şekerleme sıralamasında ilk 10 içerisine girebiliriz. Bu hedeflerimize ulaşmak için, ürünlerimizin dünya pazarındaki rekabetini artırmak için SIAL CANADA gibi fuarlar çok önemli" diye konuştu.

Kanada'nın diğer yıllara göre daha önemli bir pazar haline geldiğini kaydeden Kadiroğlu, "Uzakdoğu ve Amerika pazarlarında son 1 yıldır artış var. Çevremizdeki ülkelerde yaşadığımız ihracat kaybının etkilerini azaltmak için Kanada gibi pazarları iyi değerlendirmemiz gerekiyor. Çevre ülkelere ihracatımız yüzde 10 azaldı. Yılın tamamını yüzde 15 artışla tamamlamak istiyoruz" dedi.

### **SIAL CHINA ULUSLARARASI GIDA VE İÇECEK FUARI , 06-08 MAYIS 2015** **ŞANGAY / ÇİN**

Sial China Fuarı, 6-8 Mayıs 2015 tarihleri arasında, Shanghai New International Expo Centre / Çin Halk Cumhuriyeti'nde düzenlenmiştir. Bahse konu fuar, toplam 10 holde, 2.734 katılımcıya ve 55.000 ziyaretçiye ev sahipliği yapmış, fuarda Türkiye'den toplam 45 firma yer almıştır. Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu (ŞTG) gıda sektöründe dünyanın önemli fuarları arasında gösterilen Sial China 2015 Fuarı'na 42 m2 ile katılmış, Türk şekerleme ve şekerli mamuller sektörünü başarıyla temsil etmiştir.



"Delightland" teması ile tasarlanan Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu standında ziyaretçilere Türk kahvesi, lokum ve baklava başta olmak üzere Türk Bayrağı, Çin Bayrağı ve ŞTG logosu taşıyan özel tasarım kurabiyeler, bisküvi, gofret ve şekerleme ürünleri ikram edilmiştir.

Şekerleme ve çikolata ürünlerimizin bu tip büyük organizasyonlarda tanıtımının yapılması ve ihracatçılarımız ile uluslararası satın almacıların bir araya getirilmesinde aracılık edilmesi amacıyla kurulan ŞTG'nin fuardaki temsili konumu; fuar süresi boyunca gerek fuarın ilk günü ŞTG standını ziyaret eden, T.C. Şanghay Başkonsolosu Sn. Özcan Şahin ile Şanghay Ticaret Ataşesi Sn. Aykut Aymelek ve İstanbul Ticaret Odası Başkan Yardımcısı Sn. Dursun Topçu beraberindeki resmi heyet, gerek fuara katılan diğer Türk katılımcılar, gerekse fuar ziyaretçileri tarafından standın genel konsepti ve ikramlık ürünler büyük ilgi ve takdir ile karşılanmıştır.



Çin'de faaliyet gösteren yerli ithalatçılar, distribütörler ve toptancıların bizzat fuarda stand açması fuarın kayda değer özelliklerinden biri olarak göze çarpmıştır. Fuar süresi boyunca 12 distribütör ile diyalog kurularak ŞTG ve faaliyetleri tanıtılmış, Türk ürünlerinin kalite, fiyat, raf ömrü ve Türkiye'nin dağıtım ağına gelişmişliği ön plana çıkartılarak avantajları hakkında bilgi verilmiş ve söz konusu ithalatçılar ile kartvizit alışverişi yapılmıştır.

İlgili distibütör standlarında Tayland, Endonezya, Singapur ve Avrupa ürünlerinin yanı sıra Türk ürünlerine de rastlanması, bölgenin ürünlerimize aşina olduğunun bir kanıtı olarak dikkat çekmiştir. Şekerleme ve çikolata ürünlerinde rekabetin yüksek olduğu Çin'de; paketleme, sunum ve iklimin sıcak olması nedeniyle raf ömrü, bir üründe aranan önemli özellikler olarak öne çıkmakta, Çin damak tadına göre düşük şeker içeren ürünlerin bölge pazarında ayrıcalığa sahip olacağı ithalatçı firmalar tarafından ifade edilmektedir.

Diğer taraftan, genel gıda ürünlerinde olduğu gibi şekerleme ve çikolata ürünlerinde de ithal malların hedef pazarlarının ağırlıklı olarak şehirler olduğu görülmüş, bu anlamda hyper marketler, süper marketler ve convenience storeların yoğunluğu göze çarpmıştır. Bahse konu fuar, 3 gün boyunca ziyaretçilere açık kalmıştır.

### **HOFEX 2015 , 06-09 MAYIS 2015** **HONG KONG / HONG KONG**

16.'sı düzenlenen Hong Kong Hofex 2015 fuarı, 06-09 Mayıs tarihleri arasında, Hong Kong Convention And Exhibition Center'da gerçekleşmiştir. 57 ülkeden 2.418 firmanın katılım gösterdiği fuarda 44 ülke pavillon'u 65,000 metrekarelik bir alanın üzerine kurulmuştur. Gıda, et, kahve ve çay, alkollü içecekler gibi birçok kategoriye ayrılan, 38.000 kişinin ziyaret ettiği Hofex Fuarı'nda Türk ürünlerine ilgi yoğun olmuştur. Türkiye pavillonunda tek tanıtım grubu olarak yer alan Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu (ŞTG) fuara 36 m2 ile katılmış, Türk şekerleme ve şekerli mamuller sektörünü başarıyla temsil etmiştir.

Bunun yanı sıra Türkiye'den farklı ürün gruplarında üretim yapan 18 firma fuara katılım sağlamıştır. Fuar süresince çevre ülkelerden gelen ziyaretçilere şeker oranı düşük lokum ve baklava ikram edilmiştir. Dikkati çeken önemli nokta özellikle Hong Kong halkı şeker oranı düşük ürünlere daha yoğun ilgi göstermektedir. Bu sebeple Türk kahvesi ikramı şekersiz yapılmış ve yaklaşık 2.200 bardak ziyaretçilere sunulmuştur. Yoğun ilginin oldu stand da renkli yumuşak şekerler ve bisküviler ziyaretçilerin tercih ettiği ürünler arasındaydı. Bunun yanında, bölge ithalatçıları ile üye firmalarımızı buluşturmak amacıyla, info standımızda ikili iş görüşmeleri organize edilmiş, gerekli bilgiler ziyaretçilere verilmiştir.

### **SEUL FOOD & HOTEL GIDA VE OTEL EKİPMANLARI FUARI , 12-15 MAYIS 2015** **SEUL / GÜNEY KORE**



Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu (ŞTG) Türk şekerli mamuller sektörünü Güney Kore pazarı ile daha fazla yakınlaştırmak amacıyla, yürütülmekte olan tanıtım faaliyetleri çerçevesinde, 12-15 Mayıs 2015 tarihlerinde Seul / Güney Kore'de gerçekleştirilen "Seoul Food & Hotel Fuarı"na info stand ile katılım sağladı. ŞTG standı, şık tasarımı ve lezzetli Türk şekerli ürünleri ile fuarın en çok ilgi çeken noktalarından oldu.

T.C Seul Ticaret Müşaviri Sn. Kaan Köktürk'ün pek çok defa ziyaret ettiği ve Güney Koreli ziyaretçilerle bizzat ilgilendiği ŞTG standı fuar boyunca yoğun bir ilgi ile karşılaştı. Fuar boyunca ziyaretçilere Türk şekerli mamuller sektörü hakkında ayrıntılı bilgi verildi, yeni konseptimiz Delightland dergimizin dağıtımı yapıldı ve ayrıca lezzetli sektör mamullerinden ikram edildi. Güney Koreli ziyaretçilerin Türk şekerli ürünlerine gösterdiği yoğun ilgi sektörün ihracat potansiyeli adına umut verdi.

Yeni konsepti " DELIGHTLAND" ile tanıtım faaliyetlerine hiç hız kesmeden devam eden Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu Kore'yi de başarı hikâyelerinin arasına ekledi. Toplamda 342 m2'lik alan ile 18 Türk firmasının katılım sağladığı fuar yaklaşık 55.000 kişi tarafından ziyaret edildi.

### **EXPO MILANO İNFO ETKİNLİĞİ , 15-30 MAYIS 2015** **MILANO / İTALYA**

EXPO Milano 2015, İtalya'nın Milano kentinin kuzey batısında 1.000.0000 metrekarelik bir alana kurulmuştur. Günde ortalama 150.000 kişinin ziyaret ettiği etkinliğin oldukça yoğun ilgi gördüğü belirtilmelidir. Uzun ve geniş bir koridorda yan yana dizilmiş, birbirinden ihtişamlı ülke pavilonlarına girebilmek için ortalama 20-25 dakika süren kuyruklarda beklemeniz gerekiyor. Expo'nun bu yılki teması "Gezegeni beslemek ve yaşam için enerji" olarak belirlenmiş. Toplamda 147 ülkenin katılım gösterdiği organizasyonda ülke pavilonları, etkinliğin konseptine bağlı kalarak kendilerini en doğru şekilde tanıtacak temalar belirlemiş ve keyifli bir yarışa girmişlerdir.



Ülkelerin yanı sıra Coca-Cola, Lindt, Algida, Nutella ve Eataly gibi global markaların da, ziyaretçilerini markalarıyla bağ kurabilecekleri konseptler dahilinde ağırladıkları gözlenmiştir. Nutella mağazasına girdiğinizde sizi dev bir Nutella kavanozu karşılıyor. İç kısımda bulunan dokunmatik bir ekranda ise Nutella'nızı siz özel



hale getirecek isminizin yazdığı etiketleri alıyorsunuz. Türkiye pavilonu ise "Geleceğin gıdası için tarihin irdelenmesi" teması dahilinde kendini bereketin sembolü olarak kabul gören "Nar" ile sembolize etmiştir. Narın tarih boyunca tüm kültür ve dinlerde olumlu anlamda yer alması, hem tekliği hem çokluğu temsil etmesi gibi önemli unsurlar, narın Türkiye'nin logosunda yer almasına zemin oluşturmuştur. Türkiye pavilyonunda dolaşan nar maskotlarının da oldukça ilgi gördüğünü belirtmek gerekir. Türkiye pavilonu 4.170 metrekarelik bir alan üzerine yarı açık yarı kapalı olarak kurgulanmıştır.

Ülke pavilonlarının neredeyse tamamına yakını kapalı formlarda inşa edilmiştir. Türk pavilonu girerken ziyaretçiler, Türk cam sanatının önemli eserlerinden ihtişamlı "Çeşm-i Bülbül" ile karşılanmaktadır. Devamında ise Türk mutfakının, toprağının, tohumunun, kahvesinin; ülkenin değerlerini anlatan sergi alanları beklemektedir. Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu (ŞTG), ŞTG Yönetim Kurulu Başkanı Sn. Hidayet Kadiroğlu'nun da katılımı ile ülke tanıtımına katkıda bulunmak amacıyla 15 - 30 Mayıs tarihleri arasında Türk pavilonu kendine ayrılan 25 metrekarelik alanda; 7.000 bardak Türk kahvesi, 5.000 adet baklava ve 8.000 adet lokum ikramında bulunmuştur.

### **THAIFEX WORLD OF FOOD ASIA , 20-24 MAYIS 2015** **BANGKOK / TAYLAND**

Tayland'ın Bangkok kentinde 20-24 Mayıs 2015 tarihlerinde gerçekleştirilen ve Asya kıtasının en önemli fuarlarından biri olarak bu yıl 12.'si düzenlenen THAIFEX 2015 Fuarı'na Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu tarafından info-stand ile katılım gerçekleştirildi.

Bu yıl 100.000 üzerinde ziyaretçi ve 1.520 katılımcı ile rekor rakamlara ulaşan söz konusu fuara Türkiye'nin yanı sıra 22 ülkeden gıda sektöründe faaliyet gösteren çok sayıda firma katılımı oldu.

Thaifex fuarına 36 m2'lik bir info-stand ile katılım sağlayan Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu, Delightland teması ile tasarlanan standında ziyaretçilere Türk kahvesi, lokum, baklava ikram edildi. İkrâm edilen ürünler arasında ayrıca Türk Bayrağı, Tayland Bayrağı ve ŞTG logosu taşıyan özel tasarım kurabiyeler, bisküvi, gofret ve şekerleme ürünleri ziyaretçilerin beğenisine sunuldu.

21 Mayıs 2015 Perşembe günü Bangkok Büyükelçisi Sayın Osman Bülent Tulun, THAIFEX 2015 Fuarı'na katılım sağlayan Türk katılımcılarına Büyükelçilik rezidansında bir akşam yemeği verdi. Bangkok Ticaret Müşavirimiz Sn. Nesrin Gündoğan'ın da katıldığı davette Tayland pazarına ilişkin görüş alış verişinde bulundu. Bunun yanı sıra anılan yemeğe ülkenin önde gelen alıcıları, süpermarket zinciri ve toptancı sahipleri de iştirak etti. Böylece, Türk katılımcılar

Taylandlı işadamlarıyla bir araya gelerek tanışma, olası işbirliği olanakları üzerine görüş alışverişinde bulunma ve gelecek görüşmeler için randevulaşma fırsatı elde etti.

Sn. Büyükelçi'nin açılış konuşmasında dile getirdiği hususlar arasında, iki ülke arasındaki ilişkilerin son yıllarda gelişme eğiliminde olmakla birlikte hala

kullanılmayan çok büyük bir potansiyelin bulunduğu, resmi ziyaretlerin sıklaştırılması, bu ülkeye yönelik daha fazla ticari heyet düzenlenmesi, işadamlarının karşılıklı olarak fuarlara katılımının artırılması ve Türk ürünlerinin daha yoğun bir şekilde tanıtılması gerektiği ve Türk-Taylandlı muhataplar arasındaki ticari ilişkilerin artırılmasının büyük önem arz ettiği de yer aldı.



**125. YILDÖNÜMÜ ERTUĞRUL FİRKATEYN (RESEPSİYON-İFO STAND) , 05-08**  
**HAZİRAN 2015**  
**TOKYO / JAPONYA**

Ertuğrul Fırkateyni'nin 125. Yıl anmasına ilişkin olarak Türk Deniz Kuvvetleri'ne ait TCG GEDİZ F-495 savaş gemisi, 01 Nisan - 31 Temmuz 2015 tarihleri arasında Japonya'ya istinaden Uzakdoğu seyrini icra etmektedir. 3 Haziran günü kazanın meydana geldiği Kuşimoto kentinde demir atan fırkateynin personeli kazada hayatını kaybedenleri andıktan sonra Tokyo'nun Harumi Limanı'nda demir attı.

05-08 Haziran tarihleri arasında günün belirli saatlerinde halkın ziyaretine açılan gemiyi günde ortalama 1.000 kişi ziyaret etti. Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu (ŞTG), fırkateynin güverte kısmında kurmuş olduğu standında gemiyi ziyaret etmek için gelen misafirlere lokum ve

Türk



kahvesi ikramında bulundu. Türkiye'nin tatlı envanterini oluşturan ŞTG'nun hazırladığı harita Japon halkı tarafında yoğun ilgi gördü. Gemi personelinin güler yüzlü ev sahipliğinde gerçekleşen etkinlik Japonya Ticaret Müşaviri Musa Demir'in de destekleriyle ŞTG açısından ufuk açan bir etkinlik olmuştur.

## **AFRICA'S BIG SEVEN , 21-23 HAZİRAN 2015** **JOHANNESBURG / GÜNEY AFİRKA**

Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu, Afrika Kıtası'nın gıda ve içecek sektörlerinde en büyük fuarı olarak gösterilen Africa's Big Seven 2015 Fuarı'nda Türk şekerleme ve şekerli mamuller sektörünü başarıyla temsil etti.

21-23 Haziran 2015 tarihleri arasında, Gallagher Kongre Merkezi / Johannesburg'da, 50 ülkeden yaklaşık 255 firma ve 7.000'in üzerinde ziyaretçinin katılımıyla düzenlenen Africa's Big Seven 2015 Fuarına ülkemizden gıda, içecek, kozmetik, temizlik ve ev gereçleri alanlarında faaliyet gösteren toplam 21 firma ve tanıtım grupları katılım sağladı.

Başta Güney Afrika olmak üzere Botswana, Zimbabwe, Nijerya, Zambia, Eritrea gibi çevre ülkelerden katılan iş adamlarının ziyaret ettiği Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu standı, yeni konsepti ile fuara katılan ziyaretçilerin de büyük ilgisini çekti. Türk kahvesi ve geleneksel ürünlerimiz lokum ve baklava ziyaretçilerin beğenisine sunulduğu fuarda özellikle "Türk Lokumu" ziyaretçilerin büyük beğenisini topladı.

Pretoria Ticaret Başmüşavirimiz Hakan Karabalık ve Ticaret Müşavir Yardımcısı Lale Özkan'ın fuar boyunca yakından ilgilendiği Tanıtım Grubumuz standını fuarın üçüncü günü Pretoria Büyükelçimiz Sn. Kaan Esener de ziyaret etti.

Africa's Big Seven 2015 Fuarı'nda Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu'nu Yönetim Kurulu Başkanı Sn. Hidayet Kadiroğlu temsil ederken, Tanıtım Grubu adına Umut Ermiş ve Muzaffer Kılıç organizasyonda görev aldı.



**SUMMER FANCY FOOD ULUSLARARASI GIDA VE İÇECEK FUARI , 28-30**  
**HAZİRAN 2015**  
**NEW YORK / A.B.D.**

Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu (ŞTG); gıda ve içecek sektöründe, Kuzey Amerika'nın nabzını tutan en önemli etkinliklerden biri olarak gösterilen Summer Fancy Food Show'a info stand ile katılım gerçekleştirildi.

28-30 Haziran 2015 tarihleri arasında New York/ABD'de gerçekleştirilen Summer Fancy Food Show yaklaşık 180.000 ürüne, 25.000 alıcıya ve 2.500 katılımcıya ev sahipliği yaparken Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu Fuar'a 18 m2 ile katılarak Türk şekerleme ve şekerli mamuller sektörünü başarıyla temsil etti. "Delightland" teması ile tasarlanan Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu standında ziyaretçilere Türk kahvesi, lokum ve baklava başta olmak üzere Türk Bayrağı, ABD Bayrağı ve ŞTG logosu taşıyan özel tasarım kurabiyeler, bisküvi, gofret ve şekerleme ürünleri ikram edildi. Fuara Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Sayın Hidayet Kadiroğlu, İstanbul Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Sayın Zekeriya Mete, Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu ve Birlik Yönetim Kurulu Üyeleri Sayın Sübet Çiçek, Sayın Kazım Taycı ve Sayın Uğur Durukan iştirak ettiler.

Fuar boyunca gerek fuarı ziyaret eden T.C. New York Başkonsolosu Sayın Ertan Yalçın ve Ticaret Ataşesi Sayın Mustafa Ali Yurdupak ile İstanbul Ticaret Odası heyeti, gerek fuara katılan diğer Türk katılımcılar, gerekse fuar ziyaretçileri tarafından şekerli ve çikolatalı mamullerimizin tanıtımının yapılması ve ihracatçılarımız ile uluslararası satın almacıların bir araya getirilmesinde aracılık edilmesi amacıyla kurulan ŞTG'nin fuardaki temsili konumu takdirle karşılandı.



## **CONFITEXPO ŞEKERLEME VE ÇİKOLATA FUARI , 04-07 AĞUSTOS 2015** **GUADALAJARA / MEKSİKA**

Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu (ŞTG), Meksika'nın Alimenteria ve Expo Antad gibi önde gelen fuarlarına bir yenisini daha ekleyerek, Confitexpo Fuarı'na info stand ile katılım gerçekleştirmiştir. 4-7 Ağustos 2015 tarihleri arasında, Guadalajara/Meksika'da düzenlenen ve yoğunlukla şekerleme sektörüne hitap eden Confitexpo Fuarı; 19.000 m2 alanda 500'den fazla katılımcıya ve yaklaşık 15.000 ziyaretçiye ev sahipliği yaparken, ŞTG söz konusu fuara 49 m2 ile katılarak, milli katılımın olmadığı bir fuarda Türk şekerli mamuller sektörünü, milli katılım edasıyla ve başarıyla bir kez daha temsil etmiştir.

"Delightland" teması ile tasarlanan ŞTG standında ziyaretçilere Türk kahvesi, lokum ve baklava başta olmak üzere Türk Bayrağı, Meksika Bayrağı ve "Turkey: Discover the potential" logosu taşıyan özel tasarım kurabiyeler ile bisküvi, gofret ve muhtelif şekerleme ürünleri ikram edilmiştir. Confitexpo Fuarı'nın uluslararası değil genel itibariyle yerel bir fuar olduğu görülmüştür. Fuarda herhangi bir ülkenin milli katılımı olmamıştır. Meksika'da faaliyet gösteren yerli distribütörlerin bizzat



fuarda stand açması fuarın kayda değer özelliklerinden biri olarak göze çarpmıştır. Fuar süresi boyunca 4 önemli distribütör ile diyalog kurularak ŞTG tanıtılmış, Türk ürünlerinin kalite, fiyat, raf ömrü ve Türkiye'nin dağıtım ağının gelişmişliği ön plana çıkartılarak avantajları hakkında bilgi verilmiş, söz konusu distribütörlerle kartvizit alışverişi yapılmış ve kendileri ihracatçılarımızla tanışmak üzere ülkemize davet edilmiştir. Özel günlere (doğum günü, anneler günü, sevgililer günü vs.) çok önem verilen ve özellikle bu günlerde şekerleme ürünlerine yoğun ilgi duyulan Meksika'da halkın önemli bir kısmı, alışveriş söz konusu olduğunda süpermarketleri ve toptancı hallerini tercih etmektedir.

Bu doğrultuda, Genel Sekreterliğimiz personeli tarafından Walmart, Soriana ve Mega süpermarketlerinin yanı sıra bir adet toptancı hali de ziyaret edilmiş ve raftaki ürünün nihai fiyatına ilave olarak piyasanın iş yapma kültürü ve yapısı hakkında da bilgi edinmeye çalışılmıştır. Yaklaşık 120 milyon nüfusuyla Meksika, gerek NAFTA üyeliği gerekse hitap ettiği Latin Amerika pazarıyla şekerleme sektörümüz için önemli bir ülkedir. Bu doğrultuda, söz konusu coğrafyada, ihracatımızın söz sahibi olması adına Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu etkinliklerinin artarak devam ettirilmesi planlanmaktadır.

## **EXPO MILANO INFO ETKİNLİĞİ – TÜRK MİLLİ GÜNÜ , 14 EYLÜL 2015** **MILANO / İTALYA**

EXPO 2015'e ev sahipliği yapan İtalya'da, "Türkiye Milli Günü" etkinlikleri düzenlendi. EXPO 2015 Milano Türkiye Milli Günü Etkinlikleri'ne, Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekçi, Expo Genel Komiseri Bruno Pasquino, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) Yönetim Kurulu Başkanı Ömer Cihad Vardan, Ankara Ticaret Odası (ATO) Başkanı Salih Bezci, İtalya'nın Ankara Büyükelçisi Luigi Mattiolo ve eski Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanı Mehdi Eker'de katılım gösterdi.

İstiklal Marşı eşliğinde Türk bayrağının göndere çekildiği törenin açılışında konuşan Ekonomi Bakanı Sn. Nihat Zeybekçi, Expo Milano'da yer alan en büyük beşinci pavilyon olduğumuzu belirtmesinin ardından Türkiye'nin temasına değindi: "Bir amacımız vardı; o da açık Türkiye. Bütün kapılarıyla açık bir Türkiye. Bütün kültürlerin bütün coğrafyaların buluştuğu bir Türkiye.Tarihe bakacak olursak geleceğin beslenmesi, geleceğin gıdası için tarihin irdelenmesi"

Konuşmasında geleceğin iyi planlanabilmesi için tarihin detaylarıyla bilinmesi gerektiğini önemle vurgulayan Sn. Nihat Zeybekçi refah içinde yaşanılacak bir dünya için durumun



önemini ifade etti. Expo'daki Türk pavilyonunda emeği geçenlere ve katkı sağlayanlara teşekkür eden Sn. Nihat Zeybekçi, İtalyan iş adamlarına seslenerek, "Anadolu'yu görmek istiyorsanız, Türkiye'yi görmek istiyorsanız, küçücük bir hissine kapılmak istiyorsanız, Türk pavyonuna sizleri davet ediyorum." çağrısında bulundu.

Milli gün etkinlik programında yer alan; mehter takımı korteji, horon ve zeybek gösterisi, Anadolu Ateşi davul korteji, Ebru sanatı, ney dinletisi, Burhan Öcal performansı gibi Türkiye'yi ve Türk kültürünü anlatan gösterilerin yanı sıra gün boyu Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu (ŞTG) tarafından Türk kahvesi ve lokumu ikramı yapılmıştır. Fuar alanın üç farklı noktasında lokum ikramı yapan ŞTG'nin standlarına ilgi her zaman ki gibi yoğun olmuştur. Günün belirli saatlerinde yapılan Türk kahvesi ikramı, kahvenin tarihi ve ülkemiz için önemini anlatıldığı bir söyleşiyle anlamlı kılınmıştır.

\*\*\* 15-30 Mayıs 2015 tarihlerinde Expo Milano'da ülke tanıtımına destek veren ŞTG ekibi ikram etmiş olduğu binlerce lokum ve Türk kahvesini yeniden misafirlere sunmaktan ve Türkiye pavilyonunda yer almaktan onur duymuştur.

EXPO Milano 2015, İtalya'nın Milano kentinin kuzey batısında 1.000.0000 metrekarelik bir alana kurulmuştur. Günde ortalama 150.000 kişinin ziyaret ettiği etkinliğin oldukça yoğun ilgi gördüğü belirtilmelidir. Uzun ve geniş bir koridorda yan yana dizilmiş, birbirinden ihtişamlı ülke pavilyonlarına girebilmek için ortalama 20-25 dakika süren kuyruklarda beklemeniz gerekiyor. Expo'nun bu yılki teması "Gezegeni beslemek ve yaşam için enerji" olarak belirlenmiş. Toplamda 147 ülkenin katılım gösterdiği organizasyonda ülke pavilyonları, etkinliğin konseptine bağlı kalarak kendilerini en doğru şekilde tanıttacak temalar belirlemiş ve keyifli bir yarışa girmişlerdir.

Türkiye pavilyonu ise "Geleceğin gıdası için tarihin irdelenmesi" teması dahilinde kendini bereketin sembolü olarak kabul gören "Nar" ile sembolize etmiştir. Narın tarih boyunca tüm kültür ve dinlerde olumlu anlamda yer alması, hem tekliği hem çokluğu temsil etmesi gibi önemli unsurlar, narın Türkiye'nin logosunda yer almasına zemin oluşturmuştur. Türkiye pavilyonunda dolaşan nar maskotlarının da oldukça ilgi gördüğünü belirtmek gerekir. Türkiye pavilyonu 4.170 metrekarelik bir alan üzerine yarı açık yarı kapalı olarak kurgulanmıştır.



Ülke pavilyonlarının neredeyse tamamına yakını kapalı formlarda inşa edilmiştir. Türk pavilyonu girerken ziyaretçiler, Türk cam sanatının önemli eserlerinden ihtişamlı "Çeşm-i Bülbül" ile karşılanmaktadır. Devamında ise Türk mutfağının, toprağının, tohumunun, kahvesinin; ülkenin değerlerini anlatan sergi alanları beklemektedir.

**WORLD FOOD MOSCOW 24. ULUSLARARASI GIDA VE İÇECEK TEKNOLOJİLERİ**  
**FUARI**  
**14-17 EYLÜL 2015 , MOSKOVA / RUSYA**

Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu (ŞTG), Rusya'nın en önemli 2. fuarı olarak kabul edilen ve 14-17 Eylül 2015 tarihlerinde Moskova'da gerçekleştirilen World Food Moscow Uluslararası Gıda ve İçecek Fuarı (WFM)'na info stand ile katılım gerçekleştirmiştir. Yaklaşık 30.000 ziyaretçiye ve 1.700 katılımcıya ev sahipliği yapan WFM Fuarı'nda "Delightland" teması ile tasarlanan ŞTG standı, fuarın ilk gününden son gün son saatine kadar yoğun bir ilgiyle karşılanmış; başta lokum, baklava, kahve ve mesir macunu olmak üzere, geleneksel Türk ürünlerinin damak tadının tanıtımına katkı sağlanırken, Türk şekerli mamuller ihracatçısını temsil etmenin yanı sıra Türk ürünlerini yerel ve uluslararası alıcılarla bir kez daha buluşturmanın heyecanı yaşanmıştır. Fuar süresi boyunca Türk ürünlerinin kalite, fiyat, raf ömrü ve Türkiye'nin dağıtım ağının gelişmişliği ön plana çıkartılarak avantajları hakkında bilgi verilmiştir.

Yaşanan devalüasyon sonrası ekonomik krize giren Rusya, Ukrayna meselesi nedeniyle ABD ve Avrupa'ya uygulamış olduğu gıda ambargosu sonrası cazip bir pazar haline gelerek Türk ihracatçısının iştahını kabartmıştır.

Dolayısıyla Tanıtım Grubumuzun Rusya'daki faaliyetlerine aksamadan devam edilmesi öngörülmektedir.



**MIPCOM ETKİNLİĞİ , 05-08 EKİM 2015**  
**CANNES / FRANSA**

Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu (ŞTG), ülke imajını artırmak ve üyelerini en doğru şekilde temsil etmek amacıyla sadece gıda sektörünü ilgilendiren platformların dışında da çeşitli etkinlikler içinde yer almaktadır.



2015 Ocak ayı itibariyle ülkesini "Delightland" olarak konumlandıran ŞTG, Fransa'nın Cannes şehrinde bu yıl 31.si düzenlenen ve dünyanın en prestijli "Dünya Eğlence İçerik Pazarı Fuarı" olarak anılan **MIPCOM**'da yerini almıştır.

Türk dizi sektörünün hızlı yükselişi ve Türk dizilerinin tüm dünyadan talep görüyor olması sebebiyle Reed MIDEM tarafından MIPCOM'un "**Onur Konuğu Ülke**" olarak belirlediği ülke Türkiye olmuştur. İstanbul Ticaret Odası koordinasyonunda, Ekonomi Bakanlığı ve Kültür Turizm Bakanlığı'nın destekleriyle gerçekleşen "Onur Konuğu Türkiye" projesi için ülkemiz televizyonculuk sektörünün gücünü doğru ifade etmek üzere fuar alanına 300 metrekarelik bir çadır kurulmuştur. Bu çadırdaki dev ekranlarda Türk dizilerinin içerikleri sergilenmiş olup yapılan panellerde Türk dizi sektörü yapımcı, senarist, müzisyen ve oyuncu gibi önemli aktörleri sektörü anlatıp gelen soruları cevaplamıştır.

5-8 Ekim 2015 tarihleri arasında düzenlenen fuara 112 ülkeden rekor sayıda katılımcı iştirak etmiş olup belirtilen temsilci sayısı 13,700 olarak açıklanmıştır. 80'den fazla ülkede 400.000 milyon kişiye ulaşan Türk dizilerin 2015 yılı ihracatı 350 Milyon Dolar olarak belirtilip 2023 hedefi 1 milyar dolar olarak açıklanmıştır.

Delightland standında dört gün boyunca 10.000 adet Türk lokumu, 5.000 bardak Türk kahvesi ve 2.000 adet baklava ikramı yapılmıştır. "Turkey Home of Content" çadırının iç ve dış tarafında yer alan ŞTG kioskaları görsel olarak da oldukça ilgi çekmiştir. Fuar süresince 08:00 - 08:30 saatleri arasında gerçekleştirilen Türk kahvesi ve lokum ikramı MIPCOM katılımcıları tarafından yoğun ilgi görmüştür.

Türkiye'nin onur konuğu ülke olması sebebiyle 5 Ekim Pazartesi günü gerçekleştirilen basın toplantısına Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu'nu temsilen Yönetim Kurulu Başkanı Sn. **Hidayet Kadiroğlu**, çok sayıda Türk aktör ve aktris davet edilmiştir. Aynı günün gecesinde ise TRT tarafından organize edilen ve kırmızı halı geçidiyle başlayan görkemli bir açılış partisi düzenlenmiştir. Carlton Otel'de gerçekleşen etkinlikte ŞTG olarak lokum ve Türk kahvesi ikramı yapılmış ve yoğun ilgi görmüştür.



**ANUGA 2015 İÇECEK FUARI , 10-14 EKİM 2015**  
**KÖLN / ALMANYA**

10-14 Ekim 2015 tarihleri arasında Almanya'nın Köln şehrinde gerçekleştirilen "Uluslararası Gıda ve İçecek Fuarı - ANUGA'nın bu yıl 33.sü düzenlenmiş, söz konusu fuara toplam 108 ülkeden 7063 firma katılım sağlamış ve fuarı yaklaşık 192 ülkeden 160.000 kişi ziyaret etmiştir. İki yılda bir düzenlenen ve 284.000 m<sup>2</sup>'lik alanda gerçekleştirilen ANUGA 2015 Fuarı'na, Şekerli Mamuller Tanıtım Grubumuz 34 m2 info stand ile katılmıştır. ANUGA Fuarı'nda Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu'nu (ŞTG) Yönetim Kurulu Başkanı Sayın Hidayet KADİROĞLU ve Yönetim Kurulu Üyeleri Sayın Kazım TAYCI ile Sayın Sübet ÇİÇEK temsil etmişlerdir. ŞTG standını ziyaret eden T.C. Köln Başkonsolosu Sayın Hüseyin Emre ENGİN,

sektöre katkılarından ötürü ŞTG Yönetimine teşekkürlerini iletmış; fuar, sektör ve bölge pazarı hakkında görüş alışverişinde bulunmuştur.

"Delightland" teması ile tasarlanan ŞTG standı yoğun bir ilgiyle karşılanmış; başta lokum, baklava, kahve ve helva olmak üzere, geleneksel Türk ürünleri tanıtılmıştır. Türk şekerli mamuller ihracatçısını temsil etmenin yanı sıra Türk

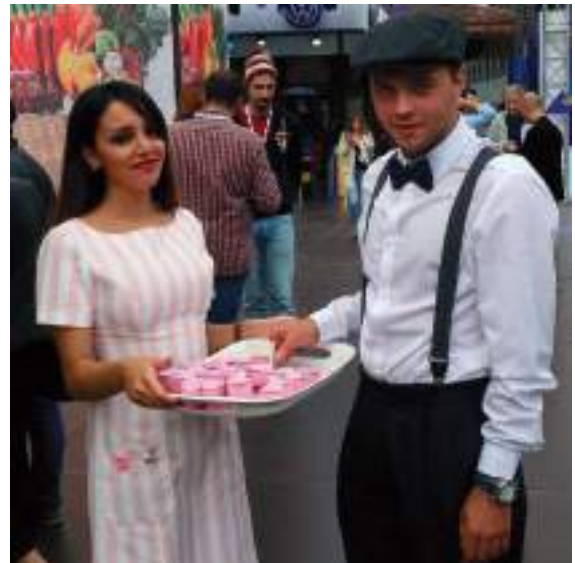


ürünlerini yerel ve uluslararası alıcılarla bir kez daha buluşturmanın heyecanı yaşanmıştır. Fuar süresi boyunca info standda yapılan şeker imalatı şovu ve helva döner masası büyük ilgi görmüştür. Türk ürünlerinin kalite, fiyat, raf ömrü ve Türkiye'nin dağıtım ağının gelişmişliği ön plana çıkartılarak avantajları hakkında ziyaretçilere bilgi verilmiş, kartvizit alışverişi yapılmıştır.

Küresel gıda endüstrisi için dünyanın en önemli ticari ve enformatik organizasyonu olan ANUGA Fuarı'na ülkemizden, sektörde faaliyet gösteren 230 firma, genel gıda bölümü, unlu mamuller, şekerleme ve sıcak içecekler bölümü, içecekler bölümü ve dondurulmuş gıda bölümü olmak üzere dört salonda toplam 4417 m<sup>2</sup> alanda milli katılım sağlamıştır. Ayrıca, ülkemizden 47 firma da bireysel katılım kapsamında Fuara iştirak etmiştir. Fuara katılan firmaların % 89'u, toplam ziyaretçilerin ise % 68'i Almanya dışındaki ülkelere gerçekleşmiştir.

### **KRİSTAL ELMA REKLAMCILIK FESTİVALİ , 14-16 EKİM 2015** **UNIQ / İSTANBUL**

Reklamcılar Derneği tarafından 27 yıldır düzenlenen ve reklamcılarının ödüllendirildiği Kristal Elma, ödül töreni olarak başladığı serüvenden trendlerin takip edildiği ve konuşulduğu bir festival haline dönüşmüştür. ŞTG olarak Delightland konseptimize destek sağlayacak ve ülkemizi tanıtmamızda yardımcı olabilecek dünya reklam stratejilerini yakından görmek adına katılım sağladığımız bir etkinliktir. Etkinlik süresince ise Türk kahvesi ve lokumunun yanı sıra bez torba, dergi ve özel tasarım broşlarımızın dağıtımı yapılmıştır.



## **ENDONEZYA MEDYA HEYETİ TOPLANTISI , 20 EKİM 2016**

### **DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ / İSTANBUL**

20.10.2015 İstanbul Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Başkanı Zekeriya Mete'nin başkanlığında, Endonezya'dan gelen Antara Haber Ajansı Genel Yayın Yönetmeni Yardımcısı Bambang Purwanto, Tv One Haber Müdürü Ecep Suwardaniyasa, Kompas Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Yardımcısı Mohammad Nasır, Jakarta Post Gazetesi Ulusal Haber Editörü Adisty Sukma, Media Indonesia Gazetesi Ekonomi Editörü Teguh Nirwahjudi, Reuplika Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Yardımcısı Irfan Junaidi ve TVRI Haber Müdürü Yardımcısı ve Haber Sunucusu Kenan Nabil'in teşrifiyle oluşan Endonezya Medya Heyeti ile Türkiye'nin genel ve şekerli mamuller ihracatı hakkında toplantı yapılmıştır.

İstanbul Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Başkanı Zekeriya Mete, açılış konuşmasında, öncelikle Türkiye Devletinin ve insanının Endonezya Devleti ve Endonezyalılara olan bakış açısını anlatmış ve kendilerini karşılıklı olarak dost devlet ve dost millet olarak benimsediğimizi belirtmiştir. Çoğunluğu Müslüman olan, dini değerleri doğrultusunda yaşayış bakımından büyük benzerlikler taşıyan bu iki milletin hem siyasi hem ekonomik açıdan birbirlerine destek olması ve beraberce büyümeye



devam etmemiz gerektiği doğrultusunda görüş bildirmiştir. Yaşanan her türlü zorluğa rağmen ticari büyümenin karşılıklı bir şekilde sürdürülmesi gerektiğini bildiren Başkan Türkiye'nin Endonezya'ya 1.8 milyar dolara varmış yüksek miktarda dış ticaret açığı oluştuğunun ve karşılıklı ihracat oranlarındaki durumun 1'e 10 oranına yükseldiği belirtilmiştir. Ancak bütün ticaret engellerine rağmen Endonezya ile iş yapılması isteği vurgulanmıştır.

Zekeriya Bey'in konuşmasından sonra Hububat Şubesinden Burak Bey sunum yapmış ve sunumunda, Türkiye'nin ekonomisi ve ülke durumuyla ilgili bilgi verip, Türkiye'nin genel ihracatı, koordinasyonu ve güncel ihracat rakamları ile Endonezya - Türkiye arasındaki ticaret hacminden ve özellikle konu olan şekerli mamuller ürün grupları hakkında hem hammadde hem de bitmiş ürün ile ilgili iki ülke arasındaki ticaret durumundan bahsedip ticaretteki büyük farkın sebeplerinden bahsedilmiştir.



Burak Bey'in sunumundan sonra soru cevap kısmına geçilmiştir. İlk soru Burak Bey'in de sunumunun sonunda paylaştığı Türkiye'nin neden Endonezya'ya ihracat yapamaması hakkında olmuş, Helal sertifikalarında Endonezya Ulemasından kaynaklanan problemler ve ithalat belgelerinin alınamamasından dolayı ticari anlaşmalar sağlansa dahi ülkeye mal girişinin gerçekleşmesi için ayların geçmesi gerektiği bunun da ticarete büyük darbe vurduğu belirtilmiştir. Endonezya'nın komşu devletlere sağladığı kolaylıkların Türkiye'ye de sağlanması gerektiği açıklanmıştır. Yerel kurumların Çin'le olan ve rekabeti nedeni ile Türkiye'ye önyargılı yaklaştığı, buna ek olarak bütün Endonezya ithalatçılarının rupinin dolar karşısında değer kaybetmesinden dolayı yüksek miktarlarda zarar gördüğü ve alım güçlerinin düşmüş oldukları belirtilse de ülke olarak alımın zaten yapıldığı ancak Türkiye'den yapılmadığı belirtilmiştir. Yeni başkanın ekonomiyi düzeltmek için özel çalışmalar yapıyor olduğu, dış yatırım arayışına girildiği ve bu doğrultuda Türk firmalarının yatırım yapmak hakkında ne düşündüğü sorulmuş. Kendilerine orada bazı Türk firmalarının faaliyet gösterdiği ancak bu yatırımların ciddi miktarlarda yapılabilmesi için önce bazı kapıların açılıp ülkedeki ticaret hacmimizi arttırmak ve ticari verimliliğin artırılmasından sonra bu tarz bir girişimin düşünülebileceği belirtilmiştir. Ticaret sürecinin parçası olarak çeşitli ruhsat ve sertifikaların gerekliliklerinin ortadan kaldırılmış veya hafifletilmiş olduğu dile getirilmiştir. Soru cevap kısmı bitiminde kısa bir süre içerisinde tekrar Endonezya ziyaretinde bulunulacağı, özellikle Endonezya Uleması ile görüşüleceği belirtilmiş. Sunumlarda kullanılan kaynaklar, Türkiye ve Şekerli Mamuller Sektörü hakkında ayrıntılı bilgileri içeren tanıtım katalogları kendilerine verilerek toplantı bitiminde Başkan Zekeriya Mete ile toplantıyı özetleyen özel bir röportaj yapılmıştır.

**SWEETS & SNACKS MIDDLE EAST ULUSLARARASI ŞEKERLEME FUARI , 27-29**  
**EKİM 2015**  
**DUBAI / B.A.E.**

26-29 Ekim 2015 tarihleri arasında, Dubai/Birleşik Arap Emirlikleri'nde düzenlenen ve yoğunlukla şekerleme sektörüne hitap eden Sweets and Snacks Middle East 2015 Fuarı; 8.176 m2 alana kurulmuş olup 42 ülkeden 313 firma standına ev sahipliği yapmıştır. Geçen yıla göre katılımın fazla olduğu gözlenen fuarı 7500 kişi ziyaret etmiştir.

Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu (ŞTG), söz konusu fuara 36 m2'lik alana kurulan "Delightland" temalı stand tasarımıyla katılmıştır. ŞTG standında ziyaretçilere "Muhteşem İkili" olarak lanse edilen Türk kahvesi ve lokumun yanı sıra baklava ve çikolata gibi farklı şekerli mamuller de ikram edilmiştir. Sweets and Snacks Middle East Fuarı'na ilgi her geçen yıl artmaktadır. Türkiye'nin yanı sıra çok sayıda ülke fuarda milli katılım pavilyonları oluşturmuştur. Fuar

süresince birçok distribütör ile diyalog kurularak ŞTG tanıtılmış olup Türk ürünlerinin kalitesi, raf ömrü ve Türkiye'nin dağıtım ağının gelişmişliği ön plana çıkartılarak avantajları hakkında bilgi verilmiştir. Söz konusu firmalarla kartvizit alışverişi yapılmıştır ve talepleri Türk şekerli mamul ihracatçılarına iletilmiştir.



ŞTG standında, fuar süresince her gün altı kez gerçekleşen "şeker yapımı" şovu oldukça fazla ilgi görmüştür. Bunun yanı sıra standata döner şekilde kesilerek servis edilen helva yüzleri gülümsetmiştir. Katılımcı firmalar ve ziyaretçiler tarafından standımız özellikle ziyaret edilmiş olup fuarın en başarılı ve ilgi çekici standına sahip olduğumuz tarafımıza bildirilmiştir. Bahsedilen fuara; Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Sn. Hidayet KADİROĞLU, İstanbul Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Sn. Zekeriya METE, Yönetim Kurulu Üyeleri Sn. Sübet ÇİÇEK ve Sn. Burhan BAŞAR iştirak etmişlerdir.

**IRAK AGROFOOD ULUSLARARASI GIDA VE İÇECEK FUARI , 16-19 KASIM 2015**  
**ERBİL / IRAK**

Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu (ŞTG), Irak'ın Agrofood Fuarı'na 36 m2'lik info stand ile katılım gerçekleştirmiştir.

16-19 Kasım 2015 tarihleri arasında Erbil / IRAK' ta düzenlenen ve yoğunlukla şekerleme sektörüne hitap eden Irak Agrofood Fuarı; Erbil'de 19.000 metre kare kapalı 5.000 metre kare açık toplam 24.000 metre karelik bir alanda yapılmıştır. Toplamda 134 katılımcı ile 18 farklı ülke temsil edilmiştir.

Türkiye'nin şekerleme ihracatında önemli bir yer tutan Irak'ta yapılan bu fuarın büyük bir alanda yapılmış ve geniş kitlelere ulaşılmıştır. Her şekilde ithalata bağımlı olan Irak ülkesindeki bu fuarda Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu ülkemizi başarıyla temsil etmiştir.



**FOODEX SAUDİ , 17-20 KASIM 2015**  
**CİDDE / S.ARABİSTAN**

Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu (ŞTG), Suudi Arabistan'ın Foodex Saudi 2015 Fuarı'na info stand ile katılım gerçekleştirmiştir.

17-20 Kasım 2015 tarihleri arasında, Cidde/Suudi Arabistan'da düzenlenen ve GIDA sektörüne hitap eden Foodex Saudi Fuarı; 9.800 m2 alanda 130'dan fazla firma standlarında firmalarını tanıtırken 5000'in üzerinde ziyaretçi de katılım göstermiştir. ŞTG söz konusu fuara 27 m2'lik alanda katılarak, milli katılımın olmadığı bu fuarda Türk şekerli mamuller sektörünü bir kez daha temsil etmiştir. "Delightland" teması ile tasarlanan ŞTG standında ziyaretçilere Türk kahvesi, lokum ve baklava başta olmak üzere kurabiyeler ile bisküvi, gofret ve muhtelif şekerleme ürünleri ikram edilmiştir.

Foodex Saudi Fuarı, uluslararası bir fuar olarak değerlendirildiğinde ön sıralarda yer almasına da gelişmekte olan ve potansiyeli yüksek bir fuar olduğu izlenimini vermiştir. Fuarda Türkiye'nin yanı sıra çok sayıda ülke birden çok markası ile katılım göstermiştir. Fuar süresince birçok distribütör ve alıcı ile diyalog kurularak ŞTG tanıtılmış, Türk ürünlerinin



kalite, fiyat, raf ömrü ve Türkiye'nin dağıtım ağının gelişmişliği ön plana çıkartılarak avantajları hakkında bilgi verilmiş, söz konusu distribütörlerle kartvizit alışverişi yapılmış ve kendileri ihracatçılarımızla tanışmak üzere ülkemize davet edilmiştir. Katılımcı firmalar ve ziyaretçiler tarafından standımız özellikle ziyaret edilmiş olup fuarın en başarılı ve ilgi çekici standına sahip olduğumuz tarafımıza bildirilmiştir. Suudi Arabistan'daki alıcılar sadece tek bir ürün grubuyla değil genel olarak tüm ürün gruplarından satın alma talebinde bulunmuşlardır.

Ekonomik standardı ve potansiyeli yüksek bir ülke olması sebebiyle Suudi Arabistan ülkemiz şekerleme sektörü için önemli bir ülke olarak anılmaktadır. İhracatımızı her geçen gün daha da fazla arttırabilmek hedefiyle fuar katılım ve reklam-pazarlama çalışmalarının arttırılmasında fayda olabilir.

### **HONG KONG INTERNATIONAL BAKERY EXPO , 03-05 ARALIK 2015** **HONG KONG / HONG KONG**

Hong Kong International Bakery Expo 2015 Fuarı, 03-05 Aralık 2015 tarihleri arasında, Hong Kong'da düzenlenmiştir. Yaklaşık 20 ülkeden katılımcının bulunduğu fuar 8.800 m2 alanlı bir büyük holde gerçekleşmiş ve toplam 184 katılımcıya ve 22.000'in üzerinde ziyaretçiye ev sahipliği yapmıştır.

Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu (ŞTG) milli katılım organizasyonunun olmadığı söz konusu fuara, tek Türk katılımcı olarak 36 m2 info stand ile katılmış, Türk şekerli mamuller sektörünü başarıyla temsil etmiştir. "Delightland" teması ile tasarlanan ŞTG standında ziyaretçilere Türk kahvesi, lokum, baklava ve çikolata ikram edilmiştir.

Fuar süresince ziyaretçiler ile diyalog kurularak ŞTG tanıtılmış, Türk ürünlerinin kalite, fiyat, raf ömrü ve Türkiye'nin dağıtım ağının gelişmişliği ön plana çıkartılarak avantajları hakkında

bilgi verilmiş, ciddi ziyaretçi ve distribütörlerle kartvizit alışverişi yapılmış ve kendileri ihracatçılarımızla tanışmak üzere ülkemize davet edilmiştir.

Hong Kong dünyanın üçüncü en düşük ve basit vergi sistemine sahip bölgesidir. Satış vergisinin olmadığı en serbest ekonomili bölgelerden



biri ve 1.1 trilyon USD ticaret hacmine sahip olmasına rağmen Türkiye'nin şekerli mamuller sektöründe Hong Kong'a olan ihracatı yaklaşık 2.5 milyon USD düzeyindedir. Fiyatlar genel seviyesinin yüksek olduğu da göz önüne alındığında pazar, potansiyeli anlamında ürünlerimize hitap eder konumdadır. Dolayısıyla, bu bölgedeki faaliyetlere devam edilmesi önem arz etmektedir. Lakin Hong Kong'ta kapsamlı bir fuar organizasyonunun olmaması bir handikaptır. Hong Kong International Bakery Expo, her ne kadar adında "uluslararası" ifadesi yer alsa da, nitelik, ziyaretçi-katılımcı portföyü ve profesyonellik anlamında yetersiz kalmaktadır. Fuar katılımından ziyade bu bölgeye yönelik alım-ticaret heyetleri organize edilmesi daha faydalı olacaktır.

### **İNOVASYON HAFTASI ETKİNLİĞİ , 03-05 ARALIK 2015** **İSTANBUL KONGRE MERKEZİ**

Hızlı bir tempoyla değişen dünyada, farkındalık yaratacak yeni fikirlerin paylaşıldığı Türkiye İnovasyon Haftası, bu yıl da insan yaşamının bütün alanlarını etkileyen bilim, inovasyon, teknoloji, tasarım, e-ticaret, girişimcilik, sıra dışı kadınlar, sinema, akıllı kentler, nanoteknoloji, müzik, tıp ve iş dünyasının dünya starlarını ağırladı.

Türkiye'nin geleceğini inşa etme adına 3-4-5 Aralık 2015 tarihlerinde İstanbul Kongre Merkezi Harbiye'de buluşuldu. Yaklaşık 40.000 kişinin katıldığı etkinlikte Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu Delightland konsepti dahilinde özel tasarımı ambalajlarda ikram ettiği Türk kahvesi ve lokumuyla oldukça ilgi gördü.



### **FAS MEDYA HEYETİ TOPLANTISI , 15 ARALIK 2015** **DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ / İSTANBUL**

15.12.2015 tarihinde İstanbul Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Birliği tarafından, Fas'dan gelen; Al Massae'den Mehdi Sejjari, Akhbar Al Youm'dan Younes Masskine, Attajdid'den Hassan Boukhelif, Al Akhbar'dan Karim Ameziane, Ahdath Al Maghribia'dan El Hassane Benjoua, Hespress'den Mohammed Raji, Al Maghribia'dan Mohammed Aamira, Le Matin'den Soumaya Bencherki, Leseco'dan Salaheddine Lemaizi, L'economiste'den Mohammed Ali Mrabi, Aujourd'hui le Maroc'dan Sara Elmajhad ve Le360'den Saida Saadoun'dan oluşan medya heyeti ile Türkiye'nin genel ve şekerli mamuller ihracatı hakkında toplantı yapılmıştır.

İstanbul Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Başkanı Zekeriya Mete, açılış konuşmasında, öncelikle Türkiye Devletinin ve insanının Fas Devleti ve Faslılara olan bakış açısını anlatmış ve kendilerini karşılıklı olarak dost devlet ve dost millet olarak benimsediğimizi belirtmiştir. Çoğunluğu Müslüman olan, dini değerleri doğrultusunda yaşayış bakımından büyük benzerlikler taşıyan bu iki milletin hem siyasal hem ekonomik açıdan birbirlerine destek olması ve beraberce büyümeye devam etmemiz gerektiği doğrultusunda görüş bildirmiştir. Dünya ticaretinde yaşanan her türlü zorluğa rağmen ticari büyümenin

karşılıklı bir şekilde sürdürülmesi gerektiğini bildiren Başkan, Türkiye'nin Fas ile 2.2 milyar dolarlık ticaret hacmine ulaştığını ancak bunun geliştirilmesi gerektiğini belirtmiştir. 2015 yılında Türkiye'ye şeker ithalatının önünün açılmasıyla şeker alımının büyük bir miktarını Fas'tan temin edildiğini belirten Başkan, aynı zamanda Fas'ın şeker ihracatının da %65'lik bir bölümünü Türkiye'nin yaptığı ve %0'lık gümrük vergisi ile bu açıdan Türkiye tarafından daha da kolaylık sağlandığını belirtmiş, ancak şekerli mamul hammaddesini Fas'tan almamıza rağmen Fas'a olan şekerli mamul ihracatının çok düşük kalmasının sebepleri arasında Fas ile Türkiye arasında Serbest Ticaret Anlaşması yapılmasına rağmen bu anlaşma dahilinde uygulanabilecek en yüksek gümrük oranlarının Türkiye'ye uygulandığı ve özellikle Avrupa Birliği ülkelerine uygulanan %0-10 arasındaki vergiler ile Türkiye'ye uygulanan %15-25 vergiler yüzünden rekabet etmekte zorluk çekildiğini belirtmiştir. Daha adil bir ortamda ticaret yapabilmek için Türkiye'ye de Avrupa ülkeleri ile aynı şartların sağlanması gerektiği belirtilmiştir.



Zekeriya Bey'in konuşmasından sonra Hububat Şubesinden Burak Bey sunum yapmış ve sunumunda, Türkiye'nin ekonomisi ve ülke durumuyla ilgili bilgi verip, Türkiye'nin genel ihracatı, koordinasyonu ve güncel ihracat rakamları ile Fas - Türkiye arasındaki ticaret hacminden ve özellikle konu olan şekerli mamuller ürün grupları hakkında hem hammadde hem de bitmiş ürün ile ilgili iki ülke arasındaki ticaret durumundan bahsedip özellikle Fas tarafından uygulanan ve Türkiye'nin diğer ülkeler ile rekabetinde engel teşkil eden yüksek gümrük vergilerine dikkat çekmiştir.

Burak Bey'in sunumundan sonra soru cevap kısmına geçilmiştir. Soru cevap kısmına geçilmiş, genel olarak Fas'a Türkiye tarafından yatırım yapılıp yapılmayacağı ve iki ülke arası ticaretin geliştirilmesi açısından ne tarz bir strateji belirlenmesi gerektiği sorulmuştur. Başkanın Fas

heyetine cevabı, herhangi bir ülkeye yatırımların yapılabilmesi için öncelikle oradan bir verim alması gerekli olduğunu belirterek, Fas'ın ekonomik ve siyasal istikrarının yatırım açısından ülkeyi cazip bir hale getirdiğini söylemiştir. Neden Fas şekerinin Türkiye tarafından tercih edildiği sorusuna ise, Fas şekeri kalitesinin zamanla yükselmesi ile Türkiye'nin istediği standartlara ulaşması ve iki dost ülke arasında ticaretin kolay ve geliştirilebilir olmasından kaynaklandığını belirtmiştir.

Soru cevap kısmından sonra kapanış konuşması olarak Başkan, basın ve medyanın gücünü iyi bildiklerini ve basının ses ile nefes olduğunu belirterek güzel bir akustik oluşması için karşılıklı iyi niyet ile çalışmalara devam edilmesi gerektiğini belirtmiştir.

### **DÜNYA ÇOCUK LOKUM YEME REKORU , 16 ARALIK 2015** **PARK AFYON AVM / AFYON**

Türkiye'de üretilen şekerli mamullerin tanıtımı için faaliyetlerini sürdüren Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu (ŞTG) bu kapsamda Afyon'da çok özel bir etkinliğe sponsor oldu.

16 Aralık Çarşamba günü Park Afyon Alışveriş Merkezi'nde Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu'nun sponsorlar arasında yer aldığı organizasyonda, Afyonkarahisar Milli Eğitim Müdürlüğü'ne bağlı 1103 öğrenci aynı anda lokum yiyerek dünya rekoru kırdı. En fazla lokum yeme rekoru, Prof. Dr. Orhan Kural başkanlığındaki Dünya Çocuk Rekorları, Rekor Tescil ve ŞTG'nin de yer aldığı hakem heyeti tarafından tescil edildi. Geleneksel tatlarımızdan biri olan Türk lokumunun dünyaya tanıtımı ve geleneksel tatlarımıza sahip çıkılması bilincinin oluşturulması amacıyla düzenlenen etkinlikte 6 -12 yaş arasındaki 1103 öğrencinin lokum yeme rekoru renkli görüntülere sahne oldu. Etkinliğe, Afyonkarahisar Vali Yardımcısı Ahmet Ali, Afyonkarahisar Belediye Başkanı Burhanettin ÇOBAN, Lokum Atölyesi / Ogaş Genel Md. Celal KOCA ve Dünya Çocuk Rekorları Rekor Tescil ve Hakem Heyeti Başkanı Prof. Dr. Orhan Kural katıldı.





Türkiye'nin lezzet ülkesi olduğunu dünya kamuoyuna tanıtmaya çalıştıklarını belirten Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu Başkanı Hidayet Kadiroğlu, "Böyle etkinliklerle Türk tatlı ve şekerleme kültürünün gelecek nesillere aktarılması ve dünya kamuoyu nezdinde ülkemizin bir tatlı ve şeker kültürüne sahip olduğu ve bu anlamda diğer ülkelerden ayrıştığı vurgulamak istiyoruz. Türkiye'nin lezzet ülkesi olduğunu yurtiçinde ve yurt dışında gerçekleştirdiğimiz, ses getirecek etkinliklerle dünyaya anlatmaya devam ediyoruz. Türkiye Şekerli Mamuller Sektörü, Yaklaşık 200 ülkeye ihracat gerçekleştiriyor. Sektör, son yıllarda yaptığı yatırımlarla bölgesel güç olma yolunda sağlam adımlarla ilerlemesini sürdürüyor. Bizde sektöre katkıda bulunmak adına etkinliklerimize ara vermeden devam edeceğiz. Dünya pazarında sesinizi duyurmanız için bu tarz etkinlikler çok önemli" dedi.

Türkiye'nin şekerli mamuller ihracatında dünyanın ilk 10 ülkesi arasına girdiğini aktaran Hidayet Kadiroğlu, "Hedefimiz; Türkiye'yi 'Delightland' adı altında Lezzet Ülkesi olduğunu tüm Dünya'ya duyurarak, tatlı denince ilk akla gelen ülkenin Türkiye olmasını sağlamaya çalışmak. ŞTG 2012 yılından beri her yıl 40-50 arasında etkinlik ve aktivite yapmış olup kısa zamanda büyük bir mesafe kat etti. Yaptığımız işlerin sonuçlarını görmek ve attığımız her adımın Türkiye'nin ilerlemesine büyük katkılar bulunduğunu bilmek, şevkimizi ve bizim bu yolda bir bütün olarak güçlü adımlarla yürüyüşümüzü artırıyor" diye konuştu.

## **MARKA 2015 , 16-17 ARALIK 2015** **HİLTON BOMONTİ / İSTANBUL**

Türkiye'nin en prestijli marka konferansı olarak anılan ve bu sene 16.sı düzenlenen MARKA



2015, 16 - 17 Aralık tarihlerinde Hilton Bomonti İstanbul'da yapıldı. Markalara, firmalara güç katma vizyonunda olan etkinlik iki gün boyunca muhteşem sahnesinde 46 konuşmacısıyla ilham verici ve sürükleyici bir platform oluşturdu. Markaların başarı öyküleri, yüzyıllardır var olan markaların yönetimi, 2016 yılında markaları bekleyen yenilikler, gerçek hikayeler, vb. birbirinden farklı ama bütünleşik onlarca panel etkinliğin katılımcılarıyla buluştu.

Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu olarak ilham almak, strateji planlaması doğrultusunda vizyon geliştirmek amacıyla bu organizasyonda sponsor olarak yer aldı. Etkinlik süresince yurt içi ve yurt dışından gelen ziyaretçilere ŞTG'nin misyonu hakkında bilgi

verilerek Türk kahvesi ve lokumu ikramında bulunuldu.

## **EKONOMİ GAZETECİLERİ DERNEĞİ GELENEKSEL YILBAŞI BULUŞMASI , 24 ARALIK 2015**

### **DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ / İSTANBUL**

Ekonomi Gazetecileri Derneği'nin (EGD) geleneksel yılbaşı buluşması gerçekleştirildi.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Dış Ticaret Kompleksi'ndeki buluşmada EGD üyeleri, iş ve siyaset dünyasından isimler bir araya geldi. TİM Başkan Vekili Mustafa Çıkrıkçıoğlu, programda yaptığı konuşmada, geleneksel hale gelen bu etkinlikte iş dünyasıyla ekonomi gazetecilerinin bir araya geldiğini söyledi.

Her sene buluşma kapsamında ekonomi basınının başarılı temsilcilerinin ödüllendirildiğini aktaran Çıkrıkçıoğlu, tüm ekonomi basınına ihracata ve ihracatçılara verdikleri destekten dolayı teşekkür etti. Etkinlik çerçevesinde Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu info stand açmış, törene katılan misafirlere lokum ikramında yapılmış ve ŞTG faaliyetleri hakkında bilgi verilmiştir.

**GLİKOZ FİRE ORANLARI ÇALIŞTAYI , 29 ARALIK 2015**  
**DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ / İSTANBUL**

Glikoz Fire Oranları Çalıştay'ı Ankara Üniversitesi Gıda Fakültesi öğretim üyelerinden Prof. Dr. Nevzat Artık ve Doç. Dr. Nevzat Konar'ın teşrifleri ile 29 Aralık 2015 tarihinde gerçekleştirilmiştir. 18 firmadan 25 katılımcı ile gerçekleştirilen söz konusu çalıştayda glikoz fire oranlarının hakkındaki sorunlar dinlenerek Prof. Dr. Nevzat Artık'ın önderliğinde katılımcı firmaların gönderdikleri rapor doğrultusunda hazırlanan mutakabat metni Ekonomi Bakanlığı'na iletilmiştir.



**ŞEKERLİ MAMULLER VE FINDIK SEKTÖRLERİ İŞBİRLİĞİ ÇALIŞTAYI , 23 OCAK**  
**2016**  
**ÇIRAĞAN / İSTANBUL**

İlk kez iki tanıtım grubunun bir araya gelmesiyle katılımı yüksek bir akıl arama toplantısı gerçekleştirildi. Fındık tüketiminin şekerli mamullerde süreklilik arz eden bir artış trendinin sağlanması amacıyla Şekerli Mamuller Tanıtımı Grubu ve Fındık Tanıtım Grubu üyeleri 23 Ocak 2016 Cumartesi günü Çırağan Sarayı'nda buluştu.

Sektöründe öncü altmış firmadan yetmiş beş kişinin katılım gösterdiği akıl arama toplantısının moderatörlüğü sektörün tanınan ve değerli ismi Sn. Necdet Buzbaş tarafından yapıldı.



Günün açılış konuşmaları ise; İstanbul Fındık ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Sn. Ali Haydar Gören, Fındık Tanıtım Grubu Başkanı Sn. İlyas Edip Sevinç, İstanbul Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Sn. Zekeriya Mete ve Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu Başkanı Sn. Hidayet Kadiroğlu tarafından yapıldı.

### **MYANMAR ÖZEL NİTELİKLİ ALIM HEYETİ , 07 OCAK 2016** **DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ / İSTANBUL**

İstanbul Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği tarafından, 07.01.2016 tarihinde İstanbul İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterlik Binasında, Myanmar'dan Gulf Group of Companies CEO'su Bay Ko Ko Latt'ın katılımıyla özel nitelikli alım heyeti faaliyeti gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda yapılan etkinliğe katılan 25 firmamız, nihai alıcı ile ikili iş görüşmesi imkanı bulmuş ve yapılan görüşmeler ile ilgili, firmalarımız ve Gulf Group of Companies CEO'su Bay Ko Ko Latt karşılıklı memnuniyetlerini ifade etmişlerdir.



**FAS ÖZEL NİTELİKLİ ALIM HEYETİ , 11 OCAK 2016**  
**DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ / İSTANBUL**

İstanbul Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği tarafından, 11.01.2016 tarihinde İstanbul İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterlik Binasında, Benben Trading firmasından Abdellah Banemasour ve Nacer Benamour'un katılımıyla özel nitelikli alım heyeti faaliyeti gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda yapılan etkinliğe katılan 27 firmamız, nihai alıcı ile ikili iş görüşmesi imkânı bulmuştur.



**EKONOMİ BAKANLIĞI SEKTÖR SORUNLARI TOPLANTISI , 12 OCAK 2016**  
**EKONOMİ BAKANLIĞI / ANKARA**

12.01.2016 tarihinde İstanbul Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği tarafından, Zekeriya Mete başkanlığında, Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Kazım Taycı, Yönetim Kurulu üyelerinden; Sübet Çiçek, Uğur Çerçi, Mehmet Göksu, Denetim kurulu üyesi Osman Meral, Birlik danışmanı Şağban Özdemir, Ekonomi Bakanlığı Marmara Bölge Müdürü Haluk Korkusuz, Hububat Koordinasyon şubesinden Burak Kalkavan ve Kadriye Nur Arslan'ın katılımıyla Ekonomi Bakanlığına düzenlenen; Ekonomi Bakan Yardımcısı Fatih Metin, İhracat Genel Müdürü Veysel Parlak, Tarım Dairesi Başkanı Tayfun Kılıç ve İthalat Genel Müdürü Kadir Bal ile heyette şekerli mamuller sektörünün sorunları görüşülmüştür.

Bakanlıktaki toplantılarda; Ara malı ithalatında yaşanan olumsuzluklar, telafi edici vergi, C şekerinin temininde yaşanan problemler, glikoz fire oranlarındaki sonradan yapılan değişiklik ile firmalarımızın yaşadığı yüzdesel kayıp problemleri, glikoz kota sorunları ve DİR kapsamında süresi biten, bitmeye yakın olan ve hiç belgesi



bulunmayan firmaların yaşadıkları sorunlar konuşulmuştur. Bu kapsamda hazırlanan dosyalarda C şekerinin teminini gerçekleştiremeyen ve TEV doğması nedeniyle dosyalarını kapatamayan firmaların listesi konu makamlara verilmiştir.

Ekonomi Bakanlığındaki ilk toplantı sabah saatlerinde ithalat genel müdürlüğünde gerçekleşmiş olup, C şekerinin konusunda şeker temininin yapılamamasından ve STA ile AB ülkelerine yapılan ihracat sonucunda ortaya çıkan telafi edici vergi ile ilgili dosyaların kapatılamaması konuları belirtilmiş olup konuların çözülmesi ile ilgili istişare yapılmıştır.

Ekonomi Bakanlığında olan ikinci toplantı, öğleden sonra gerçekleştirilmiş olup toplantıya; Ekonomi Bakanı Yardımcısı Fatih Mercan, İhracat Genel Müdürü Veysel Parlak ve Tarım Dairesi Başkanı Tayfun Kılıç katılmış olup, tüm sorunlar kapsamlı bir şekilde görüşülmüştür. Konuyu hassasiyet ile dinleyen ve Veysel bey ile Tayfun beyin bilgileriyle hızlı bir şekilde hem sektörün sorunları hem de an itibarıyla devlet kısmındaki durumlar ile söz konusu sorunların çözümleri görüşülmüş olup, sektördeki firmaların zor durumdan kısa zamanda kurtulabilmeleri için AB tarife kontenjanındaki 80.000 ton şekerin gümrük vergisiz firmalarımıza tahsis edilmesi konusunda çalışmaların yapılması yönünde karar birliğine varılmıştır.

Tela fi edici vergi çıkmasında uygulanacak olan vergi miktarının düşük olan taraftan uygulanması gerektiği belirtilmiş olup, Glikoz fire oranlarındaki yapılan değişiklik ile firmalarımızın fire oranlarının bakanlığın belirlediği yeni orandan çok daha yüksek miktarlarda olmasından kaynaklanan problemlerin tebliğ değişikliği ile çözülmesi istenmiştir. Son olarak da şeker kanunundaki kota kaynaklı, nişastadan üretilen glikoz ile ilgili sorun iletilmiş olup konuyla ilgili yasanın değişikliği ile firmalarımızın uğradığı zararların düzeltileceği bildirilmiştir.



### **ISM ULUSLARARASI ŞEKERLEME VE BİSKÜVİ FUARI , 31 OCAK-03 ŞUBAT 2016** **KÖLN / ALMANYA**

Şekerleme söz konusu olduğunda yıllardır akla gelen en prestijli ve kapsamlı fuar olarak anılan ISM Uluslar arası Bisküvi ve Şekerleme Fuarı, 31 Ocak – 3 Şubat 2016 tarihleri arasında 46. kez Almanya’nın Köln şehrinde sektörün temsilcilerini bir araya getirdi. Yaklaşık olarak 146 ülkeden 1,600 firmanın ve 38,500 katılımcının yer aldığı etkinlik geçen yıla oranla % 4’lük bir artışın somut göstergesi oldu.

Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu (ŞTG), ülke ve sektör tanıtımı için “Delightland” stratejisini her geçen gün daha da geliştirip zenginleştirerek dünyanın birçok noktasında çeşitli etkinliklerin ve projelerin içinde yer alıyor. ISM 2016 Fuarı



için de oldukça yoğun çalışan ŞTG ekibi fuar alanının güney kapısına yerleştirdiği dev reklam panosuyla tüm katılımcıları etkili bir ilanla standına davet etti.



ŞTG, 78m2'lik standında geniş kadrosuyla Türkiye'nin lezzetli ürünlerini misafirlerine ikram etti. Şeker ustasının ziyaretçilerin karşısında şeker yapımı ve şovu, çikolata ustalarından el yapımı çikolatalar, ilgi çekici sunumuyla döner helva, 35 çeşit birbirinden lezzetli özel lokum ikramı ve tüm ürünlere eşlik eden Türk kahvesi sunumuyla “Delightland” konsepti oldukça ilgi çekti.

Şekerli mamul ikramlarının yanı sıra standı gelen misafirler için eğlenceli bir sürpriz vardı. “Candy Catch” olarak adlandırdığımız oyunda sensör yardımıyla oyuncu vücut hareketleriyle televizyon ekranındaki sepete şekerleri doldurmaya çalışıyordu. Ödül olarak iste tüm oyunculara şekerli mamullerden oluşan broşlar ve bisküvi şeklinde defterler hediye edildi.

*ISM 2016 Fuarı'nda Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu'nu Yönetim Kurulu Başkanı Sayın Hidayet Kadiroğlu ve Yönetim Kurulu Üyeleri Sayın Kazım TAYCI, Sayın Sübet ÇİÇEK, Sayın Uğur Durukan, Sayın Abdullah Kara ve İstanbul Hububat*



*Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçı Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Sayın Zekeriya Mete temsil etti. ŞTG standını ziyaret eden T.C. Köln Başkonsolosu Sayın Hüseyin Emre Engin, sektöre katkılarından ötürü ŞTG Yönetimine teşekkürlerini iletti; fuar, sektör ve bölge pazarı hakkında görüşlerini bildirdi.*

## **TÜRKİYE ŞEKER KURUMU BAŞKANI TOPLANTISI , 9 ŞUBAT 2016** **DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ / İSTANBUL**

Türkiye Şeker Kurumu Başkanı Dr. Hüsnü Tekin'in katılımıyla 9 Şubat 2016 tarihinde Türkiye İhracatçılar Meclisi'nde, şeker sektörü ve teminine ilişkin sorunların istişare edildiği bir toplantı gerçekleştirildi. Bahsi geçen toplantıya İstanbul Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Zekeriya Mete, Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu Başkanı Hidayet Kadiroğlu ve 85 firmadan 150 temsilci katılım gösterdi.

Türkiye Şeker Kurumu Başkanı Dr. Hüsnü Tekin, toplantıda sektörün temsilcilerinin sorunlarını ve çözüm önerilerini dinledi. C şekerinde yaşanan sıkıntıyı çözümleyebilmek için temalarına devam



ettiklerini aktaran Hüsnü Tekin, bu konuda bakanlıkla görüşmelere devam ettiklerini ve bu yıl C şekerleriyle ilgili sıkıntı yaşanmayacağını dile getirdi.

Dünya şeker üretiminin % 90'ına yakının temsil eden Uluslar arası Şeker Örgütü'nün toplantılarına 2016 yılında ev sahipliğini Türkiye yapacak. Ülkemizin de aralarında bulunduğu 87 üyeye sahip, Londra merkezli ISO, yılda iki kez üye ülkelerin katılımıyla toplantılar gerçekleştirmekte, bu toplantılarda, dünya şeker piyasalarına yön veren güncel veriler değerlendirilip, konusunda uzman kişilerce şeker sektörünün geleceğine ilişkin değerlendirmeler yapılıyor. Son olarak 16-20 Kasım 2015 tarihlerinde Londra'da gerçekleştirilen toplantıda, ISO 2016 Mayıs Konsey Toplantısı için oybirliği ile İstanbul ev sahibi olarak seçildi.

**KORE ÖZEL NİTELİKLİ ALIM HEYETİ , 09 ŞUBAT 2016**  
**DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ / İSTANBUL**

İstanbul Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği tarafından, 08-09.02.2016 tarihinde İstanbul İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterlik Binasında, GFC international firmasından Tae Won Lee, Soon Gab Moon ve Yong Sung Park'ın katılımıyla özel nitelikli alım heyeti faaliyeti gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda yapılan etkinliğe katılan 34 firmamız, nihai alıcı ile ikili iş görüşmesi imkânı bulmuştur.



**TÜRKMENİSTAN TÜRK İHRAÇ ÜRÜNLERİ FUARI , 09-11 ŞUBAT 2016**  
**AŞKABAT / TÜRKMENİSTAN**

"7. Türkmenistan Türk İhraç Ürünleri Fuarı", 09-11 Şubat 2016 tarihleri arasında Türkmenistan'ın başkenti Aşkabat'ta düzenlenmiştir. Ekonomi Bakanımız Mustafa ELİTAŞ, Türkmenistan Bakanlar Kurulu Başkan Yardımcısı Şamuhammet DURDULYYEW ve Aşkabat Büyükelçimiz Mustafa KAPUCU ile Bakanlığımız ve Türkmenistan resmi yetkilileri ile ülkemizin önde gelen özel sektör kuruluşları ile şirketlerinin temsilcilerinin iştirakleriyle açılışı yapılan fuar, 1895 metrekare büyüklüğünde bir alanda ve makine, inşaat ve inşaat malzemeleri, dayanıklı ev eşyaları, kozmetik, gıda, ısıtma, plastik, kimya ve mobilya sektörleri başta olmak üzere muhtelif sektörlerde faaliyet gösteren 94 firmanın katılımlarıyla gerçekleştirilmiştir. Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu bu yıl 2.defa stand ile katılmıştır.

Fuara gelen ziyaretçiler fuar boyunca Türk şekerli ürünlerine ilgi göstermiştir. Fuarda ziyaretçilere Türk şekerli mamuller sektörü hakkında ayrıntılı bilgi verilerek, katalog dağıtımı ve lezzetli sektör mamullerinden ve geleneksel ürünlerden ikramlar yapılmıştır. Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu'nu temsilen Umut Ermiş görev almıştır.



**GULFOOD ULUSLARARASI GIDA VE OTEL EKİPMANLARI FUARI , 21-25 ŞUBAR**  
**2016**  
**DUBAİ / B.A.E.**

Dünyanın en önemli fuarları arasından yer alan **GULFOOD 2016**, 21 – 25 Şubat tarihleri arasında 120 ülkeden 4 bin 800 firmanın katılımının yanı sıra yaklaşık 90 bin alıcının iştirakiyle Dubai’de gerçekleşti. 106 Türk firması da fuardaki yerini alarak Türk ürünlerini tanıtmaya görevini başarıyla gerçekleştirdi. Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu (ŞTG), 20 metre karelik standını **DELIGHTLAND** konseptine uygun olarak tasarlayıp el yapımı şeker şovu ve döner helva sunumuyla standını ziyaret eden herkesin ilginin çekmeyi başardı. Türk kahvesi ve lokumu, baklava, çikolata, helva gibi birbirinden özel ürünlerin ikram edildiği etkinlikte özel yapım şekerleme broşları ve bez torbalar da hediye olarak dağıtıldı. Gulfood 2016’da Türk basınına konuşan ŞTG Yönetim Kurulu Başkanı **Hidayet Kadiroğlu**, “Bu coğrafyanın bizler için ne kadar değerli olduğunu biliyoruz. Afrika ve Ortadoğu’ya ihracatımızın yüzde 50’sini gerçekleştiriyoruz, bu pazara açılan kapı Dubai. Fuar bu anlamda çok önemli. Müslüman coğrafya bu fuarı bekliyor. Bizde burada ürünlerimizi ve ülkemizi en iyi şekilde tanıtıyoruz.”



sözleriyle fuar hakkındaki düşünceleri ifade etti.

Türkiye’de şekerleme sektörünün büyüklüğünün 7 milyar dolar olduğunu bildiren Kadiroğlu, “Dünyada ilk 10 firmanın büyük bölümünün tek başına 30 milyar dolar büyüklüğü var. Bu veriler bile daha gidilecek çok yolumuz olduğunu ortaya koyuyor. Ama şekerleme sektörümüz büyümeye devam ediyor. Sektör dışarıda çok büyük satın almalar yaptı. Birkaç firmamızın daha Avrupa’da marka satın alma yapacağını biliyoruz.” diyerek sektör değerlendirmesinde bulundu.

ISM 2016 Fuarı’nda Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu’nu Yönetim Kurulu Başkanı Sayın Hidayet Kadiroğlu ve Yönetim Kurulu Üyeleri Sayın Kazım TAYCI, Sayın Sübet ÇİÇEK, Sayın Uğur Durukan, Sayın Abdullah Kara, Sayın Seyid Yusuf Akan ve İstanbul Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçı Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Sayın Zekeriya Mete temsil etti. ŞTG standını ziyaret eden Müsteşar Yardımcısı Vekili Sayın Tarık Sönmez VE Dubai Ticaret Müsteşarı Sayın Serdar Kumbaracı da sektöre katkılarından ötürü ŞTG Yönetimine teşekkürlerini iletti; fuar, sektör ve bölge pazarı hakkında görüşlerini bildirdi.



**FOODEX JAPAN 2016 , 08-11 MART 2016**  
**CHIBA / JAPONYA**

Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu (ŞTG), Japonya'nın Foodex Japan 2016 41. Uluslararası Gıda ve İçecek Fuarı'na info stand ile katılım gerçekleştirmiştir.

08-11 Mart 2016 tarihleri arasında, Chiba, Japonya'da düzenlenen ve yoğunlukla şekerleme sektörüne hitap eden Foodex Japan 2016 41. Uluslararası Gıda ve İçecek Fuarı; 29,891 m2 alanda 2000'den fazla firma stand açıp firmalarını tanıtırken 77,361 ziyaretçiye de ev sahipliği yapmıştır. ŞTG söz konusu fuara 36 m2 ile katılarak, milli katılımı olduğu bu fuarda Türk şekerli mamuller sektörünü bir kez daha temsil etmiştir. "Delightland" teması ile tasarlanan ŞTG standında ziyaretçilere Türk kahvesi, lokum ve baklava başta olmak üzere kurabiyeler ile bisküvi, gofret ve muhtelif şekerleme ürünleri ikram edilmiştir.

Foodex Japan 2016 41. Uluslararası Gıda ve İçecek Fuarı'nın uluslararası anlamda büyük bir fuar olduğu görülmüştür.

Fuarda Türkiye'nin yanı sıra çok sayıda ülke birden çok markası ile katılım göstermiştir. Fuar süresince birçok distribütör ile diyalog kurularak ŞTG tanıtılmış, Türk ürünlerinin kalite, fiyat, raf ömrü ve Türkiye'nin dağıtım ağının gelişmişliği ön plana çıkartılarak avantajları



hakkında bilgi verilmiş, söz konusu distribütörlerle kartvizit alışverişi yapılmış ve kendileri ihracatçılarımızla tanışmak üzere ülkemize davet edilmiştir. Şekerci şovu ve helva ile yüksek sayıda katılımcı ŞTG standına çekilmiştir. Katılımcı firmalar ve ziyaretçiler tarafından standımız özellikle ziyaret edilmiş olup fuarın en başarılı ve ilgi çekici standlarından birine sahip olduğumuz tarafımıza bildirilmiştir.

Diğer taraftan standımıza gelen firmalarla ve tüketicilerle yapılan görüşmelerde, çikolatalı mamuller tüketiminin gerek eğitim sistemi, gerek televizyon kanalları tarafından kan şekerinin düşürülmesi, stresi azaltması ve alerji etkilerinin azaltılması gibi faydaları konusunda yapılan bilgilendirmeler sonucu arttığı, yoğun telefon kullanımından ötürü ellerin kirlenmemesi için tekli paketlenen ürünlerin tercih edildiği bilgilerine ulaşılmıştır. Şekerli mamuller konusunda yoğunlukla naneli ürünler tercih edilmekte olup, farklı aromalara sahip naneli şekerlerin ünlü oyuncu ve sporcuların oynadığı reklamlar sayesinde genç kitlede popülaritesi yayılmıştır.

## ŞEKERLİ MAMULLER TANITIM GRUBU 2015 YILI INFO STAND KATILIMLARI

- ✓ 2015 yılında Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu'nun info stand ile katılım gerçekleştirdiği uluslararası fuarlar aşağıda sıralanmaktadır.

| NO | FUAR ADI                                               | FUAR TARİHİ        | ŞEHİR/ÜLKE              |
|----|--------------------------------------------------------|--------------------|-------------------------|
| 1  | ISM Uluslararası Şekerleme ve Bisküvi Fuarı            | 01-04 Şubat 2015   | Köln/Almanya            |
| 2  | PRODEXPO                                               | 09-13 Şubat 2015   | Moskova/Rusya           |
| 3  | GULFOOD Uluslararası Gıda ve Otel Ekipmanları Fuarı    | 08-12 Şubat 2015   | Dubai/B.A.E.            |
| 4  | Türkmenistan Türk İhraç Ürünleri Fuarı                 | 10-12 Şubat 2015   | Aşkabat/TÜRKMENİSTAN    |
| 5  | Güney Kore Bakan Heyeti                                | 25-27 Şubat 2015   | Seul/G.KORE             |
| 6  | Foodex Japan                                           | 03-06 Mart 2015    | Tokyo/Japonya           |
| 7  | Food & Hotel Indonesia                                 | 15 - 18 Nisan 2015 | Cakarta/Endonezya       |
| 8  | Djazagro Uluslararası Gıda ve Gıda Teknolojileri Fuarı | 20-23 Nisan 2015   | Cezayir/CEZAYİR         |
| 9  | Food & Hotel Vietnam                                   | 21-23 Nisan 2015   | Ho Chi Min City/Vietnam |
| 10 | Sial Canada                                            | 28-30 Nisan 2015   | Montreal/Kanada         |
| 11 | Sial China                                             | 06-08 Mayıs 2015   | Şangay/Çin              |
| 12 | Hofex 2015                                             | 06-09 Mayıs 2015   | Hong Kong/HONG KONG     |
| 13 | Seul Food & Hotel                                      | 12-15 Mayıs 2015   | Seul/Güney Kore         |
| 14 | Expo Milano Info Etkinliği                             | 15-30 Mayıs 2015   | Milano/İTALYA           |
| 15 | THAIFEX World Of Food Asia                             | 20-24 Mayıs 2015   | Bangkok/Tayland         |
| 16 | 125. Yıldönümü Ertuğrul Firkateyn                      | 05-08 Haziran 2015 | Tokyo/JAPONYA           |

|    |                                             |                    |                       |
|----|---------------------------------------------|--------------------|-----------------------|
| 17 | Africa's Big Seven                          | 21-23 Haziran 2015 | Johannesburg/G.AFRİKA |
| 18 | Summer Fancy Food                           | Haziran 2015       | New York/ABD          |
| 19 | Confitexpo 2015                             | 04-07 Ağustos 2015 | Guadalajara/MEKSİKA   |
| 20 | Expo Milano İno etkinliği (Türk Milli Günü) | 14 Eylül 2015      | Milano/İTALYA         |
| 21 | World food Moscow                           | 14-17 Eylül 2015   | Moskova/ Rusya        |
| 22 | MIPKOM                                      | 05-08 Ekim 2015    | Cannes/FRANSA         |
| 23 | Anuga                                       | 10-14 Ekim 2015    | Köln / Almanya        |
| 24 | Sweets &Snacks Middle East                  | 27-29 Ekim 2015    | Dubai/B.A.E.          |
| 25 | Irak Agro Food                              | 16-19 Kasım 2015   | Erbil/ Irak           |
| 26 | Foodex Saudi                                | 17-20 Kasım 2015   | Cidde/S.ARABİSTAN     |
| 27 | Hong Kong International Bakery Expo         | 03-05 Aralık 2015  | Hong Kong/HONG KONG   |

**ŞEKERLİ MAMULLER TANITIM GRUBU 2015 YILI BÜTÇESİ**

| BÜTÇE KALEMLERİ-GELİRLER                                                                                                                                                                                                                 | TUTAR-TL          | BÜTÇE KALEMLERİ-GİDERLER                                               | TUTAR-TL          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|------------------------------------------------------------------------|-------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                          |                   | <b>01-YURTDIŞI TANITIM GİDERLERİ</b>                                   | <b>6.900.000</b>  |
| <b>02-BİR ÖNCEKİ YILDAN DEVREDEN GELİR FAZLASI</b>                                                                                                                                                                                       | <b>5.000.000</b>  | 01.01-Yurtdışı Sergi ve Fuar Organizasyon Giderleri                    | 3.500.000         |
| <b>03-DİĞER GELİRLER</b>                                                                                                                                                                                                                 | <b>5.210.000</b>  | 01.02-Temsil ve Ağır lama ve Organizasyon Giderleri                    | 1.000.000         |
| 03.01-Mevduat Faiz Gelirleri                                                                                                                                                                                                             | 200.000           | 01.03-Ticaret ve Alım Heyeti Organizasyon Giderleri                    | 600.000           |
| 03.02-Yatırım Fonu Gelirleri                                                                                                                                                                                                             | -                 | 01.04-Basın, Yayın, İlan ve Abonelik Giderleri                         |                   |
| 03.03-Kur Farkı Gelirleri                                                                                                                                                                                                                | 10.000            | 01.05-Yurtdışı Eğitim Giderleri                                        |                   |
| 03.04-Bağış ve Yardımlar                                                                                                                                                                                                                 | -                 | 01.06-Yurtdışı Seminer Giderleri                                       |                   |
| 03.05-Ticaret ve Alım Heyeti Organizasyon Gelirleri                                                                                                                                                                                      | -                 | 01.07-Yurtdışı Reklam ve İlan Giderleri                                | 800.000           |
| 03.06-Eğitim ve Seminer Gelirleri                                                                                                                                                                                                        | -                 | 01.08-Yurtdışı Bilinmeyen ve Beklenmeyen Giderler                      | 400.000           |
| 03.07-Özel Projeler kapsamında                                                                                                                                                                                                           | -                 | 01.09-Diğer Yurtdışı Tanıtım Giderleri                                 | 600.000           |
| 03.08-Diğer Gelirler                                                                                                                                                                                                                     | -                 |                                                                        |                   |
| NİSPİ **                                                                                                                                                                                                                                 | 5.000.000         |                                                                        |                   |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                   | <b>YURTDIŞI TANITIM GİDERLERİNİN BÜTÇE GİD. İÇERİSİNDEKİ ORANI (%)</b> | <b>68%</b>        |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                   | <b>02- YURTIÇI TANITIM GİDERLERİ</b>                                   | <b>1.300.000</b>  |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                   | 02.01-Yurtiçi Sergi ve Fuar Organizasyon                               | 1.000.000         |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                   | 02.02-Yurtiçi Reklam ve İlan Giderleri                                 | 200.000           |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                   | 02.03-Diğer Yurtiçi Tanıtım Giderleri                                  | 100.000           |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                   | <b>YURTIÇI TANITIM GİDERLERİNİN BÜTÇE GİD. İÇERİSİNDEKİ ORANI (%)</b>  | <b>13%</b>        |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                   | <b>03- PERSONEL GİDERLERİ</b>                                          | <b>150.000</b>    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                   | 03.01-Personel Ücretleri                                               | 150.000           |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                   | <b>PERSONEL GİDERLERİNİN BÜTÇE GİDERLERİ İÇERİSİNDEKİ ORANI (%)</b>    | <b>1%</b>         |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                   | <b>04- DİĞER GİDERLER(*)</b>                                           | <b>1.860.000</b>  |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                   | 4.01-Yurtiçi ve Yurtdışı Seyahat Giderleri                             | 40.000            |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                   | 4.02-Temsil, Ağır lama ve Organizasyon Giderleri                       | 850.000           |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                   | 4.03-Basın Yayın, İlan ve Abonelik Giderleri                           | 700.000           |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                   | 4.04-Eğitim Giderleri                                                  |                   |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                   | 4.05-Seminer Giderleri                                                 |                   |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                   | 4.06-Haberleşme Giderleri                                              | 80.000            |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                   | 4.07-Demirbaş Alım Giderleri                                           | 20.000            |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                   | 4.08-Banka Havale ve Tahsil Giderleri                                  |                   |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                   | 4.09-Kırtasiye Giderleri                                               |                   |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                   | 4.10-Şehir İçi Ulaşım Giderleri                                        | 40.000            |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                   | 4.11-Diğer Dışarıdan Sağ lanan Çeşitli Fayda ve Hizmet Giderleri       |                   |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                   | 4.12-Danışmanlık Giderleri                                             | 100.000           |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                   | 4.13-Bilinmeyen Beklenmeyen Giderler                                   | 20.000            |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                   | 4.14-Diğer Çeşitli Giderler                                            | 10.000            |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                   | <b>DİĞER GİDERLERİN BÜTÇE GİDERLERİ İÇERİSİNDEKİ ORANI (%)</b>         | <b>18%</b>        |
| <b>GELİRLER TOPLAMI</b>                                                                                                                                                                                                                  | <b>10.210.000</b> | <b>GİDERLER TOPLAMI</b>                                                | <b>10.210.000</b> |
| (*)İlgili tanıtım grubunun konusuna giren yurtiçi ve yurtdışına ortak hizmet verecek nitelikteki, sektör ve/veya ürün itibariyle Türk ürünlerinin algısını geliştirme, markalaşma ve AR-GE'ye yönelik faaliyetler kapsamındaki giderler. |                   |                                                                        |                   |
| **Şekerli mamuller ürünleri sektöründe 2.450.000.000,00 ABDS ihracat ön görülmekte olup Nispi ödemeler 0,001(2.450.000.000,00X0,001=2.450.000,00), Döviz Kuru 2,04 olarak alınmıştır.(2.450.000.000x2,04=5.000.000,00)                   |                   |                                                                        |                   |

**ŞEKERLİ MAMULLERİ TANITIM GRUBU**

**31.12.2015**

**GELİR GİDER TABLOSU**

| FASILLAR                                                   | 2015 BÜTÇE           | 2014 OCAK-ARALIK GERÇEKLEŞEN | 2015 OCAK-ARALIK GERÇEKLEŞEN |
|------------------------------------------------------------|----------------------|------------------------------|------------------------------|
| <b>GELİRLER TOPLAMI</b>                                    | <b>10.210.000,00</b> | <b>11.439.333,90</b>         | <b>14.647.224,68</b>         |
| NİSPİ GELİRLERİ                                            | 5.000.000,00         | 5.893.296,56                 | 6.748.368,50                 |
| BİR ÖNCEKİ YILDAN DEVREDEN GELİR FAZLASI                   | 5.000.000,00         | 5.126.903,07                 | 7.431.103,66                 |
| MEVDUAT - REPO FAİZ GELİRLERİ                              | 200.000,00           | 416.555,52                   | 382.316,75                   |
| YATIRIM FONU GELİRİ                                        | -                    | -                            | -                            |
| KUR FARKI GELİRLERİ                                        | 10.000,00            | 2.578,75                     | 85.435,77                    |
| BAĞIŞ VE YARDIMLAR                                         | -                    | -                            | -                            |
| TİCARET VE ALIM HEYETİ ORGANİZASYON GELİRLERİ              | -                    | -                            | -                            |
| EĞİTİM VE SEMİNER GELİRİ                                   | -                    | -                            | -                            |
| ÖZEL PROJELER KAPSAMINDA ALINAN KATKI PAYI                 | -                    | -                            | -                            |
| DİĞER GELİRLER                                             | -                    | -                            | -                            |
| <b>GİDERLERİ TOPLAMI</b>                                   | <b>10.210.000,00</b> | <b>4.008.230,24</b>          | <b>6.514.831,18</b>          |
| <b>YURTDIŞI TANITIM GİDERLERİ</b>                          | <b>6.900.000,00</b>  | <b>3.224.810,45</b>          | <b>5.086.076,13</b>          |
| YURTDIŞI SERGİ VE FUAR ORGANİZASYON GİDERLERİ              | 3.500.000,00         | 2.000.000,00                 | 3.473.032,77                 |
| TEMSİL, AĞIRLAMA VE ORGANİZASYON GİDERLERİ                 | 1.000.000,00         | 113.532,89                   | 956.476,98                   |
| TİCARET VE ALIM HEYETİ ORGANİZASYON GİDERLERİ              | 600.000,00           | 50.950,45                    | 166.672,39                   |
| BASIN, YAYIN, İLAN VE ABONELİK GİDERLERİ                   | -                    | 404.811,05                   | 118.270,83                   |
| YURTDIŞI REKLAM VE İLAN GİDERLERİ                          | 800.000,00           | 592.624,88                   | 259.998,55                   |
| YURTDIŞI BİLİNMEYEN BEKLENMEYEN GİDERLER                   | 400.000,00           | 392,03                       | 26.766,18                    |
| DİĞER YURTDIŞI TANITIM GİDERLERİ                           | 600.000,00           | 62.499,15                    | 84.858,43                    |
| <b>YURTIÇİ TANITIM GİDERLERİ</b>                           | <b>1.450.000,00</b>  | <b>234.642,44</b>            | <b>163.888,66</b>            |
| YURTIÇİ SERGİ VE FUAR ORGANİZASYON GİDERLERİ               | 1.000.000,00         | 2.763,41                     | 2.376,85                     |
| YURTIÇİ REKLAM VE İLAN GİDERLERİ                           | 200.000,00           | 58.032,40                    | 10.325,00                    |
| DİĞER YURTIÇİ TANITIM GİDERLERİ                            | 100.000,00           | 19.564,40                    | 12.796,65                    |
| PERSONEL ÜCRETLERİ                                         | 150.000,00           | 154.282,23                   | 138.390,16                   |
| <b>DİĞER GİDERLER</b>                                      | <b>1.860.000,00</b>  | <b>548.777,35</b>            | <b>1.264.866,39</b>          |
| YURTIÇİ VE YURTDIŞI SEYAHAT GİDERLERİ                      | 40.000,00            | 59.615,74                    | 39.061,73                    |
| TEMSİL AĞIRLAMA VE ORGANİZASYON GİDERLERİ                  | 850.000,00           | 157.441,80                   | 370.146,12                   |
| BASIN, YAYIN, İLAN VE ABONELİK GİDERLERİ                   | 700.000,00           | 50.347,83                    | 79.198,25                    |
| EĞİTİM GİDERLERİ                                           | -                    | -                            | -                            |
| SEMİNER GİDERLERİ                                          | -                    | -                            | -                            |
| HABERLEŞME GİDERLERİ                                       | 80.000,00            | 4.414,30                     | 4.529,58                     |
| DEMİRBAŞ ALIM GİDERLERİ                                    | 20.000,00            | 5.488,18                     | 15.707,44                    |
| BANKA HAVALE VE TAHSİL GİDERLERİ                           | -                    | 7.272,34                     | 4.679,01                     |
| KIRTASIYE VE BÜRO MALZEME GİDERLERİ                        | -                    | 8.373,25                     | 312,02                       |
| ŞEHİR İÇİ ULAŞIM GİDERLERİ                                 | 40.000,00            | 2.865,42                     | 2.988,00                     |
| DIŞARIDAN SAĞLANAN DİĞER ÇEŞİTLİ FAYDA VE HİZMET GİDERLERİ | -                    | 1.274,99                     | 8.740,26                     |
| DANIŞMANLIK HİZMETLERİ                                     | 100.000,00           | 110.023,30                   | 92.467,26                    |
| BİLİNMEYEN BEKLENMEYEN GİDERLER                            | 20.000,00            | 303,62                       | 6.455,58                     |
| DİĞER ÇEŞİTLİ GİDERLER                                     | 10.000,00            | 134.815,41                   | 9.338,06                     |
| KUR FARKI GİDERİ                                           | -                    | 6.541,17                     | -                            |
| TÜRKİYE MARKASI LOGOSU KATILIM PAYI                        | -                    | -                            | 631.243,08                   |
| <b>GELİRLER TOPLAMI</b>                                    | <b>10.210.000,00</b> | <b>11.439.333,90</b>         | <b>14.647.224,68</b>         |
| <b>GİDERLER TOPLAMI</b>                                    | <b>10.210.000,00</b> | <b>4.008.230,24</b>          | <b>6.514.831,18</b>          |
| <b>GELİR / GİDER FAZLASI</b>                               | <b>-</b>             | <b>7.431.103,66</b>          | <b>8.132.393,50</b>          |

| ŞEKERLİ MAMULLER TANITIM GRUBU 2016 YILI TAHMİNİ BÜTÇESİ                                                                                                                                                                                 |            |                                                                 |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------------------------------------------------------------|------------|
| BÜTÇE KALEMLERİ-GELİRLER                                                                                                                                                                                                                 | TUTAR-TL   | BÜTÇE KALEMLERİ-GİDERLER                                        | TUTAR-TL   |
| 01-EK NİS Pİ ÖDEMELER (BİN BİR)***                                                                                                                                                                                                       | 7.550.000  | 01-YURTDIŞI TANITIM GİDERLERİ                                   | 9.602.000  |
| 02-BİR ÖNCEKİ YILDAN DEVREDEN GELİR FAZLASI                                                                                                                                                                                              | 6.200.000  | 01.01-Yurtdışı Sergi ve Fuar Organizasyon Giderleri             | 5.462.000  |
| 03-DİĞER GELİRLER                                                                                                                                                                                                                        | 320.000    | Winter Fancy Food                                               | 185.000    |
| 03.01-Mevduat Faiz Gelirleri                                                                                                                                                                                                             | 300.000    | ISM Uluslararası Şekerleme ve Bisküvi Fuarı                     | 625.000    |
| 03.02-Yatırım Fonu Gelirleri                                                                                                                                                                                                             | -          | PRODEXPO                                                        | 250.000    |
| 03.03-Kur Farkı Gelirleri                                                                                                                                                                                                                | 20.000     | GULFOOD Uluslararası Gıda ve Otel Ekipmanları Fuarı             | 410.000    |
| 03.04-Bağış ve Yardımlar                                                                                                                                                                                                                 | -          | Foodex Japan                                                    | 240.000    |
| 03.05-Ticaret ve Alım Heyeti Organizasyon Gelirleri                                                                                                                                                                                      | -          | Food and Tourism Endonezya                                      | 207.000    |
| 03.06-Eğitim ve Seminer Gelirleri                                                                                                                                                                                                        | -          | ANTAD 2016                                                      | 185.000    |
| 03.07-Özel Projeler kapsamında alınan katkı payları (DTG logolu etiket satışı)                                                                                                                                                           | -          | RAND SHOW                                                       | 228.000    |
| 03.08-Diğer Gelirler                                                                                                                                                                                                                     | -          | MIHAS 2016                                                      | 185.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | Food & Hotel Asia                                               | 214.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | Sial Canada                                                     | 345.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | APAS BRASIL                                                     | 295.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | Sial China                                                      | 196.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | Seul Food & Hotel                                               | 212.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | Sweets & Snacks Chicago                                         | 195.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | THAIFEX World Of Food Asia                                      | 200.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | Summer Fancy Food                                               | 225.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | World food Moscow                                               | 285.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | Sial Paris                                                      | 240.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | World Of Food Beijing                                           | 175.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | Sweets & Snacks Middle East                                     | 220.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | Irak Agro Food                                                  | 145.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 01.02-Temsil ve Ağır lama ve Organizasyon Giderleri             | 1.300.000  |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 01.03-Ticaret ve Alım Heyeti Organizasyon Giderleri             | 660.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 01.04-Basın, Yayın, İlan ve Abonelik Giderleri                  |            |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 01.05-Yurtdışı Eğitim Giderleri                                 |            |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 01.06-Yurtdışı Seminer Giderleri                                |            |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 01.07-Yurtdışı Reklam ve İlan Giderleri                         | 1.450.000  |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 01.08-Yurtdışı Bilinmeyen ve Beklenmeyen Giderler               | 130.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 01.09-Diğer Yurtdışı Tanıtım Giderleri                          | 600.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            |                                                                 |            |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | YURTDIŞI TANITIM GİDERLERİNİN BÜTÇE GİD. İÇERİSİNDEKİ ORANI (%) | 68,24%     |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 02- YURTIÇI TANITIM GİDERLERİ                                   | 1.330.000  |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 02.01-Yurtiçi Sergi ve Fuar Organizasyon Giderleri              | 220.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 02.02-Yurtiçi Reklam ve İlan Giderleri                          | 1.000.000  |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 02.03-Diğer Yurtiçi Tanıtım Giderleri                           | 110.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            |                                                                 |            |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | YURTIÇI TANITIM GİDERLERİNİN BÜTÇE GİD. İÇERİSİNDEKİ ORANI (%)  | 9,45%      |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 03- PERSONEL GİDERLERİ                                          | 165.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 03.01-Personel Ücretleri                                        | 165.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            |                                                                 |            |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | PERSONEL GİDERLERİNİN BÜTÇE GİDERLERİ İÇERİSİNDEKİ ORANI (%)    | 1,17%      |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 04- DİĞER GİDERLER(*)                                           | 2.973.000  |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 4.01-Yurtiçi ve Yurtdışı Seyahat Giderleri                      | 644.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 4.02-Temsil, Ağır lama ve Organizasyon Giderleri                | 535.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 4.03-Basın Yayın, İlan ve Abonelik Giderleri                    | 870.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 4.04-Eğitim Giderleri                                           |            |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 4.05-Seminer Giderleri                                          | 100.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 4.06-Haberleşme Giderleri                                       | 115.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 4.07-Demirbaş Alım Giderleri                                    | 122.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 4.08-Banka Havale ve Tahsil Giderleri                           |            |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 4.09-Kırtasiye Giderleri                                        | 100.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 4.10-Şehir İçi Ulaşım Giderleri                                 | 144.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 4.11-Diğer Dışardan Sağlanan Çeşitli Fayda ve Hizmet Giderleri  |            |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 4.12-Danışmanlık Giderleri                                      | 210.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 4.13-Bilinmeyen Beklenmeyen Giderler                            | 122.000    |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | 4.14-Diğer Çeşitli Giderler                                     | 11.000     |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            |                                                                 |            |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | DİĞER GİDERLERİN BÜTÇE GİDERLERİ İÇERİSİNDEKİ ORANI (%)         | 21,13%     |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            | GELİR - GİDER FARKI                                             |            |
|                                                                                                                                                                                                                                          |            |                                                                 |            |
| GELİRLER TOPLAMI                                                                                                                                                                                                                         | 14.070.000 | GİDERLER TOPLAMI                                                | 14.070.000 |
| (*)İlgili tanıtım grubunun konusuna giren yurtiçi ve yurtdışına ortak hizmet verecek nitelikteki, sektör ve/veya ürün itibarıyla Türk ürünlerinin algısını geliştirme, markalaşma ve AR-GE'ye yönelik faaliyetler kapsamındaki giderler. |            |                                                                 |            |
| **Şekerli mamuller ürünleri sektöründe 2.500.000.000,00 ABDS ihracat ön görülmekte olup Nispi ödemeler 0,001(2.500.000.000,00X0,001=2.500.000,00), Döviz Kuru 3,02 olarak alınmıştır.(2.500.000.000x3,02=7.550.000,00)                   |            |                                                                 |            |

## ŞEKERLİ MAMULLER TANITIM GRUBU 2016 YILI ÇALIŞMA PROGRAMI

- ✓ 2016 yılında Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu'nun info stand ile katılım gerçekleştireceği uluslararası fuarlar aşağıda sıralanmaktadır.

| NO | FUAR ADI                                                                  | FUAR TARİHİ             | ŞEHİR/ÜLKE           |
|----|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------|----------------------|
| 1  | ISM Uluslararası Şekerleme ve Bisküvi Fuarı                               | 31 Ocak-03 Şubat 2016   | Köln/Almanya         |
| 2  | Türkmenistan Türk İhraç Ürünleri Fuarı                                    | 09-11 Şubat 2016        | Aşkabat/TÜRKMENİSTAN |
| 3  | GULFOOD Uluslararası Gıda ve Otel Ekipmanları Fuarı                       | 21-25 Şubat 2016        | Dubai/B.A.E.         |
| 4  | Foodex Japan                                                              | 08-11 Mart 2016         | Chiba/Japonya        |
| 5  | Expo Antad & Alimentaria Uluslararası Genel Ticaret Fuarı                 | 16-18 Mart 2016         | Guadalajara/MEKSİKA  |
| 6  | MIHAS 2016                                                                | 30 Mart-2 Nisan 2016    | Kuala Lumpur/MALEZYA |
| 7  | Food & Hotel Asia                                                         | 12-15 Nisan 2016        | Singapur/SİNGAPUR    |
| 8  | 19. Mostar Uluslararası Fuarı                                             | 12-16 Nisan 2016        | Mostar/BOSNA HERSEK  |
| 9  | Sial Canada Uluslararası Gıda ve İçecek Fuarı                             | 13-15 Nisan 2016        | Montreal/Kanada      |
| 10 | APAS Brazil Uluslararası Temel Gıda ve Süpermarket Ürünleri Fuarı         | 02-05 Mayıs 2016        | Sao Paulo/BREZİLYA   |
| 11 | Sial China Uluslararası Gıda ve İçecek Fuarı                              | 05-07 Mayıs 2016        | Şangay/Çin           |
| 12 | Seul Food & Hotel                                                         | 10-13 Mayıs 2016        | Seul/Güney Kore      |
| 13 | Sweets & Snacks Chicago Uluslararası Bisküvi, Çikolata ve Şekerleme Fuarı | 24-26 Mayıs 2016        | Chicago/A.B.D.       |
| 14 | THAIFEX World Of Food Asia                                                | 25-29 Mayıs 2016        | Bangkok/Tayland      |
| 15 | IRAN Food & Hotel Hospitality                                             | 29 Mayıs-1 Haziran 2016 | Tahran/İRAN          |

|    |                                                                     |                    |                      |
|----|---------------------------------------------------------------------|--------------------|----------------------|
| 16 | Food & Hotel Myanmar                                                | 01-03 Haziran 2016 | Yangon/MYANMAR       |
| 17 | Alimentec                                                           | 08-11 Haziran 2016 | Bogota/KOLOMBİYA     |
| 18 | Summer Fancy Food Uluslararası Gıda ve İçecek Fuarı                 | 26-28 Haziran 2016 | New York/ABD         |
| 19 | Fine Food Australia                                                 | 12-15 Eylül 2016   | Melbourne/AVUSTRALYA |
| 20 | World Food Moscow Uluslararası Gıda Ürünleri ve Teknolojileri Fuarı | 12-15 Eylül 2016   | Moskova/ Rusya       |
| 21 | Expo Alimentaria                                                    | 28-30 Eylül 2016   | Lima/PERU            |
| 22 | Sial Paris Uluslararası Gıda Fuarı                                  | 16-20 Ekim 2016    | Paris/FRANSA         |
| 23 | Sweets & Snacks Middle East                                         | 07-09 Kasım 2016   | Dubai/B.A.E.         |
| 24 | World of Food Beijing                                               | 16-18 Kasım 2016   | Pekin/ÇİN            |
| 25 | Foodex Saudi                                                        | 21-24 Kasım 2016   | Cidde/S.ARABİSTAN    |

#### **Alım-Ticaret Heyeti Organizasyonu:**

##### **Hedef Bölgeler; Asya Pasifik, Uzakdoğu ve Güney Amerika**

Alım heyeti veya ticaret heyeti organizasyonları yapılması ve bunlara katılım sağlanması öngörülmektedir.

| ÜLKE                 | KATILIM DÜZEYİ                           | TARİH        | MAALİYET TL |
|----------------------|------------------------------------------|--------------|-------------|
| JAPONYA ALIM HEYETİ  | İTHALATÇI VE ARACI<br>İTHALATÇI FİRMALAR | HAZİRAN 2016 | 110.000     |
| MEKSİKA ALIM HEYETİ  | İTHALATÇI VE ARACI<br>İTHALATÇI FİRMALAR | TEMMUZ 2016  | 110.000     |
| MALEZYA ALIM HEYETİ  | İTHALATÇI VE ARACI<br>İTHALATÇI FİRMALAR | AĞUSTOS 2016 | 110.000     |
| BREZİLYA ALIM HEYETİ | İTHALATÇI VE ARACI<br>İTHALATÇI FİRMALAR | EYLÜL 2016   | 110.000     |
| ŞİLİ ALIM HEYETİ     | İTHALATÇI VE ARACI<br>İTHALATÇI FİRMALAR | EKİM 2016    | 110.000     |
| SİNGAPUR ALIM HEYETİ | İTHALATÇI VE ARACI<br>İTHALATÇI FİRMALAR | KASIM 2016   | 110.000     |

**Yurtdışı Diğer Tanıtım Faaliyetleri:**

- Hedef pazarlardaki araştırmalar,
- Afiş/broşür alışmaları,
- Tanıtım amaçlı promosyon malzemesi ve broşür/katalog dağıtımı,
- Tanıtım malzemelerinin hazırlatılması ve ilgili kesimlere dağıtımı (Ticaret Műřavirleri aracılığıyla distribűtűrlere, ithalatçı, zincir mağaza karar vericilere promosyon malzemesi ve tanıtım grubu broşür dağıtımı)

**Yurtiçi Tanıtım Faaliyetleri:**

- Dergi/gazete gibi basın organlarında ilan,
- Tanıtım amaçlı dergi/katalog; Genel içerikli dergi ve űzel sayı ile dergi çıkarılması

**Araştırma-Geliştirme Faaliyetleri:**

- Sektűrel pazar arařtırma, rapor, istatistik alıřmaları.









EGE HUBUBAT BAKLİYAT YAĞLI TOHUMLAR  
VE MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

Atatürk Caddesi No:382 35220 Alsancak İzmir  
eib.org.tr