

Baharattan ekonomiye

5 MİLYAR TL KATMA DEĞER



Ambalajlı Baharat Üreticileri Derneği (ABÜDER) Yönetim Kurulu Başkanı Aydın Acun, baharat sektörünün ülke ekonomisine 5 milyar liralık katma değer sağladığını belirtiyor.

Öncelikle sizi ve başkanlığını yaptığınız Ambalajlı Baharat Üreticileri Derneği'ni kısaca tanıtabilir misiniz?

Türk mutfağı tüm dünyada binbir çeşit lezzet ve baharat içeren yemekleriyle tanınıyor. Baharat, yiyecek ve içeceklerle lezzet vermenin yanında insan sağlığı için sayısız faydayı da beraberinde getiriyor. Kekik, defne yaprağı, anason, rezene, kimyon, biber gibi birçok baharat ülkemizde bol miktarda üretiliyor ve dünyanın 140'tan fazla ülkesine ihraç ediliyor. Bu bağlamda Türk baharat sektörü, yıllık 200 milyon dolara yaklaşan ihracatıyla ülke ekonomisine de katkı sağlıyor. Ülkemiz dünya baharat üretiminde çeşitlilik açısından önemli bir yer tutuyor. Ülkemizde yetişen 650 baharat tüm coğrafi bölgelerimize yayılsa da ihracat hacmi ve değeri açısından en büyük üretim Ege Bölgesi'nde yapılıyor, toplam üretimde ise Gaziantep, Kahramanmaraş ve Hatay üçgeni en önemli havza. Dünyada ticarete konu olan 350 civarı baharatın 100 kadarı ülkemizden yapılıyor. İhracatımız çeşitli olarak fazla olsa da, miktar olarak dünyanın önde gelen baharat ihracatçısı ülkelerin oldukça gerisinde kalıyor.

Ülkemizin baharat sektörünün sözcüsü olmak ve baharat sektörünün paydaşlarını tek çatı altında toplamak, "Türk Baharatı" markasının geliştirmek amacıyla Ambalajlı Baharat Üreticileri Derneği (ABÜDER) 19 Temmuz 2019 tarihinde 7 kurucu üye ile kuruldu. 2020 Aralık itibarıyla 41 üyemiz bulunmaktadır. Sektörün en büyük ve ulusal platformudur. Ben de Noor Asia Şirketlerinin yönetici ortağı olarak Türkiye ve Körfez ülkelerinde faaliyet gösteren şirketlerimizle



gıda sektöründe ve özel olarak baharat konusunda 25 yılı aşkın süredir hizmet veriyorum.

TÜRKİYE'DE YETİŞEN BAHARATLAR Türkiye'de baharat sektörünün günümüzdeki durumuna ilişkin verileri bizimle paylaşabilir misiniz?

Coğrafyasıyla ülkemiz müthiş bir genetik çeşitliliğe sahip. Topraklarımızda yetişen yaklaşık 12 bin bitki türünün 650'si baharat (itri ve tıbbi bitkiler dahil) ailesinde yer alıyor. Ülkemizde yetişen baharat bitkileri subtropik ve ılıman iklim baharatları olarak anılıyor. Üretilen ürünlerin başlıcaları; kırmızı biber, kimyon, kekik, anason, çörekotu, rezene, kişniş, defne yaprağı, nanedir. Üretimde kırmızı biber açık ara en büyük payı alıyor. Kırmızı biberde yıllara göre 200-250 bin ton bandında bir üretimimiz var. Kimyon 20 bin tona yaklaşıyor. Kekik ve adaçayı 16 biner ton seviyesinde. Anason 9 bin ton, çörekotu ve rezene ise 3 bin tona

ulaşılıyor. Ülkemizin sahip olduğu coğrafyanın sunduğu çeşitlilik içerisinde birçok baharat ve aromatik ot yetişiyor. Ancak, iç piyasa ve dış piyasaların en önemli beklentisi belli bir kalite ve standart dahilinde süreklilik içerisinde yapılan üretim ve neticesinde arzıdır. Maalesef sürdürülebilirlikte sorunumuz var.

Türkiye'de tüketimin ne kadarını ambalajlı ürünler oluşturuyor? En çok tüketilen baharatlar nelerdir?

Baharat sektörünün ekonomimize sağladığı katma değerini 5 milyar liraya yaklaştığı tahmin ediliyor. Tarımsal üreticilerde işleyicilere, üreticilerden ihracatçılara oluşan değer zincirinde tüketimin üçte birinin ambalajlı, geri kalanının ise açık olarak arz edildiği değerlendiriliyor. Hacim olarak en çok tüketilen ürünler sırasıyla pul biber, karabiber, Hindistan cevizi, kimyon, toz biber, nane, tarçın, çörekotu, kekik ve sumaktır. Pul biber %25'i aşan payıyla açık ara en çok tüketilen baharat. Karabiber de %8'i alıyor.

Covid-19 pandemisi sağlıklı ve güvenilir gıda tüketiminde farkındalığı artırdı. Baharatların beslenme açısından önemini açıklayabilir misiniz?

Gıda güvenliği ve güvencesi konuları Covid-19 zamanında çok daha fazla gündeme geldi. Özellikle ambalajlı ve sağlıklı gıdanın önemi ortaya çıktı. Ambalajlı üründe tüketici talepleri de şekil değiştirmeye başladı. İçerisine konulan ürünü koruyarak temiz ve güvenilir koşullarda tüketicilere ulaşmasını sağlayan, aynı zamanda ürünlerin taşınmasını ve depolanmasını kolaylaştıran ambalaj,

pandemi döneminde özellikle tedarik zinciri içinde önemini bir kez daha kanıtladı. Gıda sektöründe faydalı ve sağlıklı ürün kavramını bünyesinde baharat kadar barındıran belki de başka bir kategori bulunmamakta. Doğadan sofraya minimum işlem ile doğala en yakın haliyle tüketicimizin kullanımına sunuluyor. Genel olarak vücudumuzda dolaşım, sindirim ve bağışıklık sistemimize fayda sağlıyor. Biz baharat üreticileri olarak uzman hekimlerin tavsiyesine göre tüketim sağlanmasını arzu ediyoruz.

2019'DA 175 MİLYON DOLAR BAHARAT İHRACATI

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

Dünyada ticarete konu olan 350 baharat bitkisinden bir kısmı küçük miktarlarda da olsa 100'ün ihracatı zaman zaman ülkemizden gerçekleştirilmektedir. Dünya baharat ticareti 15 milyar dolara yaklaşmaktadır. Türkiye 2019 yılında 175 milyon dolar ihracat gerçekleştirmiştir. Ülkemiz yıllık 140 – 180 milyon dolar bandında bir ihracat gerçekleştiriyor. Sektörümüzde ihracat değeri en yüksek ürünler sırasıyla kekik, defne paprağı ve kimyondur. Kekik işlenmiş ve ham olarak 15 bin ton ihracat hacmiyle 53 milyon dolara ulaşmakta ve dünya kekik ticaretinde yaklaşık %40 pay almaktadır. Almanya, ABD, Hindistan ve Fransa olmak üzere birçok ülkeye ihracat yapılmaktadır. Kekik üretimi ve ihracatı gelişime çok müsaittir. Dünya defne yaprağı üretiminin yarısından fazlasını karşılayan Türkiye, bu üründe 12 bin ton hacimle 35 – 40 milyon dolar bantında ihracat gerçekleştirmektedir. İhracatta 20 milyon dolar seviyesini daha önce aşan kimyon 2019'da 12 milyon dolar olarak ihraç edilmiştir. Dünyada ve yakın coğrafyamızda talebi hızla artan kimyon önemli bir ihraç ürünü konumundadır.

Ülkemizin baharat ihracatında ilk sırada 11,5 milyon dolar ile ABD yer alırken, bu ülkeyi 9 milyon dolar ile Almanya ve 6,5 milyon dolar ile Çin izlemektedir. İlk etapta gelişim sağlanabilecek potansiyeli yüksek ülkeler olarak da Körfez Ülkeleri, Batı ve Orta

Avrupa ve Kuzey Amerika ülkeleri karşımıza çıkmaktadır. Burada kritik konulardan biri de ihracatın dökme olarak yapılmasından ziyade markalı ve ambalajlı olarak yapılabilmesidir. Ancak bu şekilde katma değeri artırabiliriz.

"SEKTÖRÜN POTANSİYELİNİN FARKINDAYIZ"

Sektör olarak yaşadığınız başlıca sorunlar ve bunların çözümüne ilişkin önerilerinizi açıklayabilir misiniz?

Anadolu coğrafyası baharat sektörünün hem üretim tarafında, hem de ticaretinde yüzyıllardır rol alıyor. Bugün geldiğimiz nokta, bulunmamız gereken yerin oldukça gerisinde. Bu bizi olumsuz değil olumlu etkiliyor ve potansiyelimizin farkındalığıyla kamçılıyor. Öncelikle sektörün yarattığı değer zinciri içerisinde tarımsal üretimden son tüketiciye tüm aşamalarda alt yapının güçlendirilmesi lazım. Maalesef kategorimiz gıda sektöründe en az organize kategorilerden biri. Derneğimiz bu konuda çözüm merkezi olmak ve sektörün imajını yükseltmek için faaliyetlerde bulunmak üzere yola çıktı. Dünyada sağlıklı ve faydalı gıda ürünlerinin tüketilmesi trendi yükseliyor. Sağlıklı ve faydalı gıda beklentilerini karşılayan ve üstelik haz veren baharatın ülkemizde gelişmesi için devlet desteği şart. Sektörün bugüne kadar devletle ilişkileri arzulanan seviyede olmamış. Kendi içimizde organize olamamak bunun önemli nedenlerinden.

Sorunlarımızı çözmek ve sektörümüzü daha ileriye taşımak için ana bakanlığımız olan Tarım ve Orman Bakanlığı ile ilişkileri geliştirerek, karar alıcı devlet organlarına kendimizi daha iyi anlatmayı arzuluyoruz. Bu çerçevede yasal çerçeveyi belirleyen Baharat Tebliği ile ilgili Ulusal Gıda kodeksi ve alt komitelerde tebliğ kapsamındaki ürünlerle



ilgili tüm çalışmalara sektör temsilcisi olarak katkı sağlıyoruz. Sağlık dışı oluşumların engellenmesi için Sağlık Bakanlığı ayağında ilişkimizi geliştirmeliyiz. Bizi oldukça zorlayan ithalat uygulamaları, kaçak ve standart dışı ürünlerin yasa dışı yollarla ülkeye girişiyle oluşan haksız rekabetin düzeltilmesi için Ticaret Bakanlığı'yla diyalog çok önemli. İhracatımızı geliştirmek için destek ve yönlendirme arayacağız. Ürün tedariginde süreklilik birçok tarımsal kategoride olduğu gibi baharatta da büyük sorun. Yapılacaklar içinde kültür üretiminin artırılması ve diğerlerinin de planlı üretimi çok önemli. Çiftçiyi doğru yönlendirmemiz lazım.

"TÜRK BAHARATI MARKALAŞMALI"

Orta ve uzun vadede Türkiye baharat sektörünün geleceğine ilişkin hedeflerinizi aktarabilir misiniz?

Baharat büyük potansiyel arz eden bir kategori. Dünyadaki faydalı ve doğal ürünlere kayan talep bu potansiyeli destekliyor. İçeride sürdürülebilir ve kaliteli üretim yeni geliştirilecek ekim alanları ile hacimsel olarak da baharatı yüksek bir seviyeye getirebilir. Doymuş kategoriler yerine baharat gibi daha ilerleyecek çok mesafesi olan kategorilerin desteklenmesi gerekir. Sektör – devlet – akademik çevrelerin daha fazla iş birliği yaptığı ve ortak akıl ürettiği bir oluşum hedefliyoruz. Baharatın önemini anlatabilmek için; teknolojik gelişmelerin takip edilebilmesi, sektörle ilgili yetmişmiş elemanların temin edilebilmesi, Türk baharatının daha iyi anlatılıp tanıtılabilmesi için koordinatör ve ivme kazandırıcı olacağız.

Dünya ticaretinde var olmanız için önce içeride iyi işleyen bir aygıtınız olmalı, diğer çok önemli husus ise markanızın olmasıdır. İhracatı artıracaksak "Türk baharatı" ürün imajını geliştirmemiz lazım. Türk biberi, Türk kekikiği, Türk kimyonu, Türk defne yaprağı algısı oluşturmamız gerekmektedir. Ülke markası ve altında kuvvetli özel markalar olmadan katma değerli ürünleri geliştirmemiz de mümkün olmayacaktır. ABÜDER olarak bu çerçevede önemli bir misyonumuz olduğunu düşünüyoruz.

"TÜKETİCİNİN BAHARATA BAKIŞI POZİTİF"

Covid-19 pandemisinin tüketicilerin baharatlara bakışını pozitif yönde etkilediğini söyleyen Aydın Acun, "Baharatın hem faydalı, hem sağlıklı, hem de lezzetli sıfatlarını bünyesinde aynı zamanda içeren nadir gıda kategorilerinden biri olduğunu düşünüyoruz. Ev dışı

tüketim kanalı pandemi döneminden oldukça etkilense de toplam baharat tüketimi hacminin %10'u aşan bir büyüme gösterdi. Her biri değişik faydaları olan baharatın geniş ürün gamında kimyon, kekik ve sumak bir miktar fazla talep gördü" diyor.