

Ramazan Bayramı'na Türk şeker ve çikolatası tat verdi

Geçtiğimiz yıl sonunda ihracatı 2 milyar dolar büyüklüğe ulaşan şeker ve şeker mamulleri ile kakaolu mamuller sektöründe, Ramazan ayı boyunca gelen yurtdışı siparişler, yüzleri güldürdü. Türkiye genelinde 1500'e yakın şirketin faaliyet gösterdiği çikolata ve şekerleme ürünleri sektöründe Mart ayında başlayan hareketlilik Ramazan boyunca devam etti. 1 Mart-18 Nisan 2023 tarihleri arasında, Türkiye'nin şeker ve şeker mamulleri ile kakaolu mamuller ihracatı 300 milyon dolar olarak gerçekleşti.

“Şekerli ürünlerin ihracatı Nisan'da da 100 milyon doları geçecek”

Şeker ve şeker mamulleri ihracatında, Mart ayında geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre yüzde 30 civarında artış yaşandığına dikkat çeken **TİM Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektör Kurulu Başkanı Ahmet Tiryakioğlu** şunları söyledi:

“İslam coğrafyasının ve Müslüman nüfusun yoğun olduğu diğer ülkelerin Ramazan ayındaki tüketim ihtiyacını karşılamaya yönelik siparişlerin arttığı Mart ayında, şeker ve şeker mamulleri ihracatımız 113 milyon dolara ulaştı. Birleşik Devletler ve Birleşik Krallık'ın ihracatımızda ilk sıralarda geldiği bu alanda, gerek marka ürünlerin gerekse dökme şeker diye tabir ettiğimiz ürünlerin satışlarında yükselişler oldu. Sevkiyatlarımızın hız kesmediği Nisan'ı da bu alanda 100 milyon dolar ihracat sınırının üzerinde kapatacağımızı öngörüyoruz.”

“Kakaolu ürünlerde de aylık ihracat hedefi 100 milyon dolar”

Türkiye'nin çikolatalı ürün ihracatında bu yıl Irak, Suudi Arabistan ve Libya'nın öne çıktığını belirten **Tiryakioğlu** şunları belirtti:

“Baton, napoliten ve madlen gibi farklı türleriyle çikolatalar, artık ikramlarımızın vazgeçilmezi haline geldi. Bayram ziyaretlerinde hediye götürmek kültürümüzün önemli bir parçası olduğundan, tüketiciler alışverişlerinde kalitesine güvendiği markalara teveccüh gösteriyor. Çikolatalı ürünler sevkiyatta soğuk zincir gereksinimi ve soğutucu konteynerler ile yükleme masrafları nedeniyle zorlu bir rekabet alanı olsa da, Türkiye dünyada çok güçlü markalarıyla boy gösteriyor. Ürünlerimize olan talebin sürmesiyle, Nisan'da kakaolu ürünlerimizin de aylık ihracatının 100 milyon dolar sınırının üzerine çıkacağını tahmin ediyoruz.”

“Ürünlerimizi gönül rahatlığıyla tüketiciye sunabiliyoruz”

Tüketicilerin temel tercihlerinde gelir gruplarına göre en belirleyici unsurun fiyat olduğunu; bunun yanında kalite, ambalaj ve pazarda rahat bulunabilirlik gibi pek çok faktörün de öne çıktığına dikkat çeken **Tiryakioğlu** sözlerini şöyle tamamladı:

“Türkiye’de üretilen ürünlerimiz; marka, kalite ve ürün çeşitliliği gibi güçlü yanları ile uluslararası pazarlarda güçlü bir şekilde rekabet edebiliyor. ISO standartlarının yanı sıra; Türk Gıda Kodeksi ve sağlık beyanları yönetmelikleri gereğince ürünlerimizi gönül rahatlığıyla tüketiciye sunabiliyoruz. Yurt içinde ve yurt dışında müşteri memnuniyetini yüksek tutarak, bilinen markalarımızın sayısını zaman içinde daha da artıracamız.”

Ayrıntılı Bilgi için;

Cihan Aydın

COMMPASS Kurumsal İletişim

caydin@commpass.com.tr