

Çikolata ve kakao bazlı ürün ihracatı 1 milyar doları geçti

Hububat ihracatı 10 ayda 10,1 milyar dolar oldu

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından paylaşılan verilere göre; çikolata ve kakaolu ürünler, ayçiçek yağı, bisküvi ve gofret, şekerleme çeşitleri ile makarna ve buğday unu gibi temel gıda kalemlerini kapsayan hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörü, yılın ilk 10 ayında toplam 10,1 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Sektörün ihracatı miktar bazında geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 5,3 azalış gösterirken; ihracat birim fiyatlarındaki yüzde 10,2'lik artış değer bazında yüzde 4,3 oranında bir yükseliş getirdi. İhracat sıralamasında, 1,1 milyar dolarlık tutar ve yüzde 58,7'lik artışla çikolata ve kakao bazlı ürünler ilk sırayı alırken, ikinci sırada yüzde 15,7 artış ve 865,4 milyon dolarlık ihracatla ayçiçek yağı yer aldı. 10 ayda 1,4 milyar dolar ile sektörün en fazla ihracat yaptığı ülke konumundaki Irak'ta, pazardaki iç sorunlara bağlı olarak ihracattaki gerileme yüzde 17,6'ya ulaşırken; yüzde 42,7'lik artış sağlanan ABD'ye yapılan ihracat 743 milyon dolara ulaştı. Irak ve ABD'yi, ihracatta öne çıkan diğer ülkeler olarak Suriye, Cezayir ve Almanya izledi.

“Suriye’ye buğday unu ihracatımız 10 ayda iki katına çıktı”

Küresel gıda piyasalarında jeopolitik riskler ve iklim koşulları kadar, klasik arz-talep döngülerinin de etkili olduğuna dikkat çeken **TİM Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektör Kurulu Başkanı Ahmet Tiryakioğlu** şunları söyledi:

“Karadeniz hattındaki daralma nedeniyle dünya tahıl ticaretinin yaklaşık üçte birini etkileyen Rusya-Ukrayna Savaşı'nın ardından, Türkiye gibi gıda ticaretinde bölgesel öneme sahip ülkelerin stratejik öneminin daha da arttığı bir döneme girdik. Uluslararası girişimlerimiz ve ticari bağlantılarımız, son birkaç yılda ortaya çıkan fırsatları hızla değerlendirebilmemizi ve pazar anlamında ciddi kazanımlar elde etmemizi sağladı. Öte yandan 10 yılı aşkın bir süredir dünyanın en büyük buğday unu ihracatçısı unvanına sahip ülkesi olarak, konjonktürel gelişmeler sonucu son aylarda bu ürünün ihracatında bir gerileme yaşıyoruz. Özellikle Irak pazarındaki gelişmeler nedeniyle belirgin düşüşler yaşansa da ilk 10 ayda geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 100 artışla 165 milyon dolar tutarında buğday unu ihraç ettiğimiz Suriye'nin bu alandaki önemli bir boşluğu doldurduğuna şahit oluyoruz. Bu veri, sektörümüzün pazar çeşitlendirme refleksinin ve dış şoklara karşı dayanıklılığının da bir kanıtıdır.”

“ABD’ye aylık ihracatımız 100 milyon dolara yaklaştı”

Bu süreçte dikkate değer bir başka gelişmenin, hububat sektörü ihracatının Ekim ayında 100 milyon dolara yaklaştığı ABD pazarında 10 aylık süreçte elde edilen yüzde 42,7'lik artış olduğunu belirten **Tiryakioğlu** şunları ifade etti:

“Sektör olarak geçen yıl Ekim ayında 53,8 milyon dolar ihracat gerçekleştirdiğimiz ABD pazarına bu yıl Ekim ayında 95 milyon dolar ihracat yaptık ve 10 aylık sürecin sonunda bu pazarda 743 milyon dolara ulaştık. Bu başarıda, gümrük tarifeleri, korumacı uygulamalar ve tedarik zincirlerini kısaltmaya yönelik politikalarla küresel ticaret yapısını yeniden şekillendiren ABD'nin; özellikle tarım ve gıda ürünlerinde tedarik güvenliğini çeşitlendirmeye yönelmesi ve Türkiye gibi rekabetçi ülkelerin önünün açılmasının payı büyük. Sektörümüzün ABD pazarındaki ivmesi, küresel tedarik zincirindeki yeniden yapılanmaya zamanında ve stratejik bir yanıt niteliği taşıyor.”

“Gıda ürünleri sanayii ekonomide lokomotif alanlardan biri”

Ekim ayında neredeyse tüm sektörlerde satın alma faaliyetleri gerilerken tek genişlemenin gıda ürünleri alanında olmasının, sektörün ekonomik dayanıklılığını bir kez daha ortaya koyduğuna dikkat çeken **Tiryakioğlu** sözlerini şöyle tamamladı:

“PMI verilerinin 46,5 olarak gerçekleştiği Ekim ayında en büyük on sektörün dokuzu daralma bölgesinde yer alırken, tek istisna gıda ürünleri oldu. Gıda ürünleri sektöründe yeni siparişlerin üst üste üçüncü ay artması, üretim zincirimizin dış ticaretin yavaşladığı dönemlerde bile ekonomik faaliyetleri canlı tuttuğunu gösteriyor. Bu dinamizm, yalnızca iç talebi karşılamakla kalmıyor; aynı zamanda lojistik, perakende ve tedarik alanlarında çarpan etkisiyle ekonominin genel direncini güçlendiriyor. Gıda ürünleri sanayii bugün Türkiye’nin hem dış ticarete rekabet gücünü koruyan hem de iç piyasada üretim çarklarının dönmesini sağlayan lokomotif alanlarından biri haline gelmiştir. Bu yapı, sürdürülebilir büyüme açısından stratejik bir güvence niteliği taşımaktadır.”

TGİ Hakkında

GAİB, İİB, AKİB, OAİB, EİB ve KİB çatısı altındaki 6 İhracatçı Birliğini bir araya getiren Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektör Kurulu, yeni dönemde tanıtım çalışmalarını Türkiye Gıda İhracatçıları (TGİ) markasıyla yürütüyor. İştigal alanları arasında çikolata ve kakaolu ürünler, ayçiçek yağı, bisküvi ve gofret, şekerleme çeşitleri ile makarna ve buğday unu gibi birçok gıda ürününün yer aldığı 6 İhracatçı Birliğinin oluşturduğu TGİ, yurt dışında ortaklaşa yürüttüğü faaliyetlerde Turkish Food Exporters markasını kullanıyor. Ayrıntılı bilgi için: www.tgi.org.tr

Ayrıntılı bilgi için

Cihan Aydın

Compass Kurumsal İletişim

caydin@compass.com.tr