

AB'YE İHRACAT OLANAKLARI – SEKTÖREL PAZAR ARAŞTIRMALARI - 6 AB YAŞ MEYVE SEBZE PAZARI

Ülkemiz yılda 45 milyon yaş meyve sebze üretimi yapmakta ve önemli üretici ülkeler arasında yer almaktadır. Ancak üretilen miktarın ihracata oranı ne yazık ki düşük seviyelerde kalmaktadır. Ürünlerin yurt içi tüketimde yoğun olarak kullanılması yanında ihracata uygun miktar ve kalitede ürün tedarik edilememesi de ihracatımızı etkileyen faktörler arasında yer almaktadır.



AB dünyada yaş meyve sebze konusunda önemli bir pazar olarak dikkat çekmektedir. Tüketicilerin sağlıklı ürünler tüketme yönünde eğiliminin artmasıyla birlikte pazardaki büyüme devam etmektedir. Tüketiciler sağlık, kullanıma hazır ürünler ve değişik tatlara olan merak eğilimi ile bu ürünlere yönelmektedir. Mevsimler itibariyle birçok ürünün her zaman piyasalarda bulunur olması ve pazara giren ürün çeşidindeki artış bu trendin devam edeceği izlenimi vermektedir.

2006 yılı rakamlarına göre AB ülkeleri yaş meyve tüketimi 77 milyon, yaş sebze tüketim miktarı ise 62 milyon tondur.

Üretim

AB aynı zamanda ciddi bir üretici olarak ta dikkat çekmektedir. 2006 yılı rakamlarına göre AB yaş meyve üretimi 69 milyon tonu bulmaktadır. Yaş meyve sebze üretimi İtalya ve İspanya gibi AB'nin güney ülkelerinde yoğunlaşmaktadır. En fazla üretilen meyveler elma, portakal ve üzumdür. Kuzey Avrupa iklimi üretimi mevsimsel olarak sınırlamakla birlikte, seracılık ve elma gibi bazı ürünler için yaygın depolama şartları yıl boyunca sunum imkânı sağlamaktadır.

İhracat

AB ülkeleri arasındaki en önemli yaş meyve ihracatçıları İspanya, Belçika, İtalya ve Hollanda'dır. Sebze konusunda ise İspanya ve Hollanda en büyük ihracatçı ülkelerdir.

İthalat



2006 yılı rakamları ile AB yaş meyve ithalatı 19 milyar Euro 'dur. AB yaş meyve ithalatında Almanya, İngiltere ve Hollanda AB toplam ithalatının yarısına varan bir rakamla başı çekmektedir. AB içindeki en büyük tedarikçiler İspanya, Hollanda, İtalya, Belçika ve Fransa'dır. Gelişmekte olan ülkelere olan ithalat rakamının ise 7,1 milyar Dolar civarında olduğu tahmin edilmektedir.

AB yıllık yaş sebze ithalatı 10,7 milyar Euro civarındadır. 2002 yılından itibaren gelişmekte olan ülkelere yaş sebze ithalatı artış sürecine girmiştir. En önemli ithalatçı ülkeler ise Almanya, İngiltere, Fransa ve Hollanda'dır. İthal edilen sebzelerin başında domates, tatlı biber, salatalık ve mantar gelmektedir. Ülkemiz de AB ülkelerine yaş sebze ihraç eden ülkeler arasında yer almakta ancak üretime orantılı olan bir ihracat rakamına erişememektedir.

Dağıtım Kanalları

AB yaş meyve sebze pazarında güçlü bir konsantrasyon göze çarpmaktadır. Özellikle perakende seviyesinde az sayıda çok profesyonel oyuncuların dağıtımına hâkim olduğu görülmektedir. Perakende mağazalarına ürün tedarik eden firmaların tüm yıl boyunca, garantili kaliteli ürünler yüksek hacimlerde sunabilir olması gerekmektedir. Tedarikçilerin aynı zamanda verimli, esnek ve her gelişmeye anında tepki verebilir durumda olmaları beklenmektedir. Bu süreç özellikle Kuzey ve Batı ülkelerinde görülmekle birlikte Doğu Avrupa'da da yaygınlaşmaktadır.

İthalatçılar: İlk kez ihracata başlayan veya bu alanda belirli bir noktaya henüz gelmemiş olan firmalar için ithalatçılar ile çalışmak en uygun yöntem olmaktadır. İthalatçıların pazar bilgisi, pazara yakınlığı ve yönlendirmesi ihracatçı için avantaj olabilmektedir. Bazı ithalatçılar ürünleri varışta elden geçirerek paketleme sürecini de üstlenmektedir. İthalatçılar % 5-10 arası marj ile çalışmaktadırlar.

Toptancılar alımlarını ithalatçı, üretici veya müzayededen almaktadır. İhtisaslaşmış perakendeciler, gıda servis şirketleri ve süpermarketlere dağıtım yapmaktadırlar. Sadece süpermarketlere mal tedarik eden toptancılar ile manav ve diğer perakendecilere mal veren toptancılar arasında bir ayrım vardır.

Acenteler üretici ve alıcı arasında bağlantıyı kurmakta genel olarak % 2-3 oranında komisyonla çalışmaktadır. Acentelerin çoğunluğu ya ürün ya da satış kanalı konusunda uzmanlaşmaktadır. Perakende düzeyine baktığımızda ise süpermarket/hipermarket grubu yanında ihtisaslaşmış perakendeciler ve gıda servis sektörü göze çarpmaktadır. Hipermarketlerde gıda dışı ürünlere de geniş yer verilmektedir. Almanya, Hollanda ve Belçika'da organik süpermarketleri de görülmektedir.

İhtisaslaşmış perakendecilere geldiğimizde Avrupa'da halen manav kategorisinde hizmet sürmektedir. Süpermarketlerle rekabet edebilmek için manavlar artı değerli ürünler sunarak hizmet vermeye çalışmaktadır. Bu ürünler kullanıma hazır gıdalar, kesilmiş meyve sebzeler olabilmektedir.

Gıda servis sektörü otel, restoran ve catering firmalarına hizmeti içermektedir. Catering kategorisine gıda tüketimi yapılan hastaneler, huzurevleri, işyerleri ve diğer kamu alanları girmektedir.

AB ülkelerinde temas kurulabilecek olan ithalatçı ve toptancılardan birkaçına ait bilgiler aşağıda yer almaktadır. Daha detaylı bilgi için Odamız Dış Ticaret Danışmanlığı'na başvurulması gerekmektedir.

- Atlanta Group (Almanya), <http://www.atlanta.de>
- Dole Fresh Fruit Europe Ltd. Co. (Almanya), <http://www.doleeurope.com>
- Pomona (Fransa), <http://www.pomona.fr>
- Geest (İngiltere), <http://www.bakkavor.com>
- The Greenery (Hollanda), <http://www.thegreenery.com>
- Del Monte Fresh Produce , <http://www.freshdelmonte.com>
- Fyffes (İngiltere/İrlanda), <http://www.fyffes.com>

İhracatçılarımızın alıcı ve satıcı bilgilerine erişebileceği B2B sitelere ait bazı bilgiler:

- <http://www.foodtrader.com> Gıda ve tarım ürünlerine yönelik B2B pazaryeri
- <http://www.agromarketplace.com>. Yaş meyve sebze özel pazaryeri
- <http://www.freshinfo.com>. Yaş meyve sebze özel pazaryeri

- <http://www.foodmarketexchange.com>.
- <http://www.greentrade.net>. Organik ürünlere yönelik online pazaryeri

İhracatçılarımız için Fırsatlar

İhracatçıların ürünlerini pazardaki yönelimlere uygun olarak adapte etmesi oranında yeni ihracat imkânları oluşabilmektedir. Yüksek kalitedeki, gıda güvenliği talep ve sertifikasyonlarına uygun büyük hacimli ürünleri tedarik edebilen ihracatçıların pazardaki ihracat olanakları daha fazla olmaktadır.

Ülkemiz ihracatçıları açısından dikkat çekebilecek olan fırsatlar

- Sağlıklı ürünlere olan artan talep
- Kullanıma ve yemeğe hazır ürünlere yönelik artan talep
- Yeni ürünlere yönelik talep
- Mevsim dışı tüketim talebi
- Organik ürüne yönelik artan talep
- Ev dışında restoran ve gıda işletmelerinde meyve sebze sunum ve tüketiminin artması
- Sağlıklı çerez ve atıştırmalıklara olan talep artışı (küçük ambalajda mini salatalık vb)
- Artsan gelir seviyesi, değişen gıda alışkanlıkları ve bu ürünlere yönelik artan tüketim



İhracatçılarımızın bu fırsatlar yanında bazı konulara da dikkat ederek bazı olumsuz olabilecek noktaları da göz önüne alması gerekmektedir.

- AB ülkelerinin çok yüksek kalite beklentileri
- Ciddi maliyet ve çaba gerektiren sertifikasyon zorunlulukları(HACCP, GlobalGAP, GMP, BRC)
- Yenilikçi ürünlerin hızlı bir şekilde erozyona uğraması ve kolayca taklit edilebilmesi
- Ürünün piyasadaki miktarına bağlı olarak ürün fiyatlarında yaşanan dalgalanmalar
- Büyük ve çokuluslu şirketlerin pazardaki baskın rolü ve hakimiyeti
-

Kaynaklar: www.igeme.gov.tr ; www.cbi.nl; www.itnracen.org

The fresh Fruit and Vegetable Market in the EU

EU imports of fresh fruit accounted for €19 billion in 2006 and have shown an increase of 20% since 2002. Import volumes also increased by 16% over the same period, reaching 25 million tonnes. Also EU imports of fresh vegetables amounted to 11.5 million tonnes with a value of €10.7 billion in 2006.

There are strong tendencies towards concentration in the supply of fresh fruit and vegetables throughout the EU. Concentration is especially visible at the retail level. An ever-smaller number of highly professional players dominate distribution at this level. The larger companies have a stronger customer orientation.

The opportunities for our exporters might be as follows.

- *Off-season fresh fruits and vegetables (including super fruits), organic and fair-trade products, added value products (such as ready products),*
- *high quality products which comply with demands for certification and food safety*
- *large volumes due to consolidation in buyers markets*