

## **10-13 MAYIS 2016 TARİHLERİ ARASINDA DÜZENLENEN SEOUL FOOD & HOTEL 2016 GIDA FUARI DEĞERLENDİRME NOTU**

### **GÜNEY KORE'DE TÜRK YEMEKLERİNE İNANILMAZ İLGİ**

#### **1. GÜNEY KORE'YE İLİŞKİN DEĞERLENDİRME**

**NÜFUS:** 50.859.000 (IMF 2016 TAHMİN)

**GSYİH:** 1.509.632 MİLYON \$ (IMF 2016 TAHMİN)

**Kişi Başına Düşen GSYİH:** 29.682 \$ (IMF 2016 TAHMİN)

**İhracat:** 526 milyar \$ (2015)

**İhracat Ürünleri:** Elektronik entegre devreler, otomobil, petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar, telli telefon-telgraf için elektrikli cihazlar, kara taşıtları için aksam, parçaları

**İthalat:** 436 milyar \$ (2015)

**İthalat Ürünleri:** Ham petrol, elektronik entegre devreler, petrol gazları ve diğer gazlı hidrokarbonlar, telli telefon-telgraf için elektrikli cihazlar

**Türkiye'nin Güney Kore'ye İhracatı:** 527 milyon \$ (2012), 460 milyon \$ (2013), 470 milyon \$ (2014), 568 milyon \$ (2015).

**Türkiye'nin Güney Kore'den İthalatı:** 5,6 milyar \$ (2012), 6 milyar \$ (2013), 7,5 milyar \$ (2014), 7 milyar \$ (2015)

MBTG Ürünleri bazında Güney Kore'ye 2015 yılında en çok ihracatı gerçekleştiren ürün grubumuz 2,9 milyon dolar ile makarna grubu olmuştur. Ayrıca, 2015 yılında firmalarımız Güney Kore'ye 1,01 milyon dolarlık bitkisel yağlar ihracatı gerçekleştirmiştir.

## **2. SEOUL FOOD & HOTEL FUARINA İLİŞKİN DEĞERLENDİRME**

10-13 Mayıs 2016 tarihleri arasında gerçekleşen fuara 39 ülkeden gıda sektöründe faaliyet gösteren 1300'ün üzerinde firma katılımı olmuştur.

Millî katılımın Selten Fuarçılık tarafından düzenlendiği fuara ülkemizden 26 firma stantlı katılım sağlamıştır.

### **Katılımcı Firmalar:**

#### **Makarna:**

- Acarsan Makarna Un Gıda İnş. San. ve Tic. A.Ş.
- Beşsan Makarna Gıda San. ve Tic. A.Ş.
- Mutlu Makarnacılık San. ve Tic. A.Ş.
- Oba Makarnacılık San. ve Tic. A.Ş.
- Untaş Gıda San. ve Tic. A.Ş.

#### **Bitkisel Yağlar:**

- A. Kuartet Gıda Pazarlama İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.
- Kadooğlu Yağ San. ve Tic. A.Ş.
- Sayınlar Gıda Maddeleri San. ve Tic. A.Ş.
- Soyyiğit Gıda San. ve Tic. A.Ş.

### ***Makarna, Bulgur, Bakliyat ve Bitkisel Yağlar Tanıtım Grubu (MBTG)***

Ayrıca MBTG dışındaki Sektörel Tanıtım Grupları'ndan;

- Şekerleme Tanıtım Grubu,
- Kuru Meyve Tanıtım Grubu katılmıştır.

## **3. MBTG FAALİYETLERİNE İLİŞKİN DEĞERLENDİRME**

10-13 Mayıs 2016 tarihleri arasında Seul/Güney Kore'de gerçekleşen Seoul Food & Hotel Fuarına bu yıl MBTG olarak ikinci kez katılım sağlanmıştır. Ülkemizin güçlü bir millî katılım sağladığı fuara 26 firma stantlı olarak katılmıştır.

MBTG Standımızda yemek sunumu olduğundan dolayı fuarın en ilgi çeken standı olmayı başarmıştır. Gerek Güney Kore halkı gerekse Koreli ithalatçılar ürünlerimize

büyük ilgi göstermişlerdir. Özellikle bulgurdan yapılan ürünlerimize talep dikkat çekicidir.

Seul Büyükelçimiz Sayın **Arslan Hakan OKÇAL**, standımızı ziyaret etmiş ve MBTG grubu ürünlerimiz ile pişirilen yemeklerin tadına bakarak memnuniyetini belirtmiştir. Ayrıca, Seul Ticaret Müşavirimiz Sayın **M. Alper ATILLA** ile Güney Kore’de sektöre yönelik yürütebileceğimiz faaliyetler konusunda kapsamlı bir toplantı yapılmıştır.

Toplantı sonuçları aşağıdaki şekilde özetlenebilir:

- Korece broşürlerimizin ve ihracatçılar listemizin Seul Ticaret Odası ve Güney Kore İthalatçılar Birliği ile paylaşılması kararlaştırılmıştır. Bu doğrultuda, broşürler ve ihracatçılar kataloğumuz hem elden hem de elektronik ortamda Alper Bey’e iletilecektir. Alper Bey vasıtası ile düzenli olarak irtibata geçilecek çalışmalar fuarla sınırlı kalmayacak aralıksız sürdürülecektir.
- Güney Kore’de faaliyet gösteren ithalatçılar ile temasa geçilerek nitelikli alım heyeti yapılması öngörülmüştür. Bu hususta standımızı ziyaret eden önemli ithalatçılarla da görüşmeler yapılacaktır.
- Faaliyetlerin bir PR ajansı aracılığı ile yürütülmesi ile ilgili fikir alışverişinde bulunulmuştur.

Ayrıca fuar esnasında, ürün grubumuzda faaliyet gösteren fuar alanında farklı bir hall’de yer alan yerel ithalatçı ve distribütör firmalar ziyaret edilerek görüşmeler yapılmıştır. Çoğu Güney Kore’nin önde gelen ithalatçılardan olan bu firmalara MBTG’yi ve MBTG’nin yürüttüğü faaliyetler anlatılmıştır. Korece hazırlanmış broşürlerimiz ve ihracatçılar kataloğumuz kendileri ile paylaşılmıştır.

Bunlara ek olarak, Güney Kore’nin önde gelen süpermarketlerinde saha çalışması yapılmıştır. Süpermarket reyonlarında yer alan makarna ve bitkisel yağ ürünlerine yönelik yapılan değerlendirme sonucunda makarna ve bitkisel yağlarda fiyatların rekabet edilecek düzeyde olduğu görülmüş ve dolayısıyla bu ürün gruplarında güçlü bir şekilde pazarı zorlamamız gerektiği sonucuna varılmıştır.

Güney Kore pazarı ihracatta Türkiye için geç keşfedilmiş pazardır. Ülkeye maalesef ithalatı karşılama oranımız % 10’un altındadır. Türkiye deki potansiyeli yeterince bilmemektedirler.

Güney Kore’de kişi başına düşen GSYİH yüksek olduğundan satın alım gücü yüksektir. Bu nedenle Pazar fiyat odaklı değil kalite ve hizmet odaklıdır. O nedenle farklı ambalaj tiplerinde Sıvı yağlar dikkati çekmiştir. Fiyat ithalatçıları etkileyen faktör değildir. Beklentileri yerine getirebilmek ve kaliteli ürünün yanı sıra kaliteli servis önemlidir. Bunun karşılığı da karlılıktır. Ekteki fiyat yapılarından görüldüğü üzere raf fiyatları yüksektir. O nedenle ucuz fiyat önerisi satın alım tercih sebebi değildir. Bu nedenle karlılığımızı düşürmemeliyiz.

Pazar modern pazardır. Perakende zincirleri pazara hâkimdir. Bu da raflarda çeşitliliği sağlamaktadır. Ülkenin demografik yapısı değişmektedir. Genç nüfusta talep Avrupa tüketim alışkanlıkları öne plana çıkmıştır. Batı özentisi oldukça fazladır. İspanyol ve İtalyan ürünleri kalitelidir algısı fazla. Bunu değiştirmek için beklentileri karşılayacak kaliteli ürün yapısı ile birlikte inovatif ambalaj yapıları geliştirilmelidir. Ambalaj görselleri ve pratik ambalajlar ön plana çıkmıştır. Ambalajdaki bu değişiklik maliyete yansısı bile sorun teşkil etmemektedir.

Demografik yapının değişmesi, evlilik yaşlarının uzaması ile birlikte insanlar yalnız yaşamaya ve dışarıdan beslenme kültürünü aşmıştır. Bu da ev dışı tüketimi pazarının artmasına neden olmaktadır. Bu pazarın arttığı aşikârdır. Bizim içinde fırsat teşkil etmektedir.

İthalatçılar, karlılıklarını düşük tutmamaktadırlar. İthalatçıdan perakende noktasında karlılık silsilesinde tatmin edici karlılıkları koy aktadırlar. Ayrıca açtıkları akreditiflerde bankalarından uzun vadeli kredi kullanmaları söz konusudur. Düşük faizle kredi kullanma avantajları vardır. Buda iş yapmak alanlarını da genişletmektedir. Direk ithalatçıların yanı sıra broker firmalarda ciddi önem arz etmektedir. Ciddi ithalatçı firmalarla birlikte proje bazında çalışma yürütebiliyorlar. Beşeri ilişkilerle iyi sonuçlar alınabiliyor. Bizlere farklı ve tatmin edici dağıtım kanalları sunabilirler.

Pazarda tanıtım faaliyetlerinde süreklilik esas olacaktır. İnsanların mevcut tüketim alışkanlıklarını değiştirmek için tanıtım faaliyetlerini daha etkin yapmalıyız. Makarna ve yağın dışında BULGUR kavramının oturtturulması için ispatlanabilir bulgularla birlikte dergi, internette sürekli takip edilen siteler üzerinden makul bütçelerle bildirimler yayınlanabilir. İnsanların sağlıklı ürünlere talebi var. Fuar tanıtım organizasyonun sürekliliğinde fayda olacaktır.





















## **ASYA'DA TÜRK YEMEKLERİ ŞÖLENİ**

**NÜFUS:** 68.981.000 (2016-IMF tahmin)

**GSYİH:** 412.295 (2016-IMF tahmin)

**İhracat:** 227,5 milyar \$ (2014)

**İhracat Ürünleri:** Tayland'ın mal ihracatının yaklaşık olarak %80'ini sanayi ürünleri oluşturmaktadır. Tayland'ın ihracatında makineler, bunların aksam ve parçaları, motorlu taşıtlar, kauçuk ve kauçuktan elde edilen ürünler gibi katma değeri yüksek ürünler önemli yer tutmaktadır.

**İthalat:** 227,9 milyar \$ (2014)

**İthalat Ürünleri:** Elektrikli makine ve cihazlar, ham petrol, bilgi işlem alet parçaları, buğday unu, ayçiçeği yağları, makarna, ham ve yarı işlenmiş haldeki altın ve kara taşıtları için aksam parçaları gibi hammadde ve ara malları

**Türkiye'nin Tayland'a İhracatı:** 176.360 milyon \$ (2012), 223.994 milyon \$ (2013), 210.538 milyon \$ (2014), 174.102 milyon \$ (2015).

**Türkiye'nin Tayland'dan İthalatı:** 1.3 milyar \$ (2012), 1.3 milyar \$ (2013), 1.2 milyar \$ (2014), 1.2 milyar \$ (2015)

Tayland 2016 TÜİK verilerine göre 68,9 milyon nüfuslu 412,3 milyar GSYİH'si olan Güneydoğu Asya'dan Hindicini'ne (Hindistan'ın Doğusu, Çin'in Güneyinde kalan bölgedir.) açılan önemli bir pazardır. Çin, Tayland'ın ithalatında %16'lık Pazar payı ile ilk sıradadır. ÇHC'yi %16 ile Japonya, % 6 ile ABD ve Malezya takip etmektedir. Türkiye ise % 0,12 ile 52. sırada yer almaktadır. Başlıca tarım ürünleri pirinç, mısır, pancar, meyve-sebze, şeker kamışı, tütün, biber, hindistancevizi, fasulye ve pamuktur. Chao Phraya Nehri bölgesi ülkenin en zengin yetiştirme alanıdır ve özellikle pirinç üretiminde payı çok yüksektir. Başkenti Bangkok'tur, ülke 76 eyalete ayrılır.

Tayland dünyanın en büyük pirinç ihracatçısıdır. Gelir artışını destekleyen politikalar ve asgari ücretteki artış sebebiyle özel tüketimin 2014-2017 yılları arasında yıllık olarak %4,7 artış göstermesi beklenmektedir.

Tayland'a bitkisel yağ, bakliyat ve makarna ihracatımız mevcuttur; fakat tatmin edici düzeyde değildir. Hâlihazırda bulgur ihracatımız bulunmamaktadır.

25-29 Mayıs 2016 tarihleri arasında Bangkok/Tayland'da gerçekleşen Thaifex Thailand 2016 Fuarı'na bu yıl Türkiye 34 firma ve 3 Sektörel Tanıtım Grubu ile milli bir katılım gerçekleştirmiştir. MBTG, yaptığı sunumlar ve dağıttığı promosyon malzemeleri ile büyük ilgi toplamıştır. Bulgur ülke halkı için yeni bir üründür, yalnız tüketim alışkanlıkları gereği bitkisel yağlar ve makarnaya olan talep oranı diğer ürünlere nazaran yüksektir. Standımızda özellikle Tayland kültürüne uygun olarak halkın ilgisini çekecek özellikte yemekler pişirilmiştir. Beraberimizde götürdüğümüz Türk aşçı ekibimiz tarafından makarna çorbası pişirilmiş ve Tayland Halkı tarafından büyük ilgi ile karşılanmıştır. Fuar süresince bir çok distribütör firma ile diyalog kurularak MBTG tanıtılmış, Türk ürünlerinin kalite, fiyat, raf ömrü ve



avantajları hakkında bilgi verilerek kartvizit alışverişi yapılmıştır. Yemek sunumları ile de çok sayıda katılımcı MBTG standına çekilmiştir.

26 Mayıs 2016 tarihinde T.C. Bangkok Büyükelçiliği Müşaviri Yekta Kamil NOYAN diğer stantlarla birlikte MBTG standını da ziyaret etmiş, ürünlerimizi tatmıştır. Sayın Müşavirimiz ile pazar hakkında bilgi alınıp fikir alışverişinde bulunulmuştur. Aynı günün akşamı T.C. Bangkok Büyükelçisi Sayın Osman Bülent TULUN tarafından fuar katılımcılarına büyükelçilik konutunda düzenlenen resepsiyona iştirak edilmiştir.

Türk ürünlerinin distribütörlüğünü yapan firmalarla da görüşmeler yapılmış olup tüketim alışkanlıkları ve mevcut pazardaki Türk firmaları hakkında bilgiler alınmıştır. Görüşmeler sonucunda özetle aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir:

-Özellikle pazarda rekabet edebilmek için ürünlerimizin Tayland halkının yeme-içme alışkanlıklarına uygun olarak paketlenmesi, tanıtılması konusu öne çıkmıştır.

-Fuar esnasında bilgileri alınmış olan distribütör firmalarına özellikle önem verilerek Tayca hazırlanmış broşürlerimiz ve ihracatçı kataloglarımız paylaşılacaktır.

-Tayland pazarına hakim olan market zincirleri ile iletişime geçilmesinde büyük yarar olacağı görülmektedir.

-Tayland'da yatırımda bulunmak isteyen kişilerin öncelikle yasal süreci takip etmeleri çok önemlidir; şirket hissesinin %51 Taylandlı ortağa ait olması koşullu kanuni düzenlemeler mevcuttur.

Fuar esnasında ürün gruplarımızdan özellikle bitkisel yağ alanında faaliyet gösteren firmalar ziyaret edilip, görüş alınmıştır. Bu firmalara MBTG hakkında bilgiler verilmiştir ve kendileri ile Tayca hazırlanmış broşürler ve ihracatçılar kataloğu paylaşılmıştır.

Ek olarak büyük süpermarketlerde çalışmalar yapılmış olup, makarna ve bitkisel yağ ürünlerinde rekabet edilebilecek düzeyde olduğu görülmüştür. Görsellik Tayland halkı için önemli bir unsurdur. Vitamin, omega değerlerinin, sağlığa faydalarının ürünlerin reklamlarında ve ambalajlarında çok büyük yeri olduğu görülmüştür. Tayland'ın soya bitkisinin merkezlerine yakın olması sebebiyle özellikle soya yağı tüketimi kültürlerinde geniş yer etmiş durumdadır. Palm yağı, mısır yağı da önemli ölçüde tüketilmektedir. Sel felaketi sebebiyle palm yağı üretiminin 2014 yılında düşmesi üzerine Tayland hükümetinin ham palm yağı ithalatına izin vermesi palm yağı tüketimini de artırmıştır. Ülkemizden Tayland'a 2014 yılında yaklaşık 8.338 ton olan bitkisel yağ ihracat miktarı 2015 yılında 4.652 tona gerilemiştir. Malezya, Endonezya ve Çin ülkenin bitkisel yağ ithalatında ilk üç sıradadır.

Tayland halkı için hazırlanma kolaylığı sebebiyle makarna ambalajlarının 80-100'er gramlık paketlerde olması ve ülkemizle kıyaslandığında fiyat olarak özellikle yüksek olduğunun görülmesi bu üründe rekabetimizin yüksek oranda olabileceği fikrini desteklemektedir. Ülke halkının tercihlerinde

“marka” çok önemli bir kriterdir. 2012 yılından bu yana makarna satışları ülke içinde artış göstermektedir. Ülkemizden Tayland’a 2014 yılında 170 ton makarna ihracatı gerçekleştirilirken, bu miktar 2015 yılında yaklaşık %53 artışla 260 tona ulaşmıştır.

Bakliyat ihracatına baktığımızda ise 2014 yılında yaklaşık 578 ton olan ihracatımız 2015 yılında %38 artışla 813 tona ulaşmıştır.

Tayland’ın ülke genelinde ithalatı karşılama oranımız %10 civarlarındadır. Pazarda, fiyat ve hazırlama kolaylığı önemlidir. Bu nedenle az gramajlı ürün paketleri raflarda yer almaktadır. Tayland halkı için hastalıklarla mücadele de çok önemli bir unsurdur, bu sebeple de raflara baktığımızda ambalajlamalarda sağlık vurgusu ön plana çıkmaktadır.

Pazarda tanıtım ve süreklilik gereklidir. Özellikle Tayland’ın köklü yemek kültüründe yer alan aşçı ve gurmelerle görüşmeler, tanıtımlar ürünlerimizin ihracatı açısından olumlu olacağı öngörülmektedir.









