



Türkiye Meyve Suyu Sektörüne Bakış

Potansiyelin adresi...



Ebru AKDAG
Genel Sekreter
MEYED

Gündem



- **Meyve Suyu Endüstrisi Derneği (MEYED)**
- I. **Pazar performansı değerlendirmesi**
- II. **Değer yaratmanın alternatif yolları**
- III. **Fırsatlar**
- IV. **Potansiyelin önündeki engeller ve çözüm önerileri**



Meyve Suyu Endüstrisi Derneği - MEYED

- 1993 kuruluş
- Türkiye meyve suyu sektörünün tek temsilcisi
- Merkez, İstanbul
- Sektör ve topluma etkileri ile ilgili konular
- 2004 yılından bu yana SGF ile iş birliği
- Uluslararası platformda aktif rol;

➤ AIJN - 2005

(Avrupa Meyve Suyu Endüstrisi Birliđi)

➤ IFU - 1997

(Uluslararası Meyve Suyu Üreticileri Federasyonu)

❖ Mayıs 2010'dan bu yana Yönetim Kurulu Üyeliđi



I-PAZAR PERFORMANSI DEĞERLENDİRMESİ



Meyve Suyu vb. Ürün Kategorileri

İçinde ne var?

Her içeceğin meyve oranı farklıdır

öğrenmek için etiketini mutlaka okuyun



%100
meyve suyu



% 25-99
meyve nektarı



%10-24
meyveli içecek



% 0-9
aromalı içecek



% 0
toz içecek



www.meyed.org.tr



tarafından
desteklenmektedir



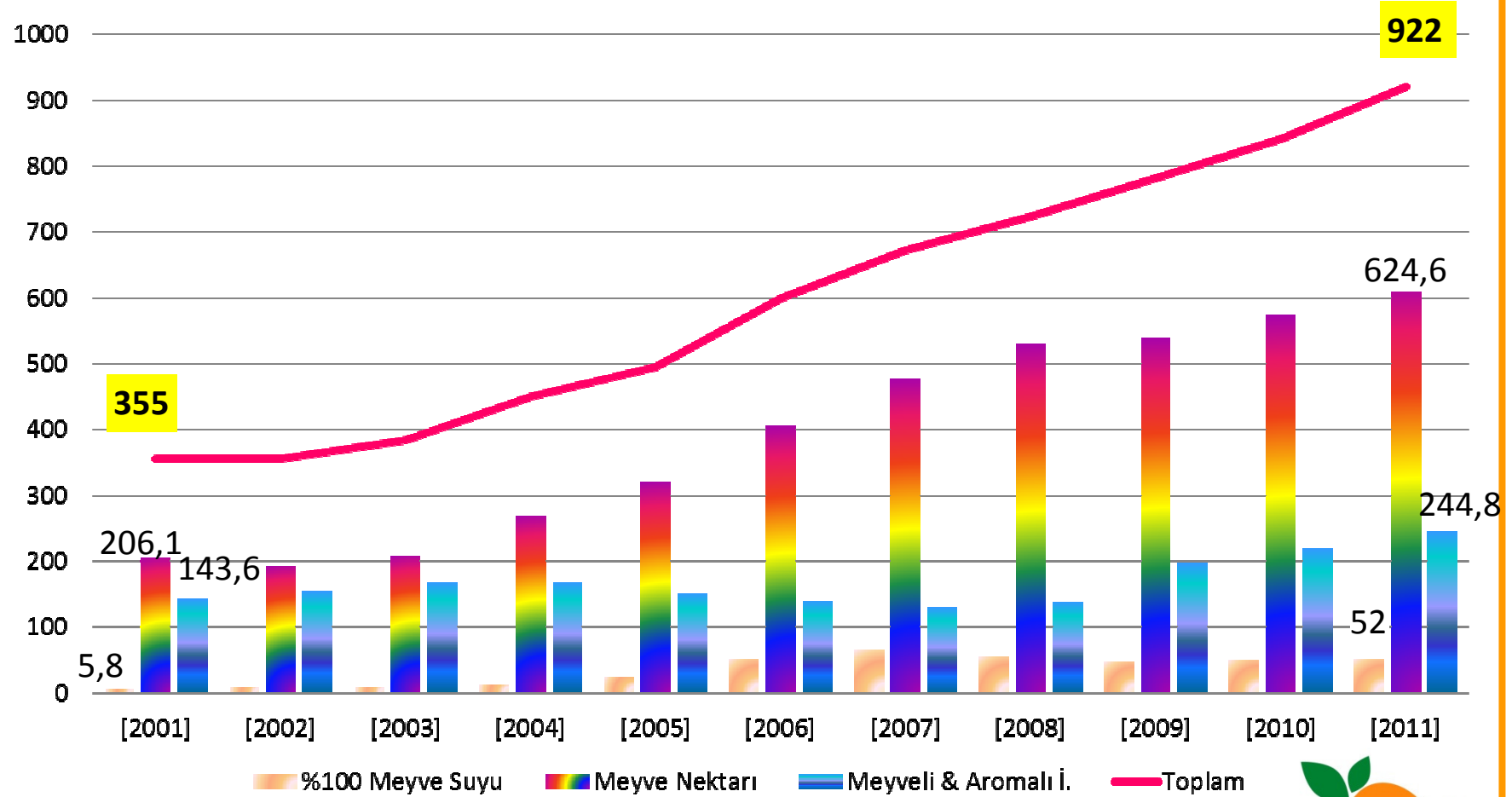
Detaylı bilgiye Gıda
Hattı'nı arayarak
ulaşabilirsiniz



I-A. SON YILLARDAKİ GELİŞİMİN TABLOSU



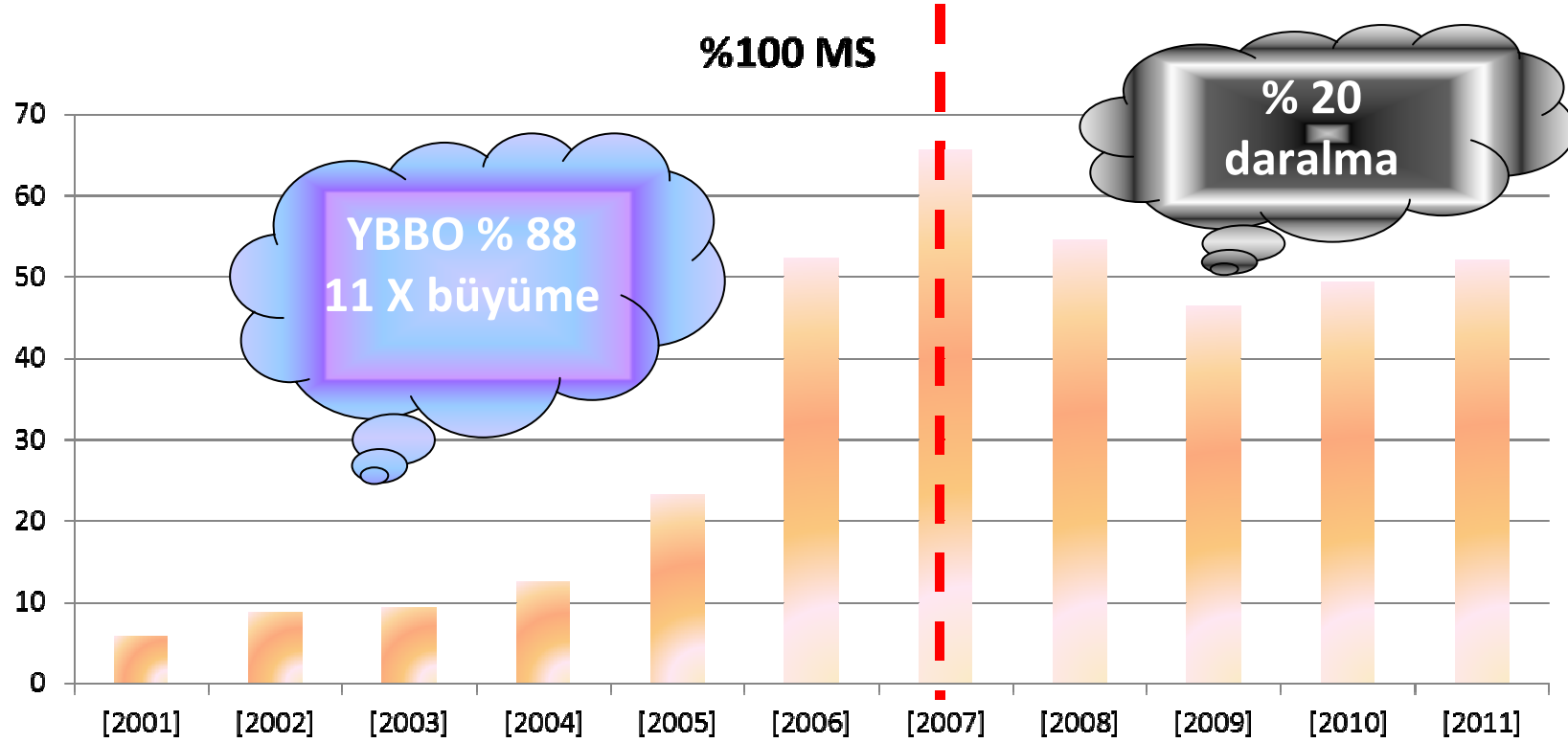
Sektörün Son 10 Yıllık Gelişimi (2001 – 2011)



- [illegible]



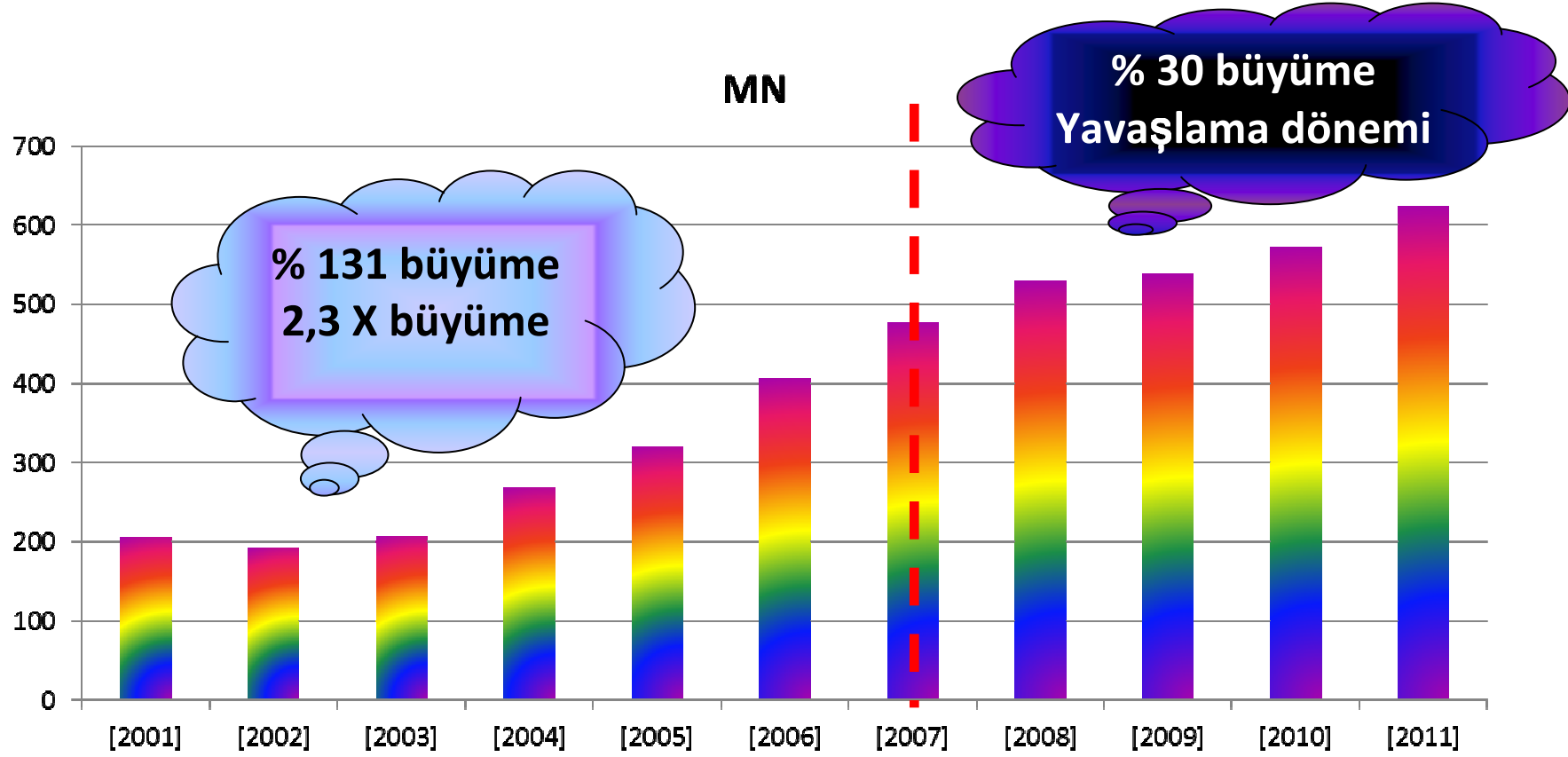
Son 10 yılda %100 Meyve Suyu (MS) pazarında ne oldu ?



0.7 litre / kişi



Son 10 yılda Meyve Nektarı (MN) pazarında ne oldu ?

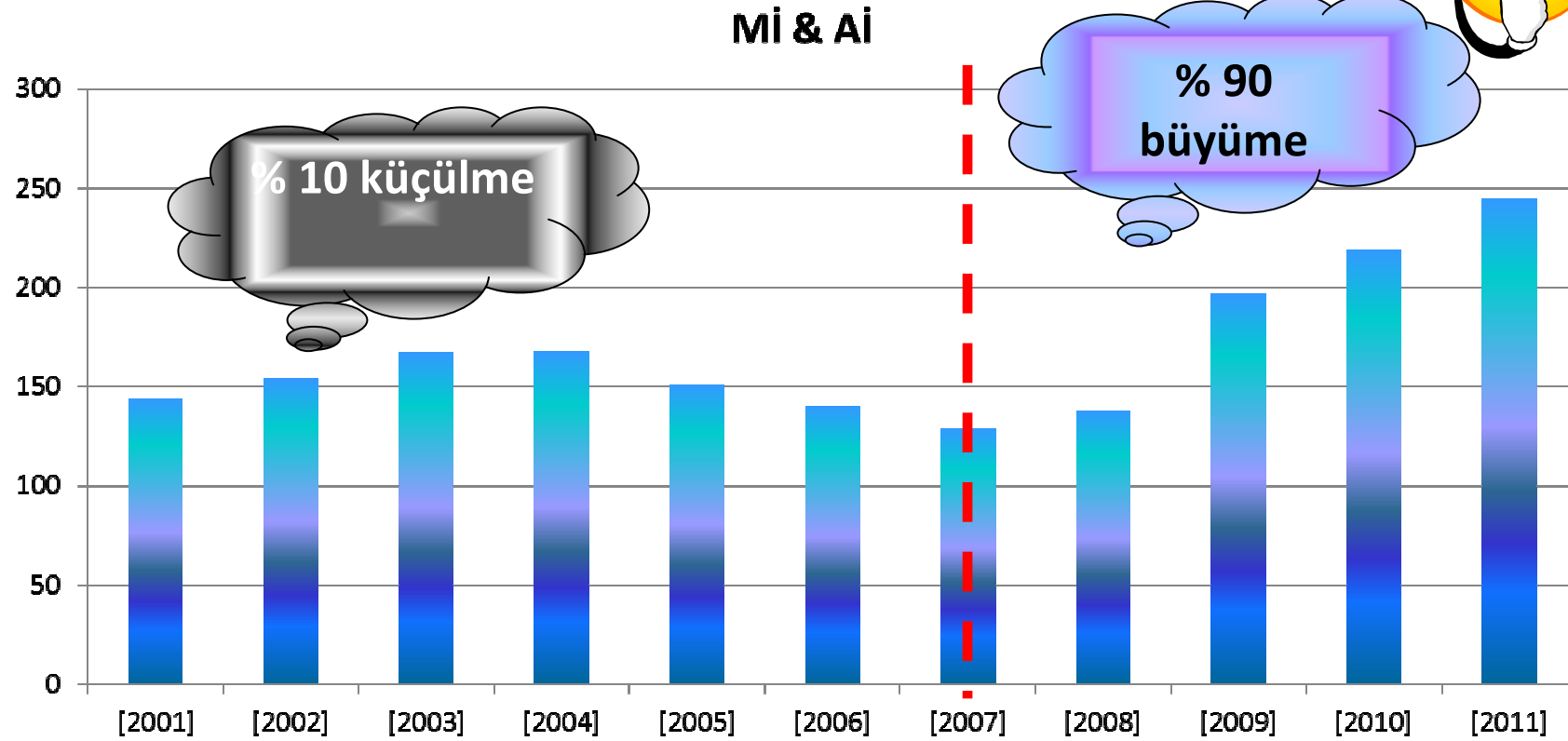


8.3 litre / kişi





Son 10 yılda Meyveli & Aromalı İçecek (Mİ & Aİ) pazarında ne oldu?



3.3 litre / kişi



I-B. 2012'DEKİ GÜNCEL TABLO

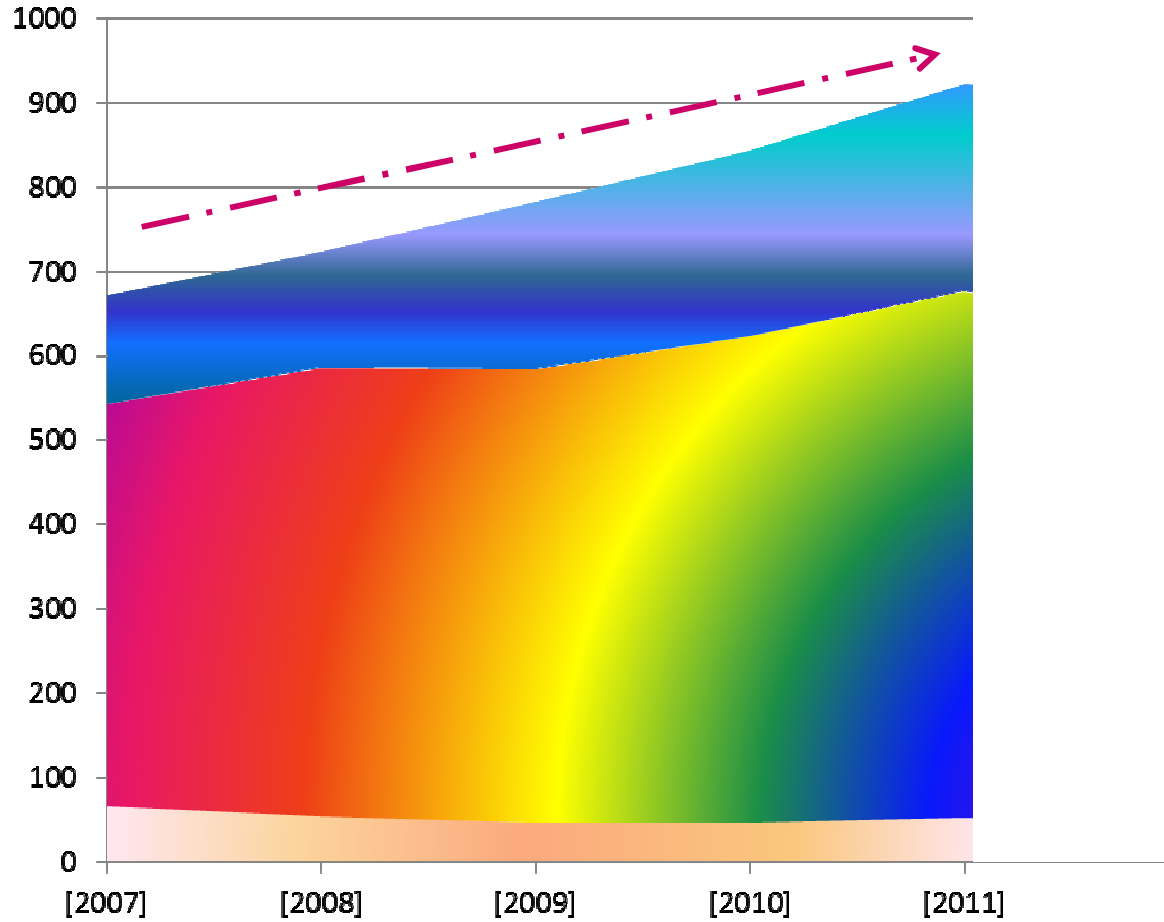




2012'deki gelişmeler beklendiği gibi mi ?

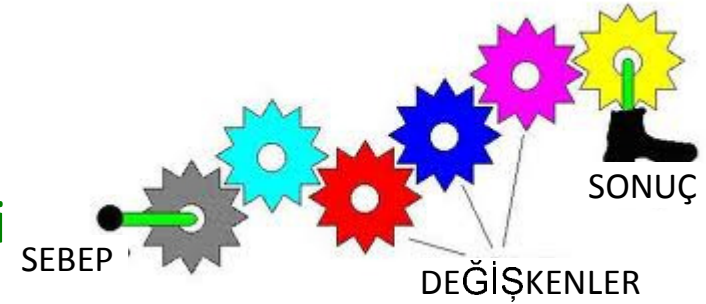
Pek de değil

...



2012'deki Daralmanın Olası Nedenleri

- Sadece meyve suyu sanayi için geçerli değil
- Makro ekonomik durum & tüketici güven indeksindeki azalma
- Son 42 yılın en soğuk günleri
- Birim fiyatlardaki artış
- Basın saldırılarının olumsuz etkileri



Tahminler ve Gelecek Senaryoları

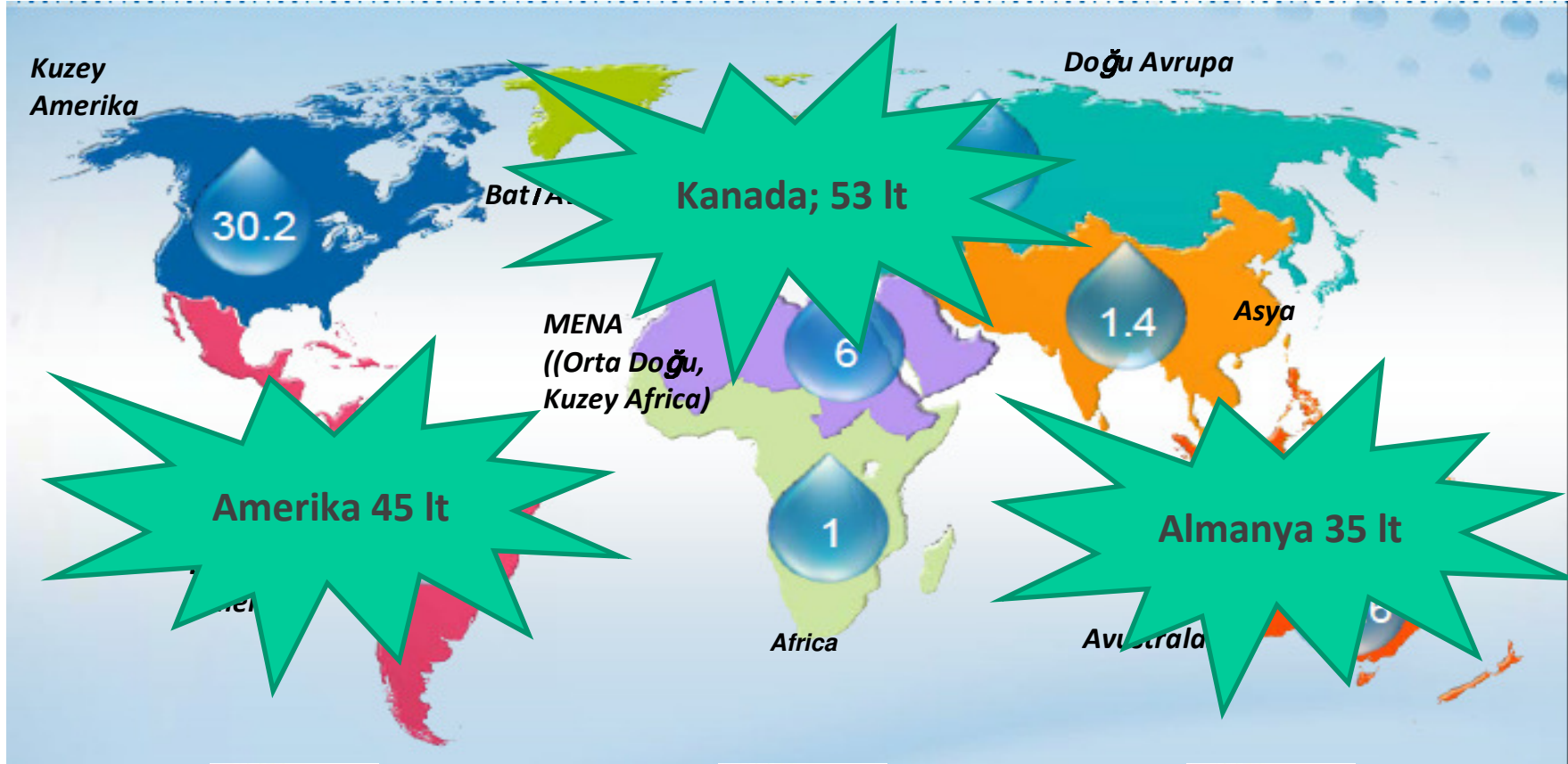
- Yılın ikinci yarısında büyüme
- 2013'de büyüme rakamlarına dönüş
- Kısa vadede meyveli İçecekler, büyümenin öncüsü
- Uzun vadede Premium ürünlere yönelim



I-C. AB VE TÜRKİYE MEYVE SUYU PAZARLARININ KARŞILAŞTIRMASI



Bölgelere Göre Kişi Başına Tüketimler (Meyve Suyu + Nektarı)



Dünya

6



Türkiye

9



AB

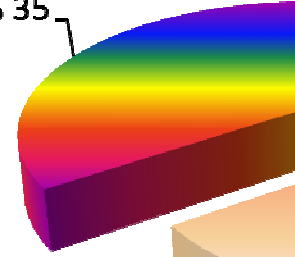
23



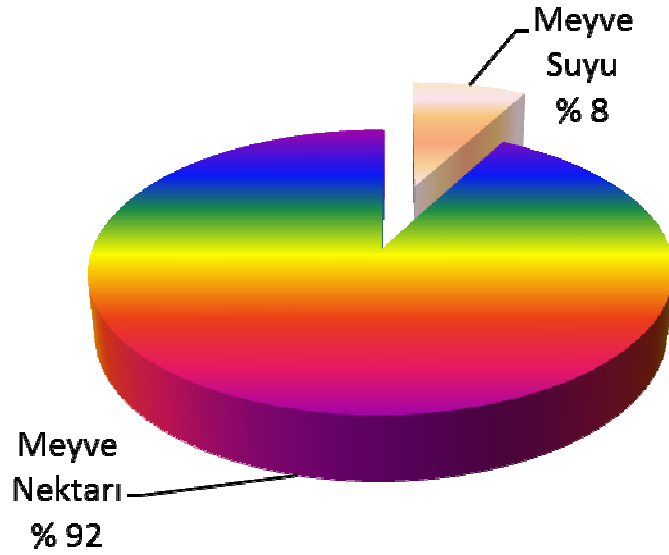
Türkiye & AB Kategori Dağılımı Karşılaştırması



Meyve
Nektarı
% 35



Meyve
Suyu
% 65





Türkiye & AB Pazarı Karşılaştırması

- MS ve MN tüketim dağılımı bakımından tamamen farklı
- Kişi başı tüketim rakamları arasında büyük fark
- NFC & Smoothies gibi ürünler ?

Gelecek Nasıl Görünüyor ?



- AB'nin 10.3 milyar litrede kalması
- Doymuş pazarlarda (Almanya, İngiltere) küçülme
- Türkiye'de ise %30'luk büyüme beklentisi





II- DEĞER YARATMANIN ALTERNATİF YOLLARI



III.A. DÜNYADA OYUNU DEĞİŞTİREN HAMLELER !



100 % MS Kategorisinin Ötesinde

Nectarlar % 25 – 99 meyve oranı

Mİ & Aİ % 0 – 24 meyve oranı

Ice Tea – Soğuk Çay

Gazlılar

Sporcu & Enerji İçecekleri

Ve diğer kategoriler ...

Bu içeceklerin tüketimi
milyarlarca litre ve içlerinde
kullanılan meyve suları da
milyonlarca litre



SCHORLE Alman fenomeni
(şimdi Avusturya ve
İsviçre'de)

Sadece
Almanya'da,
766 m. litre
9.4 liter/kişi



Christinen schorle
% 55 mo
Almanya



Ramseier schorle
% 60 mo
İsviçre



Adelholzner schorle
% 50 mo
Almanya



Buzlu ve Tüketime Hazır Çaylar çeşitli meyve oranları



Tao
% 26 mo
Belçika

Esta the limon
% 0.2 mo
İtalya



Arizona Nar
& Çin yeşil elması
% 5 mo
ABD, İngiltere +++

O2 Rooibos
üzüm & kabunlu çay
% 36 mo, İspanya





Angel
% 12 mo
Almanya



Rockstar Juiced
% 70 mo
ABD

Enerji İçecekleri



Lost Five-O
% 50 mo
ABD



Cider (elma şırası)



- 16 l/kişi, İngiltere & İrlanda
- 19 m. HL Dünya'da
- 15 m. HL in AB'de
- 124 bin ton ESK





Neyi & Nasıl Öğrenmeli ?



**GELECEĞİ TAHMİN ETMENİN EN
İYİ YOLU ONU YARATMAKTIR !**

PETER DRUCKER

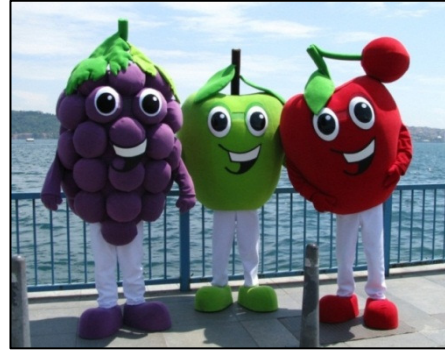


Değer Yaratmak – Tüketici Bilinci ?



DÜNYA MEYVE SUYU GÜNÜ

- Türkiye öncülüğünde - 2010
- İlk ve tek DMSG Elçisi Türkiye'den - 2011



DÜNYA
MEYVE SUYU
GÜNÜ

30 Mayıs



Dünya Meyve Suyu Günü Amaçları

- ✓ Meyve suyunun sağlık değerine ilişkin tüketicilerde farkındalık oluşturmak
- ✓ Meyve suyu endüstrisi için uluslararası bir iletişim platformu oluşturmak
- ✓ Dünya Sağlık Örgütü tarafından desteklenen “5 a day” (günde 5 öğün) kampanyasını desteklemek ve bu kapsamda sağlıklı beslenme programlarında meyve suyunun rolünün anlaşılmasını sağlamak
- ✓ Meyve ve meyve suyu üretimine ilişkin sorunları gündeme taşımak
- ✓ Meyve suyu sanayinin yüksek potansiyelini ortaya koymak
- ✓ Bu gayeler için hem ulusal hem de uluslararası resmi kurum ve kuruluşların desteğini almak



III – FIRSATLAR



İçimizin derinliklerindeki güçleri
keşfetme fırsatları genelde yaşamın
en zorlu olduğu zamanlarda gelir.

Joseph Campbell



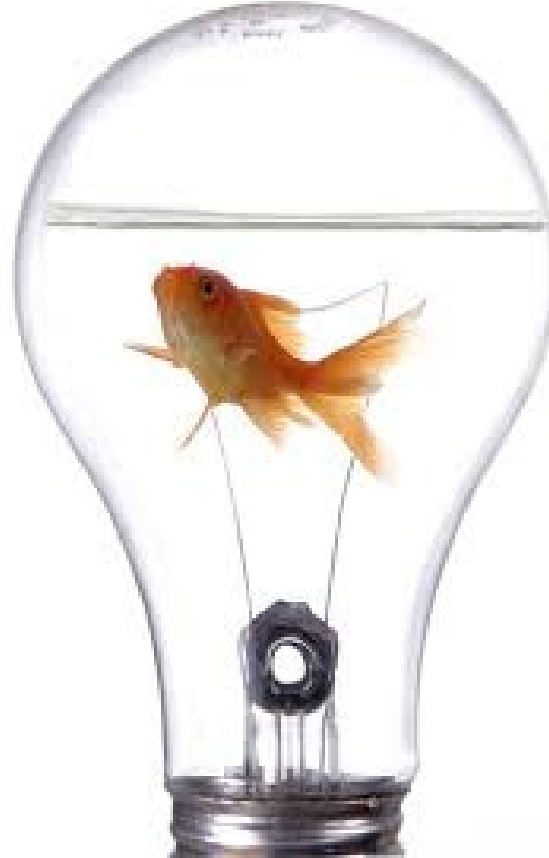
Fırsat : Sağlıklı Yařam Trendi

Tüketici eğilimlerinde, kaliteli ve sağlıklı ürünler için artan talep devam edecektir; bu tam da meyve suları ve nektarların hizmet ettiği bir alandır



Fırsat : Yeni Segmentler Yaratma

Farklı segmentlerde meyve suyunu kullanarak,
hem ürün maliyetini düşürmek, hem de meyve
suyunun birçok faydasını tüketicilere sunmak
mümkün



Zorluk : arz & talep denklemi

Dünya popülasyonundaki artış

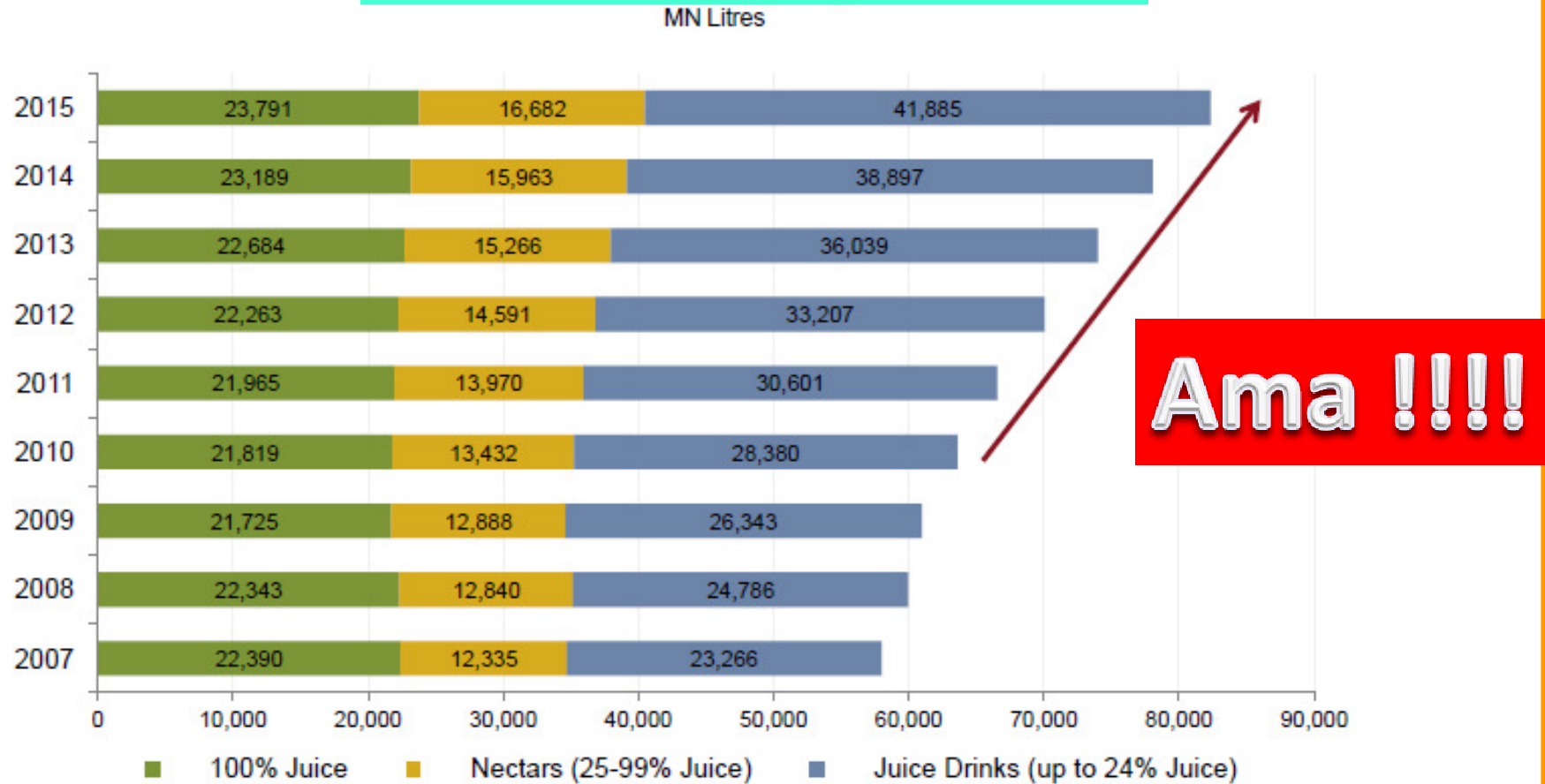
Gelişen ülkelerdeki tüketim
alışkanlıklarındaki değişim

Sağlık trendi...



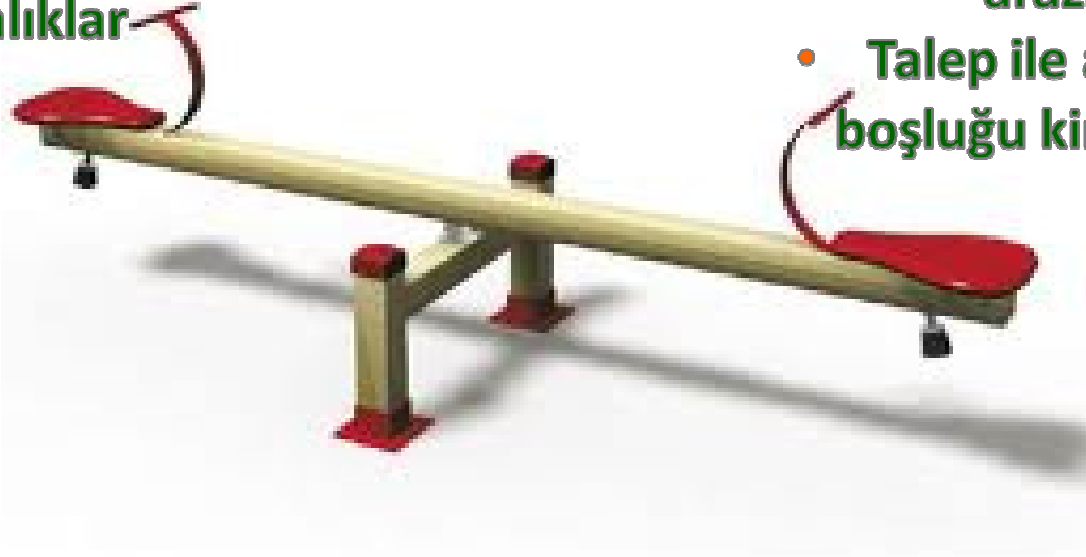
Zorluk : arz & talep denklemi

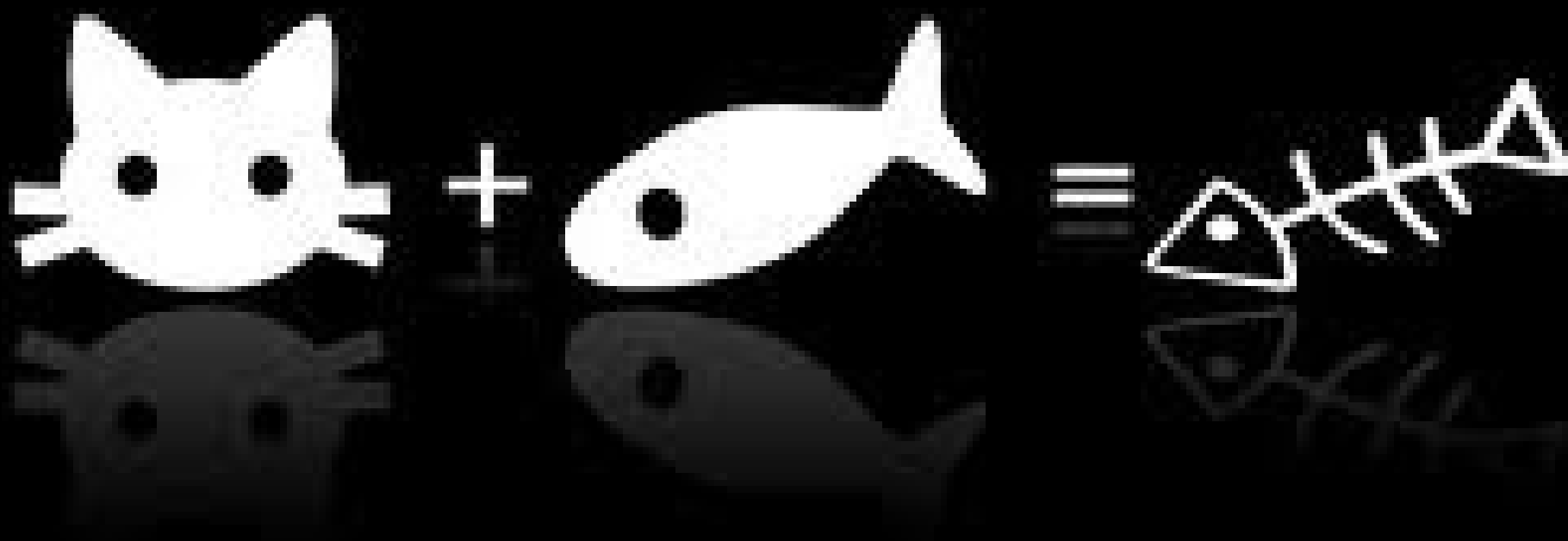
Dünya'da MS tüketimi artıyor ...



Zorluk : arz & talep denklemi

- Değişken döviz kurları
- Ekilebilir arazilerde azalma
- İklim değişikliği
- Hastalıklar
- Yeterli hammadde bulabilecek miyiz?
- Meyve üretimi için yeterli arazi var mı ?
- Talep ile arz arasındaki boşluğu kim dolduracak ?





arz talep denklemi =

Türkiye için fırsat ?

- Ekolojik ve iklimsel avantajlar
 - Meyve çeşitliliği, ana vatanı, ekilebilir alan
 - İhracat gücünü arttıran stratejik konum
 - Gelişmiş teknoloji kullanımı, yeni tesisler, yüksek teknik bilgi
 - Dış pazarlarda yükselen «ithal girdi» talebi
 - AB’de tarım sübvansiyonlarındaki azalma, ekilebilir alan eksikliği
 - Orta Doğu ve Afrika gibi gelişen pazarlar
-
- Sağlıklı beslenme trendi
 - Genç nüfus, artan satın alma gücü, dinamik iç pazar
 - Çalışan kadın sayısındaki artış
 - Turizm sektöründeki büyüme
 - Düşük tüketim seviyesi



Türkiye Meyve Üretimi

- 2011 üretimimiz; meyve 17,2 milyon ton
 - ↳ Dünya üretiminde 6. sırada
- 1 milyon ton meyve suyu sanayinde işleniyor



Sektör neredeyse yarı kapasitede çalışıyor !

Türkiye'nin Dünya Üretimindeki Sırlamaları

➤ Kayısı - 1.



➤ Nar – 3.



➤ Şeftali & Üzüm – 6.



➤ Vişne – 1.



➤ Elma – 4.



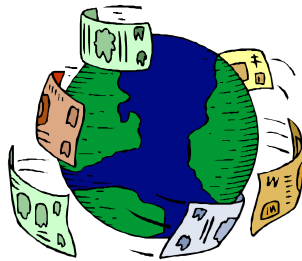
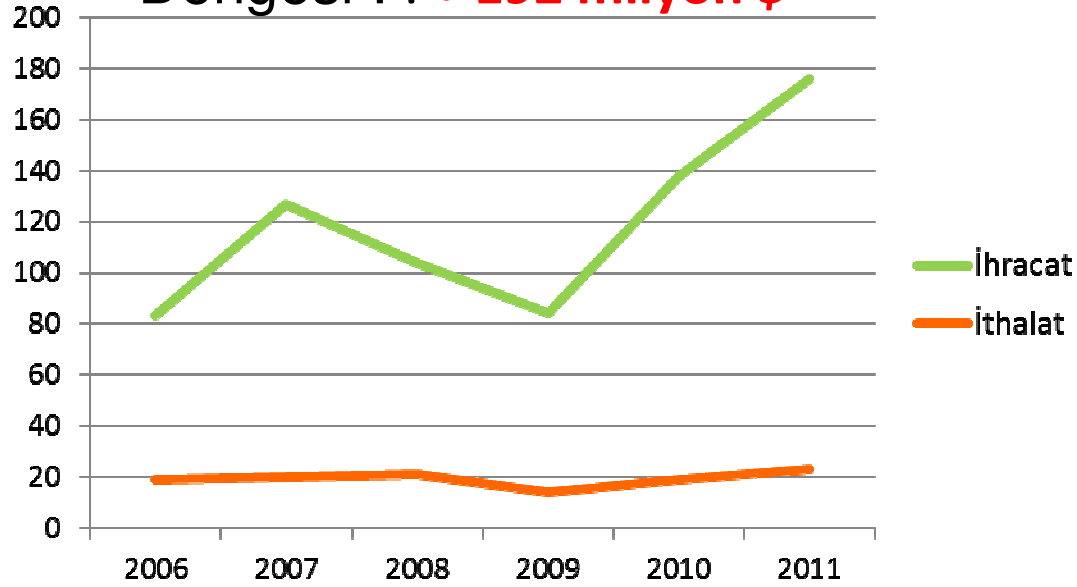
➤ Limon – 5.



Türkiye İhracat : 221 milyon \$
Türkiye İthalat : 29 milyon \$
151 ülkeye ihracat

Dış Ticaret

Dengesi : : + 192 milyon \$



- 61 milyar litrelik Küresel Pazar
- Dünya ihracatı 13 milyar dolar



payımız % 1.6



IV – POTANSİYELİN ÖNÜNDEKİ ENGELLER & ÇÖZÜM ÖNERİLERİ



Gelişime engel
Uluslararası pazardaki rekabet
gücünü düşürücü
**VAR OLAN YÜKSEK
POTANSİYEL
DEĞERLENDİRİLEMİYOR**

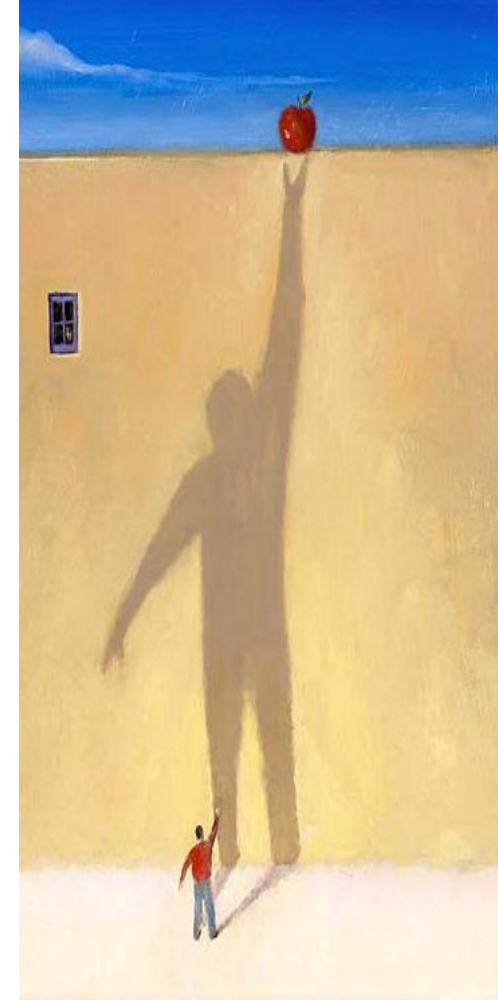


Hammadde Kısıtı

- Meyve bahçeciliğinin dağınık ve küçük parsellerden oluşması;
- Yeterli miktarda ve kalitede meyve tedarik edilememesi
- Uygun işletme ölçeği & uygun ürün deseni oluşamaması



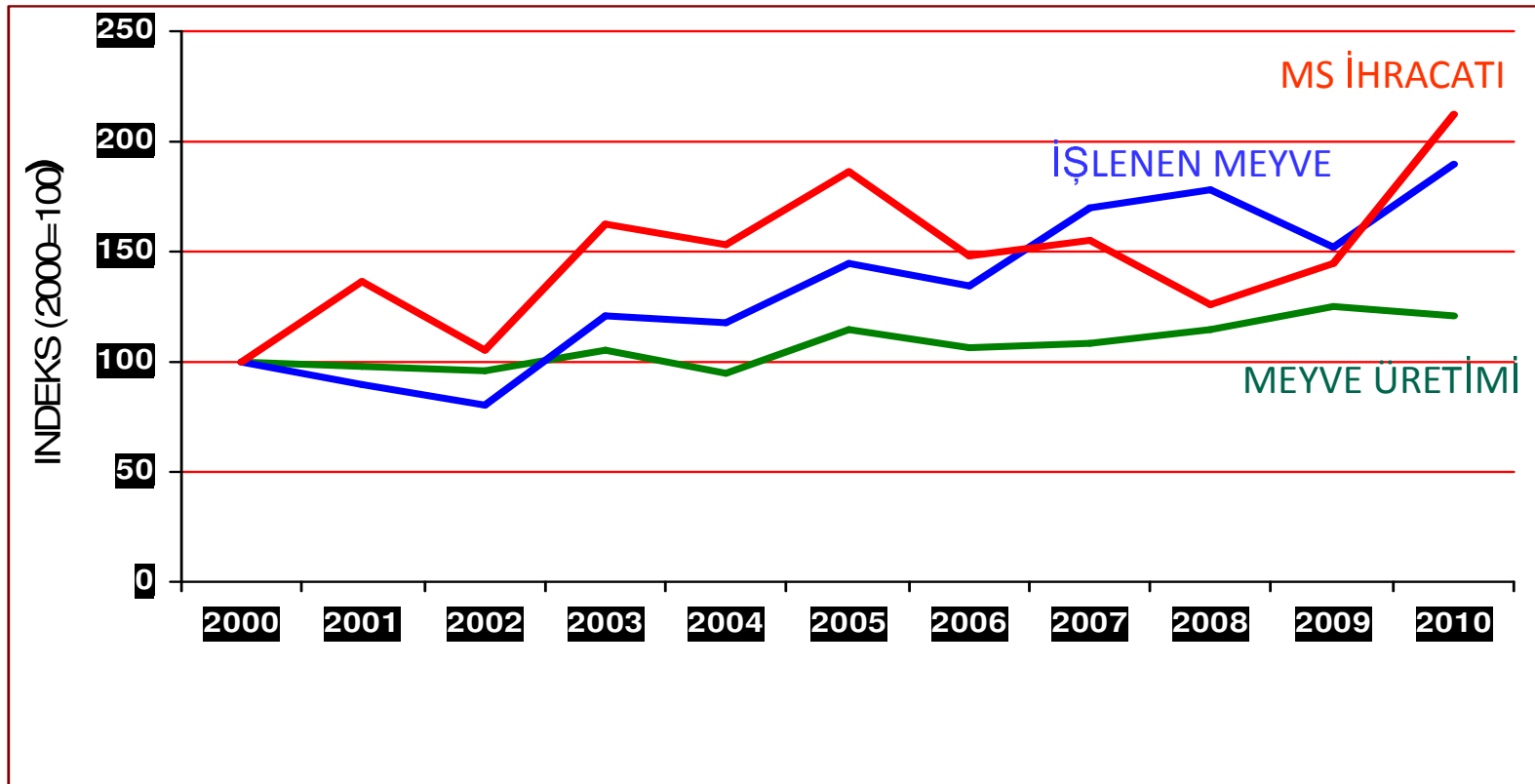
Verimsiz üretim, mutlu etmeyen fiyatlar,
modern tarım uygulamalarının
kullanılamaması



Hammadde Kısıtı

- Sanayiye uygun çeşit ve cinslerin bulunmaması
- Yeni plantasyonların olmaması

Artan talebe yanıt verilememesi, verim düşüklüğü, atıl kapasite



Çözüm Önerisi



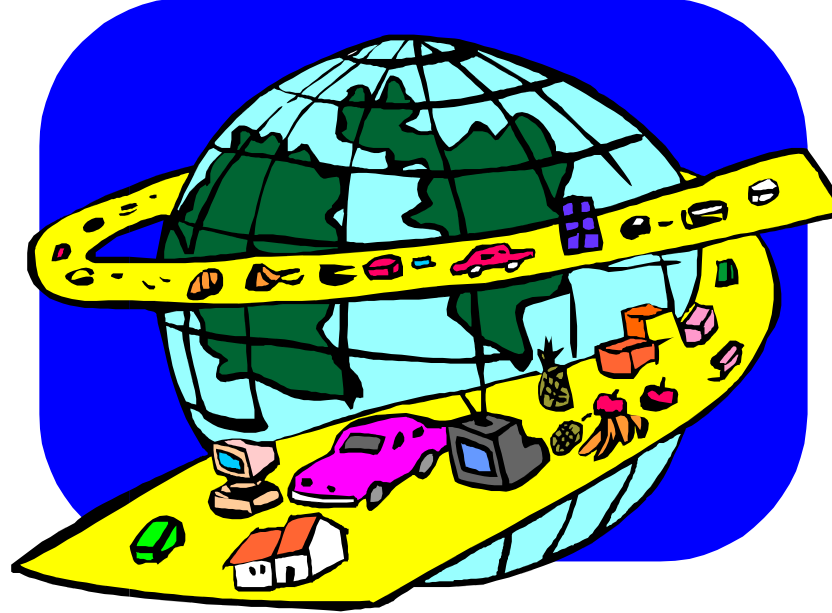
- sözleşmeli üretimi özendirecek teşvik sisteminin benimsenmesiyle dağınık tarımsal üretim yapısının, toplulaştırılmasının sağlanması ve
- meyve plantasyonu ile ilgili teşviklerde, aynı havzada en uygun meyvelerin "Meyve İşleyen Tesisler" in etrafında büyük kümeler halinde oluşmasını mümkün kılacak bir modelin oluşturulmasıdır



İhracatta Düşük Rekabet Gücü

Hammaddeye ilişkin sorunlara ek olarak

- Yüksek girdi maliyetleri
- Düşük sanayi teşviki



Çözüm Önerisi

- ✓ İhraç edilen her 1 ton meyve suyu konsantresine, ilgili meyvenin her 1 tonuna ödenen ihracat teşvikinin , üretimde işlenen oranın verilmesi
- ✓ **Siyah Havuç potansiyeli**
- ✓ İhracatta önemli bir sıçrama yapmamıza imkan sağlayacak "Sebze Suları" ve/veya "Sebze Suyu Konsantreleri" ihracatında da "Meyve Suları/Konsantreleri" için uygulanan Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu (DFİF) miktar barajının aynısının uygulanması



V . SONUÇ



Sektörün Büyüklüğü

- Tüketim: 922 milyon litre
- İşlenen meyve: 1 milyon ton
- İhracat : 221 milyon dolar
- İstihdam : 600 bin kişi
- Cirosal büyüklük : 2 milyar TL





Meyve İşleme Sanayi

13 milyar dolarlık Dünya MS pazarı

**Orta Doğru ve Afrika gibi gelişen
pazarlardaki fırsatlar**

**Gerek büyüyen pazar, gerekse AB tarım
sübvansiyonlarının azalmasıyla artan dış talep**

Hızla büyüyen iç pazar



ÇIKMAZ MI ?

Meyve İşleme Sanayi



FIRSAT MI ?

Teşekkürler...



ebruakdag@meyed.org.tr