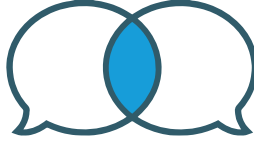


BORSA MEYDANINDA
SEKTÖRLER KONUŞUYOR
MART 2022



TÜRK TARIMININ UYUYAN DEĞİ
ZEYTİN



**BORSA MEYDANINDA
SEKTÖRLER KONUŞUYOR**

**TÜRK
TARIMININ
UYUYAN DEĞİ
ZEYTİN**

MART 2022

İstanbul Ticaret Borsası Yayınları

BORSA MEYDANINDA SEKTÖRLER KONUŞUYOR
“Türk Tarımının Uyuyan Devi Zeytin”

Genel Koordinatör
Şule KARADENİZ

Koordinatör
İsmail ŞEN

Yayın Kurulu:
Ahmet Yirmibeşoğlu, Denizhan Dere,
Hakan Kopuz, Kenan Dumanlı,
Sabahattin Özkurt, Şeyda Soykan,
Tümer Topal, Z. Mutsel İşgüzar

Tasarım
Gökhan YILDIRIM

ISBN
978-605-70302-5-2

Nisan, 2023

“Borsa Meydanında Sektörler Konuşuyor” toplantıları
Güvenilir Ürün Platformu’nun katkılarıyla düzenlenmiştir.



İÇİNDEKİLER

Başkan Sunuş	7
Borsa Meydanında Sektörler Konuşuyor	8
İlhan Koyunseven İSTİB Başkan Yardımcısı	10
Dr. Ünal Kaya TAGEM İzmir Zeytincilik Araştırma Enstitüsü Müdürü	13
Celal Toprak Güvenilir Gıda Platformu Başkanı	18
İsmail Acar Marmara Birlik Genel Müdürü	20
Davut Er Ege Zeytinyağı İhracatçıları Birliği Başkanı	23
Birsan Can Pehlivan Uluslararası Zeytinyağı Kalite Jürisi	29
Doç. Dr. Fahri Yemişçioğlu Ege Üniversitesi Gıda Teknolojisi Ana Bilim Dalı	37
Osman Berberoğlu İSTİB Zeytin ve Zeytinyağı Ticareti Komite Başkanı	45
Ahmet Bülent Kasap İSTİB Meclis Başkanı	49
Kapanış	53
Basın Yansımaları	60

BORSA MEYDANINDA SEKTÖRLER KONUŞUYOR
TOPLANTILARIMIZI **QR KODU** OKUTARAK
İZLEYEBİLİRSİNİZ.



HUBUBAT'TA
KÜRESEL TRENDLER
VE TÜRKİYE



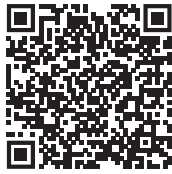
SÜT VE SÜT
ÜRÜNLERİNDE
ULUSAL STRATEJİLER



TÜRK TARIMININ
UYUYAN DEVI
ZEYTİN



DÜNYÜ BUGÜNÜ
YARINI İLE
BAL SEKTÖRÜ



TÜRKİYE'NİN
BAHARAT YOLU



EKONOMİYE YÖN
VEREN ATIŞTIRMALIK:
KURUYEMIŞ



BAKLAGİL
SEKTÖRÜ



KIRMIZI ETTE
SORUN VE ÇÖZÜMLER



UN VE UNLU
MAMULLERİ



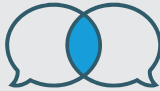
BEYAZ ET
SEKTÖRÜ



EV DIŞI TÜKETİM
SEKTÖRÜ



YUMURTA
SEKTÖRÜNÜN
SORUNLARI
VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ



BORSA MEYDANINDA
SEKTÖRLER KONUŞUYOR

BAŞKAN SUNUŞ

Güzel bir söz vardır: “Bârîka-i hakikat, müsâdeme-i efkârdan çıkar”... Yani “gerçeğin kıvılcımı, fikirlerin çatışmalarından çıkar”...

Bu söz, farklı fikirlerin açıkça konuşulduğu sağlıklı bir tartışma ortamının, gerçeğin ortaya çıkmasına veya asgari müştereklerde buluşulmasına imkân sağlayacağı olarak da yorumlanır.

Gerçekten sorunların tek boyutlu olarak ele alınması veya bir açıdan bakılarak çözüm üretilmesi sağlıklı sonuçlar vermiyor. Özellikle ekonomik ve toplumsal konulardaki sorunların çözümünde farklı bakış açılarının göz önünde bulundurulması ise temel şarttır. Çünkü bu sorunların ortaya çıkış nedenlerinin başında farklı çıkar gruplarının talepleri vardır.

Sorunların çözümü için önce tüm yönleriyle ortaya konulması sonra da her çıkar grubunun önerilerinin tartışılması gerekir. Çıkar gruplarının yanında, konuyu bilimsel olarak değerlendirebilecek otoritelerin ve karar alıcıların da görüşmelerde yer almaları gerekir.

Bu nedenle, İstanbul Ticaret Borsası olarak, genelde tarım ve gıda sektörünün, özelde ise alt sektörlerin sorunlarının tüm yönleriyle tartışılması ve çözüm önerilerinin üretilmesi için geniş katılımlı toplantılar düzenlemeye karar verdik. “Borsa Meydanında Sektörler Buluşuyor” etkinliğimizde iş ve bilim dünyası ile bürokrasiyi bir masa etrafında toplayarak sorunları ayrıntılarıyla ele alıp, çözüm önerileri sunmayı hedefliyoruz.

Toplantılarımız, sanal ortamda gerçekleşecek ve sonuçları kamuoyu ve ilgililerle paylaşılacak. Sektörlerimize, iş dünyamıza, ülkemize ve milletimize hayırlı olması dileklerimizle üçüncü toplantımız olan “Türk Tarımının Uyuyan Devi Zeytin”in sonuçlarını ilginize sunuyoruz.

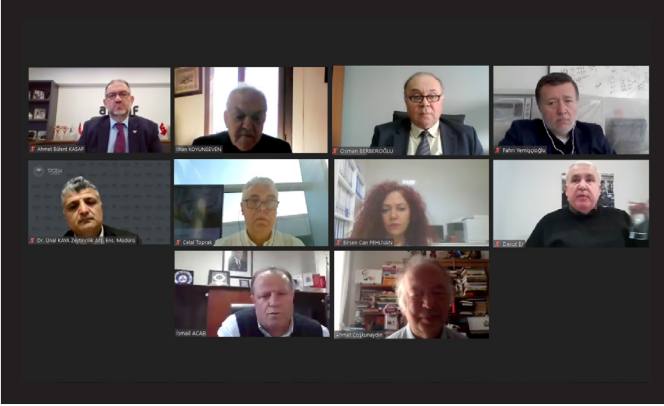
Ali KOPUZ

İSTİB Yönetim Kurulu Başkanı

TOPLANTI ADI

Borsa Meydanında Sektörler Konuşuyor
Türk Tarımının Uyuyan Devi Zeytin

TOPLANTI TARİHİ 17 MART 2022 / 14.30



KATILIMCILAR

- **İlhan Koyunseven** İSTİB Başkan Yardımcısı
- **Dr. Ünal Kaya** TAGEM İzmir Zeytincilik Araştırma Enstitüsü Müdürü
- **Celal Toprak** Güvenilir Gıda Platformu Başkanı
- **İsmail Acar** Marmara Birlik Genel Müdürü
- **Davut Er** Ege Zeytinyağı İhracatçıları Birliği Başkanı
- **Birsan Can Pehlivan** Uluslararası Zeytinyağı Kalite Jürisi
- **Doç. Dr. Fahri Yemişçioğlu** Ege Üniversitesi Gıda Teknolojisi Ana Bilim Dalı
- **Osman Berberoğlu** İSTİB Zeytin ve Zeytinyağı Ticareti Komite Başkanı
- **Ahmet Bülent Kasap** İSTİB Meclis Başkanı

Ahmet Coşkunaydın (Dünya Gazetesi):

Değerli konuklar, konumuz zaten belli. Ülkemizin en önde gelen sektörlerinden zeytin, zeytinyağı üretimi ve bu alanda gelecekteki beklentilerimiz, içinde bulunduğumuz dönemde yaşadığımız sorunlar, bunları aşma aşamalarını konuşacağız, tartışacağız ama izin verirseniz Sayın İlhan Koyunseven'den öncelikle bir açış konuşmasını dinleyelim.



İlhan Koyunseven

İSTİB Başkan Yardımcısı

İSTİB Başkan Yardımcısı İlhan Koyunseven:

Sayın Coşkunaydın, çok teşekkür ederim. Ben sözlerime başlamadan evvel hepinizin Kandilini kutluyorum.

Sayın Meclis Başkanım, Kamu Kurumlarımızın, Birliklerimizin, STK'larımızın saygıdeğer yöneticileri, Akademik dünyanın ve Medyamızın kıymetli temsilcileri,

Sizleri saygı ve muhabbetle selamlıyorum.

2022 yılında başlattığımız “Borsa Meydanında Sektörler Konuşuyor” toplantı serisinin üçüncüsüne hoş geldiniz.

Sözlerimin başında, bugün aramıza katılamayan Yönetim Kurulu Başkanımız Sayın Ali Kopuz'un selamlarını iletmek istiyorum. Kendisi, bir başka programla çakışması sebebiyle, çok istemesine rağmen bugün aramızda olamadı. Ancak hepinize sevgi ve saygılarını iletti.

Kıymetli Hazirun,

Bildiğiniz gibi, ilk toplantıda hububat, ikinci toplantıda ise süt ve süt ürünleri sektörünü tüm yönleriyle masaya yatırmıştık.

Bugün de, ağacından meyvesine, yaprağından yağına ve hatta çekirdeğine kadar, insanoğlunun faydalandığı bir ürünü konuşmak için bir araya gelmiş bulunuyoruz. Aramızda bulunan duayen isimlerle, “Türk Tarımının Uyuyan Değİ; Zeytin” başlığıyla “zeytin ve zeytinyağı” sektörünü, Gazeteci Ahmet Coşkunaydın Bey’in moderatörlüğünde ele alacağız.

Siz değerli katılımcılarla, zeytin ağacı varlığımızdan, kooperatifleşmeye; sanayi üretiminden, taklit taşıya kadar birçok boyutuyla meseleyi değerlendireceğiz. Neticede, ortak akıl ile sektördeki sorunların çözümüne katkı sağlayacak sonuçlara ulaşmayı umuyoruz.

Değerli Misafirler,

Küresel gıda arzına yönelik tehditler maalesef her geçen gün artıyor. Gübre, enerji gibi tarımsal girdi maliyetleri ile navlun fiyatlarındaki artışların, tarımsal üretimin ve gıda ticaretinin belini büktüğü bir ortamda, şimdi de Rusya – Ukrayna savaşı ile küresel bir gıda ve enerji krizinin kıyısına geldik.

Türkiye’nin tarım ürünleri ticaretindeki en önemli partnerlerinden olan Rusya ve Ukrayna’daki gelişmeler, tüm dünyayı olduğu gibi ülkemizi de etkiliyor. Bu süreçte gıdada arz problemi yaşanmaması için, hükümetimiz tarafından bu doğrultuda adımlar atılıyor. Malumunuz, bu toplantının da konusu olan zeytinyağı ile fasulye ve kırmızı mercimek ihracatına, geçtiğimiz haftalarda kısıtlama getirilmişti. Akabinde de, Tarım ve Orman Bakanlığı’nın, ihracatında dönemsel düzenleme yapma yetkisi olan ürünlerin listesi genişletildi. Un, et ve yağ da bu listeye dâhil edildi. Diğer taraftan, ayçiçek tohumu, mısır, kanola, aspir, soya ve palm yağı ithalatında uygulanan gümrük vergileri 30 Haziran’a kadar sıfırlandı.

Bununla birlikte, gelişmelere göre alınan bu önlemlere, yapısal tedbirleri de ekleyerek sorunu kökünden çözmeye çaba göstermeliyiz. Burada ise, karar alıcılara olduğu kadar, bilim insanlarına ve sektör mensuplarına ve biz STK'lara da görevler düşüyor.

İşte bu toplantıları yapma amacımız, sektörlerin durumunu her açıdan ortaya koyarak, ortak akıl ile makul çözüm önerileri üretmek, sorunların ortadan kaldırılması için yapılan çalışmalara katkıda bulunmaktır. Milyonlarca insanın gıda tedarikini sağlayan bir sektörün temsilcileri olarak, güncel durumu küresel gelişmelerin de ışığında değerlendirerek, sektörün fotoğrafını doğru biçimde ortaya koymaktır.

Ben bu noktada sözü, bu toplantının asıl sahipleri olan sizlere bırakmak istiyorum.

Bu programın düzenlenmesinde emeği geçen herkese teşekkür ediyorum. Bizlerle bilgi birikim ve tecrübelerini paylaşmak üzere hazır bulunan konuşmacılara, verecekleri katkılar için şükranlarımı sunuyorum.

Toplantımızın, başta zeytin ve zeytinyağı olmak üzere, Türk gıda sektörü için hayırlara vesile olmasını temenni ediyor, hepinizi saygıyla selamlıyorum.

Ahmet Coşkunaydın: Çok teşekkür ediyorum Sayın Koyunseven. Zaten durumun genel çerçevesini içinde bulunduğumuz ortamın ve yarattığı sorunların genel çerçevesini çizmiş oldunuz. Oldukça zor dönemden geçiyoruz. Bunu bu toplantıda ele alarak, nelerle karşılaşabiliriz, nasıl önlemler almalıyız gibi konulara gireceğiz. Şimdi izin verirseniz ilk panelistimiz olan Sayın Doktor Ünal Kaya'yı ben konuşması için davet etmek istiyorum.

Dr. Ünal Kaya

TAGEM İzmir Zeytincilik Araştırma
Enstitüsü Müdürü

**TAGEM İzmir Zeytincilik Araştırma Enstitüsü Müdürü Dr. Ünal Kaya:**

Evet, teşekkür ederim. Herkese tekrardan merhabalar. Ben de herkesin kandilini kutluyorum. Spontane olarak herhalde zeytin, zeytincilik araştırma hakkında bilgi verip, yani zeytinle ilgili neler yapıyoruz? Onu aktarmaya çalışacağım. Zeytincilik Araştırma 1937 yılında kurulmuş. Çok köklü bir kuruluş... Tabii Bakanlığın zaman zaman aldığı kararlar doğrultusunda isimleri değişmiş ama çok uzun yıllardır da Zeytincilik Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü olarak devam ediyor. Tabii görevlerimiz arasında zeytin genetik kaynaklarını korumak bizim en asli işlerimizden bir tanesidir. Bu amaçla 1960 yılından beri Türkiye'nin farklı bölgelerindeki zeytinlikler gezilerek farklı morfolojik özellikleri gösteren zeytinler toplanmıştır. Bizim göreve başladığımızda, ilk 2002'de geldiğimde ben kuruma 89 tane çeşit vardı tescilli olarak. Şu anda sayı 100'e çıkmış durumda. Bunun bir kısmı doğadan selekte ederek getirdiklerimiz var. Bir kısmı da melezleme çalışmasıyla ortaya çıkan çeşitlerimizdir. Aynı zamanda 44 tane de şu anda koruma altına aldığımız tiplerimiz var. Bunlar da ileride çeşit özellikleri kazandığı zaman yine

tescil süreci devam edecektir. Tabii bu zeytincilik araştırmanın sadece Türkiye'nin zeytin kaynaklarını korumak dışında, Uluslararası Zeytin Konseyi tarafından bize verilen 3. Dünya Zeytin Gen Bankası var. Bu da bizim ülkemiz adına genetik kaynakların korunması, gelecek kuşaklara bir miras aktarılması anlamında çok önemlidir. İlki İspanya'da olan, ikincisi Fas'ta olan ve üçüncüsü de Türkiye'de, İzmir'de Kemalpaşadaki zeytin araştırma sahasında kurulan Üçüncü Dünya Zeytin Gen Bankası'dır. Tüm dünyada şu anda kabul edilen 1200'e yakın zeytin çeşidi olduğu söyleniyor ama tabii bu sayılar netleştirilmeye de çalışılıyor. Şu anda bizim Üçüncü Dünya Gen Bankasında yaklaşık olarak 350 tane zeytin çeşidimizi araziye aktarmış durumdayız. Ve yıllar itibariyle de bu sayının 700'lere 800'lere kadar çıkması muhtemeldir. Tabii bizim açımızdan, Türkiye Zeytin Genetik havuzunun genişletilmesi, ileride zeytinciliğimizin garanti altına alınması oldukça önemlidir. Diğer taraftan tabii zeytin canlı bir mekanizma olduğu için her zaman yeni çeşit adaylarını geliştirmek zorundayız. 1990 yılından itibaren melezleme çalışmaları başlamıştır. Bu melezleme çalışmaları ile ilgili zeytin çeşitleri özellikle tabii sektörün talebi sürekli değişiyor. Kimi zaman yağlık çeşitler öne çıkarken kimi zaman sofralık çeşitler öne çıkabiliyor. Biz en son 3 tane çeşidimizi tescil ettirdik. Bunlardan bir tanesi de Hayat. Sektöre de sunduk. Şimdi üretimi de başladı, üretim de devam ediyor. Bir talep de var. Yaklaşık olarak 2 yıldır üretimine devam ediyoruz. Bütün temennimizde bu çeşidin daha fazla alanlara yayılmasıdır. Tabii bunun yanında biz zeytinle ilgili amacımız Ar-Ge olduğu için, yetiştirme koşullarının daha iyileştirilmesi için, budama, sulama, gübreleme çalışmalarını yoğun bir şekilde sürdürüyoruz. Özellikle sulamada son yıllarda kabul gören yüzey altı sulama ile ilgili çalışmalarımız mevcut. Gübre ile ilgili özellikle karasu ve zeytin atıkları, budama artıklarıyla, kompost yapımı ile ilgili projelerimiz çok yoğun bir şekilde devam ediyor. Bunun yanında AB projelerimiz, bizim Araştırma Enstitüleri içinde zeytin tek bir konu çalışmamıza rağmen hemen hemen en fazla

AB projesi yürüten kurumlardan bir tanesiyiz ki bunlardan bir tanesi organik tarım. Türkiye’de organik tarımla ilgili kullanılan ürünlerin ne kadar organik olup olmadığı ile ilgili çalışma yapıyoruz. Biz o organik ürünleri zeytinde deniyoruz. Bizim organik olarak bildiğimiz bazı ürünlerin organik olmadığını da gördük. Çok ülke katılımlı bir projedir. Yine zeytinle direkt olan ve AB’den çok yüksek puanla geçen bir zeytin projemiz var ki... İşte biz varız, ülkede Ankara Üniversitesinin yürüttüğü iş paketleri var. Burada da aslında tüm dünya olarak İspanya, İtalya, Yunanistan tüm zeytinci bölgeler olarak aslında ortak hareket ederek zeytin genetik kaynaklarının tam adına doğrulanması amaçlanmaktadır. İş paketimizde zeytinde gençlik kısırlığının çözümü ile ilgili çalışmalar yapmaktayız. Yaşlı ağaçların genetik kaynak olarak kayıt altına alınması ile ilgili, yaş tespiti ile ilgili kısımlarımız bulunmaktadır. Yine hastalık zararlıları ile ilgili... Hastalık zararlıların bir telefon uygulaması ile üreticilerin direkt kullanabilmesine yönelik çalışmalarımız mevcuttur. Dolayısıyla biz zeytinle ilgili ne kadar bir konu varsa o konuya eğilmeye çalışıyoruz. Yine gıda analizleri konusunda işte son yıllarda özellikle Gıda Kontrol Genel Müdürlüğünün talebi, bu da tabii ki sektörden gelen taleple beraber, özellikle iklim değişikliği ile zeytinyağı parametreleri arasında bir ilişkinin olduğu, dolayısıyla bazı değerlerde sapmalar olduğu, aslında zeytinyağı iyi bir zeytinyağıyken tağşiş yapıldığı ile ilgili eleştiriler vardı. Ve biz sürekli bir proje olarak her yıl farklı bölgelerden farklı zeytinyağları elde ederek bu değerleri tespit ettik ve her yıl o değerleri biz Gıda Kontrol Genel Müdürlüğüne göndererek Kodekste bazı değişiklikler yapılmasına vesile olduk ve sektörün bir şekilde önünü açmaya çalıştık. Amacımız zeytin ve zeytinyağı ile ilgili olabilecek her türlü konuda ileri aşamaya gidebilmektir. Zeytinyağı tadım panelimiz var. Burada tabii bir sürü panelist kişiler de var. 2011 yılında bu UZK’ya, Uluslararası Zeytin Konseyine girişten itibaren biz bu konuya oldukça fazla eğildik. 18 tane arkadaşımızı sürekli bir eğitime tabii tuttuk. Bunlardan 8 tanesi

İspanya'da 4 ay gibi uzun süreli bir zeytinyağı tadım kursuna katıldılar. 2015'ten beri hem Uluslararası Zeytinyağı Konseyinden hem de TÜRKAK'tan akredite bir kurumuz. Son yıllarda ciddi bir şekilde rağbet vardır. Sürekli analiz sayımızda çok ciddi yükselen bir ivme vardır. Aynı zamanda sektöre zaman zaman yılda iki, üç kere de olsa 3 günlük zeytinyağı temel tadım eğitimi veriyoruz. Sektörün özellikle zeytinyağı fabrikalarının, kişisel olarak insanların çok büyük rağbetini görüyoruz. Daha fazla kurs açılması yönünde talepleri var. Bunlar tabii sevindiriyor. Bu şekilde oldukça güvenilir gıdaya gidebilmek, kaliteli zeytinyağına gidebilmek çok çok önemli. Buna da bir vesile olmuş oluyoruz. Zeytin ve zeytinyağı ile ilgili ne yapmamız gerekiyorsa onu yapmaya çalışıyoruz. Diğer zaten sektör temsilcileri zeytinyağı ticareti ile ilgili konuşacaklardır, bu bizim konumuz değil. Eğer sizin sormak istediğiniz varsa ben onu cevaplandırabilirim.

Ahmet Coşkunaydın: Acaba Sayın panelistlerden değerli konuşmacı-mıza soru yöneltmek isteyen var mı? Veya soruları acaba sona mı bıraksak? Sona bıraksak daha sağlıklı olacak gibi geliyor. Örneğin benim bir sorum var ama izin verirsiniz kendime özel bir ayrımcılık yapıp sorayım değerli konukların hoşgörüsüne sığınarak. Şimdi tadım kursları ve uzmanlar yetiştirildiği şekilde bilgilendirmede bulundunuz. Ulustan ulusa tat farkı var mı? Yani bir Faslının zeytinyağından aldığı tatla bir Türk'ün zeytinyağından aldığı tat birbirine yakın mı veya çok mu farklı?

TAGEM İzmir Zeytincilik Araştırma Enstitüsü Müdürü Dr. Ünal Kaya:

Belki bunu Birsen Hocam daha iyi cevaplandırabilir ama benim kişisel kanaatim fark olmadığıdır. Çünkü zaten bu eğitimler bu amaçla alınıyor. Aslında insanların o homojenliğini sağlayabilmek için, akredite edebilmek için. Yoksa burada değişecek olan nedir? Zeytinyağının

içindeki aroma bileşikleridir. İşte yoğunluğudur, acılığıdır, yakıcılığıdır. İşte bunlar değişebilir. Ama eğer paneliste göre değişirse tabii o zaman sonuçlar farklı olabilir. Önemli olan panelistler ne kadar birbirine yakınsa puanlama anlamında aslında o kadar da başarılıdır. Önemli olan panelistlerinin hepsinin aynı eğitim düzeyinde olması ki alacağı-mız sonuçlar da ona göre daha iyi olsun. Amacımızda zaten eğitimler-deki ve bizim kendi arkadaşlarımızın bile eğitimlerini sürekli sürdür-melerinin amacı budur.

Ahmet Coşkunaydın: Ben çok çok teşekkür ediyorum. Tekrar size dö-neceğim.

TAGEM İzmir Zeytincilik Araştırma Enstitüsü Müdürü Dr. Ünal Kaya:

Ben de teşekkür ediyorum.

Ahmet Coşkunaydın: Panelist İsmail Acar'a söz vermeden önce yine hoşgörünüze sığınarak yaptığımız çalışmaların basın veya medya açı-sından yaklaşımı konusunda Sayın Celal Toprak'a birkaç cümle söy-lemesi için söz vermek istiyorum. Yine dediğim gibi hoşgörünüze sı-ğınıyorum. Sayın Celal Toprak söz sizin. Duyabiliyor musunuz beni?



Celal Toprak

Güvenilir Gıda Platformu Başkanı

Güvenilir Gıda Platformu Başkanı Celal Toprak:

Duyuyorum Ahmet Ağabeyciğim. Çok sevgiler. Biz medya olarak, siz de yakından takip ediyorsunuz. Değerli dostlarımız da olayı takip ediyorlardır diye düşünüyorum. Son dönemde zeytin ve zeytinyağı konusunu inceledik. Yani sayfalarımızda ayrıntılı yer vermeye başladık. Bu önemli bir gelişme diye düşünüyorum. Sevgili dostlarımız bu konuda ne düşünürler? Görüşlerini bizlerle paylaşırlarsa ben bu konuda notlarımı almış olurum. Ki arkadaşlarıma ileteyim. Ben şunun altını çizmek isterim. Zeytin ve zeytinyağında bildiğiniz gibi birinde üçüncü, birinde beşinci sıradayız. Bu sıralamayı daha önlere çekmek için burada bulunan Hazirunun büyük katkısı olacağını düşünüyorum, hepsinin tek tek. Biraz önce konuşan sevgili hocamın özellikle... Bu konuda çok önemli çalışmalarının olduğunu duyuyoruz, biliyoruz. Yine İhracatçı Birlikleri Başkanımız var. O bu konuda çok gayretli ve çalışkan bir süreç idare ediyor, yönetiyor. Ve en önemlisi de bu toplantıyı gerçekleştirme noktasında önemli bir misyonu yüklenen İSTİB önemli işler yapıyor. Sevgili Meclis Başkanımız burada. Onun bu konuda neler söyleyeceğini de merak ediyorum. Çünkü İSTİB Türkiye'nin en büyük

Ticaret Borsalarından biri. Meclis Başkanının bu konuda söyleyeceklerini çok önemsiyorum. Çünkü sektörün önemli üyelerinin önemli markalarının İSTİB bünyesinde olduğunu biliyorum. Bundan sonra zeytin ve zeytinyağı daha bir önemli şekilde sanıyorum İstanbul Ticaret Borsasının gündeminde olacak. Şule Hanım ve Elif Hanım'a da teşekkür ediyorum Güvenilir Ürün Platformu ve İSTİB olarak böyle bir etkinliği gündeme getirdiği için. Biz zeytin ve zeytinyağı konusunda birçok yanlış biliyoruz. Birçok yanlış bilgiye sahibiz. Ya da yanlış bilgi var sektörde. Bunların giderilmesi konusunda da bu tür bilgilendirme toplantılarının çok yerinde ve önemli olduğunu düşünüyorum. Ben buraya medya açısından baktığımda zeytin ve zeytinyağının önemli hale gelmesinin sektöre de yansıtacağını, medyanın bu olaya daha fazla yer vereceğini, daha doğru bilgileri kamuoyu ile paylaşacağını düşünüyorum. Bu konuda da sevgili dostlarımızın vereceği mesajları dikkatli bir şekilde dinleyip notlarımı alacağımı ifade etmek isterim. Sevgili Ahmet Ağabey çok teşekkür ederim.

Ahmet Coşkunaydın:

Ben teşekkür ediyorum verdiğiniz değerli katkılar için. Buradaki konuşmalarımızın medyaya yansması amacımıza ulaşma konusunda ki en büyük kanalımız ve yolumuz. Tekrar tekrar teşekkür ediyorum sevgili Celal Toprak. Şimdi panelist olarak konuşma sırası İsmail Acar Bey'de. İsmail Bey söz sırası sizde...



İsmail Acar

Marmara Birlik Genel Müdürü

Marmara Birlik Genel Müdürü İsmail Acar:

Teşekkür ediyorum Ahmet Bey.

Ahmet Coşkunaydın:

Hoş geldiniz tekrar.

Marmara Birlik Genel Müdürü İsmail Acar:

Ben de bütün katılımcıları saygıyla ve hürmetle selamlıyorum. Kandillerini tebrik ediyorum. Bana düşen konu zeytin. Sofralık zeytinin üretim, tüketimi ile ilgili kooperatiflerin rolü konusunda ben konuşma yapmak istiyorum. Türkiye’de zeytin ve zeytinyağı ile ilgili bildiğiniz gibi iki tane Tarım Satış Kooperatifleri Birliği var. Bir tanesi Marmara Birlik diğeri de TARİŞ. TARİŞ’in ağırlıklı olarak zeytinyağı konusunda faaliyetleri daha ağırlıklı, bizde ise sofralık zeytin kısmı daha ağırlıklı yer tutuyor. Belki bilmeyenler için kısaca Marmara Birlik ile ilgili tarihsel açıklama yapmak istiyorum. Marmara Birlik 1954 yılında Bursa’da kurulan kooperatifi olan 30.000 ortağı olan bir Tarım Satış Kooperatifleri Birliği. Ana faaliyet alanı sofralık zeytin, zeytinyağı ve zeytin

ezmesi şeklinde ana sözleşme ile tanımlanmış bir Tarım Satış Koope-
ratifler Birliği. Marmara Birlik, 8 kooperatife bağlı 30.000 ortağından
zeytinlerini alıyor üyelik usulü ile bunları kooperatif bölgelerindeki
cam takviyeli polyester tanklarda olgunlaştırdıktan sonra fermente
ettikten sonra tamamen natürel yöntemle tuzla suyla fermente edip
paketlenmek üzere entegre tesislere gönderiyor. Orada pakatlendikten
sonra gerek yurt içinde gerekse yurt dışında bayiler vasıtası ile tüketi-
cilerin kullanımına sunuyor. Dünyanın 5 kıtasında bayilik organizas-
yonlarımız var. Türkiye'nin 80 vilayetinde bayilik organizasyonlarımız
var. Bu bayiler vasıtası ile beraber ürünleri tüketicilere ulaştırıyoruz.
Şimdi sizlere zeytin sektörü ile ilgili ana sorunlardan bahsetmek istiyö-
rum. Madem bu çok önemli konuya Borsamız temas etmiş. Buradaki
amaca hizmet etmek adına... Birincisi zeytincilik sektörüne ilişkin ist-
tatistiki bilgiler yetersiz. Ağaç sayıları, ürün çeşitleri, stok, üretim, iş-
letme kapasitesi bu tür bilgilerimizde bir netlik yok. Tutarsızlıklar var.
Bunların daha sağlam bir şekilde ortaya koyulması gerekiyor. Zeytin
bahçeleri çok küçük... Üreticilerimizin ihtiyaçlarını karşılayacak bü-
yükölükte değil. Miras yoluyla bölünmeden kaynaklı işletmeler küçük
kalmış. Bunlarla ilgili toplulaştırma yapılmamış. Üçüncüsü, uygun
olmayan yerlere zeytin fidanlarının dikilmesi... Her bölgenin ihtiyacı
olan zeytin türleri var. Oralarda yetişecek şekilde dikilmesi lazım. Dör-
düncüsü, amaca uygun gübre ve ilaç kullanımı yapılamaması, bunların
bilinçsizce yapılması, zeytinlik bahçelerinin %15'inin sulanması, diğer
zeytinlik alanlarının sulanmaması, ilaçlamanın uygun yapılamaması,
mekanik hasadın yeterince yaygın olmaması, sofralık zeytin ve zeytin-
yağı sektöründeki tağşiş ve taklidin devam etmesi, sofralık zeytin ve
zeytinyağına verilen kilo başı üretim desteğinin ihracat desteklerinin
yetersiz olması, salamura suyu ve kara suyun arıtılmasında sorunlar
yaşanması, sofralık zeytin ve zeytinyağının uygun olmayan koşullarda
stoklanması, depolanması, en önemlisi de çiftçilerin yüksek girdi ma-
liyeti ile düşük fiyatlar arasında kalarak çiftçilikten vazgeçmesi, para

kazanamaz hale gelmesi, geçimini sağlayamaması, bu nedenlerle de motivasyonunun azalması, üretimden kaçınması... Özellikle köyden kente göç nedeni ile kırsal kesimde gençlerin kalmaması nedeni ile tarımdan uzaklaşıyor. Yaşlı nüfus tarlasını sürecektir, budayacak, zeytini toplayacak insan bulmakta zorluk çekiyor. Bir de tabii ki kişisel tüketim miktarının düşüklüğü var. Burada da özellikle zeytinyağında kişi başına tüketim oldukça yetersiz... Tabii ki son dünyadaki gelişmeler, Türkiye'nin de bundan etkilenmiş olması nedeniyle tarım kesimi özellikle nakliye, yaş gübre dry yaş gübre noktasında ortaya çıkan fiyatlarla beraber üretimde sıkıntılar meydana geliyor. Bu da tabii ki fiyatlara yansıyor. Halkımızın ucuz, ekonomisine uygun gıda tüketiminde sıkıntılara neden oluyor. Benim şimdilik söyleyeceklerim bu kadar. Sorunuz olursa cevaplayacağım. Teşekkür ederim.

Ahmet Coşkunaydın:

Marmara Birlik Genel Müdürü Sayın İsmail Acar'a verdiği bilgiler için çok çok teşekkür ediyoruz. Bilahare gelecek soruları not alarak sizlere aktaracağız tabii ki. Şu anda panelist olarak sıra Sayın Davut Er Bey'de. Davut Bey?

Davut Er

Ege Zeytinyağı İhracatçıları Birliği
Başkanı

**Ege Zeytinyağı İhracatçıları Birliği Başkanı Davut Er:**

Öncelikle, bize böyle bir fırsatı tanıdığınız için İstanbul Ticaret Borsası Meclis Başkanı ve heyetine, başta aile dostumuz Osman Berberoğlu Beyefendi, kürsü başkanı ve diğer katılımcılara çok teşekkür ediyorum. Özellikle zeytin ve zeytinyağının sorunları ve kısaca ihracat rakamlarımızdan bahsetmek istiyorum. Esasında zeytinin ana vatani araştırmacılarının da bize anlattığına göre Anadolu toprakları. Ancak ticaretinin anavatanı da İtalya olmuş durumda. ABD'ye, uzak doğuya, bütün dünyaya ilk önce zeytinyağının tanıtımını İtalyanlar yapmışlar ve restoran zincirleri ile çok hızlı bir şekilde yayılmışlar. İtalyanları takiben de İspanyollar, İtalyan markalarını satın alarak dünya ticaretinde söz sahibi olmaya başladılar.

Türkiye'deki zeytin ağaç varlığımız Tarım Bakanlığı verilerine göre 90 milyondan 193 milyona çıktı. İspanya verilerine göre ise 335 milyon ağaç varlığı söz konusu, İspanya'nın zeytinyağı üretimi 1 milyon 400 bin-1 milyon 500 bin ton düzeylerinde. Bizim ise maksimum 250 bin ton ortalama zeytinyağı üretimimiz söz konusu ve yıllara göre değişmekte. Ağaç başına verimlilikte İspanya ve diğer rakip ülkelerin çok gerisinde kaldığımızı görüyoruz.

İhracatla ilgili en önemli yapılması gereken şey, istikrarlı ve kaliteli üretimin arttırılması. Bu da Tarım Bakanlığımızın birincil görevi. Ve bu konuda çalıştıklarını da biliyorum. Ancak bir sıkıntı olduğu da ortada. Ağaç başına verimin, rakiplerimizle karşılaştırdığımızda bu kadar farklı olmaması gerekiyor. Zeytinyağı üretiminde dünya sıralamasında sezonlar bazında değişmekle birlikte üçüncü, dördüncü ve kimi sezonlarda beşinci sırada yer alıyoruz.

Sofralık zeytin üretiminde ise ikinci sıradayız. Kişi başına tüketimde ise dünyada birinciyiz. Dünyada en fazla sofralık zeytin tüketen ülkelerin başında geliyoruz. Tekirdağ'dan Iğdır'a, Şırnak'a, Cizre'ye kadar her yerde, her evde sofralık zeytin tüketiliyor ülkemizde.

Zeytinyağı tüketimimiz ise maalesef aynı şekilde gelişmemiştir. Sadece üretildiği bölgelerde; Akdeniz, Marmara ve Ege havzasında yüksek miktarlarda zeytinyağı tüketiliyor. Hemen yanı başımızda, komşumuz Yunanistan'da kişi başı ortalama tüketim 20 kg, İspanya'da 10- 15 kg düzeylerindeyken Türkiye'de sadece 2 kg seviyelerinde. Bu gerçekten de çok düşük bir rakam. Türkiye, zeytinyağı üreticisi ülkeler arasında en az zeytinyağı tüketen ülke. Anadolu'nun hemen her bölgesinde zeytin çok severek tüketilirken, zeytinyağı tüketimi ise ülkenin belli bölgelerinde yoğunlaşmış durumda. Sektörün tüm bileşenleri olarak el ele vermeli ve zeytinyağı tüketimini artırmanın yollarını bulmalıyız.

Özetle ihracat rakamlarından da söz etmek istiyorum. 30 Eylül 2021 tarihi itibarıyla geride bıraktığımız 2020/21 sofralık zeytin ihraç sezonunda, ihracatımız miktar bazında %5 artış ile 88 bin ton, tutarda ise %3 artışla 150 milyon ABD\$ olarak gerçekleşti.

Toplam sofralık zeytin ihracatımızın 114 milyon ABD\$'lık bölümünü siyah zeytin ihracatı oluştururken, geri kalan 36 milyon ABD\$'lık tutarı ise yeşil zeytin ihracatımız oluşturdu.

Sofralık zeytin ihracatımızda önde gelen ülkeler, Almanya, Irak, Romanya, ABD ve Bulgaristan olarak sıralanmakta.

1 Kasım 2020 – 31 Ekim 2021 tarihleri arasında 44 bin ton zeytinyağı ihracatı karşılığı 134 milyon dolar döviz geliri elde ettik. Bir önceki sezonda 110 milyon dolar ihracatımıza oranla değer bazında %22’lik artış göstermiş olduk. Zeytinyağı ihracatına getirilen kısıtlamalara rağmen bu başarıya imza atan ihracatçılarımızı kutluyorum.

En çok zeytinyağı ihraç ettiğimiz ülkeler ise, ABD, İspanya, Japonya, İran ve Suudi Arabistan olarak sıralanmakta.

Türkiye’nin 2020/21 sezonundaki 8,8 milyon dolarlık prina yağı ihracatı da eklendiğinde Türk zeytincilik sektörünün toplam ihracatı 300 milyon dolar. Bugün ilk etapta hedefimiz ilk üç sene içerisinde ihracatımızı 500 milyona, 5 yıl içerisinde ise 1 milyar dolara çıkarmak.

Türkiye 2002 sonrasında zeytincilik sektörüne büyük yatırımlar yaptı. 90 milyon olan zeytin ağacı varlığımız devlet destekleriyle 190 milyona çıktı. Bu ağaçlar önümüzdeki yıllarda, iklim şartları elverdiği takdirde inşallah verimli bir şekilde ürün verecek. Tarım ve Orman Bakanlığımızın hesaplamalarına göre Türkiye’nin 650 bin ton zeytinyağı, 1 milyon 200 bin ton sofralık zeytin üretebilecek potansiyele ulaşması söz konusu olabilecek. Bu rekoltenin yarısına bile ulaştığımızda bu ürünü değerlendirecek bir planımızın bugünden yapılıyor olması gerektiğine inanıyoruz.

Zeytinyağı ihracatında sürekliliğin ve istikrarın sağlanması çok önemli. Son iki sezonda iki defa getirilen dökme zeytinyağı kısıtlamaları nedeniyle uzun yıllarda kazanılan ihraç pazarlarımız kaybedilme riski ile karşı karşıya kaldı. Her iki kısıtlama kararı da Birliğimizin görüşü alınmadan, sektör temsilcileri ile istişarede bulunulmadan ve önceden bir bilgilendirme olmaksızın alındı ve maalesef söz konusu kısıtlamalar firmaların taahhütlerini yerine getirememelerine neden oldu.

Bu durum Türk zeytinyağı sektörü için prestij kaybının yanı sıra, zor şartlarda kazanılmış olan birçok pazarı kaybetme tehlikesi yarattı.

Artık ihracatta kısıtlamanın gündemden tamamen çıkarılması ve bu konuda alınacak bütün kararlardan önce, tüm sektör temsilcilerinin görüşleri alındıktan sonra adım atılması, sektörümüzün ve ihracatçımızın itibarı ile ihracatın sürdürülebilirliği açısından hayati önem taşımaktadır.

Bizim ihracatçılarımız hali hazırda yurt dışında yeterince zorlukla karşılaşılıyorlar. Bunların üzerine yeni bir zorluk eklemekten ziyade, ihracatçılarımıza daha fazla nasıl destek oluruz bunu planlamamız gerekir.

Bu noktada, Birlik olarak, zeytin ve zeytinyağı sektörüne yönelik pozitif ayrımcılığın devam ettirilerek önümüzdeki yıllarda ürünlerimize yönelik desteklemelerin devamını beklemekteyiz. İtalya, İspanya gibi AB üyesi rakiplerimizle rekabet edebilme ihtiyacına binaen, küresel iklim değişikliği elverdiği ölçüde önümüzdeki yıllarda üretimin daha da artacağından hareketle, ülkemizde üreticilere sağlanan prim desteğinin AB'ye nazaran düşüklüğü de dikkate alınarak ihracatta sağlanan DFİF desteklerinin, 2022 yılsonuna kadar ihracat sübvansiyonlarının tamamen kaldırılması yönündeki DTÖ taahhütlerimiz de göz önünde bulundurularak, geliştirilecek yeni bir destek yöntemi çerçevesinde devam ettirilmesi sektörümüzün geleceği için çok büyük önem taşıyor.

Unutmayalım ki zeytin ağacı varsa, zeytin varsa, zeytinyağı varsa, ihracat var. Bizim işimiz var diyebiliriz. Ekmeğimiz budur, işimiz budur. Hepinize bana bu fırsatı tanıdığını için çok teşekkür ediyor ve saygıyla selamlıyorum.

Ahmet Coşkunaydın:

Ege Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçıları Birliği Başkanı Sayın Davut Er'den çok yararlı bilgiler edindik. Ben de izin verirseniz buradan çok minik bir katkıda bulunmak istiyorum. Soruları bilahare yönlendire-

ceğim. Burada hepsi birbirinden değerli uzmanlar var. Ama dinleyicilerimiz arasında belki bilmeyenler olabilir. Zeytinyağı derken bir meyve suyundan bahsettiğimizi de belirtmekte çok yarar var. Ben çünkü çok çok yeni öğrendim. Çok şaşkınlık içindeydim. Ama kamuoyunun da bunu bilmesinde yarar var.

Ege Zeytinyağı İhracatçıları Birliği Başkanı Davut Er:

Bir anekdot daha ekleyelim o zaman hocam.

Ahmet Coşkunaydın:

Buyurun.

Ege Zeytinyağı İhracatçıları Birliği Başkanı Davut Er:

Ben şimdi Aydından size hitap ediyorum. Zeytinin başkenti diyelim. Zeytinin en fazla olduğu, 28 milyon ağaç varlığımız var. Denizli bizim komşu vilayetimiz. Çok yakındır. Bir gün... Kısa anekdotum. Benim zeytin ve zeytinyağı işleme tesisim var. Bir beyefendi Denizli'den dedi ki "5 lt. yağ almak için uğradım." Ama araba, 500 SEL Mercedes. Litre, 5 lt. zeytinyağı... Dedim ki "Hediye vereyim size". Dedi ki "Hacı teyzem bir baksın" dedi. Biz ikram ettik, yağa baktı. Dedi "biraz yaktı." Çok güzel. "Biraz da koku var mı?" dedim ben. "Evet" dedi. Dedim "Ne kokuyor?" Zeytin. Tamam doğru. Peki, ben aldım içeri ofisime. Merak ettim çünkü bu insanları 5 lt. talep ediyor, hediye edeyim. Komşu vilayetimiz. Çünkü alışkanlık yok efendim. Dedim ki "Sabahları siz nereden geliyorsunuz?", "Şuradan, tatilden geliyoruz. Şu kadar yıldızlı otelde kaldık." "Ne içiyor hacı amca sabahları?", "Portakal suyunu çok sever" dedi. Dedim "Konsantre mi?", "Yok" dedi, "taze sıkım". Dedim "Nasıl kokuyor?" dedim. "Portakal kokuyor". "Biraz da boğazınızı yakıyor mu?" O alkol vardı kabuğunda, "Evet" dedi. Aynı bu da işte dedim zeytinden sıkılıyor. Biraz yakacak, biraz kokacak Hakiki zeytinya-

ğı bu. Neyse 5 kilo yerine hocam 500 kg. verdik. Yani bilgi edinmeniz için. Sadece tanıtarak. Önemli yani.

Ahmet Coşkunaydın:

Ne kadar güzel... Kaldı ki burada çok kutsal bir ağaçtan bahsediyoruz. Bugün mübarek gün tabii hepimiz biliyoruz. Buradan tekrar kutluyorum. Kuran-ı Kerim’de adı geçen iki meyveden birisi. Vettini vezzeytuni diye. Dolayısı ile son derece kutsal. Artık iliklerimize kadar işlemiş çok saygın bir bitkiden bahsediyoruz. Bir şey söyleyeceksiniz galiba. Buyurun.

Ege Zeytinyağı İhracatçıları Birliği Başkanı Davut Er:

Hocam, bu kutsal günde siz doğru söylediniz. Taklit ve tağşiş konusunda bizim yöresel bir şeyimiz vardır. Bu kutsal ürünlerle oynayanlar iflah olmaz. Yani “yanlış yaparlar, tağşiş yaparlarsa iflah olmaz” derler. Teşekkür ediyorum.

Ahmet Coşkunaydın:

Bu da çok önemliydi. Çok çok teşekkür ediyorum. Değerli panelistler, değerli konuklar. Şu an sırada Birsen Can Pehlivan Hanımefendi var. Kendisi Uluslararası Zeytinyağı Jürisi Üyesi... Bize bakalım neler anlatacak zeytinyağı konusunda. Ama ana konusunun butik zeytinyağı üretimi olduğunu biliyorum, kendisini dinliyoruz. Söz sizde Birsen Hanım.

Birsen Can Pehlivan

Uluslararası Zeytinyağı Kalite Jürisi



Uluslararası Zeytinyağı Kalite Jürisi Birsen Can Pehlivan:

Tekrar merhabalar. Buradaki sektörün gerçekten duayenleri ile birlikte olmaktan oldukça mutluyum. Herkesi saygı ile selamlıyorum. Evet, ben Uluslararası Zeytinyağı Jürisiyim. Yani ne demek bu? Zeytinyağını tadararak kalitesine karar veren uzmanlardan, insanlardan biriyim. Bugünkü konu başlığım da butik zeytinyağı üretimiymiş. Gerçekten de platformun konu başlığını gördüğümde “Türk Tarımının Uyuyan Devi: Zeytin” başlığı altında, Türk zeytin sektörünün uyuyan devi bana göre Türk butik zeytinyağı üretimi. O nedenle bu konu başlığını seçtim. Neden zeytinyağında butik üretim? Butik üretim terimini biraz kontrollü zeytinyağı üretimi olarak değiştirmeyi tercih ederim. Biliyorsunuz zeytinyağı kıymetli bir gıda ve bu gıdanın diğer gıdalar kadar en azından diğer gıdalar kadar kıymetli ve kontrollü bir şekilde üretilmesi gerekir. Aynı zamanda da bir Gıda Mühendisiyim ve mesleğim gereği bu üretim kriterlerine ne kadar çok uyarırsanız, nihai kaliteniz o kadar iyi olacağını biliyorum. Başlarken bahsettiğiniz gibi zeytinyağı üretiminde rakiplerimiz var, neredeyiz konusuna geldiğimizde en iyi, en kaliteli zeytinyağı üretimi önce İtalya’da başladı. İyi pazarlamayı ba-

şardılar. Fakat “Biz zeytinyağını nasıl iyi kalitede üretiriz, nasıl rekabet edebiliriz”i yeni yeni öğrenmeye başlıyoruz. Son 10 yıldır zeytinyağı üretiminde uygulanan eğitimler Sayın Hocamın bahsettiği gibi, Ünal Hoca’nın bahsettiği gibi yapılan duyuusal eğitimler, duyuusal kalite eğitimleri, panel eğitimleri bunların hepsi bizim zeytinyağı üretiminde kaliteyi yakalamamıza faydaları olmuştur. Bu da aynı zamanda zeytin sektöründe uyuyan bir küçük dev olarak bahsedebileceğimiz butik zeytinyağı üreticilerinin belli bir noktaya gelmesini sağlamıştır. Benim uluslararası kalite yarışmalarına başladığım ilk günden bugüne değişen ve hızla yükselen şekilde Türk zeytinyağı üreticilerinden iyi yönde bahsedilir durumdayız. Neden sadece Türk zeytinyağı üreticilerinden şimdi bahsedilmeye başlanmıştır? Onu da şöyle yorumlayabiliriz. Bizim arazi yapılarımız yani zeytin bahçelerimiz, mevcut arazilerimiz çok fazla endüstriyel büyük üretimleri kontrollü şekilde besleyebilecek kapasitede değil. Arazilerimizde hasat yapmakta güçlükler çekiyoruz. Bu yüzden küçük üretimlerde çok daha kolay hammadde sağlanması ve üretimi daha kontrollü bir şekilde yönetebilmemizi sağlamaktadır. O nedenle butik üretim biraz daha kıymetli. Dediğim gibi butik üretimi sadece butik anlamda kullanmıyorum, kontrol edilebilir üretimden bahsediyorum. Mevcut üretimlerde işleme sıcaklığı ve işleme süreleri, temizlik gibi parametreleri ne kadar iyi kontrol edebilirsiniz nihai ürününüzün kalitesi o kadar da artmış olacak. Fakat zeytinyağında ne yazık ki zeytinyağı da, son yıllara kadar bu kriterlerin kontrol edilmesi gerektiğini bilir ve uygular kabiliyette değildik. Kontrol edilebilir mekanizmalarımız da yoktu. Ama bugünlerde artık bunu keşfetmiş durumdayız. Ve uluslararası arenada Türk zeytinyağının butik üreticilerinden de söz edilebilir durumundadır. Mevcut ağaç çeşitlerimizden de bahsedelim. Zeytin çeşitlerimizin de oldukça güçlü aromatik profillerinin olması nedeni ile biz biraz dikkat ettiğimizde kaliteye geniş profilli

ürüne diğer ülkelerden çok daha hızlı bir şekilde sahip olabiliyoruz. Yeter ki bunu kontrollü bir şekilde yapabilelim diye düşünüyorum. Bunun akabinde eğer kaliteli üretim yaparsanız, butik tarzı üretim yaparsanız sizin kalite kayıplarınız da yani üreticilerin kalite kayıpları da son derece düşük oranlarda olmaktadır. Çünkü elde ettiğiniz ürün dünyada diğer rakiplerinizi rekabet edebilir özellikte ürün olmuş olacak. O nedenle mümkün olduğunca bu kurallara uyarak daha kontrollü, belki daha küçük sistemlerde üretimlerimizi yaparsak, belki Büyük tonajlı üretimlerimizle olmasa da bu tarz butik üretim kabiliyetimizle rekabet edebilir durumdayız, çok daha fazla avantajlı durumdayız. Biliyorsunuz zeytinyağı; bütün dünyanın bu ürünü üretmek gibi bir hedefi var. Son yıllarda muhtemelen karşılaşmışsınızdır Suudi Arabistan'da, Çin'de, Japonya'da geniş zeytin bahçeleri oluşturulmaya çalışılıyor. İklimleri hiç uygun olmamasına rağmen. Bunun da nedeni aslına bakarsanız bu zeytinyağında bütün hatta bütün yağlardan değil bütün gıdalardan farklı olmasını sağlayan polifenoller yani fenolik bileşenlerdir. Fenolik bileşenleri bu üründe ne kadar fazla okuyabilirseniz, sabitleyebilirseniz, tüketicinize ulaştırabilirseniz, ürününüz o kadar fazla sağlık bileşeni ile tüketicinize ulaşmış olur. Bu neyi getirir? Hem sizin tüketicinizin sağlığını, hem toplum sağlığını, ürününüzün katma değerini, ekonomik değerini arttırmış olur. Bu anlamda natürel sızma zeytinyağı özellikle gerçek bir natürel sızma zeytinyağı... Sadece fiziksel işlemlerle meyve suyu gibi fiziksel bir işlemle meyveden suyunu, yağını almanız tekniği ile elde edilen bir üründen bahsediyorum. Bu fenolik bileşenlerden bahsederken. Bu fenolik bileşenleri de ne kadar fazla ürününüzün içinde işletme esnasında elde ederseniz ve tüketicinize kadar korursanız. Bu da nedir? Mevcut sistemleriniz işte depolama sıcaklıklarınız, transfer sıcaklıklarınız, market sıcaklıklarınız, bu parametreleri ne kadar çok kontrollü ve sistematik yapabilirseniz

o kadar kıymetli bir ürünü tüketicinize ulaştırmış olursunuz. Zeytinyağının ülkemizdeki üretim kapasitesi içindeki payı, butik üretim için özellikle söylüyorum. Maksimum şu anda %10 civarında, çok küçük bir oran. Diğer konuşmacılar hepsi çok büyük devler halinde bizim butik üreticilerinin yanında çok güçlü parametreleri var sektörün şu anda. Butik üretim yaklaşık %10 gibi... Kontrollü üretim ile butik üretimi dediğim gibi birleştirerek bu süreci güçlendirebilirsek bu oranı yaklaşık %50-60'lara kadar yükseltebiliriz. Ve bahsettiğimiz uluslararası rakiplerimizle çok daha iyi boy ölçüşebilir duruma gelebiliriz. Bu nedenle butik üretimin yani kontrollü gıda üretiminin, kontrollü zeytinyağı üretiminin mutlaka desteklenmesi gerektiğine inanıyorum. Türk butik zeytinyağı üreticileri sayesinde artık dediğim gibi biz kalitemizden bahsettirebilir noktaya gelmiş durumdayız. Uzakdoğu pazarında "Türk zeytinyağında kalite olabilir" algısı oluşmaya başladı. Özellikle İspanya ve İtalya'yla bu anlamda rekabet edebilir durumdayız. Butik üretim, için söylüyorum.

Ahmet Coşkunaydın:

Birsen Hanımcım çok özür diliyorum. Eğer bölmediysem. Siz devam edeceksiniz ama lütfederseniz ben bir deneyimimi aktarmak istiyorum. Benim anlatacağım ve sizin söyleyeceğiniz bir paralellik taşıyor mu? Şimdi zeytinyağını Almanya'da bana bir şişe hediye ettiler. Muh-teşem hasırlara sarılmış bir şişe. Yanına yine bir küçük böyle alımlı bir sirke koymuşlar. Hediye paketi olarak aldım. Gözüm gibi sanki Türkiye'de hiç zeytinyağı yokmuş gibi getirdim ve sanki yıllarca kullanmaya bile kıyamadan onu seyrediyorum. Acaba söylediğinizle benim söylediğim aynı anlama mı geliyor? Böyle bir yola mı başvurmamız lazım. Daha fazla gelir elde edebilmek için.

Uluslararası Zeytinyağı Kalite Jürisi Birsen Can Pehlivan:

Zeytinyağında kullanılan ambalaj çok etkili... Zeytinyağının mutlaka ambalajının albenisinin olması gerekir ama bu ambalajın içine koya-

çağınız ürününde en az ambalaj kadar güçlü olması gerekir. Ama bu noktada şöyle bir şey söyleyeyim. Zeytinyağını uzun süre ev sıcaklığında depoladığınızda bütün değerlerini kaybettirirsiniz. O nedenle zeytinyağını ne kadar taze tüketirseniz o kadar kıymetlerinden faydalanmış olursunuz.

Ahmet Coşkunaydın:

Bu süre ne kadardır?

Uluslararası Zeytinyağı Kalite Jürisi Birsen Can Pehlivan:

Şöyle eğer dediğim gibi bu kontrollü değerlerle depolarsanız yani 18 derecedir bizim üst limitimiz zeytinyağı depolamak için. 18 derecede depolarsanız 2 yıla kadar rahatlıkla aynı değerlerle korur, tüketebilirsiniz. Ama ev sıcaklığında, ocak yanında, tezgâh yanına koyduğunuz ürünlerde bu ne yazık ki maksimum 10 gün 15 gündür. O yüzden evlerinizde mutlaka zeytinyağınızı küçük ambalajlara koyup buzdolabı veya mahzen gibi sıcaklık kontrolü olabilen yerlerde en azından 20 derecelerin altında depolamanızı öneririm.

Ahmet Coşkunaydın:

Yani buzdolabında, çünkü bizi, tabii ki buradaki konuklarımızın her biri uzman ama dinleyicilerimiz de var bizim şu anda göremediğimiz. Bu sorum onlara yönelik, yani bizler buzdolabında mı saklamalıyız zeytinyağını?

Uluslararası Zeytinyağı Kalite Jürisi Birsen Can Pehlivan:

Evet, eğer evinizde bir deponuz yoksa özel iklimlendirilmiş bir deponuz yoksa 5 lt.'lik bir ambalajda aldıysanız yağınızı küçük birer litrelik ambalajlara bölüp buzdolabınızda saklayabilirsiniz. Dediğim gibi yani ev sıcaklığı 24 derece civarındaki sıcaklıklar zeytinyağında bizim bek-

lediğimiz fenolik bileşenler, sağlık bileşenleri. Niye tüketiyoruz zeytinyağını? Bu sağlık bileşenlerinden fayda alabilmek için ama sıcaklıkla beraber bu hızla azalan ürünlerdir. O nedenle mutlaka kontrollü bir sıcaklıkta depolamanızı öneriyorum.

Ahmet Coşkunaydın:

Çok teşekkür ediyoruz. Bu konuda bizi ve değerli izleyicilerimizi aydınlatığınız için. Buyurun lütfen sizi kesmiştim. Buyurun lütfen eklemek istediklerinizi söyleyin.

Uluslararası Zeytinyağı Kalite Jürisi Birsen Can Pehlivan:

Evet, son bir cümleyle kapatayım ben. Zeytinyağında ve gıdada genel gıdada bahsedebilirim. Sistemin sağlam yürüyebilmesi için, gıdanın güvenilir olabilmesi için üç parametre çok önemlidir. Birincisi doğru üretilmiş bahçe, özellikle tarıma dayalı ürünler için söylüyorum. Doğru üretilmiş bahçe ikincisi doğru kontrol edilebilir işletmeler ve fabrikalarımız, üçüncü ve en önemlisi gıdanın tüketicisi. Bizim zeytinyağımızı tüketen insanların mutlaka belli kurallara onların da uyması gerekir. Evde bahsettiğim kurallar dışında ürün alırken özellikle etiketli ürün almaya dikkat etmelerini öneriyorum mutlaka. Yani bizde bir alışkanlık var diğer katılımcılar da mutlaka hak vereceklerdir bana. Yol kenarlarında plastik ambalajlarda, kola şişeleri içerisinde bir sürü ürün satın alıyoruz. Özellikle zeytinyağı satın alıyoruz. Direkt köylüden almaya çalışıyoruz. Has zeytinyağı olduğunu düşünüyoruz. Böyle algılarımız var. Bunlar ne yazık ki bizim çok kabul ettiğimiz şeyler değil. Ürün alırken mutlaka etiketli ürün almalısınız. Etiket üzerinde de ürünün üretim tarihi, son kullanma tarihi, işletmenin işletme kayıt numarası, adresi, telefonu yani geriye dönük izlenebilirliğini yakalayabileceğimiz ürünleri tavsiye ediyorum. Son olarak da zeytinyağı amba-

lajınız mutlaka ışık geçirmeyen koyu renkli cam şişe veya zeytinyağına uygun teneke ambalajı olmalıdır.

Ahmet Coşkunaydın:

Teşekkür ediyorum. Burada bilimsel yaklaşımın ötesinde günlük pratik hayata yönelik de yararlı bilgiler verdiniz. Bu anlamda sonsuz teşekkürler. Tekrar sorular gelecek döneceğiz ama şu ana kadar yaptığımız konuşmalarda değerli panelistlerin verdiği bilgiler ışığında acaba medya bizi nasıl gördü? İzin vererseniz ben Sayın Celal Toprak'a bir kez daha söz vermek istiyorum. Her panelistimizin tabii ki defalarca söz alma hakkı var. Ama yine medya anlamında anladığım kadarıyla çok ilginç noktalar ortaya serildi. Bakalım Sayın Celal Toprak neler söyleyecek?

Güvenilir Ürün Platformu Başkanı Celal Toprak:

Teşekkür ederim Ahmet Ağabey. Çok sayıda gazeteci arkadaşımız da bu toplantıyı izliyor. Mesajlarını sevgili Osman Berberoğlu'na ve sevgili başkanımız Ahmet Bülent Kasap'a iletmek isterim. Toplantıya 5 dakikalığına giren arkadaşlarımız var. Şu ana kadar hiç kesintisiz toplantıyı izliyorlar nefessiz bir şekilde. Gerçekten çok önemli bilgiler veriliyor. Hem Osman Başkan'a hem de Ahmet Bülent Kasap Başkanımıza mesajlarını iletmek istedim arkadaşlarımızın. Çok az şey biliyoruz. Çok şey öğrenmek istiyoruz. Bu toplantılar zeytin ve zeytinyağı ile ilgili toplantıları yüz yüze de yapsınlar şeklinde bir değerlendirme var. Sadece bu değerlendirmeyi paylaşmak isterim. Bu arada biraz önce konuşmacılardan başkanımız ifade etti: "Aydın'dan başkentten bildiriyorum" diye. Ben de ikinci sırada Balıkesir, üçüncü sırada Muğla'nın geldiğini, Gaziantep'in de sıralamayı zorladığını buradan ifade edip kentler arası yarışa hız vermek isterim. Teşekkür ederim Ahmet Ağabey.

Ahmet Coşkunaydın:

Çok sağ olun teşekkür ediyorum. Değerli panelistler, değerli konuklar şimdi söz sırası Sayın Yemişçioğlu'nda. Fahri Yemişçioğlu, Ege Üniversitesi Bitkisel Yağ Teknolojisi uzmanı. Bakalım Sayın Yemişçioğlu bizi hangi konularda aydınlatacak? Buyurun Efendim. Söz sizin.

Doç. Dr. Fahri YemişçioğluEge Üniversitesi Gıda Teknolojisi
Ana Bilim Dalı**Ege Üniversitesi Gıda Teknolojisi Ana Bilim Dalı Doç. Dr. Fahri Yemişçioğlu:**

Evet, Sayın Başkan. Teşekkür ederim. Bende tüm katılımcıları ve dinleyicileri Ege Üniversitesinden saygı ve sevgi ile selamlıyorum. Tabii ki şimdi hem konuşmacı profilinin kompleksitesi hem de dinleyicilerimizin farklı alanlarda ilgilerinin olması, beni daldan dala atlayan birer kuple görüş bildirir duruma koyuyor. Ben önce şu noktadan hareketle konuşmak istiyorum. Şimdi panelin ilginç bir başlığı var. “Uyuyan Dev: Zeytin ve Zeytinyağı”. Şimdi demek ki bir defa panel başlığı bu sektörün bir dev olduğunu kabul ediyor. Yani gerek ihracatta gerek iç pazarda önemli potansiyellerinin olduğunu kabul ediyor bu başlık. İkinci sıfat tamlaması olarak da uyuyan kısma bakacak olursak bu potansiyelin yeterince değerlendirilemediğini öngörüyor. Dolayısıyla uyuyan dev konulu bir panele konuşmacı olarak katıldığımızda şayet bu sektörün bileşenlerinden biriysen ve en az 5 yıldır bu konu ile iştigal ediyorsan o zaman bir öz eleştiri ile başlamak gerekir. Niye? Demek ki potansiyelin tam olarak kullanılmamasında bir takım eksikler var. Bunu da paydaşlar olarak düşünmeli ve tartışmalıyız diye düşünüyö-

rum. Bu bağlamda sektörle birlikte çalışmaya yönelmiş bir akademisyen olarak önce bilimle işbirliği konularında bir iki hususu arz etmek isterim. Bir defa gerek zeytin gerekse zeytinyağı dönemsel olarak ürün veren bir meyve. Yani 12 ay boyunca iç ya da dış pazara sunacağınız ürünü üç ya da dört ay içerisinde tedarik etmek durumundasınız. Şimdi tabii ki son yaşanan pandemi, burnumuzun dibinde gelişen savaş, krizler, hegemonya savaşları bizi gıda arzında tedarikinde ve fiyatlandırmasında ciddi önlemler almaya itiyor ki bunu ihracatla ilgili Sayın Davut Er de çok arka arkaya belirli argümanları sunarak ilettiler. Böyle bir derdimiz var, nasıl çözümlenmeliyiz diye. Ancak ben şunu söylemeliyim. Evet, tarım önemli. Zeytini daha iyi zeytin yapmak önemli... Zeytinyağını daha iyi zeytinyağı yapmak önemli... Katma değerli ürün üretmek önemli. Fakat zeytin ve zeytinyağında doğru konumlanma ile çok daha yüksek katma değerli ürünler üretebileceğimizi de bilmeliyiz. Örneğin; zeytin yaprağını alıp çay yaptığımızda zeytin çayı yaptığınızda bir katma değerli bir ürün üretirsiniz, bunun içerisindeki oleuropein maddesini alıp saflaştırıp saf oleuropein ürettiğimizde ve bunu ihraç ettiğinizde zeytinden ve zeytinyağından da çok değerli katma değerli bir ürün üretmiş olursunuz. Asitliği yükselmiş zeytinyağını rafine edip Riviera ürün ürettiğinizde bu yağdan atık faz olarak açığa çıkan ve deodorizasyon distilatı denen şeyin içerisindeki skualeni aldığınızda çok önemli bir ürün elde edersiniz. Bunu hidrojene ettiğinizde kozmetik alanda kullanılabilecek skualen üretmiş olursunuz. Bunların tamamı zeytinden zeytinyağından çok daha yüksek katma değerli ürünlerdir. Ne demek istiyorum? Olayı kümülatif olarak görmeliyiz. Yani sadece zeytini daha iyi zeytin yapmak, zeytinyağını daha iyi zeytinyağı yapmaya odaklanırsak bütün bu sürecin içerisindeki temel, gerçek katma değerli unsurları gözden kaçıırız. Dünya çapında bu olaya baktığımız zaman buna biyorafineri yaklaşımı deniyor. Ve değerli arkadaşlarımdan ilgisi olanlar Hollanda'daki 'Food Valley', Gıda Vadisi girişimine baksınlar lütfen. Hollanda'daki Gıda Vadisinde ihracatı da arttırmak,

katma değerli ürünü de arttırmak adına üreticiler bir araya geliyor. Türkiye’de benzer modeli kullanarak Karamanlı gıda üreticileri, Karaman Gıda Vadisi şeklinde bir araya geliyorlar. Dolayısıyla öncelikle akademi, özel sektör ve kamu işbirliği olarak bu işleri bu noktaya evriltemediğimizi, uyuyan devin uyumasında pay sahibi olduğumuzu vurgulamak isterim. Çünkü öncelikle akademinin ve tüm kamu kurumlarının araştırma konularını gerçek sahadan almaması durumunda biz bir araştırma çöplüğü, raflarda tozlanmış tezler, projeler çöplüğü, anahtarları akademisyen hocaların cebinde duran ve nerede ne olduğu bilinmeyen bir envantere sahip oluruz ki bu bizim aşmamız gereken birincil sorunlardan birisidir. İkincisi zeytin ve zeytinyağlarında ciddi bir dezenformasyonun olduğunu düşünüyorum. Nasıl dezenformasyon? Bir defa kümelenme ve işbirliği hususunda bizim sorunlarımızın olduğunu düşünüyorum. Nasıl? Şimdi bir defa bırakın benim az önce söylediğim gerçek katma değerli ürünleri tanımlarda ve kavramlarda ortak bir dil oluşturmak çok önemli. Örneğin: Biz yüksek fenolik içerikli zeytinyağını, butik üretim zeytinyağını ön plana çıkarırken diğer konvansiyonel üretimi niteliksizlikle suçlamamalıyız. Baktığımız zaman öyle reklam spotları öyle tanıtımlar görüyorum ki zeytinyağı tüketiyorsanız sadece fenolik zeytinyağını tüketirseniz buna zeytinyağı denir. Diğerlerineyse pek zeytinyağı diyemeyiz gibi bir yaklaşım görüyorum. Sözüm meclisten dışarı bu arada. Naturel sızma zeytinyağına baktığınız zaman o da diyor ki hayatın enerji kaynağı meyve suyu, natürel sızma zeytinyağıdır. Sakın bunun rafine edilenini Rivasını kullanmayın. Riviera olan diyor ki zeytin arta kalan prina yağını sakın kullanmayın. Ve bunların tamamı diyor ki diğer bitkisel yağlar işe yaramaz. Bırakın bu olumsuz argümanlar bize bir şey katmaz. Yağları olumsuz olarak nitelendirip bu şekilde yarıştırırsak sadece ve sadece toplam kümelenmemize zarar veririz. Mesela, tüm bitkisel yağlara, “bunlar çöp” dersek bunlar kendi mecralarını bulamazlarsa gelir bizim natürel sızma zeytinyağımızın içine girerler ve taşıya sebebiyet verir-

ler. Hileye sebebiyet verirler. Türkiye’de zeytinyağının kümülatif olarak gerçek rakibi tağşiş, hile ve gerçek anlamda üreticisi belli olmayan beyaz teneke olarak ifade ettiğimiz etikete adını yazmamış, markası olmayan ürün tüketimidir. Dolayısıyla değerli arkadaşlarım, bu zinciri kendi ürünümüzü ortaya çıkarırken, kendi bulunduğumuz noktayı ön plana çıkarırken şuna dikkat etmeliyiz. Olumsuz propaganda ve dezenformasyon yapmamalıyız. Biz niçin Prina yağına kötüleyelim? Prina Yağı iyi bir kızartma yağıdır. Bunun iyi bir kızartma yağı olması natürel sızma zeytinyağını etkilemez ki. Veya yüksek fenolikli son derece acı, yakıcı bir yağ ederini bulduğunda bunu almak isteyen kişi zaten alacaktır. Bunun konvansiyonel üretimi kötüleme ile gerçek yağ bu demekle ne alakası olabilir? O nedenle doğru davranışlarda bulunmamız lazım. Davut Bey iletti, çok doğru söyledi şimdi mesela deniyor ki, algılar: “Dökme üretim kötüdür, ambalajlı üretim daha katma değerlidir”. Doğrudur. Ambalajlı üretim daha katma değerlidir. Ambalajlı üretimin yüksek fenolik içerikli olanı daha da katma değerlidir. Ama ben catering sektöründe... İki türlü var dökme. Birincisi, birinci dökme şu; herhangi bir katma değer eklemeksizin rakibe doğrudan doğruya ambalajının içine koyması için satılan dökme. İkincisi yurt dışındaki balık konservecisi, catering, kızartmacısına kullanmak üzere verilen dökmedir. Bu ikisinin arasında fark gözetmeden biz nasıl hareket edebiliriz? Artı bir diğer husus da şu; bir diğer dezenformasyon hususu. Biz krizlere, şoklara veya üretim artışlarına hazır bir direnci olan sistem kuramamışız. Ben bunu görüyorum arkadaşların konuşmasından da kendi kişisel tecrübelerimden de. Bugün yağ arzındaki tehditler, azalmaları ihracat yasakları koyarak karşılamaya çalışıyoruz. Niye? Kurduğumuz sistem şoklara hazırlıklı değil. Örneğin, sürekli konuşulan bir şey var Türkiye’de kişi başına tüketilen zeytinyağı tüketimini arttıralım. Şayet kayıtlara güvenecek olursanız, ben kayıtlara da güvenemiyorum çünkü bir kişi pazara çıkıyor, pazarda köylü kılığında gördüğü herhangi biri kasket falan takmış üretici gibi davranan birin-

den ya da tatil beldesinden geri dönerken gördüğü köyden etiketsiz zeytinyağı aldım diyor. Bunlar acaba kişi başına 2 litrenin içine dâhil mi? Değildir herhalde. Çünkü zeytinyağı tükettiğini zanneden kişilerinde zeytinyağı aldığını bu şeylere koyarsak herhalde 3-4 litreye gelir. Ben başka bir şoktan bahsedeceğim. Birden bir sabah herkes uyansa ve şöyle bir aydınlanma yaşasa ‘Ben zeytinyağı tüketeceğim’. Türkiye’nin bir hafta sonra kişi başına tüketimi 12 litreye düşse biz yine şok yaşarız, 12 litreye çıksa biz gene şok yaşarız. Niye şok yaşarız? Bunu karşılayacak ürünümüz yok. Pekiyi o zaman şu sözleri alt alta yazdığımızda bunu biri bana açıklayabilir mi? Bir sene denir ki “Türkiye’de zeytinyağı tüketimini artırmalıyız. Çok önemli halkımızın tüketimi...” Doğru, ne yapalım? Kantinlere zeytinyağı verelim. Asker, Mehmetçik zeytinyağı yesin. Ne güzel. Kişi başı tüketimi artsın. O zaman tesadüf bakıyoruz Dolar, Euro/ TL. paritesi çok düşük. İç piyasaya yönelmek istiyoruz. Neden? İhracattan çok fazla gelir alamayacağımızı tahmin ediyoruz. Bazen başka bir yıla geliyor. Dolar, Euro/ TL. paritesi çok yüksek. O zaman iç piyasa, işte askerler yesin falan unutuluyor. Şimdi bakın ekonominin gereği olarak herkes para kazanmak gereksiniminde, sürdürmek gereksiniminde, karlılığı ön plana çıkarmak gereksiniminde. Bu şoklara dayanıklı bir sistem kurmakla mümkündür. Şoklara dayanıklı sistem nasıl olur? Bir üretim alanlarını artırarak olur. Üretim alanları nasıl artar değerli arkadaşlarım. Butik izlenebilirliğinde konvansiyonel üretimle artar. Ne demektir? Butik üretimde konvansiyonel üretim, devletin verdiği teşviklerin, devletin verdiği desteklerin büyük ölçek ekonomisine doğru evriltilmesi gerekir. Yani ben tek başıma çıktım, markalaşacağım. Ne kadar alanım var işte şu kadar. Al destek. Destekler güç mikronize olmamalıdır. Birleşmeye yöneltilmelidir insanları ki, birleşmeye yöneltilmelidir girişimcileri ki bir çeşit kooperatif sistemi oluşsun. Bir çeşit büyük ölçek ekonomisi avantajlarından yararlanalım. Aksi takdirde ne kalite sağlanabilir ne de büyük ölçek ekonomileri sağlanabilir düşüncesindeyim. Şimdi bu bağlamda olayı

sadece zeytin ve zeytinyağı olarak görmeden zeytin hasat makineleri, zeytinyağı rafinasyon sistemleri, burada kullanılan yardımcı maddeler. Bakın bir arkadaşımız kostik yazmış, kostiğin önemli bir kısmı bile ithal. Bu şekilde nasıl bir kümülatif katma değer üretilebilir? Biraz zor üretilebilir. Keza bir başka noktaya değinmek isterim. Türkiye'deki mesele bence geçmiş yıllarda panellere katıldığımda şuna çok şaşıryorum. Bir konuşmacı çıkıyor diyor ki ülkemizin elindeki büyük miktardaki yağı dökme olarak İtalya'ya, İspanya'ya vermek, rakibe vermek. Bir arkadaşımız da yazmış mesela demiş ki: "Ayvalık yağlarını dökme olarak yıllarca aldı. İtalyanlar, böyle İtalyan yağı oldu" demiş. Doğrudur, doğıldır tartışılır. Fakat bu minvalde konuşan arkadaşları dinliyorum hep. Şimdi buradan siz ne çıkarırsınız? Türkiye'nin dökme yağ olarak rakibe ambalajlı ürüne, bakın altını çiziyorum, Türkiye'nin rakibe kendi cephanesini vermesidir bu. Bunu çıkarırsınız. Kendisi ambalajlı ürüne koyup pazar bulamadığı için dökme olarak yurt dışına satıyor. Yurt dışındaki de kendi ambalajına koyup daha fazla katma değer olarak kazanıyor. Bunu eleştiriyor. Tamam, bunu doğru kabul ettik. Fakat beri taraftan Türkiye'nin yurt dışından dâhili işleme rejimi ile yağ almasını da eleştiriyor bir başka konuşmacı. Diyor ki dışarıdan bu kadar yağ geliyor. Bu Türk çiftçisine Türk markalarına bir zulümdür. Bunun böyle olmaması gerekir. Hasat dönemi dışına taşmak kaydı ile. Şimdi bu ikisinin bağdaştığı bir noktayı görebiliyor muyuz arkadaşlar. Çünkü mademki İtalya, İspanya markaları ile bizim yağımızı dökme olarak alıp kar ediyorlarsa bunu doğru kabul ediyorsak peki Türkiye burada bunun borsasını oluşturup kendi markaları ile dışarıdan yağ alıp dünya pazarlarına hâkim olması gerekmez mi o zaman? Bunu savunmak gerekmez mi? Yani ilk sözü söyleyen bir kişinin ikinci sözü söylememesi gerekir. Biraz tutarlı olmak gerekir. Benim görüşüm Türkiye'nin her zaman bulunabilir, sürdürülebilir ürünlerle Çin, Japonya, Avrupa pazarlarında bulunmasıdır. Yine ihracatçı arkadaşlarımızın vurguladığı gibi yasaklarla 3 ay varız. 3 ay yokuz. Sonraki 6 ay

tekrar varız. Öbür seneye Allah kerim şeklinde bir pazarlama ve satış stratejisi ihracat stratejisinin olabilmesi mümkün değildir değerli arkadaşlarım. Bu nedenle Türkiye'nin zeytin ve zeytinyağını tıpkı Cumhuriyet döneminde yapıldığı gibi stratejik ürün noktasına koyması ve bir masa kurması gereklidir. O masa, devletin koordinatörlüğünde bu işin gerçek paydaşlarını etrafında topladığı bir strateji masasıdır. Biz ne kadarlık bir tüketim hedefliyoruz? Biz ne kadarlık bir ihracat hedefliyoruz? Biz zeytin ve zeytinyağında katma değerli ürünleri ne şekilde tanımlıyoruz? 5 yıllık planımız nedir? 10 yıllık planımız nedir? Bunları mutlaka ve mutlaka devreye alması gereklidir. Bunun dışında hile ve taşışış izlenebilirlik yöntemiyle hallolması çok önemlidir. Sözlerimi tamamlayacağım birazdan. Şimdi biz bakanlık olarak Tarım ve Orman Bakanlığı olarak rutin analizler ve takipler yapıyoruz. Bu takipler için onlarca, yüzlerce eleman istihdam ediyoruz. Daha sonra pek çok analiz yapıyoruz. Ve bir taşışış listesi yayınlıyoruz. Pekiyi tüketiciden bilinçli tüketici olan, etiketi oku dediğimiz tüketiciden neyi bekliyoruz? O tüketicinin dönem dönem yayınlanan listeleri cebine koyup markete gittiğinde oradan bakıp bu acaba burada ifşa edilmiş mi edilmemiş mi diye bakmasını mı bekliyoruz? Böyle bir komedi olamaz. Bu listeler sadece ve sadece ambalajlı, pazarda markette satılan ürünlerin yani etiketli ürünlerin olumsuz propagandasına yaramaktadır. Çünkü açıkta satılan köylüden aldım denilen ürünlerin nasıl hile ve taşışış içerdiğine dair bir tane bile dokümantasyon yoktur. Ve adına uzman dediğimiz ve ünlenmek isteyen kişiler TV'ye çıkıp, sosyal medyaya çıkıp Riviera zeytinyağı zehirdir. Yok, işte şu yağ gerçek yağdır. Öbürü değildir. Yağı aldın dolaba koydun. Dondu. Demek ki zeytinyağı, demek ki zeytinyağı değil gibi saçmalıklarla insanların kafasını bulandırmaktadır. Bakın arkadaşlar, kanola yağı ile pamuk yağını karıştırın dolapta donunca mı zeytinyağı diyorsunuz? Buyurun içine klorofili de atın buyurun bu donar dolapta buzdolabında. Zeytinyağı mıdır bu? Değildir. Bu nedenle bizim temel sorunlarımızdan birisi dezenformasyon,

birisi de kavramların net olarak oluşturulamamış, tanımlanamamış olmasıdır. Birsen Hanım bir şey söylerken onun kavramını ben anlayamayabiliyorum. Benim söylediğimi belki Celal Bey başka anlıyor. Bizim herhalde bir lügata ihtiyacımız var. Birbirimize aynı sözleri söyleyebilmemiz için. Değerli arkadaşlarım, son olarak sözlerimi özetleyecek olursam, devlet hibe ve desteklerini mutlaka ve mutlaka büyük ölçek ekonomisinden yararlanıracak şekilde vermelidir. Endüstriyel ve büyük ölçekli zeytin ve zeytinyağı üretimine öncelik vermelidir. Akademi sürdürülebilirliği, örneğin enerji kaynaklarını, su kaynaklarını, yenilenebilir enerjilere, güneş panellerine, rüzgâr enerjisine yönlendirecek çalışmalara sevk etmelidir. Gücümüzü zeytini daha iyi zeytin, zeytinyağını daha iyi zeytinyağı yapmak için harcarken daha fazlasını katkı maddeleri ve bundan elde edilebilecek unsurlar üzerine örneğin oleuropein elde etmek üzerine, örneğin sodyum hidroksidi kendimiz üretmek üzerine örneğin skualen üretmek üzerine de harcamalıyız diyorum. Hepinize teşekkür ediyorum.

Ahmet Coşkunaydın:

Biz teşekkür ediyoruz. Verdiğiniz çok yararlı bilgiler için. Bu arada ben diğer panelistimize söz vermeden önce İstanbul Ticaret Borsasına bu çok yararlı dizi paneller için sonsuz teşekkürlerimi aktarıyorum. Kamuoyunu aydınlatmak konusunu da kendine görev edinmiş Güvenilir Ürün Platformunun da bu tür çalışmaları çok dikkatle ve yakinen izlediğini de belirtmeyi bir görev biliyorum. Çünkü elbirliği ve işbirliği ile daha iyi hale getirmek ve ekonomimize de katkıda bulunmak. Bu arada Sayın Yemişçioğlu'na da verdiği değerli bilgiler için kendisi Ege Üniversitesi Bitkisel Yağ Teknolojisi uzmanı çok teşekkür ediyorum. Ağzınıza sağlık. Şimdi konuşma sırası Sayın Osman Berberoğlu'nda. İSTİB Zeytin ve Zeytinyağı Ticareti Komite Başkanı. Buyurunuz efendim Osman Berberoğlu. Söz sizde.

Osman Berberoğlu

İSTİB Zeytin ve Zeytinyağı Ticareti
Komite Başkanı

**İSTİB Zeytin ve Zeytinyağı Ticareti Komite Başkanı Osman Berberoğlu:**

Değerli katılımcılar, zeytin sektörünün çok değerli kurumlarının temsilcileri, sayın müdürlerim, yönetim kurulu üyelerim, sayın hocam, sektörümüzün duayenleri, İstanbul Ticaret Borsasının değerli Yönetim Kurulu Üyeleri ve Sayın Meclis Başkanım, hepinizi saygıyla selamlıyorum. Bugün burada bence Türkiye'nin en büyük zenginliklerinden biri olan zeytin ve zeytinyağını konuşmak üzere bir araya geldik. Hepsi birbirinden değerli konuşmacılarımız çok önemli noktalara değindiler, sektörümüzün gelişmesi için yapılması gerekenleri ifade ettiler. Ben de konunun önemli bir tarafı olduğuna inandığım zeytin türleri ve çeşitliliğinin sektörün gelişmesine etkini ele almak istiyorum. Hepimizin bildiği gibi zeytinin ana vatanı Akdeniz çukurudur. Coğrafi keşiflerle bölgesel birçok ürün küreselleşmiş olsa da zeytin bunu yaşamadı. Dün olduğu gibi bugün de, büyük oranda anavatanı olan Akdeniz çukurundan tüm dünyaya gönderiliyor. Sadece bu durum bile ne kadar şanslı olduğumuzun, ne büyük bir zenginliğin içinde yaşadığımızın göstergesi. Akdeniz çevresindeki ülkeler, zeytin ve zeytin-

yağını tüm dünyaya satarak zenginleşiyor, gelişiyor. Ancak kimi bu değeri hakkını vererek kullanıyor, kimi maalesef bizim gibi yeterince kullanamıyor. Oysa bizim ülkemiz kadar zeytin tarımına uygun toprak büyüklüğüne sahip pek az ülke var. İnşallah, şu anda yaptığımız gibi çalışmalar sayesinde uyuyan dev zeytini uyandırmayı başarırız. Tüm tarımsal ürünlerde olduğu gibi zeytinin de birçok türü var. Bu türler, verimlilik, kullanım alanı gibi özellikleri dolayısıyla tercih ediliyor veya edilmiyor. Yüzlerle ifade edilen zeytin türleri var. Örneğin ülkemizde 56 tür olduğunu biliyoruz. İtalya'da ise 700'den fazla tür olduğu söyleniyor. Bu türler muhtemelen eskiden daha fazlaydı. Tarım ve gıda sanayi geliştikçe, verimlilik kaygısıyla türler azalıyor. Verimli türlerin tarım alanları genişliyor. Bizim ülkemizde ise zeytinliklerimizin yaşlı olması, geleneksel yöntemlerle tarımının yapılması gibi nedenlerle verimli türlerin yaygınlığı diğer ülkelere göre daha az. Akdeniz çukurunda yoğun bulunan verimli zeytin türleri İspanya'da: Picuel, Arbequina, Hojiblanca, Manzanilla, Gordal. İtalya'da: Lecino, Frantoio, Coratina, Castelvetro, Geata. Yunanistan'da: Kalamata, Koroneiki, Halkidiki, Anfisa. Portekiz'de: Kabraço.

Bu türlerin ortak özellikleri, verimli türler olmaları ve sanayi kullanımına uygunluklarıdır. Türkiye'de 56 türden söz ediliyor ama bunlar içindeki en verimli, sağlıklı ve sanayi kullanımına en uygun türler şunlar: Manzanilla ve G.27 (Gemlik – Yalova), Halkalı Leke, Domat Eşek, Kalamata, Girit Yağlık Anadolu Kraliçe Girit. Maalesef bu saydığım verimli türler Türkiye'de diğer ülkelerin verimli türlerinin yaygınlığına kıyasla yeterince yaygınlaşmış değil. Tabii bunun sonucunda da hem tarımsal hasılamız düşük oluyor, hem de elde edilen yağ miktarı az oluyor. Peki, ne yapmalıyız? Aslında bu sorunun cevabı kolay ama yapması zor... Öncelikle yeni zeytinliklerin kurulmasında bu verimli türleri kullanmalıyız. Bu türleri yaygınlaştırmalıyız. Artık verimsiz hale gelmiş zeytinliklerin yenilenmesi sürecinde de bu tercihi yapmak

önemlidir. Ancak, verimli türlerin yaygınlaşması demek, tür çeşitliliğinin azalması, türlerimizin yok olması anlamına da gelmemeli. Biyolojik çeşitliliğin doğal hayatın sürdürülebilirliği için öneminin farkında olarak zeytinciliğimizi geliştirmeliyiz. Peki, verimliliği düşük türler ne olacak, ne işe yarayacak? Sektörde deneyimi olan herkes bilir ki, bir ürünün verimliliği tek başına tercih için yeterli olmaz ve olmamalı. Öyle türler vardır ki, karıştırmak amacıyla kullanıldıklarında diğer tür zeytinlerden elde edilen zeytinyağlarının tat, koku ve kalitesini çok yükseltir. İspanya özellikle de İtalya bu konuda çok önemli çalışmalar yapıyor, zeytinyağı kalitesini artırıyor ve yüksek katma değerli ürünlerle piyasa hakimiyetlerini sürdürüyor. Biz de bu stratejiyi kullanırsak, uyumlu karışımlarla katma değerli ürünler sunarsak, sektörün en az kazanan ülkesi olmaktan çıkabiliriz. İtalya, İspanya gibi ülkelerle kıyaslandığımızda, resmen işin hamallığını yaptığımızı sanırım bu toplantıdaki herkes kabul edecektir. Tür çeşitliliğimizi korumak ve değerlendirmenin önemli bir ayağı da coğrafi işarettir. Bizim 56 zeytin türümüzün bir kısmı endemik. Özellikle bu türlerin coğrafi işaret çalışmaları hızla tamamlanmalı. Ulusal coğrafi işaret alındıktan sonra da AB coğrafi işareti için girişimler yapılmalı. Çünkü coğrafi işaret, belirli bir bölgedeki, belirli özellikteki ürünlerin tescili demek ve bu sayede tarımsal ürünlere olabilecek en yüksek katma değeri sağlamak mümkün. Coğrafi işaret ve doğru pazarlama stratejileri sayesinde, ürünlerimizin değerini bugün hayal bile edemeyeceğimiz miktarlara çıkarmamız mümkün. Bunun örnekleri var... Coğrafi işaret konusunda daha hızlı ve sağlıklı adımlar için UZZK'nın, yerel borsalar, belediyeler, dernekler ve tarım müdürlükleri ile işbirliği yaparak ortak çalışma platformu oluşturmasının doğru olacağına inanıyorum. Böylece, hem ulusal bazda bir merkezden süreci koordine eder, hem de yerel güçleri harekete geçirmiş oluruz. Bu duygularla sözlerime son verirken, hepinizi saygıyla selamlıyorum...

Ahmet Coşkunaydın:

Evet, ben Sayın Osman Berberoğlu'na İSTİB Zeytin Ve Zeytinyağı Ticareti Komitesi Başkanı. Verdiği bilgiler için çok çok teşekkür ediyorum. Demek ki önümüzde alacağımız daha bir hayli yol söz konusu. Bu konuda da tabii ki elbirliği ile çalışacağız. Şimdi son panelistimize geldik. Programımız devam ediyor. Daha sonra soru-cevap ve sizlerin keşke şunu da söyleseydim dediğiniz noktaya geleceğiz, o konudaki katkılarınızı da alacağız. Şu anda sırada Sayın Ahmet Bülent Kasap var. İSTİB Meclis Başkanı. Sayın Başkanım, hoş geldiniz. Söz sırası sizde buyurun.

Ahmet Bülent Kasap

İSTİB Meclis Başkanı



İSTİB Meclis Başkanı Ahmet Bülent Kasap:

Zeytin ve zeytinyağı sektörünün her biri kıymetli temsilcileri ve değerli katılımcılar, borsamızın düzenlemiş olduğu “Sektörler konuşuyor” isimli projemizin sektör toplantısında sizlerle bir arada olmaktan mutluluk duyduğumu belirtmek isterim. Öncelikle hepinizin Berat Kandilini kutluyor, hayırlara vesile olmasını temenni ediyorum.

Değerli katılımcılar ve izleyenler, ben bugün gıda sektörüne yıllarca yatırım yapmış biri olarak, zeytin sektörüyle tanışmamı ve bu sektörde geçirdiğim yıllarda yaşadığım deneyimleri kısa bir özetle paylaşmak istiyorum. Ama önce, Borsamızın düzenlediği toplantımızın başlığı hakkında birkaç söz söylemek isterim. Türkiye olağanüstü potansiyele rağmen, dünya zeytin üretimi ve pazarından yeterli payı maalesef alamıyor. Akdeniz ve Ege denizinin tüm kıyıları, Marmara denizinin ise önemli bir kısmı olan güney kıyıları zeytin üretimi için uygun böl-

geler. Tüm bu kıyılarımızın toplamı bizden 7 kat fazla zeytin üreten İspanya'nın kıyı uzunluğundan fazla... İşte bu yüzden bu toplantının başlığı "Türk tarımının uyuyan devi Zeytin".

Bu olağanüstü coğrafyada, yeni zeytin plantasyonları oluşturmak, yeni zeytin türlerimizi geliştirmek, üretimimizi modernize etmek, pazarlama ve markalaşma süreçlerinde yeni adımlar atmak için çalışmak dururken, sektör gündeminde zeytin alanlarının maden sahalarına açılmış olması ülkemiz için gerçekten çok acı... İnşallah böyle toplantıların da yardımıyla zeytin stratejilerimizi geliştirip, uyuyan devi uyandırmamızı temenni ediyorum. Ben de bu toplantının üretici katılımcılarından biri olarak, gıda serüvenine 1940'lı yıllardan başlayıp dededen oğula geçen ve 1978 yılında rahmetli babam Burhan Kasap'ın gıda iştirakini, 1984 yılında kurduğu çay faaliyeti ile aile şirketimizde Türkiye'nin en önemli ve prestijli çay markalarından birini ülkemize kazandırdık. 2018 yılında almış olduğumuz bu yolu, dünyanın en iyi kahve markalarından biri ile birleştirip, sahip olduğumuz gıda tecrübemizi ceviz, badem, zeytin ve zeytinyağına taşıdık. Öncelikle zeytin ve zeytinyağı sektörüne girerken yaptığımız çalışmalar sonucu kafamızda oluşan görüşlerin, sektöre girdikten sonra zamanla değiştiğini söylemek gerek. Sektörü tanımak, ihtiyaçlarını anlamak ve daha ileriye taşımak için çabamız ve öğrenme isteğimiz hiç bitmedi ve bitmeyecek. Bilgi, tecrübe ve sektörel görgümüzü arttırmak adına öğrenmeye her zaman devam edeceğiz inşallah. 2018'de başladığımız zeytin ve zeytinyağı sektöründe, sadece kendi tesisimizde ürettiğimiz ve piyasaya arz ettiğimiz sızma grubu yağlar bizi bugün ülkemizdeki kaliteli zeytinyağı üreten firmalardan biri haline getirmiştir. Bu noktada gıda sektöründeki tecrübemizin avantajlarını kullandık diyebiliriz. Tabi bu noktada sadece eski tecrübeler ek olarak; Hedef kitlenin önceden belirlenerek, kurumsal kimlik çalışması logo, amblem ve ambalaj tasarımları ile ürünün doğru konumlandırılması, Butik üretim ruhu ile sanayici

bedenini bir araya getirerek; lezzet ve özenin kitlesel üretimin ölçek avantajları ile birleştirilmesi, Türk gıda kodeksine uygun ama aynı zamanda duyuusal analizlerde de kalıcı izler bırakacak hassasiyeti kaybetmeden, araştırma, geliştirme ve sürekli öğrenmeye olan bağlılığımız her gün daha da arttırarak, herkesi doğanın bu eşsiz mucizesi ile tanıştırmak, sevdirmek ve bilgilendirmek için sadece bugünün değil, yarının hedef kitlesi için de stratejiler geliştiriyoruz. Gelecekte ana hedef kitle olacak olan kuşakların beklentilerini önemsiyor, ürün ve pazarlama stratejilerimizi de onların görüş ve önerilerini dikkate almak için çabalıyoruz. Tüm değerli sanayiciler ve yatırımcılar gibi bizde ülkemizi bu mucizevi şifa kaynağı ile hem yurt içinde hem de dünya pazarında hatırı sayılır yere ulaştırmayı amaç edinerek yolumuza devam etmekteyiz. Zeytin, hepimizin bildiği gibi binlerce yıldır üretilen, işlenen en değerli gıdalardan biri... Tarımından, ticaretine kadar hemen hemen hiç değişim yaşanmamış bir sektör. 20. yüzyılda küresel ticaretin gelişmesi, zeytin ve zeytinyağı tüketiminin binlerce yıllık üretim bölgesi olan Akdeniz Çukuru dışına yayılması sektörü değiştirmeye başladı. Modern üretim ve pazarlama yöntemleri ile tanışan zeytin, özellikle İspanya ve İtalya gibi ülkelerin dünya pazarına hâkim olduğu bir sürece girdi. İspanya üretimde, İtalya da ticarileştirmede lider ülkeler durumundalar... En büyük ithalatçılar ise başta ABD olmak üzere, AB ülkeleri, Japonya, Kanada, Avustralya gibi sanayileşmiş ülkeler... Ülkemizin doğrusal bir zeytinyağı stratejisi olmaması en büyük eksiklik; bu stratejiyi belirlerken yıllardır içinde olduğumuz sektör sorunlarına ve çözüm beklentilerine odaklanarak, markalaşma ve pazarlama adımına geçilmelidir. Ülkemiz, ne yazık ki dünya pazarında markalaşma başarısı yeterli potansiyele sahip olmasına rağmen bunu tam olarak sağlayamamış durumda. Ek olarak; Ticaret bakanlığımızın ihraç edilen zeytinyağında daha yüksek katma değer sağlamak, ihracatta markalaşmayı teşvik etmek ve nihai tüketiciye yönelik ambalajlı ürün ihracatını arttırabilmek amacıyla zeytinyağı sektörüne yönelik birtakım

çalışmaları bulunmaktadır. Fakat bu çalışmalar kısa soluklu olup, yeterli desteği sağlayamamaktadır. Zeytinyağında üretiminde öncü olan ülkeler ise uzun süreli destek programları ile sanayicilerine ihracatta uzun soluklu hedefler oluşturmasını sağlamaktadır. İlk başta da belirttiğim gibi Türkiye zeytinyağında olağanüstü potansiyeline rağmen, dünya zeytin üretimi ve pazarından yeterli payı maalesef alamıyor. Sahip olduğumuz değerlerin ve bereketli toprakların kıymetini bilerek, doğanın en güzel hediyesi olan zeytinyağını hep birlikte yapacağımız çalışmalar ile gerçek potansiyelinin ortaya çıkacağı günlere en kısa sürede kavuşmayı ümit ediyorum. Bu duygu ve düşüncelerle hepinizi saygıyla selamlıyor, toplantımızın sektörümüz için güzel atılımlara ve gelişmelere vesile olmasını temenni ediyorum. Toplantımıza katılan kıymetli katılımcılara ve dinleyicilerimize teşekkür ediyorum.

KAPANIŞ

Ahmet Coşkunaydın:

Ben Sayın Başkanımız, Sayın Ahmet Bülent Kasap Bey'e verdiği çok değerli katkılar için çok teşekkür ediyorum. İki saatlik yaklaşık süresi gibi aktı gitti. Ben son bir 10 dakikaya girdiğimizi duyurmak istiyorum. Daha sonra da yine birkaç cümle ile kapanış konuşmasını Sayın Ahmet Bülent Kasap'tan rica edeceğim ama izin verirseniz mikrofon hakkımı kullanıp ben birkaç öneride bulunmak istiyorum. Bir tanesi şu; panelimizi tatlı kapatalım bir tatlı zeytin konusu var. Ben coğrafya öğrencisiyim. Orada okudum. Bu konuda kim bilgi vermek ister. Merak ediyorum. Konumuz tatlı bir şekilde kapansın zaten hedefimiz de tatlıydı. Ama ondan önce de Sayın Celal Toprak'ın da diğer gazeteci arkadaşlarımızın da önerdiği gibi bu paneli bir de yüz yüze yapalım, canlı yapalım. Bir, salonda karşı karşıya yapalım. İki, her panelde önerdiğim bir başka konu var o da 6 ay sonra bunu tekrarlayalım. Bugünkü sorunlarımızdan ne kadarı giderildi, ne kadar mesafe aldık, nereye vardık hiç olmazsa bir muhasebe yapmış oluruz. Bunu da Sayın Başkandan ve bu paneli düzenleyen yöneticilerden kendi adıma istihah ediyorum. Uygun bulunursa çok yararlı olabilir diye de değerlendiriyorum. Müsaade ederseniz, çok kısa cevap vermeniz kaydıyla çok sayıda soru var ama 5 tanesini sizlere okuyayım. Bunları kısaca cevaplandırarak bir 10 dk. içinde panelimizi bitirelim. Tekrar tekrar çok teşekkür ediyorum anlayışınız için. Çok kısa olacak cevaplar. Bir tanesi şu; Metin Bey soruyor, diyor ki zeytinyağı elde etme aşamasında aromatik bitki kokuları ile çeşitlendirme çalışması var mı? Var veya yok. Veya nasıl bir yol izlenebilir? Kim cevap vermek ister sayın panelistlerimizden acaba? Bu konuda cevap vermek isteyen?

Ege Üniversitesi Gıda Teknolojisi Ana Bilim Dalı Doç. Dr. Fahri Yemişçioğlu:

Ben el kaldırıyorum ama.

Ahmet Coşkunaydın:

Buyurun özür dilerim. Buyurun efendim.

Ege Üniversitesi Gıda Teknolojisi Ana Bilim Dalı Doç. Dr. Fahri Yemişçioğlu:

Aromalı zeytinyağına yönelik birçok çalışma geçmişten beri var. 2 tane yol var burada. Bir tanesi bitkinin kendisi ile birlikte meyvenin ya da aromatik maddenin kendisi ile birlikte sıkımı yapmak diğeri de küçük çapta bir zeytinyağını bu aromanın ekstraksiyon gereci olarak kullanmak. Sadece raf ömrü etkisine dikkat edilmeli. Bir de önce bir Ar-Ge yapılmalı. Bu kadar.

Ahmet Coşkunaydın:

Evet, çok teşekkür ediyorum. Sayın Davut Er Bey eklemede bulunacak sanıyorum. Buyurun, Davut Bey.

Ege Zeytinyağı İhracatçıları Birliği Başkanı Davut Er:

Herkesi tekrar selamlıyorum. Kısa bir bilgilendirmek istiyorum. Biraz önce rakamları veremedim. Zeytin ve zeytinyağının kutulu ambalajlı satışını arttırmak istiyoruz. O halde 2012’de çıkan genelgeye göre 1 kg. zeytinyağında verilen destek 650 dolardır. 650 dolar. Bu gün verilen 1.600 TL. Bugünkü kurlarla 14,76, 9 bin 600 TL. olması lazım. Tonda verilen 1.600 TL. İlk çıktığı zaman verilen kurdan 650 dolardı. Yani 9.600 TL. Nereden nereye. Yüzde 10,85 erimiş efendim. 1-2 kg. zeytin yağı arası 360 dolardı. Bugün 830 TL. Tondan bahsediyorum. 5320

TL. olması lazım. 25 kg. sadece 200 dolar. Değeri 430 TL. ye geliyor tonu. Ama 2950 TL. yapar. Keza sofralık zeytin de de en üst rakam 260 dolardı tonda, en iyi 1 kg. olan ambalajlarda. 3850 TL. yapar kurlar 2012'de çıkan dolar bazında. Bu şu anda 630 TL. 2012'de çıkan bu yasa 2013'te TL.'ye döndü hocam. 2018 yılında bu rakamlar güncellendi. Zeytin ve zeytinyağının en fazla 1600 TL. tonda 1 kg.'ı kadar. Zeytinde 630 TL. Zaten ortalama gideni 1600 alan yok. 830 TL. tonda, yani 83 kuruş çok az para. 425 TL de sofralık zeytinde prim alınıyor. Bu primler daha evvelsine baktığımız zaman tam %85'i erimiş durumda. Buna dikkatleri çekmek istiyorum. Bir de hocam verimlilikle ilgili kısaca rakamlar var değinmek istiyorum. İspanya geçen yıl Ünal Bey daha iyi bilir bunları. 315 milyon ağaç varlığı bu resmi rakam UZK'nın. Geçen sene zeytinyağı üretimi 1 milyon 403 bin ton 315 milyon ağaç varlığı. Akabinde Türkiye var 193 milyon ağaç varlığını bildirmişiz oraya. 235 bin ton sofralık zeytinyağı üretimimiz. 1 milyon 403, 235 bin ton. İtalya 159 milyon ağacı var. 371 bin ton zeytinyağı üretmiş. Yunanistan 107 milyon ağacı var. 235 bin ton zeytinyağı üretmiş, geçen yıldan bahsediyoruz. Fas 103 milyon ağaçtan 158 bin ton, Tunus 76 milyon ağaçtan geçen sene, kötü yılıydı Tunus'un, 240 bin ton yıllara göre de 350 bin ton zeytinyağı üretiyor. Buradan şuraya geleceğim ağaç başına yağ varlığımız yanlış ya da ağaç başına verimliliğimiz çok düşük. Özellikle dikkatinizi çekmek istiyorum, bu çok çok önemli. Bizim ülke olarak sıvı yağ açığı olan bir ülke olarak sıvı yağa ihtiyacımız var. Üretimi arttırmamız lazım. Çok teşekkür ediyorum fırsat verdiğiniz için. Teşekkürler.

Ahmet Coşkunaydın:

Çok sağ olun. Yine çok kısa cevaplar lütfen vaktimizi bir hayli aştık. Sizler de yorulduunuz eminim ki. Şimdi Dila Hanım'ın bir sorusu var. O da enteresan bir soru diyor ki, "Tadımcılık eğitimine katılımın şartları

nelerdir? Nereye başvurulmalı?”. Bir cümleyle bunun cevabına acaba hangi panelistimiz verirler?

Uluslararası Zeytinyağı Kalite Jürisi Birsen Can Pehlivan:

Evet.

Ahmet Coşkunaydın:

Evet, buyurun Birsen Hanım.

Uluslararası Zeytinyağı Kalite Jürisi Birsen Can Pehlivan:

Zeytinyağı tadım analizleri eğitimleri ülkemizde birçok kurumlar tarafından verilebiliyor. Aynı zamanda özellikle benim içinde olduğum bir grupta beraber uluslararası uzmanlarla beraber dönem dönem zeytinyağı tadım analizi eğitmenleri yetiştirmeye çalışıyoruz.

Ahmet Coşkunaydın:

Örneğin nereye başvurmali?

Uluslararası Zeytinyağı Kalite Jürisi Birsen Can Pehlivan:

Şöyle, benim olduğum grupta sosyal medyadan ben daha çok düzenliyorum. Zeytincilik Araştırmanın kendi sayfasından yayınlanıyor. Orada yapılabilir. Dönem dönem, Aydın Ticaret Borsasının bu tür eğitimleri oluyor.

Ahmet Coşkunaydın:

Oraya başvurabilir diyorsunuz internet üzerinden.

Ege Zeytinyağı İhracatçıları Birliği Başkanı Davut Er:

Ben de katkı verebilirim.

Ahmet Coşkunaydın:

Buyurun efendim.

Ege Zeytinyağı İhracatçıları Birliği Başkanı Davut Er:

Aydın Ticaret Borsasının akredite bir panel ekibi vardır. Türkiye çapında dolanırlar ve ara ara kurslar açılıyor. Aydın Ticaret Borsası ile irtibata geçmelerini rica ediyorum. Her zaman orada kurslar oluyor.

Ahmet Coşkunaydın:

Çok sağ olun verdiğiniz bilgiler için. Çok çok teşekkür ederiz. Sadece soruyu soran değil, diğer dinleyiciler de, ilgilenenler de eminim ki verdiğiniz bu bilgilerden yararlanacaklardır. Çok kısa birer cümle ile lütfen. Zeytin üretiminde pestisit kullanımının çok yaygın olduğu iddiası bu soruyu soran Sayın Baytekin tarafından. Bu konuda Zeytincilik Araştırma Enstitüsünün çalışmaları nelerdir organik tarım konusunda?

Marmara Birlik Genel Müdürü İsmail Acar:

Evet, bizim bu konularla ilgili organik tarımda kullanılabilir veya pestisit kullanımını arttıracak çalışmalarımız var. Özellikle zeytin sineğinde mesela kopya ilaçlama yerine az ilaçlama ile bazı çekincelerle kullanılan yöntemler var. Bunların hepsi şu an Ar-Ge boyutunda hatta Manisa Tarım İl Müdürlüğü bunlarla ilgili saha çalışmalarını da beraber yapıyoruz. Bir de son yıllarda Bornova Zirai Mücadele Araştırma Enstitüsü ile biyoteknik mücadele yapılarak kısır böcek salımı ile ilgili çalışmalar var. Bu tek zeytin sineği değil aynı zamanda Akdeniz meyve sineği için de bu tür çalışmalar yoğunlukla devam ediyor. Hatta böcek üretim merkezi kuruldu buraya çok yüksek bir maliyetli olarak. Eğer başarılı olursa ileriki yıllarda ciddi anlamda zeytin sineği ile mücadele olacaktır. Tek şansımız şu iki üç yıldır zeytin sineği ile ilgili bir zarar

eşiği de yok, o da büyük bir avantaj. Yani iki veya üç yıldır zeytin sineği zararlısı da çıkmıyor. Buradaki en önemli nokta üreticilerin takip sistemini yapmamaları, direkt zirai ilaç bayisinin beyanı ile ilaçlama yapmalarıdır. Oysa iyi bir takip sistemi iyi bir tuzak sistemi ile ilaçlama gerekip gerekmediğini kontrol etmek gerekir. Ama maalesef bizim zirai mücadeledeki bayiler doğrudan şu dönemde bu ilaca bu dönemde şu ilaca diye gittiklerinden pestisit kullanımı artıyor. Oysaki takip sisteminden sonra hiç gerekmebilir de ilaç. Maalesef takip sistemi bazı ilçe tarım müdürlükleri çok iyi çalışıyor. Bazılarında sıkıntı var. Dolayısıyla sadece bayiye kalmış gibi duruyor. Bayinin beyanları ile gidiyorlar. O yüzden kullanım fazla.

Ahmet Coşkunaydın:

Çok teşekkür ediyorum. Son kısa bir cümlelik soru. Sonra Meclis Başkanımız Sayın Ahmet Bülent Kasap'a kapanış konuşması için söz vereceğim. O da şu, Türkiye'deki zeytin tüketimini evlerde vatandaşlar düzeyinde artırmak için çalışmalar var mı? Neler yapılabilir? Belki başkanım bu konuda görüş belirtmek ister. Kapanış konuşmasıyla birlikte... Buyurun efendim. Sayın Berberoğlu.

İSTİB Zeytin ve Zeytinyağı Ticareti Komite Başkanı Osman Berberoğlu:

Aydın Ticaret Borsası ile Edirne'den Van'a kadar pek çok ilimizde bu pandemiden önce zeytin ve zeytinyağı tadım panelleri tertip ettik. Davut Bey'in ifade ettiği gibi maalesef zeytinyağı tüketimimiz çok az. Zeytin tüketimimiz fevkalade iyi. Diğer AB ülkelerine diğer ülkeler bakarak biz onların nasıl bir zeytin yapmalarını, nasıl bir zeytinyağı yemelerini ifade ettiği gibi Davut Bey'in, natürel sızma yağı gırtlığı birazcık yakacak, aroması da bol olacaktır. Yani bu kitlelere ulaşmaya gayret ediyoruz. Bu pandemi neticelendiğinde yine hızla bu projelere devam edeceğimizi belirtirim buradan.

Ahmet Coşkunaydın:

Çok çok sağ olun efendim bu muhteşem, çok yararlı, güzel aydınlatıcı panelin düzenlenmesinde emeği geçen başta İstanbul Ticaret Borsası yöneticileri olmak üzere sayın başkana, yardımcılara ben sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum. Ama kapanmadan önce de birkaç cümle daha Sayın Ahmet Bülent Kasap'tan almak istiyorum.

İSTİB Meclis Başkanı Ahmet Bülent Kasap:

Teşekkür ediyorum Ahmet Bey, dinleyicilerimize ve verdiği eşsiz bilgiler için değerli katılımcılarımıza teşekkür ediyorum. Amacına uygun ve oldukça verimli bir toplantı olduğunu düşünüyorum. Panelimiz sektörümüz için hayırlara ve faydalı adımlara vesile olur inşallah. İstanbul Ticaret Borsası olarak sektörümüze faydalı olacak bu ve buna benzer çalışmalar devam edecektir bundan sonra. Herkesin tekrar kandilini kutluyor, panelimizi kapatmak üzere sözü Ahmet Bey size devrediyorum. Teşekkür ederim.

Ahmet Coşkunaydın:

Sayın Başkan ben tekrar tekrar teşekkür ediyorum. Ve biraz önce önerdiğim beklentilerin gerçekleşmesi umuduyla zeytinciliğimize devri, en azından bir azcıkta olsa harekete geçirmiş olduğumuz inancıyla hepimize selam ve saygılarımı sunuyorum. Daha ilerideki toplantılarda buluşmak dileğiyle saygılarımı sunuyorum. Hoşça kalın diyorum.

BASIN YANSIMALARI



İstanbul Ticaret Borsası'nın düzenlediği 'Borsa Meydanı'nda Sektörler Konuşuyor' toplantılarının üçüncüsünde süt ve süt ürünleri sektörünün sorunları konuşuldu.



SÜT SEKTÖRÜ KATMA DEĞERLİ ÜRÜNLERLE GELİŞİR

Webinar ortamında gerçekleştirilen, Süt ve Süt Ürünlerinde Ulusal Stratejiler başlıklı toplantıya Tarım ve Orman Bakanlığı Hayvancılık Genel Müdürü Zekeriya Erdurmuş, Ulusal Süt Konseyi Yürütüm Kurulu Üyesi Hamit Can, Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretler Türkiye Araştırma Ağı (YÜCİTA) Başkanı Prof. Dr. Yavuz Tekelioğlu, Güneşli, Gıda Yürütüm Kurulu Başkanı ve İSTİB Yürütüm Kurulu Üyesi Zülküf Kopuz, İSTİB Süt Ürünleri Toplantı Ticaret Meşek Komitesi Başkanı Turan Sağpınar ve İSTİB Yürütüm Kurulu Sayman Üyesi ve Süt Ürünleri Perakende Ticaret Komitesi Üyesi Recep Salih Ali konuşmacı olarak katıldı.

Açılışını **İstanbul Ticaret Borsası (İSTİB)** Başkanı Ali Kopuz'un yaptığı ve konuşla ilgili bütün bilgilerin katılıpı toplantıda güncel öneriler ile çıktı. Tarım ve Orman Bakanlığı Hayvancılık Genel Müdürü Zekeriya Erdurmuş, Ulusal Süt Konseyi Yürütüm Kurulu Üyesi Hamit Can, YÜCİTA Başkanı Prof. Dr. Yavuz Tekelioğlu, İSTİB Yürütüm Kurulu Üyesi Zülküf Kopuz, İSTİB Süt Ürünleri Toplantı Ticaret Meşek Komitesi Başkanı Turan Sağpınar ve İSTİB Yürütüm Kurulu Sayman Üyesi ve Süt Ürünleri Perakende Ticaret Komitesi Üyesi Recep Salih Ali'nin konuşmacı olduğu toplantı önemli sonuçlara değindi.

Güvenilir İslam Platformu Başkanı Celal Toprak'ın moderatörlüğünde yapılan etkinliğin açılış konuşmasını gerçekleştiren İSTİB Yürütüm Kurulu Başkanı Ali Kopuz, ülkelerin gıda ile kendi kendine yetebilmesi stratejisi içinde yürüldüğü bir dönemden

geçtiğini belirtti. "Ülkemiz, insanlığın en önemli besin kaynaklarından olan süt ürünlerinde, muazzam potansiyele olan bir coğrafyaya bulunuyor. Ancak bu potansiyele henüz açığa çıkarılabildiği değil. Örneğin, Türkiye'deki meralları çok büyük hayvancılığa daha elverişli olmasının avantajını, henüz süt ürünlerimize yansıtmadık. Diğer taraftan, süt sektörünün kesime girmesinin, süt sektörüne olan olumsuz etkilerin, ben kırımda sektöründen gelen biri olarak her mecrada ısrarla dile getiriyorum" dedi. Ali Kopuz, **İstanbul Ticaret Borsası**'nın güdümde her alanındaki sorunlara çözüm katkısında bulunmak için bu toplantıların düzenlendiğini belirtti. "Her konuda olduğu gibi gıda konusunda da sorunlara çözümün ortak akla iletilmesi gerektiğine inanıyorum. Bu nedenle karar alıcılardan bilim insanlarına ve sektör temsilcilerine kadar tüm paydaşları bir araya getirerek çözüm aradığımız toplantılarımızı sürdürdüğümüz" şeklinde konuştu.



Tarım ve Orman Bakanlığı Zekeriya Erdurmuş, Süt sektörünün son hatırlatarak, Beklenilen kalitenin artırılması, yuvaların bir kalite ile hem hayvan ürün ile mümkün" şeklinde konuştu. "Mucizevi üretimi hakkında söz var. Özellikle kırmızı olduğumuzda dair bir Halkın Türkiye'ye güveni, değer olarak 1000 ettiğini 7-8 katı ihracat yapıp, tüm hayvansal ürünlerde ise 1000 katı ihracat yapıyoruz" dedi.

Hayvansal ürünlerde ise 1000 katı ihracat yapıyoruz" dedi. Hayvansal ürünlerde ise 1000 katı ihracat yapıyoruz" dedi.

Hayvansal ürünlerde ise 1000 katı ihracat yapıyoruz" dedi. Hayvansal ürünlerde ise 1000 katı ihracat yapıyoruz" dedi.



'Üretim tehdidi altında'

İstanbul Ticaret Borsası'nın (İSTİB) düzenlediği Borsa Meydanı'nda Sektörler Konuşuyor' toplantılarının üçüncüsünde süt ve süt ürünleri sektörünün sorunları konuşuldu. İSTİB'den yapılan açıklamaya göre, önceki gün webinar ortamında gerçekleştirilen, Türk Tanimın Uyuyan Devi Zeytin başlıklı toplantıda, İSTİB Meclis Başkanı Ahmet Bilal Kaşap, Marmara Birlik Genel Müdürü İsmail Acar, Ege Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçıları Birliği Başkanı Davut Er ise sürpri zeytin ve zeytinyağı ihracatı uzun vadede hedefler oluşturabiliyorlar. Teytiklerin uzun vadede olması ve sürekliliği hayati önemdedir" dedi.

Halkın Türkiye'ye güveni, değer olarak 1000 ettiğini 7-8 katı ihracat yapıp, tüm hayvansal ürünlerde ise 1000 katı ihracat yapıyoruz" dedi. Hayvansal ürünlerde ise 1000 katı ihracat yapıyoruz" dedi.

Hayvansal ürünlerde ise 1000 katı ihracat yapıyoruz" dedi. Hayvansal ürünlerde ise 1000 katı ihracat yapıyoruz" dedi.

Hayvansal ürünlerde ise 1000 katı ihracat yapıyoruz" dedi. Hayvansal ürünlerde ise 1000 katı ihracat yapıyoruz" dedi.

'VERİ EKSİKLİĞİ VAR'

Marmara Birlik Genel Müdürü İsmail Acar ise Türkiye'de zeytin konusunda iki birlik olduğunu belirtti. İhracatçıları Birliği'nin zeytinyağı, Marmara Birlik'in ise sofralık zeytin konusunda uzmanlaştığını ifade etti. Acar, Türkiye'de zeytinyağı sorunlarını başlıca güvencesizliği olmayan istatistik bilgiler olduğunu vurgulayarak, "Bu nedenle zeytin verilerinin güvencesiz ve istatistik yok. Veri eksikliği strateji oluşturamamızı engeller. Miras yoluyla bol miktarda zeytinler, tahıl ile ve gübre kullanımı, sulanabilir alanların düşüklüğü, üretim ihracat desteklerinin yetersizliği gibi riskli maliyetleri eklenmiş. Bu sorun üretimi tehdit eder boyutta." ifadelerini kullandı.

Hayvansal ürünlerde ise 1000 katı ihracat yapıyoruz" dedi. Hayvansal ürünlerde ise 1000 katı ihracat yapıyoruz" dedi.

Hayvansal ürünlerde ise 1000 katı ihracat yapıyoruz" dedi. Hayvansal ürünlerde ise 1000 katı ihracat yapıyoruz" dedi.

Hayvansal ürünlerde ise 1000 katı ihracat yapıyoruz" dedi. Hayvansal ürünlerde ise 1000 katı ihracat yapıyoruz" dedi.

Aydınlık

30 bin ton zeytinyağı LİMANDA BEKLİYOR

Bu sorun üretimi tehdit eder boyutta" dedi.

HEDEF ÜRETİMİ ARTIRMAK OLMALI

Ege Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçıları Birliği Başkanı Davut Er ise sürpri zeytin ve zeytinyağı ihracatçıları arasında yakındır ve "Bağlantıları yapılmış, limana ulaşmış 30 bin ton yağımız şu anda bekliyor. Bu yağların ihracatı izin verilmesi acil talebidir. Türkiye'nin temel hedefi üretimi artırmak olmalı. Dünya pazarı için İspanya'da hiçbir yasak yok. Bizde de olmalı." diye konuştu. Ege Üniversitesi Bütünsel Yağ Teknolojisi Uzmanı Dr. Fahri Yemişioğlu da zeytinin stratejik bir ürün olduğunu vurguladı ve "devlet kontrolünde planlamaya" gidilmelidir, dedi.

■ YURT HABERLERİ



BORSA MEYDANINDA
SEKTÖRLER KONUŞUYOR

GIDA SEKTÖRÜNÜN KALBI BURADA ATIYOR

Gıdanın sorun ve çözüm önerileri Borsa Meydanında konuşuluyor...

İstanbul Ticaret Borsasının Güvenilir Ürün Platformunun destekleriyle düzenlediği Borsa Meydanı toplantılarında gıda sektörünün sorunları ele alınıyor, çözüm önerileri tartışılıyor.

Her ay gerçekleştirilen toplantıların sonuçları ilgililere iletiliyor, basında geniş yankı buluyor ve kitap olarak basılarak da paydaşlara dağıtılıyor.



istanbulticaretborsası

istib1924

İSTANBUL TİCARET BORSASI
İSTANBUL COMMODITY EXCHANGE 1924

www.istib.org.tr