

**BASIN BÜLTENİ Haziran 2021**

**Türkiye salgında geleneksel lezzeti kuruyemişten vazgeçmedi**

**2020 yılında 514 bin ton kuruyemiş tüketti**

**2020 yılı pandemi döneminde evde kalma süreci, Türk halkını kuruyemiş ve kuru meyve tüketimine yöneltti. Uzun saatler boyunca kapalı alanlarda vakit geçirmek, atıştırmalık tüketimini önemli ölçüde artırdı. Türkiye’de hanelerin ortalama yüzde 98’ine kuruyemiş girdiğini aktaran Peyman CEO’su Kaan Baral, “Pandemi döneminde kuruyemiş talebindeki artışa bağlı olarak, ambalajlı kuruyemiş pazarı, ciroda yüzde 45 oranında büyüdü” dedi.**

Pandemi döneminde, sağlıklı beslenmeye yönelim, güvenilir ve hijyenik ürün talebi, kuruyemişte ambalajlı ürünlere olan ilgiyi artırdı. 2020 yılında açık ve ambalajlı kuruyemiş pazarı ciroda yüzde 31 düzeyine ulaşırken, ambalajlı kuruyemiş kategorisi, toplam pazar büyümesinin üzerine çıkarak, yüzde 45 oranında büyüdü. Toplam kuruyemiş pazarı 18 milyar TL’ye, ambalajlı kuruyemiş pazarı ise yaklaşık 5.5 milyar TL’ye ulaştı.

**“Yeni atıştırmalık trendinin öncüsüyüz”**

2020 yılında pandeminin de etkisiyle Peyman ürünlerinin girdiği hane sayısının yüzde 19 oranında arttığını kaydeden **Peyman’ın CEO’su Kaan Baral,** bir haneye yıl içerisinde ortalama 25 kilogram kuruyemiş alındığını belirtti. **Baral,** dünyada ve Türkiye’de glütensiz ürünlere karşı bir hassasiyet olduğunu belirterek şunları söyledi: “*Özellikle son yıllarda tüm dünyada sağlıklı beslenme ve sağlıklı atıştırmalıklara yoğun bir yönelim var****.*** *Peyman olarak tüketicilerimize kuruyemişlerimizi, en sağlıklı ve en hijyenik sistemlerde üreterek ulaştırma misyonuyla hareket ediyoruz. Sektördeki yeni atıştırmalık trendinin öncüsü olduk ve pandemiye rağmen yatırımlarımızı hızlandırarak fabrikamızı glütensiz üretim alanına dönüştürdük. Sektörümüzde ilk Gluten Free ve TSE Covid-19 Güvenli Üretim sertifikalarını almanın da gururunu yaşadık.*”

**“Türkiye, dünyanın en gözde kuruyemiş ve kuru meyve üreticisi”**

Türk kuruyemiş sektörünün dünya pazarlarında daha büyük başarılara ulaşması için daha çok çalışılması gerektiğinin altını çizen **Peyman CEO’su Kaan Baral**: “*Türkiye bugün dünyanın sayılı kuruyemiş, kuru meyve üreticisi ve ihracatçısı ülkelerden biri konumunda. Anadolu’muzun zengin topraklarında yetişen bu özel ürünleri, dünyaya sadece hammadde olarak değil, güçlü markaların vizyonuyla sunmak için yatırımlara odaklanmalıyız. Tarımsal alandaki desteklerin artması ve devlet-üretici-sanayici işbirliğinin güçlenmesi, global pazar hedeflerimize ulaşmamızda en önemli etken. Peyman olarak, bu noktada üzerimize düşen görevin bilinciyle, uluslararası standartlarda üretim ve inovasyona odaklandık. Dünyaya Türk kuruyemişini sağlıklı, gurme ve inovatif ürünlerimizle Bahçeden, Çitliyo ve Nutzz markalarımız altında ulaştırıyoruz*” diye konuştu.

**“2021’de önceliğimiz; dijital dönüşüm, inovasyon ve ihracat”**

Peyman’ın pandemide 10‘dan fazla yeni ülkeye ihracat gerçekleştirdiğini ve 2020 yılında ihracatta yaklaşık yüzde 70 oranında büyüme kaydettiğini aktaran **Peyman CEO’su Kaan Baral;** “*2021 ve sonrasına ilişkin stratejilerimiz çerçevesinde; dijital dönüşüm, inovasyon ve ihracat alanlarındaki hedeflerimiz, sıralamada ilk üçte yer alıyor. 2020 yılında başladığımız dijital sistemlere geçişin boyutunu artırarak, teknolojik altyapımızı güçlendirecek yatırımlara devam edeceğiz. İş alanlarımızda, otomasyon ve robotik süreçlerin daha etkin kullanımıyla hızlı, güçlü ve yaygın iletişimi hedefliyoruz.”* dedi.

[**www.peyman.com.tr**](http://www.peyman.com.tr)

**Ayrıntılı bilgi için;**

