

En çok fındık ve Antep fıstığı üretiyoruz ama ay çekirdeği yiyoruz! **Çitlemeye doyamıyoruz!**

Türkiye kuruyemiş ve kuru meyve üretiminde dünyada ön sıralarda geliyor. Dünya fıncığının yüzde 70'inden fazlasını üreterek liderliği kimseye bırakmayan Türkiye, Antep fıstığında da ABD ve İran'la birlikte ilk 3 üretici ülke arasında yer alıyor. Türkiye'nin tüketimde bir numaralı kuruyemişi ise yine tartışmasız ay çekirdeği... Küresel olarak sağlık bilincinin artmasıyla kuruyemiş üretimi ve tüketiminin her yıl arttığını söyleyen Peyman Pazarlama Direktörü Ali Burak Aygöl, inovasyonun kuruyemiş tüketim alışkanlıklarını da değıştireceğini belirtiyor.

Türkiye'de kuruyemiş tüketimi kültürümüz içinde önemli bir yere sahip. Özellikle yılbaşı, kuruyemiş tüketiminin zirve yaptığı bir dönem. Yılbaşı öncesinde Türkiye'nin kuruyemiş üretimini ve tüketim alışkanlıklarını değerlendiren **Peyman Pazarlama Direktörü Ali Burak Aygöl**, dünyada hızla tüketimi artan kuruyemişle ilgili önümüzdeki dönem trendlerini de yorumladı.

Artan sağlık bilinci kuruyemişe yöneltti

Uluslararası Kabuklu Yemiş ve Kuru Meyve Konseyi'nin (International Nut and Dried Fruit Council-INC) raporuna göre, dünyada kabuklu kuruyemiş üretimi son 10 yılda %24 arttı. Türkiye'nin ABD'den sonra dünyanın ikinci büyük üreticisi olduğunu söyleyen Ali Burak Aygöl, "Türkiye'deki kuruyemiş üretiminin %80'den fazlasını fındık, %10-11'ini ise Antep fıstığı oluşturuyor. Tüketim oranlarına baktığımızda ise ay çekirdeği liderliği kaptırmıyor. Son dönemde yer fıstığı tüketimi de artış trendinde" diyor. Kuruyemiş tüketim trendlerinin küresel olarak artan sağlık bilinci ve sağlıklı beslenme trendlerinden direkt etkilendiğini söyleyen Aygöl, bu trendlere bağlı olarak kuruyemiş üretiminin de artmaya ve pazarın büyüme devam edeceğini belirtiyor.

İnovasyon kuruyemiş tüketme alışkanlıklarını da etkiliyor

Yenilikçi ürünler geliştirmek isteyen firmaların eskiden genellikle fındık endüstrisindeki yeni tat ve dokulardan ilham aldığını söyleyen Ali Burak Aygöl, artık tüketici merkezli yaklaşım benimseyen gıda üreticilerinin başarılı olduğunu belirterek, "İnovasyon artık tüm sektörler için vazgeçilmez hale geldi. İnovasyonun merkezinde ise tüketici odaklı olmak ve ihtiyaç analizleri yapmak var. Peyman olarak ulusal ve uluslararası pazarlarda tüketicilerin taleplerini ve yeni tat arayışlarını doğru anlamak amacıyla hem Ar-Ge çalışmaları yapıyor hem de güncel trendleri takip ediyoruz. Ürünlerimizin yenilikçi yönlerini artırma ve toplumumuza yeni lezzetler sunma becerilerimizi kullanarak, son olarak Türkiye'ye acılı ay çekirdeğini armağan ettik. Herkesin sevgilisi kara çekirdeğin eşsiz lezzetini; Kara Şimşek markasıyla önce tuzlu, ardından tüketicilerimizden gelen yoğun talep üzerine tuzsuz serimizle sunduk. Şimdi ise çekirdek çitlemeye doyamayanları "Acılı" çekirdek deneyimini yaşamaya davet ediyoruz" diye konuştu.