

**BASIN BÜLTENİ Haziran 2020**

**Türkiye kuruyemişi çok seviyor…**

**Her 100 evin 96’sında kuruyemiş tüketiliyor**

**Hayatı eve sığdırmaya çalıştığımız COVID-19 salgını döneminde kuruyemişe talep de arttı. Virüse karşı bağışıklık sistemini korumak ve vücut direncini artırmak isteyenler kuru üzüm, kayısı, incir, hurma gibi doğal kuru meyvelere ağırlık verirken, tüm aile bireylerinin evde kalmasıyla birlikte favori sosyal yiyeceğimiz ay çekirdeği tüketimi de artış gösterdi. Kuruyemiş sektörünün, 2019’da bir önceki yıla göre yüzde 20 büyüdüğünü ve kuruyemişin her 100 evden 96’sında tüketildiğini söyleyen Peyman CEO’su Kaan Baral, salgında sağlıklı ürünlere ilginin artmasıyla tüketicilerin ambalajlı ürünlere yöneldiğini belirtti.**

2019 yılı tüm dünya için küresel ekonomik dalgalanmalar nedeniyle zorlu geçti ama Türkiye geleneksel lezzeti kuruyemişten vazgeçmedi. Ambalajlı kuruyemiş sektörünün öncü şirketlerinden **Peyman’ın CEO’su Kaan Baral**’ınaçıklamalarına göre,bir hane yıl içerisinde ortalama 15 kez kuruyemiş alışverişi yaparken, her alışverişinde yaklaşık 680 gr kuruyemiş aldı. Koronavirüs döneminde evde kalmanın da kuruyemiş ve kuru meyve satışlarını artırdığını belirten Kaan Baral, talebin daha da artacağına işaret etti.

***Kuruyemiş sektörü 2019’da yüzde 20 büyüdü…***

Kuruyemiş sektörünün 2019 yılını, 2018 yılı cirosuna oranla %19 büyüme ile yaklaşık 5.7 milyar TL ile kapattığını söyleyen **Kaan** **Baral**, “INC’nin (International Nut and Dried Fruit Council) 2018 raporuna göre ülkemiz, dünya kuruyemiş pazarından aldığı yüzde 10 pay ile ABD’den sonra ikinci sırada geliyor. Bugün hala kuru üzüm, kuru kayısı ve kuru incirde dünyanın önde gelen üreticilerinden biriyiz. Sektörümüz, gelecekte ülke ekonomisine daha büyük katma değer yaratacak bir potansiyele sahip.” diyerek bu değerin kullanılması gerektiğini ifade etti.

***Favori sosyal yiyeceğimiz ay çekirdeği…***

Karantina sürecinde sağlıklı, güvenilir ve markalı ürüne olan yönelimin arttığını söyleyen **Kaan** **Baral** şu değerlendirmede bulundu: “İnsanlar açıkta satılan ürünlerin yerine, ambalajlı gıdaya yöneldi. Diğer yandan, “evdekal” hareketiyle birlikte hepimiz hayatı evlere taşıdık. Evlerde favori sosyal yiyeceğimiz yine ay çekirdeği oldu. Çitliyo Kara Şimşek başta olmak üzere Nutzz Fıstık ve Peyman Antep Fıstığı satışı en yüksek olan ürünlerimizin başında geldi. Bu dönemde sağlıklı beslenmek isteyenlerin tercihi ise çiğ kuruyemiş grubumuz olan Bahçeden ürünleriydi.”

***Koronavirüs güvenilir gıdaya yöneltti…***

Bu dönemde ambalajlı ürün tüketiminde önemli oranda talep artışı olduğunu söyleyen **Kaan** **Baral**, “Ambalajlı kuruyemiş sektörünün öncü şirketi olarak, kontrol sistemlerinden geçmiş, marka güvenilirliği olan, ambalajlı kuruyemiş tüketilmesi gerektiğini tüketicilerimize uzun yıllardır anlatıyoruz. Bu vizyonla tüm Peyman ürünlerinin güvenle tüketilebilmesi için inovasyonumuzu ambalaj alanına da taşıdık ve ilk zipperlı ambalajı ürettik. Ürünlerimizin sağlıklı, hijyenik ve en taze haliyle tüketicilerimize ulaşması için koruyucu ambalajlarımızı özel olarak tasarladık.” diyerek bu alandaki yatırımları sürdüreceklerini ekledi.

***Turquality sertifikalı Peyman, Türk kuruyemişleri ile dünyaya açılıyor…***

**Peyman CEO’su** **Kaan Baral**, şöyle devam etti: “Bu dönemde; kendimize yeten, her alanda dünya pazarları için “en iyi üretim yapan” ülke olmanın ne kadar önemli olduğunu bir kez daha anladık. Bu anlamda pandemiyi de uluslararası arenada bir fırsata çevirebileceğimizi düşünüyorum. Bugün, kuruyemiş sektöründe Turquality sertifikasına sahip tek “ambalajlı Türk kuruyemiş markası” olarak ABD’den Avustralya’ya, Avrupa’dan Ortadoğu’ya uzanan geniş bir coğrafyada yaklaşık 50 ülkeye Türk kuruyemişini ulaştırıyoruz. Bu da üretim gücümüzle kuruyemiş sektörümüzün dünyaya başarıyla açıldığının çok önemli bir göstergesi”.

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