

❁ MERCİMEK ALARMI VERİYOR ❁ PENCERE ÖNÜ BOSTANLARI ❁ CEVİZ YATIRIM ARACI OLDU

info farm

Temmuz 2008 Sayı:15

İstanbul İhracatçı Birliklerinin Aylık Tarım Ekonomisi ve İhracatı Dergisi

Herkes tarımı
konuşuyor

Türk çikolatası
hızlı büyüyor

Exponut geliyor

Bir damla
suyla tarım

İİB'de genel
kurullar yapıldı

Endemik bitkiye
yatırım kazandırır

Avrupa'nın yaban mantarı Akya Mantar'dan

TÜRKİYEDEN GELİŞMİŞ ÜLKELERE YAKLAŞIK 30 YILDIR YABAN MANTARI İHRAÇ EDİLİYOR. TÜRKİYENİN YABAN MANTARI İHRACATININ YÜZDE 60'INI GERÇEKLEŞTİREN AKYA MANTAR FİRMASI DA AVRUPA'DA BU ÜRÜNDE MARKA OLMAK İÇİN ÇABA GÖSTERİYOR.



Tarımsal ürün ihracatının artmasında ürün miktarları kadar ihraç edilen ürün çeşitlilikleri de önemli rol oynuyor. Türkiye zengin doğal ürün çeşitliliği ile gelişmiş ülkelere çok çeşitli ürün ihracatı yapıyor. Bu ürünlerden birini de yaban mantarları oluşturuyor. Türkiye sahip olduğu flora ve iklim koşulları nedeniyle değişik ortamlarda yetişen yaban mantarları yüzünden oldukça zengin konumda bulunuyor. Türkiye, 20 milyon hektarlık orman alanı ve geniş ziraat arazileri ile kırık araziler bakımından çok geniş bir mantar yetişme ortamına sahip bulunuyor. Henüz bu geniş mantar potansiyelinden tam olarak yararlanamasa da Avrupa ülkelerinin yaban mantarlarına olan ilgisi sayesinde ekonomik değeri yükselen mantarlar, ihracatçı firmaların da dikkatini gittikçe daha fazla çeker duruma gelmiş bulunuyor. Araştırmalara göre, bugün için 40 civarında yenen mantar türü yemeklik olarak toplanıyor ve bunların içinden 25'e yakını ticarete konu edilip pazarlarda satılıyor ya da yurt dışına ihraç ediliyor. Yaban mantarları; ormanlık bölgelerde, ağaç altlarında ve ağaç kütükleri üzerinde, çayır alanlarda yılın belirli mevsimlerinde görülüyorlar. Mantarların ye-



Kenan Demiral Akya Mantar'ın sahibi
Türkiye'de toplanan yaban mantarlarının yüzde 60'ını ihraç ediyoruz

tişme devreleri, ekolojik koşullarına bağlı olarak genellikle ilkbahar ve sonbahar ayları. Bazı serin bölgelerde, yaz aylarında görülen türler de mevcut. Yaban mantarları ekonomik değerleri olduğu için çoğu zaman bilinçsiz olarak da toplanabilmekte ve bazı türlerin tehlike altında olduğu da gözlenmektedir. Ancak son yıllarda bu üründe markalaşmaya başlayan Akya Mantar firması, ürün konusunda olabildiğince hassas davranarak, Türkiye'nin tüm yaban mantar ihracatının yüzde 60'ını tek başına gerçekleştirmeyi başarmış bulunuyor. Firma, başansını 2007 ihracat rakamı ile İstanbul Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Sıralamasında beşinci, kendi sektöründe 1. firma olarak yer alıyor ve bu başansını İstanbul İhracatçıları Birliği Ödül Töreni'nde aldığı ödül ile de perçinlemiş bulunuyor.

Akya Mantar pazarının fiyatını belirliyor

2005 yılında resmi kuruluş işlemlerini tamamlayarak yaban mantar sektörüne profesyonel anlamda giriş yaparak Türkiye'de yaban mantarının kalbi sayılabilecek Tekirdağ'ın Saray ilçesinde ticaret hayatına başlayan Akya Mantar, Demiral Şirketler Grubu altında faaliyetlerini yürütüyor.

Akya Mantar hakkında bize ayrıntılı bilgiler veren firma sahibi Kenan Demiral,

"Kuruluşundan itibaren hızla altyapı ve kadro çalışmalarına ağırlık veren firmamız, 3 yıl gibi çok kısa sayılabilecek bir sürede tesisini büyütmüş, soğuk hava depolarını kurmuş, araç filosunu yeni frigo araçlar ile takviye etmiş ve en önemlisi de sektörün önde gelen isimlerini bünyesine katarak bu gün itibarı ile kendi dalında hiçbir firmada olmayan profesyonel bir ekip oluşturmuş durumda" diyor.

Yaptığı akılcı yatırımların meyvesini de kısa sürede toplamaya başlayan Akya Mantar, bu gün gerek yurt içinde gerekse yurt dışında tanınmış, ürün kalitesi ve ürün sürekliliği ile her mevsimde aranan bir ürün tedarikçisi haline gelmiş bir firma. Kenan Demiral, "Yurt içinde topladığı mantarını satmak isteyen köylü de, yurt dışında yılın herhangi bir ayında mala ihtiyaç duyan Avrupa'nın önde gelen yaban mantar ithalatçıları da Türkiye'de öncelikle firmamızı aramaya başladı. Yurt dışındaki yaban mantar ithalatçıları ile geliştirdiğimiz sağlam ilişkiler ve yurt içinde kurduğumuz hızlı, güvenilir satın alma ağı ile bugün yaban mantar piyasasında fiyat belirleyebilecek güce ve etkiye ulaştık" diyor.

Mantar tüketimi gelişmişlik göstergesi

Kültür mantarı ve yaban mantarı her ne



Yaban mantarının tüketimi, ülkelerin gelişmişlik ve refah düzeyi ile yakından ilişkili olduğu için ağırlıklı olarak, ABD, Almanya, Fransa, Hollanda, İspanya ve İtalya gibi gelir düzeyi yüksek ülkelerde tercih ediliyor.

kadar aynı sektör çatısı altında değerlendirilebilir de pratikte yaban mantar, kendine has özellikleri itibarı ile mantar sektöründe ve diğer tüm gıda ürünleri arasında ayrıcalıklı bir konuma sahip denebilir. Yaban mantarının tüketimi, ülkelerin gelişmişlik ve refah düzeyi ile yakından ilişkili olduğu için ağırlıklı olarak, ABD, Almanya, Fransa, Hollanda, İspanya ve İtalya gibi gelir düzeyi yüksek ülkelerde tercih ediliyor. Türkiye ile bu ülkeler arasındaki asıl farkın mutfak kültüründe ortaya çıktığını söyleyen Demiral, "Bahsedilen ülkelerin tamamında ve fazlasında yaban mantarın bir yemek kültürü olarak yer alıyor ve geçmişlerinden gelen binlerce yaban mantarı yemek tarifleri bulmak mümkün. Oysa Türkiye'de bu sadece o mantarın toplandığı bölge ve bazı lüks restoranlar, büyük oteller ile sınırlı bir tüketim hacmine sahip. Hatta o kadar baştan savma şekilde bakılan bir konu ki, bir kaç hafta önce Milliyet Pazar ekinde haftalık yazılar yazan Mehmet Yalçın'ın köşesinde yemek kitaplarındaki hatalarla ilgili bir paragrafta, yaban mantarları içinde en çok tanınanı diyebileceğimiz Morchella mantarının adının bile yanlış şekilde yazıldığı, tarifinse zaten yanlış olduğu belirtilmekteydi. Güya kitabı yazan çok ünlü bir yemek ustası" diyor.

İç tüketim oldukça düşük

Yaban mantar konusunda Türkiye'nin çok geri bir noktada olduğunu belirten

Kenan Demiral bunun sebebinin açıklanarak "Bugün Avrupa'da hangi süpermarket zincirine gitseniz, ya da en basitinden biraz gurme tabir edebileceğimiz bir alışveriş mağazasına uğrasanız çeşit çeşit taze, kuru, donmuş şekilde yaban mantarları bulmanız mümkün. Ama Türkiye'de böyle bir şey en lüks alışveriş merkezinde bile söz konusu değil. Bizim yemek kültürümüzde maalesef yaban mantarı diye bir ürünün olmadığını söylemek zorundayız. Tabii bunda fiyatların da son derece etkili olduğunu atlamamak lazım. Kaç kişi 1 kilo mantar için 30-40 YTL öder diye de düşünmek durumundayız" diyor.

Toplanmasından satışına, uzun bir maraton

Yaban mantarında satım aşamasına kadar her hangi bir üretim söz konusu değil. Hemen hemen bütün türleri bol yağmur ve belli bir sıcaklık koşulunda yetişen yaban mantarı, ilkbahar mevsiminde Mart ayının ilk günlerinden itibaren yetişmeye başlıyor. Baharın gelmesi, güneşin biraz daha fazla yüzünü göstermesi ile birlikte dağlardaki karlar erimeye, toprağın ısıya ve suya doymasıyla halk arasında "Kuzu Göbeği" denilen Morchella mantarı Ege Bölgesi'nde görülmeye başlanıyor.

Demiral, bu süreçten sonra bölgedeki yaban mantarlarını almak üzere harekete geçtiklerini ve kendileri adına mal toplayan elemanlara alım için talimat vererek araçlarını bölgeye sevk ettiklerini söylüyor.

Bu şekilde köylünün dağdan toplamış olduğu yaban mantarları hızlı bir şekilde firmanın Saray'da bulunan tesisine ulaştırılıyor. Köylüden toptan olarak kanışık

bir şekilde alınan mantarlar, tesiste çalışan profesyonel elmanlar tarafından tek tek elden geçirilerek, ayıklanıp temizlenerek paketleniyor. Bu sistem sonucunda köylüden toptan olarak alınan yaban mantarının Avrupalı tüketiciye ulaşması 1-1,5 gün sürüyor.

Mart ayında başlayan ve Mayıs sonuna kadar hız kesmeden devam eden bu süreçte, piyasaya sürülen mantarın miktarına göre fiyatlar hemen her gün değişebiliyor.

Mayıs sonunda sıcakların artmasıyla beraber Morchella mantarının sezonu da kapanıyor. Yaz aylarında Morchella mantarının yerini "Ayı Mantarı" da denilen Avrupa'nın favori mantarlarından Bolet mantarı alıyor. Bu mantarın sezonu kısa ve genellikle düşük tonajlı oluyor.

Sonbaharın gelmesiyle birlikte mantar çeşitlerinin ve tonajının arttığını belirten Demiral, "Bir kaç çeşit yaban mantarı aynı anda değişik bölgelerde kendini gösterir ve tonaj artar. Firmamıza bağlı yerel toptancıların köylüden aldıkları yüksek miktardaki mantarlar günlük olarak teslimimize ulaşmaya ve hızlı şekilde işlenmeye başlar. Bazen sabahlara kadar süren çalışma günlerimiz olur. Aynı anda taze, günlük ihracat için mal hazırlarken, diğer taraftan donmuş ve kuru mantar siparişlerimiz için mal hazırlanır. Yüksek tempo ve profesyonel bilgi gerektiren bu iş yaklaşık olarak Ocak ayının ilk günlerine kadar devam eder. Yılın 8-9 ayında bu tempoya devam ettiğini düşünebilirsiniz" diye konuşuyor.

Türkiye'nin mantarları tercih ediliyor

Morchella Conica, Esculanta (Kuzu Göbe-



ği), Chantarellus Cibarius (Kazayağı, Sarı Mantar), Hydnum Repandum, Pied de Mouton (Sığır Dili), Black Trumpet, Trompette des Morts, Craterellus Cornucopioides (Borazan), Porcini (Cêpe) Boletus Edulis, Aereus, Pinicola (Ayı Mantarı), Saffron Milk-cap (Kanlıca) ve Amanita Caesarea (Yumurta Mantarı) türlerinin toplanmasını ve ihracatını gerçekleştirdiklerini söyleyen Kenan Demiral, yaban mantarı tüketiminde bilinenin dışına çıkmamak gerektiğini belirtiyor. Toplamasını ve ihracatını gerçekleştirdikleri mantarların dünyada tanınan ve herkes tarafından rahatlıkla yenilebileceğini söyleyen Demiral, bilimsel bir kaynak olmadan rast gele mantar denemenin tehlikeli olabileceğini vurguluyor. Türkiye'nin mantar ihracatı konusunda da bize bilgi veren Kenan Demiral, "Ülkemiz yaklaşık 30 yıldır yaban mantarı ihracatı yapan ve bu konuda dünyada önde gelen ülkelerden biridir. Her ne kadar söz konusu ürünlerin ülke içinde tüketimi sınırlı da olsa Avrupa ve Amerika'da aranan, tercih edilen mantarlar Türkiye'den ithal edilenlerdir. Yaban mantarı tamamen bu ülkeden çıkan, hiçbir ithalat girdisine ihtiyaç duymadan yüzde yüz yerli sermaye ile ihraç edilmesi mümkün olan ve ülkeye doğrudan döviz kazandıran bir üründür" diyor. Yaban mantarı doğal ve dağdan toplanarak piyasaya sürülen bir ürün olduğu için ihracatta net bir rakam verilemeyeceğini belirten Demiral, Akya Mantarı'nı Türkiye'de toplanan yaban mantarlarının en az yüzde 60'ını alarak ihraç ettiğini söylüyor.

"Yurtdışında marka olmaya çalışıyoruz"

İhracat sırasında bir takım hususlara özen gösterilmesi gerektiğini belirten Kenan Demiral, "İhracat sırasında her şeyden önce ihracat yapacağınız ülkenin gıda ithalatı mevzuatını çok iyi bilmeniz gerekiyor. Hangi evrakların ne şekilde hazırlanacağını, nasıl doldurulacağını çok iyi takip etmeniz gerekiyor. Elbette ikinci sırada müşterinin malı nasıl istediği, hangi pakette, hangi özelliklerde istediğini bilmeniz lazım. Özellikle taze ihracatı sırasında bu son derece önemli" diyor.

Türkiye, yaklaşık 30 yıldır yaban mantarı ihracatı yapan ve bu konuda dünyada önde gelen ülkelerden biri konumunda. Her ne kadar söz konusu ürünlerin ülke içinde tüketimi sınırlı da olsa Avrupa ve Amerika'da aranan, tercih edilen mantarlar Türkiye'den ithal edilenler.

Yaban mantarı ihracatında hedeflerinden de bahseden Demiral, "Her şeyden önce hedefimiz, ürün kalitemiz ve çeşidimiz ile kendi sektörümüzde lider, yurt dışında tanınan bir marka olmak. Bildiğiniz gibi, firmamız 2007 ihracat rakamı ile İstanbul Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Sıralamasında beşinci, kendi sektöründe 1. firma oldu ve bu başarıyı İhracatçıları Birliği Ödül Töreni'nde aldığı ödül ile belgelendi. Bir firma için çok kısa sayılacak bir sürede yakaladığımız bu başarıyı elbette yeterli bulmuyoruz. Öncelikle bu sektördeki en büyük sorunun markalaşmaması olduğunu inanıyoruz ve gelecekle ilgili planlarımızı bu alanda yoğunlaştırıyoruz" diyor.

güçlü planlarımızı bu alanda yoğunlaştırıyoruz" diyor.

Devlet ürüne daha fazla ilgi göstermeli

Demiral, yaban mantarı ihracatında devletin konuya ilgisizliğinin ve önemini kavrayamamasının en büyük sorun olduğunu söylüyor ve yaban mantarının ithal girdisi olmayan, bu ülkenin kaynaklarıyla ihracatı gerçekleştirilerek ülkeye döviz kazandıran önemli bir ürün olduğunu belirtiyor. Bilinçsiz toplayıcılık nedeniyle ürün rekoltesinin sürekli azaldığını da belirten Demiral, bu konuda adım atılması gerektiğini söylüyor. Bu işi yaparken firmaların kendi karlarının yanı sıra ülke menfaatlerini de düşünmesi gerektiğini belirten Demiral, "Sektöre büyük zarar veren bir diğer konu da, yıllardır bu işi yapan ama bu işi yaparken ülkesinin, halkının menfaatinin, geleceğini değil tamamen kendi günlük çıkarını düşünen bir kaç cahil ufak firmanın varlığı. Sayıları çok az olmasına rağmen verdikleri zarar büyük olan bu bilinçsiz, kendi günlük menfaatinden başka bir şey düşünmeyerek fiyatlarla oynayan bu insanlar maalesef başka ülkelerde mevcut değil. Firmamızdan çok daha eski olan bu ufak firmalar hala niye ufak kaldıklarını ve nasıl olup ta üç yıllık bir firma tarafından fersah fersah geçildiklerini anlayamadıkları gibi ülkenin de büyük miktarda döviz kaybetmesine sebep olmaya devam ediyorlar. Firma olarak bu tür kuruluşlarla uğraşmayı da bu sektörün geleceği ve bu ülkenin kazancı için görev biliyoruz" diyor.

ÜLKELERE GÖRE MANTAR İHRACATIMIZ (BİN \$)

	2003	2004	2005	2006	2007
Fransa	2.356	2.365	4.219	4.496	3.012
Almanya	1.548	2.620	2.562	2.886	1.781
İtalya	1.409	1.198	2.443	4.285	1.324
İsviçre	1.477	848	1.097	1.010	957
Japonya	468	407	1.000	2.393	777
İngiltere	158	94	121	129	299
Kuzey Kıbrıs T.C.	45	28	14	35	248
A.B.D.	123	30	228	449	244
Hollanda	21	27	40	117	204
Mersin Serb. Bölge	0	9	159	167	200
Genel Toplam	7.869	7.983	12.351	16.785	9.469

Kaynak: DTM