

Uncuları ihracatta dünya birincisi yapan sır...

Artık herhalde iyice aşına oldunuz... Geçtiğimiz haftalarda, **Şeker Tanıtım Grubu**'nun davetiyle katıldığımız **New York**'taki **Summer Fancy Food Show**'a katılan ihracatçılarımızın hikayelerini anlatmaya devam ediyoruz...

Hemen söyleyeyim, daha da anlatmaya devam edeceğiz. Herhangi bir konudaki başarı öyküsünün esinlendirici değeri yüksektir ama zannediyorum ihracatçıların başarı öykülerinin değeri, **Türkiye** ekonomisinde oynadıkları rol bakımından daha da yüksek. Ben yazarken heyecan duyuyorum, umarım sizin için de faydalı oluyordur...

★★★

Her neyse... Summer Fancy Food Show'da dolaşırken, baktık ki Türkiye pavyonunun girişine yakın bir birikme var... Yaklaşınca, kalabalığın nedeninin, bizim televizyondaki yetenek programlarına da zaman zaman misafir olan kumla resim yapma faaliyeti olduğunu anladık. Aslında, faaliyetten çok sanat demek lazım... Gerçekten şaheserler yaratılıyor...

New York'ta da sanatçı **Veysel Çelikdemir** izleyenleri büyüleyen resimler yaptı kumla. **Buğdayın** hikayesini anlattı... Öğrendik ki, **Veysel Bey** resim öğreniyormüş. **Un ve Unlu Mamuller Tanıtım Grubu** ile böyle fuar fuar gezip, tanıtımına katkıda bulunmuş...

★★★

Standtan içeriye girince bizi **Başkan Turgay Ünlü** karşıladı...

Hemen sohbet başladık. Türk uncular dünyada en önemli oyuncular arasında. Aslına bakarsanız, dünya un pazarında yüzde **17** payla lider konumdalar. **2005** yılından bu yana da un ihracatında dünya birincisi... **2002** yılındaki **220** bin tondan bu yıl **2** milyon **280** bin tona çık-



Hakan Güldag

hakan.guldag@dunya.com

tlar. İhracat gelirleri **1** milyar doları aştı. Sorduk:

Son dönemde, hedeflediğiniz yeni pazar var mı?

"Olmaz mı" dedi Turgay Ünlü, "Son iki-üç yıldır özellikle **Brezilya** pazarı için çalışıyoruz. Brezilya çok önemli bir pazar. **200** milyon üzerinde nüfusu var. Kişi başına geliri bizim üzerimizde. Çok cazip ama bir o kadar da zor bir pazar. Dünyanın önemli **buğday** üreticilerinden ve bizim rakibimiz olan **Arjantin**'in komşusu... Yine de pazara girdik ve Brezilya'ya ilk un ihracatımızı **2** yıl önce yaptık. **6** bin ton seviyesine ulaştık..."

★★★

Bizde **makarna** durum **buğdayın** dan üretilen irmikten yapıyor...

Brezilya ise makarnayı ekmeklik **buğdaydan** üretiyor...

Bu fırsatı değerlendirilmek isteyen uncular, **Ekonomi Bakanlığı**'nın da desteğiyle Brezilya'dan Türkiye'ye potansiyel un alıcılarını birkaç kez davet etmişler...

Birkaç kez dediysem **10**'dan fazla heyet gelmiş... Eşleriyle birlikte...

Brezilyalı alıcılar "**VIP tur**" şeklinde ağırlanmış Türkiye'de...

Masrafların yüzde **75**'ini de **Ekonomi Bakanlığı** karşılamış...

★★★

'Ne kadar harcandı' diye merak ettik...
"Ziyaretlere yapılan harcamamız toplamda **400** bin dolara yaklaştı" dedi.

Peki ya, Brezilya'ya un ihracatı ne

kadara ulaştı?

"Şimdilik **1** milyon dolar..."

Nuh'un **Ankara Makarnası** yöneticisi ve **OAİB Başkan Yardımcısı Nihat Uysallı** söze girdi:

"Brezilyalı makarna üreticisine un satmak sadece bir ihracat değil. Türkiye için bir başarı, bir prestijdir."

Turgay Ünlü sözü tekrar devraldı:

"Ayrıca, prestijin ötesinde, Brezilya'da hedefimiz yılda en az **50** bin tona ulaşmak. **100** bin ton da mümkün. Bunun için **2** ayrı halkla ilişkiler şirketi ile çalışıyoruz. Brezilya'da bürokrasi inanılmaz. Ama yine de hedefimize ulaşacağız."

Ve şöyle devam etti:

"Türkiye'de **30** milyon ton **buğday** kırma kapasitesi var. Bu, **Avrupa**'da hiç un üretilmesi bile Türkiye dahil bütün Avrupa'nın un ihtiyacını karşılayacak büyüklükte. Türkiye'nin un ihracatını çeşitlendirmesi lazım. **9** ülke ve bölgeyi hedef belirledik. Brezilya'nın yanı sıra Arjantin'e de un satacağız. **Şili, Kolombiya, Peru, Ekvator, Panama...**"

★★★

Turgay Ünlü, **Latin Amerika** ülkelerini tek tek hedef pazar olarak sayarken, bir de bunlara **Güney Kore**'yi, **Çin**'i ekleyince, doğrusu bizi bir düşünce aldı...

"Un sıradan bir ürün, bu kadar uzaklara gerçekten satabilecek miyiz, sürdürülebilir mi?" diye kafamın içinde sorgulamaya başlamıştım ki, **Un ve Unlu Mamuller Tanıtım Grubu Başkanı** zihnimizi okumuş gibi devam etti:

"Neden sormuyorsunuz, un bir commodity ürün, bir hammadde. Fiyatı belli... Nasıl taa oralara satacağısınız? Siz deli misiniz? Bunun navlunu kaç para? diye..."

'Sorduk farz edin. Nedir bu işin sırrı' dedik, anlattı:

"İşin sırrı bu ülkelere bize gelen ürünler. Mesela bazılardan muz geliyor. Geleni geriye boş göndermiyoruz. Önce **Çin**'le başladık. **5** dolarla başladık sonra **20-30** dolara



çıktık tonunda. **Sri Lanka**'ya da aynı metotla sattık. Gelen boş döneceğine, hazır mal verdik. Tabii sonra **Uzakdoğu 45** dolarlara kadar çıktı. Şimdi de **Latin Amerika**'ya uyguluyoruz. **Afrika** sırada... Bizim tanıtım grubu geliştirdi bu aklı..."

★★★

Turgay Ünlü, hem Un ve Unlu Mamuller Tanıtım Grubu Başkanı aynı zamanda da, **Orta Anadolu Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (OAİB) Başkanı**...

Esinleneceğiniz hikayeleri çok... Bugün **Ekonomi Bakanlığı Müsteşarı**, dönemin **İhracat Genel Müdürü İbrahim Şenel**'in bir telefonu sonrasında **Göbeklitepe hayranı Filipinler Sanayi Bakanlığı** ile kurulan temas ve Türk ununa karşı bu ülkede yürütülen karalama kampanyası ile ilgili bir hikayesi var ki, ibretlik... İzninizle onu da başka bir yazıda sizinle paylaşayım...