Food & Ingredients Turkey

INTERNATIONAL FOOD & INGREDIENTS MAGAZINE www.foodturkey.com.tr | JUNE 2021

Interfood Azerbaijan International Food Industry Exhibition opens

Interfood Azerbaycan fuarı açılıyor

Top flavor trends of 2021

2021'in öne çıkan aroma trendleri

Anuga, yeni teması "Dönüşüm" ile hibrit olarak geri dönüyor

Anuga goes hybrid with its new format "Transform"



InterFood
Azerbaijan

18 | 19 | 20
MAY 2022

Baku, Azerbaijan
Baku Expo Center

27th Azerbaijan International
Food Industry
Exhibition

Organiser
Tel. : +994 12 404 10 00
: +994 55 224 10 00
E-mail: food@ceo.az

www.interfood.az
#InterFoodAzerbaijan InterFoodAzerbaijan







Great Place To Work® Enstitüsü tarafından 'Türkiye'nin En İyi İşvereni' olarak anılmaya hak kazanmanın mutluluğunu yaşıyoruz.

İnsana ve bilime yaptığımız yatırımlarla dünyanın en hızlı büyüyen esans ve aroma şirketlerinden birisi olmayı başardık. 'Herkes için mükemmel iş yeri fikri' ile çıktığımız bu yolculukta bize değer katan tüm ekibimize sonsuz teşekkürlerimizle...

As Seluz, we are happy to be named as "Best Workplace of Turkey" by Great Place To Work® Institute.

We managed to become one of the fastest growing fragrance and flavor companies in the world thanks to our investments in science and human resources. With our endless gratitude to all our team who added value to us on this journey we embarked on with the idea of "Perfect Workplace for Everyone" ...

Best Workplaces™
Great Place To Work.
TURKEY 2021

seluz.

THIS MONTH HIGHLIGHTS

6

Smell with love, eat with love!

Sevgiyle koklayın, sevgiyle yiyin!

12

Sweets and snacks industry is ready for the new beginning!

Şekerleme ve çikolata sektörü yeni başlangıç için hazır!

16

26th Interfood Azerbaijan International Food Industry Exhibition opens

Interfood Azerbaycan fuarı açılıyor

42

Exhibition lockdown in Germany costs 40 billion euros

Almanya'da fuar kapanmaları 40 milyar Euro zarara mâl oldu

56

Ghana and Cocoa & Chocolate Companies forge partnership to protect and restore forests

Gana Hükümeti ve kakao & çikolata şirketleri kakao ormanlarının korunması için güçlerini birleştiriyor



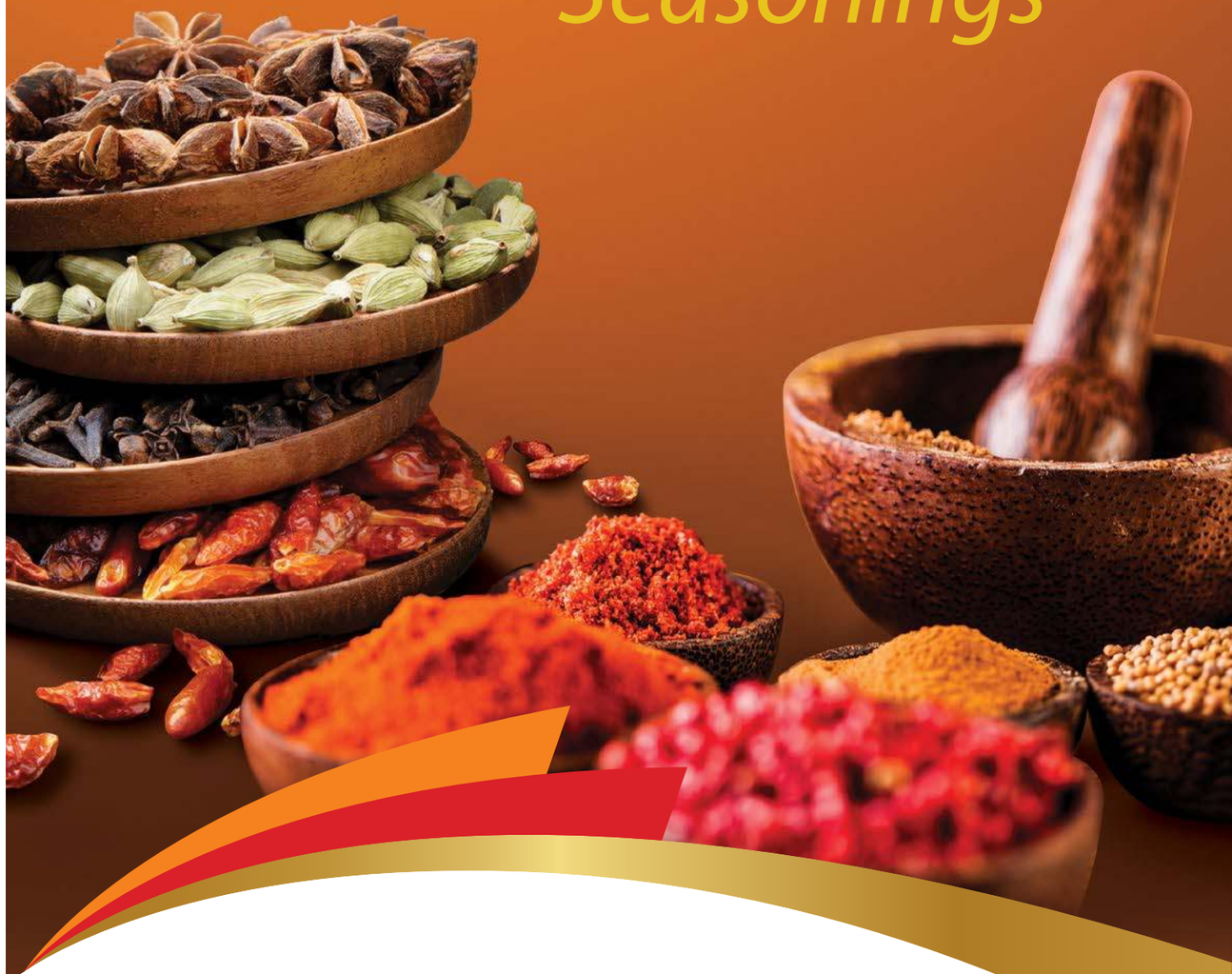








Ethnic Indian Seasonings



Sonarome offers an exciting range of mouth-watering spice blends and seasonings for use in snack foods and savoury products.

40 YEARS OF DELIVERING ON COMMITMENTS

sonarome
India's No.1 flavour company

Sonarome Private Limited
One Sonarome Way
KIADB Industrial Area, Doddaballapur
Bangalore 561 203, India
FSSC 22000 & GMP CERTIFIED COMPANY

T +91 80 68902200
F +91 80 68902299
sonarome@sonarome.com
www.sonarome.com

Partner
iff



Ayça SARIOGLU
Coordinator
ayca.sarioglu@img.com.tr

We're running to the days we have missed

Recovery continues in all areas. We were delighted when Turkey's exports broke the all-time record last March. April surpassed both March figures and all expectations. Especially, the annual growth rate of 7% made everyone happy.

The opening of face-to-face physical fairs one after another both increased the hopes in this field and increased the trade that these events will trigger. We look to the future with more hopeful.

In 2021 international fair program, we started with Gulfood Dubai in February, continued with Prodexpo Russia, which was not any bad from the pre-pandemic period. Now, we are on our way to Baku for InterFood Azerbaijan fair.

An even busier schedule awaits us in the coming months. The increase in the number of the people who got vaccines and those who recovered from the epidemic increases, will motivate and announce many more positive developments. We are very optimistic.

I wish healthy, happy and successful days for all until

Özlediğimiz günlere koşuyoruz

Her alanda toparlanma sürüyor. Türkiye'nin ihracatı geçtiğimiz Mart ayında bütün zamanların rekorunu kırınca sevinmiştik. Nisan ayı hem mart rakamlarını ayını geçti hem de bütün beklentileri. Hele yıllık büyüme oranının da %7 gelmesi herkesi mutlu etti.

Yüz yüze fiziksel fuarların da birbiri ardına açılması hem bu alandaki ümitleri artırdı hem de bu fuarların tetikleyeceği ticaret ümitlerini arttırdı. Geleceğe daha bir ümitle bakıyoruz.

En son şubat ayında Gulfood Dubai ile başladığımız 2021 yurt dışı fuarlarında pandemi öncesi yoğunluğu aratmayan Prodexpo Russia ile devam ettik. Şimdi de InterFood Azerbaijan fuarı için Bakü yolundayız.

Gelecek aylarda daha da yoğun bir program bizi bekliyor. Aşının ve salgından iyileşenlerin sayısının her geçen gün artması daha birçok pozitif gelişmeyi motive ve ilan edecek gibi görünüyor. Oldukça iyimseriz.

Temmuz sayımızda buluşuncaya kadar herkese sağlıklı, huzurlu ve başarılı günler dilerim.

Food & Ingredients Turkey
International food & ingredients magazine

Publisher
Hüseyin Ferruh IŞIK
on behalf of
ISTMAG
Magazin Gazetecilik Yayıncılık
İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.

Managing Editor (Responsible)
Mehmet SOZTUTAN
mehmet.soztutan@img.com.tr

Editor
Ali ERDEM
info@img.com.tr

International
Sales Coordinator
Ayca SARIOGLU
ayca.sarioglu@img.com.tr
+90 212 454 22 33

Technical Manager
Tayfun AYDIN
tayfun.aydin@img.com.tr

Graphics & Design
Hakan SOZTUTAN
hakan.soztutan@img.com.tr

Digital Assets Manager
Emre YENER
emre.yener@img.com.tr

Web Developer
Amine Nur YILMAZ
amine.yilmaz@img.com.tr

Subscription
sales@img.com.tr

HEAD OFFICE
İSTMAG MAGAZİN GAZETECİLİK YAYINCILIK İC VE DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.
İHLAS MEDIA CENTER
Merkez Mahallesi 29 Ekim Caddesi No: 11
Medya Blok Kat: 1 P.K. 34197
Yenibosna - Bahçelievler / İSTANBUL / TURKEY
Tel: +90 212 454 22 22 Fax: +90 212 454 22 93

LIAISON OFFICE
Buttim Plaza A Blok Kat: 4 No: 1038
Bursa / TURKEY
Tel: +90 224 211 44 50-51 Fax: +90 224 211 44 81

PRINTED BY | İHLAS GAZETECİLİK A.Ş.
İHLAS MEDIA CENTER Merkez Mahallesi
29 Ekim Caddesi No: 11 A/41
Yenibosna - Bahçelievler / İSTANBUL / TURKEY
Tel: +90 212 454 30 00

İSTANBUL MAGAZİN GRUBU

www.foodturkey.com.tr
sales@img.com.tr
foodturkeymagazine
foodturkeymag
foodingredientsturkeymag
Food Ingredients Turkey
Food & Ingredients Turkey



Smell with love, eat with love!

Flavor mashups for new sensory experiences in food and beverages.

Sevgiyle koklayın, sevgiyle yiyin!

Yiyecek ve içecek sektöründe yeni duyusal deneyimler için aroma karışımları.

Hybrid flavor innovation is increasingly being used to deliver new sensory experiences for progressively adventurous consumers, offering food and beverages that can broaden the dimensions of indulgence.

As a result, Flavor Mashups has emerged as the first of Innova Market Insights' Top Ten Flavor Trends for 2021. Other important trends include the updating and reimagining of traditional and regional flavors, interest in immune-boosting options, the shift of foodservice favorites into the home and the ongoing popularity of citrus.

Innova Market Insights
Top Five Flavor Trends for 2021 are:

1. Flavor Mashups
Innovation in hybrid flavors is gathering pace as consumers favor food and beverages that broaden the dimensions of indulgence.

Hibrit aroma inovasyonu, maceracı tüketicilere yeni duyusal deneyimler sunmak için git gide daha çok tercih ediliyor ve bu hazzın boyutlarını genişletebilecek yiyecek ve içecekler sunuyor.

Sonuç olarak aroma karışımları Innova Market Insight'ın 2021'in ilk 10 trendi için belirlediği listede ilk sırada yer alıyor. Diğer önemli trendler geleneksel ve bölgesel aromaların güncellenip yeniden yorumlanması, bağışıklık sistemini güçlendiren seçeneklere duyulan ilgi ve turunçgillerin popülaritesinin sürmesi.

Innova Market Insights'ın 2021 için belirlediği ilk 5 aroma trendi:

1. Aroma karışımları
Tüketiciler hazzın boyutlarını genişleten yiyecek ve içecekleri tercih ettikçe, hibrit aromalardaki yenilik hız kazanıyor. Innova'nın



According to the Innova Flavor Survey 2021, one in three consumers globally agreed that interesting/exotic combinations influenced their flavor choices in food and beverages. Innovations can feature in areas such as cross-category mashups, hybrids within beverages and sweet and savory combinations.

2. Modern Nostalgia

While global trends get a local makeover, regional stalwarts are also being brought into modern relevance, and flavors are being reimagined with the use of exotic ingredients in familiar products. One in two consumers globally say that they put more trust into a new brand if it collaborates with one that they already know (Innova Consumer Survey 2020). This trend is reflected in the rise

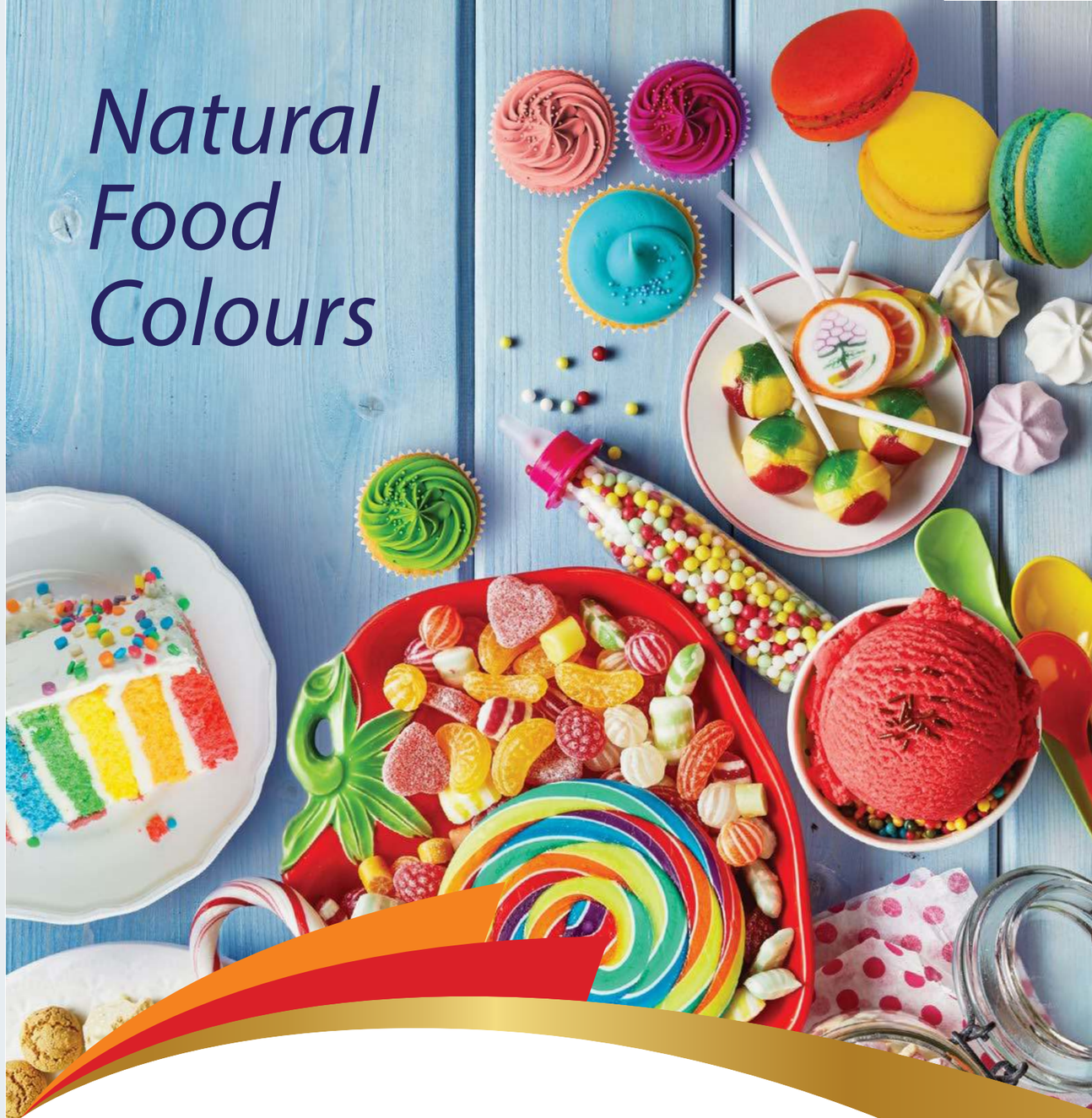
2021 Aroma Araştırması'na göre dünya genelindeki her 3 kullanıcıdan 1'i ilginç & egzotik kombinasyonların, yiyecek ve içecek seçimlerindeki lezzet seçimlerini etkilediği konusunda hem fikir.

1. Modern Nostalji

Küresel trendler yerel bir değişime uğrarken, bölgesel değerler de modern ilgi düzeyine getiriliyor ve tanıdık ürünlerde egzotik bileşenlerin kullanımıyla lezzetler yeniden şekilleniyor. Küresel olarak her iki tüketiciden biri, halihazırda tanıdıkları bir markayla işbirliği yapması şartıyla yeni bir markaya daha fazla güvendiklerini söylüyor (Innova Tüketici Anketi 2020). Bu eğilim, mevcut ürünlerdeki moderne yönelimde artışa yansıyor ve kategoriler arası yeniliklerle tanıdık zevkleri harekete geçiriyor.



Natural Food Colours



Natural Food Colours – Liquid & Powder

Dairy, confectionary, savoury, fruit juices, ice-creams, cake decorations, pharma syrups, fruit specialties, bakery, sorbets, biscuit creams, desserts, jams, frozen desserts, snacks, jelly crystals, alcoholic and non-alcoholic beverages, soups & sauces, soft drinks, cereals.

40 YEARS OF DELIVERING ON COMMITMENTS

sonarome
India's No.1 flavour company

Sonarome Private Limited
One Sonarome Way
KIADB Industrial Area, Doddaballapur
Bangalore 561 203, India
FSSC 22000 & GMP CERTIFIED COMPANY

T +91 80 68902200
F +91 80 68902299
sonarome@sonarome.com
www.sonarome.com

Partner
iff

in modern twists on existing products, playing off familiar tastes with cross-category innovation.

3. In Tune with Immune
Immunity and health are top of mind for consumers, and ongoing anxiety over COVID-19 will continue to be a key focus for 2021. Immunity-boosting ingredients will play a significant role in the coming year. Fruity flavors appear particularly important since one in three consumers globally say that they would choose orchard flavors when wanting to boost their immunity. Blends of fruity flavors with exotic and indulgent ingredients are typically used to promote immune benefits.

4. New Omnichannel Eating
Foodservice is proving significant as a channel for flavor innovations. Consumers can now directly access many specialty flavors that were previously only accessible via foodservice. Thirty-one percent of consumers globally say that they get flavor inspiration from restaurants, cafes, canteens, food stalls, etc., increasingly bringing restaurant-style dining experiences into their own homes.

5. Citrus Flavors Reign
Citrus flavors pair well with the fast-growing use of immune health positionings and other well-being related claims. The top reason for consumers choosing citrus flavors is for refreshment (44%), but immunity boosting is close behind with 40%. Different citrus flavors are also coming to the fore, with clementine the fastest-growing citrus variant for food and beverage launches over the 2016 to 2020 period.



2. Bağışıklıkla uyumlu
Bağışıklık ve sağlık tüketiciler için en önemli konulardır. Covid-19 ile ilgili süregelen endişe için temel odak noktası olmaya devam edecektir. Bağışıklığı güçlendiren gıda bileşenleri önümüzdeki yıl önemli rol oynayacak. Meyveli aromalar özellikle önemli gözükmektedir çünkü dünya genelinde 3 tüketiciden 1'i bağışıklık sistemlerini güçlendirmek istediklerinde meyve aromalarını tercih ettiklerini belirtmektedirler.

3. Bağışıklıkla uyumlu
Bağışıklık ve sağlık tüketiciler için en önemli konulardır. Covid-19 ile ilgili süregelen endişe için temel odak noktası olmaya devam edecektir. Bağışıklığı güçlendiren gıda bileşenleri önümüzdeki yıl önemli rol oynayacak. Meyveli aromalar özellikle önemli gözükmektedir çünkü dünya genelinde 3 tüketiciden 1'i bağışıklık sistemlerini güçlendirmek istediklerinde meyve aromalarını tercih ettiklerini belirtmektedirler.

4. Yeni Çok Kanallı Yeme
Yemek servisi, lezzet yenilikleri için bir kanal olarak önemli olduğunu kanıtlıyor. Tüketiciler, daha önce yalnızca yemek servisi aracılığıyla erişilebilen birçok özel lezzete artık doğrudan erişebiliyor. Dünya genelinde tüketicilerin yüzde otuz biri lezzet ilhamını restoranlardan, kafelerden, kantinlerden, yemek tezgahlarından vb. aldıklarını ve giderek restoran tarzı yemek deneyimlerini evlerine taşıdıklarını söylüyor.

5. Turunçgil Aroma Dönemi
Narenciye aromaları, bağışıklık sağlığını güçlendirmede hızlı büyüyen kullanım ve diğer iyi yönleri ile eşleştirilmektedir. Tüketicilerin narenciye aromalarını tercih etmelerinin temel sebebi %44 oranla ferahlıktır fakat %40 oranla bağışıklığı destekleme onun hemen arkasından gelir. Farklı turunçgil aromaları, 2016'dan 2020 periyoduna kadar yiyecek ve içecek ürünlerinde hızlı büyüyen klementine ile öne çıkıyor.



Sweets and snacks industry is ready for the new beginning!

Şekerleme ve çikolata sektörü yeni başlangıç için hazır!

ISM 2022 boasts high number of registrations after the early bird phase

ISM 2022, erken kayıt anonsu sonrası eriştiği yüksek sayıda katılımı gururla sunar



Leading companies from home and abroad confirm their participation at the leading global trade fair for sweets and snacks.

ISM 2022 already receives a good response from the sweets and snacks industry during the first months of the registration period. The leading global trade fair for sweets and snacks hasn't quite matched the level of the previous event in 2020 after these difficult months and ongoing challenging conditions brought about by the Corona pandemic, it is however recording a very good number of registrations with exhibitors from 33 countries.

The international sweets and snacks industry is ready for the re-start. This is above all reflected by the fact that not only exhibitors from Europe, but also from countries beyond Europe have registered. These include for example, Egypt, Argentina, Belarus, Brazil, The People's Republic of China, Guatemala, Hong Kong, India, Iran, Japan, Canada, Colombia, Morocco, Mexico, Nepal, Saudi Arabia, Singapore, Tunisia and the USA.

The leading companies from Germany that will be participating at ISM 2022 include among others Hitschler, Kuchenmeister, Niederegger, Riegelein, The Lorenz Bahlsen Snack-World and Zentis. Companies like Katjes, Krüger, Lambertz, Ritter, Rübezahl, Trolli and WAWI, which are among the top 100 sweets manufacturers with the highest turnovers worldwide, are also on board again.

From abroad, ISM has received applications from market leaders such as Arcor (Argentina), Baronie (Belgium), Canel's (Mexico), Cemoi (France), Cloetta (the

Yurt içi ve yurt dışından pek çok önemli şirket, önde gelen küresel şekerleme ve atıştırmalık fuarı ISM 2022 için katılımlarını onayladılar.

ISM 2022, kayıt döneminin ilk aylarında şekerleme ve atıştırmalık endüstrisinden iyi bir geri dönüş almıştı. Tatlılar ve atıştırmalıklar için önde gelen küresel ticaret fuarı, Korona salgınının getirdiği bu zor aylardan ve devam eden zorlu şartlardan sonra 2020'de bir önceki etkinliğin seviyesine pek çıkamadı ama 33 ülkeden çok sayıda katılımcı ile kayıt gerçekleştirdi.

Uluslararası şekerleme ve atıştırmalık endüstrisi yeni başlangıç için hazır. Bu, her şeyden önce, sadece Avrupa'dan değil, aynı zamanda Avrupa dışındaki ülkelerden de katılımcıların kayıt yaptırması gerçeğiyle yansıtılıyor. Bunların içerisinde Mısır, Arjantin, Beyaz Rusya, Brezilya, Çin Halk Cumhuriyeti, Guatemala, Hong Kong, Hindistan, İran, Japonya, Kanada, Kolombiya, Fas, Meksika, Nepal, Suudi Arabistan, Singapur, Tunus ve ABD yer alıyor.

ISM 2022'ye katılacak Almanya'nın önde gelen şirketleri arasında Hitschler, Kuchenmeister, Niederegger, Riegelein, The Lorenz Bahlsen Snack-World ve Zentis yer alıyor. Dünya çapında en yüksek ciroya sahip ilk 100 şeker üreticisi arasında yer alan Katjes, Krüger, Lambertz, Ritter, Rübezahl, Trolli ve WAWI gibi şirketler de bir kez daha gemide.

ISM, yurt dışından Arcor (Arjantin), Baronie (Belçika), Canel's (Meksika), Cemoi (Fransa), Cloetta (Hollanda), Elvan (Türkiye), Fazer (Finlandiya), Fini (İspanya), Hamlet (Belçika), ICAM (İtalya), Ion (Yunanistan), Kambly (İsviçre), Loacker (İtalya), Manner (Avusturya), Natra (İspanya), Nestlé Italiana (İtalya), Riclan (Brezilya), Roshen (Ukrayna), Şölen (Türkiye), Valor (İspanya),







Netherlands), Elvan (Turkey), Fazer (Finland), Fini (Spain), Hamlet (Belgium), ICAM (Italy), Ion (Greece), Kambly (Switzerland), Loacker (Italy), Manner (Austria), Natra (Spain), Nestlé Italiana (Italy), Riclan (Brazil), Roshen (Ukraine), Sölen (Turkey), Valor (Spain), Vidal (Spain) and Wawel (Poland).

The booking status for country pavilions is very international too. To-date groups from Belgium, Brazil, Bulgaria, Denmark, Greece, Hong Kong, Ireland, Italy, Canada, the Netherlands, Austria, Poland, Sweden, Switzerland, Spain and Turkey have already confirmed their participation.

In terms of contents, the focus will lie on the topics sustainability, healthy and enjoyable snacking as well as the quality of sweets and snacks. The planned event programme of ISM including the Expert Stage and trend lectures by Innova Market Insights and Euromonitor will also concentrate on these themes. Additional future-oriented topics in digital form will create new impulses within the industry. Trade visitors,

Vidal (İspanya) ve Wawel (Polonya) gibi pazar liderlerinden başvurular aldı.

Ülke pavyonları için rezervasyon durumu da çok uluslararası oldu. Bugüne kadar Belçika, Brezilya, Bulgaristan, Danimarka, Yunanistan, Hong Kong, İrlanda, İtalya, Kanada, Hollanda, Avusturya, Polonya, İsveç, İsviçre, İspanya ve Türkiye'den gelen gruplar katılımlarını şimdiden onayladılar.

İçerik açısından, sürdürülebilirlik, sağlıklı ve keyifli atıştırma ile tatlı ve atıştırmalıkların kalitesi konularına odaklanılacak. Uzman Aşaması ve Innova Market Insights ve Euromonitor tarafından verilen trend dersleri de dahil olmak üzere ISM'nin planlanan etkinlik programı da bu temalara odaklanacak. Dijital formda geleceğe yönelik ek konular, endüstride yeni dürtüleri ortaya çıkaracak. Meyveli ve sebzeli atıştırmalıklar, fonksiyonel barlar, katkı maddesi içermeyen ürünler ve doğal içerikli ham ürünler ile ve ayrıca yeni ürün fikirleri ile ilgilenen ticari ziyaretçiler, Trend Snacks Alanında ve Start- Salon 5.2'deki Start-up Alanında çok sayıda sergi sahibini bulacak.

Kavramsal bir yenilik olarak, ISM 2022'de ilk kez tatlılar ve atıştırmalıklarla küçük hacimli işlere odaklanan özel bir ticaret bölümü yer alacak ve bu bölüm "En Güzel Kreasyonlar - el yapımı" başlığı altında Salon 5.2'de sergilenecek. Ziyaretçi hedef kitlesinin şekerlemeciler, pastacılar ve özel tatlıcılardan oluştuğu zanaat işletmelerini bir araya getiren bu bölüm, daha önce korona salgını yüzünden iptal edilen ISM 2021 için planlanmıştı.

Her zamanki gibi, uluslararası tatlı ve atıştırmalık tedarikçi ticaret fuarı ProSweets Cologne, ISM Cologne ile birlikte paralel olarak gerçekleşiyor, bu da tüm değer zincirinin Köln sergi salonlarında bulunacağı anlamına geliyor.

who are interested in fruit and vegetable snacks, functional bars, products without additives and raw products with natural ingredients as well as new product ideas, will find a large variety of exhibits in the Trend Snacks Area as well as in the Start-up Area in Hall 5.2.

As a conceptual innovation there is going to be a specialized trade section focusing on the small volume business with sweets and snacks for the first time at ISM 2022, which is being staged in Hall 5.2 under the title "Finest Creations - hand-crafted". This section, which unites craft establishments, whose visitor target groups comprise of confectioners, cake shops and specialized sweet shops, was initially planned for ISM 2021, which had to be cancelled due to the Corona pandemic.

As usual, ProSweets Cologne, the international supplier trade fair for sweets and snacks, is being staged parallel, which means the entire value chain will be covered in the Cologne exhibition halls.





26th Interfood Azerbaijan International Food Industry Exhibition opens

Interfood Azerbaijan, one of the most important and significant events in the region's food industry, brings supply and demand together.



The 14th Azerbaijan International Agriculture Exhibition Caspian Agro and the 26th Azerbaijan International Food Industry Exhibition are being held at Baku Expo Center from the 10th to the 12th of June. These are the first exhibitions helding in a traditional format after a sustained interruption caused by the COVID-19 pandemic. Industry professionals meet again for the first time after two years to restore their business contacts and acquire new ones, receive up-to-date market information and conclude lucrative contracts.

The rules for the safe conduct of offline events are based on the recommendations of the Operational Headquarters under the Cabinet of Ministers of the Republic of Azerbaijan, as well as the Global Association of the Exhibition Industry (UFI): social distancing, the wearing of masks and the use of antiseptics and disinfectants, body temperature control and regular disinfection of premises.

According to the General Director of the exhibition company Caspian Event Organisers Farid Mammadov, after a two-year break, business missed the live communication, "Now there is a positive trend in the agricultural and food markets, new participants have appeared on the market, and our regular exhibitors are announcing new products. Due to the hiatus associated with the pandemic, there is an acute need for innovation, exchange of experience, new partnerships. The opportunity to enter into direct dialogue with a potential partner is absolutely essential now for all our participants. We have always paid great attention to safety at exhibitions and, of course, have provided for the anti-COVID measures throughout the exhibition area. Before the opening, a total disinfection of the premises and exhibition halls of the Baku Expo Center was carried out. Entry is allowed wearing masks only, and if guests come without their masks they can get them at the registration. We have organised a special COVID Patrol, which ensures that visitors maintain social distance at the exhibition."

The exhibitions bring together the key players of the agricultural industry and professional visitors, including importers, exporters, distributors, wholesalers, retailers and farmers. The exposition of the Caspian Agro 2021 and InterFood Azerbaijan 2021 exhibitions is presented in two halls, as well as in the open outdoor area of the Baku Expo Center. It is noteworthy that the scale of the outdoor exposition has increased compared to 2019. This year 237 companies from 28 countries around the world, including Azerbaijan, Afghanistan, Belarus, Belgium, Bulgaria, British Virgin Islands, China, Germany, Finland, France, Greece, India, Iran, Israel, Italy, Japan, Lithuania, Netherlands, Slovenia, Spain, Poland, Romania, Russia, Saudi Arabia, Turkey, Ukraine, UAE and USA are participating in the exhibitions.

The exhibitions are attended by the National Groups from Afghanistan and Belarus, the Kirov and Adyghe regional groups from the Russian Federation, as well as this year's debutant - the Moscow Regional Group.

The exhibitions present everything that is important and relevant for the food and agricultural sectors. Particular attention is paid to innovation, which is the driving force in any sector. Also, at this year's exhibition a number of participants are demonstrating special



offers, projects and services for the development of the Karabakh region.

Thus, the exposition of the Caspian Agro 2021 exhibition includes a number of new products: "smart farm", the livestock industry equipment, agricultural machinery, laboratory equipment, new varieties of seeds, and much more. In general, Caspian Agro 2021 covers 11 thematic sections, including various areas of the agro-industrial complex:

- Agricultural machinery
- Livestock and poultry
- Feed
- Veterinary
- Crop production
- Fertilizers
- Growing fruits and vegetables
- Greenhouses
- Electronic agriculture
- Innovative technology in agriculture
- Laboratory equipment

At the InterFood Azerbaijan 2021 exhibition, all presented products are divided into the following sections:

- InterFood
- InterDrink
- InterFoodTech
- HalalFood

Thus, the exposition of InterFood Azerbaijan 2021 presents a line of equipment for various types of food industries (meat, dairy, confectionery, etc.), halal products, drinks (tea, coffee, juices), groceries, ingredients, refrigeration, trade, bakery equipment, fruit storage, sanitation and hygiene items, solutions for production automation, packaging materials, labelling equipment, packing machines, and much more.

A business programme has been timed to coincide with the exhibitions, which this year has been reduced due to the anti-COVID measures. Thus, the organisers carry out annual tours





for farmers from the regions to the exhibition, where they can become acquainted with new trends, novelties and international experience. On the 11th of June a workshop of PhosAgro Group on the topic "PhosAgro Innovative Fertilizers. Complex NPK Granules for Guaranteed Crop Production" will be held.

The key event of the business programme is bilateral meetings (B2B), which are an additional platform for creating new and strengthening existing business ties at exhibitions. Meetings will take place between exhibitors, local manufacturers and distributors.

The exhibition is open to industry professionals for 3 days. Attention: admission to exhibitions for specialists is exclusively by invitation tickets or via e-registration. You must have a medical mask with you. Details of the visiting rules can be found on the exhibitions' websites.

The organisers have launched 2 new services at the exhibition, which make the participation hands-free, and also help speed up the exchange of contacts and information. There is a QR code placed both on the badges and at the stand of exhibitors, which takes users to the promotional material of the exhibiting company. By scanning the QR code via a mobile application, visitors are able to receive the promotional material in e-format directly to their e-mails. Important: In order to benefit from this service, you need to download a mobile application. To exchange contacts with an exhibiting participant, you only need to offer to scan the QR code on your badge using the phone camera. Detailed information on where you can download the mobile application, and why you need to scan the QR code, can be found on the websites of the exhibitions, as well as at the registration desk in the Baku Expo Center.

Thus, exhibitions are a unifying link both for buyers and sellers, and are a platform for launching innovations and new products, contributing to the effective development of the agro-industrial complex and the export of food products under the Made in Azerbaijan brand.

The registration sponsor of the Caspian Agro exhibition is the Gubre.az trademark from the Grand Motors company, which is a permanent participant of the exhibition. Caspian Agro and InterFood Azerbaijan Exhibitions are held with the active support of the Ministry of Agriculture of the Republic of Azerbaijan. Also exhibitions are supported by the Small and Medium Business Development Agency of the Republic of Azerbaijan, Azerbaijan Food and Beverage Industrialists Association (AFBIA), Azerbaijan Export and Investment Promotion Foundation and Food and Agriculture Organization of the United Nations. The exhibitions are organised by Caspian Event Organisers and a network of its international agents.





“Great taste, zero guilt” dried fruits and vegetables by Fruve Naturals

“Harika tat, sıfır pişmanlık duygusu”, Fruve Naturals’dan kurutulmuş sebze ve meyveler



Fruve Naturals is a family-owned company established in Bergama, Izmir. Fruve makes meticulous controls starting with sowing, production, packaging and shipping. All of which ensure the quality of its products. Its competitiveness is due to reasonable prices for its top-quality products.

The company processes fresh fruits and vegetables into real ingredients for professional use. Their locomotive products are IQF Oven Semi Dried Tomato and Cherry Tomato, as well as Sun Dried Tomato. For non-tomato items. Fruve Naturals offers IQF Oven Semi Dried Fig and Strawberry as well as Oven Dried Orange, Mandarin, Lemon, Grapefruit, Apple, Watermelon and Persimmon.

For packaging, they offer bulk, sealed PE bags, doypacks (stand-up pouch) and trays.

Their annual production volume is 2.250 tons of semi-dried tomatoes and 1.500 tons of sun-dried tomatoes.

The company is BRC (AA grade), Halal, Kosher and Sedex certified.

İzmir’de kurulu olan Mavuk ailesi şirketlerinden Fruve Naturals sunduğu ürünlerin kaliteli ve sağlıklı olmasını garanti etmek için ürün yetiştirilmesinden başlayarak ambalaja kadar titiz kontroller ve en iyi seçimleri yapıyor. Kalite için müşterilerini temin ettikten sonra da uygun fiyatlarla sunması sebebiyle rekabet gücü çok yüksek.

Firma, taze meyve ve sebzeleri profesyonel kullanıma hazır yarı-mamul ve mamullere dönüştürüyor. Lokomotif ürünlerin başında IQF Dondurulmuş Fırında Yarı Kurutulmuş domates ve çeri domates geliyor. Fruve Naturals’ın diğer ana ürünü de Güneşte Kurutulmuş domatestir. Domates içermeyen ürünler için ise Fırında Tam Kurutulmuş portakal, mandarin, limon, greyfurt, elma, karpuz ve cennet hurmasıyla birlikte IQF Dondurulmuş Fırında Yarı Kurutulmuş incir ve çilektir.

Fruve Naturals, paketleme için Dökme, PE torba, Doypack ve tabak seçeneklerini sunuyor.

Firmanın yıllık üretim hacmi 2,250 ton Fırında Yarı Kurutulmuş domates ve 1,500 ton Gün Kurusu domatestir.

BRC (AA derecesi), Helal, Koşer ve Sedex sertifikalarına sahiptir.

Kurutulmuş ürünlerin öne çıkan özellikleri
Firmanın ürünleri profesyonel kullanıma kolaylık sunar. Fırında Yarı Kurutulmuş, Fırında Tam Kurutulmuş ve Güneşte Kurutulmuş ürünlerin öne çıkan 5 avantajı vardır:

Eşsiz hijyen: Fırında Yarı Kurutulmuş ve Tam Kurutulmuş ürünler özel tasarlanmış ve imal edilmiş endüstriyel fırınlarda, firmanın ultra hijyenik üretim Yüksek Önem tesisinde kurutulmaktadır. Gün Kurusu domatesler ise toprakla hiçbir şekilde temas etmeden kurumaktır: Fruve Naturals, beton sahaya plastik kasalar dizip, bu kasaların üzerine koyduğu paslanmaz çelik tepsilerde domatesleri kurutmaktadır. Firma, olabilecek en hijyenik kurutma metodunu Türkiye’de uygulayan tek firma olmanın da gururunu yaşıyor.

Nem geçişi yok: Pasta, hamur işi ve fırıncılık uygulamalarında kullanılan malzemelerin nem oranları çok büyük önem arz eder. Firmanın Fırında Yarı Kurutulmuş, Tam Kurutulmuş ve Güneşte Kurutulmuş ürünleri hiçbir

Main features of dried products
Fruve Naturals’ products offer convenience for professional use; IQF Oven Semi Dried products, Oven Dried and Sun-Dried products offer 5 distinct advantages:

Unparalleled hygiene: For their Semi Dried and Oven Dried products, the company drys inside ultra-hygienic industrial ovens, purpose built for our High Care facility. As for their Sun-Dried Tomatoes, these are dried on trays above concrete pavement. Again, this is an ultra-hygienic drying process, and the firm is the only Turkish company to sun dry in this fashion.

No moisture migration: Semi Dried, Oven Dried and Sun-Dried ingredients have the correct moisture levels to ensure zero moisture migration into dough, batter or bread when used in baking applications. Furthermore, bake time is cut drastically as their ingredients have radically less moisture compared to fresh ingredients and frozen from fresh ingredients.

Concentration of natural sugars: During drying moisture is removed from the fruit /

vegetable but the natural sugars remain unchanged. Which means that wonderful fruit/vegetable taste is more pronounced, without any added sugar. In fact, many first-time users are surprised by how tasty our products despite no added sugar.

Tastes like fresh: Unlike frozen from fresh, Fruve Naturals' dried ingredients taste pretty darn close to how fresh produce tastes. Whereas the juices of defrosted produce seep into whatever container they are in, Sun-Dried, Oven Dried and defrosted Semi Dried ingredients do not have any running juices. This retention of juices ensures fresh-like texture and taste.

100% Natural: Semi Dried and Oven Dried ingredients are 100% natural, single ingredient and vegan; containing no e-numbers, no preservatives, no chemicals, no added sugar and no sweeteners. Fruve Naturals' Sun-Dried product is an exception, other than tomato there is only one other ingredient: salt, which is in fact an age-old natural preservative.

Demanded healthy products
The company is well positioned for this increased demand during pandemic period. Their Oven Dried chips such as Orange, Mandarin, Apple, Persimmon, Watermelon, Zucchini, as well as their Fruit Tea Sets were successful.

Countries with highly developed HORECA sectors and convenience foods consumption show strong interest in Fruve Naturals' products. The company exports mainly to EU countries, UK, USA, Canada, South Korea, Singapore and Australia.





şekilde son ürüne nem geçişi yapmaz, pişirme süresi önemli ölçüde azaltır.

Doğal şekerlerin yoğunlaşması: Kurutma sırasında meyve ve sebze nemini kaybeder fakat içindeki doğal şekerler aynı seviyede kalır. Yani o harika meyve ve sebze lezzetleri daha yoğun ve belirgin hale gelir, şeker eklenmeksizin daha tatlı olur.

Taze gibi tatlar: Tazeden dondurulmuş ürünler çözüldüğünde orijinal tatlarından çok uzak bir ürünle karşılaşılır, buzlar çözülürken meyvelerin özsuları içinde bulundukları kapta kalır. Firmanın Gün Kurusu, Fırında Yarı Kurutulmuş ve Tam Kurutulmuş ürünlerinin özsuları akmaz, özü içinde kaldığı için gerçek haline eş değer doku ve tat olur.

%100 Doğal: Fruve Naturals'ın Fırında Yarı Kurutulmuş ve Tam Kurutulmuş ürünleri tamamen doğaldır, etiketin içindekiler kısmında sadece tek bir içerik görürsünüz: meyve veya sebze. Koruyucu, kimyasal, şeker ve tatlandırıcı içermezler. Gün Kurusu domateslerde ise domates dışında sadece tuz vardır. Tuz ise kadim çağlardan beri kullanılan doğal ve kıymetli bir içeriktir. Ürünlerde kullanılan tuz oranı da Türkiye ve uluslararası mevzuata uygun seviyelerdedir.

Talep gören sağlıklı ürünler
Firma pandemi döneminde artan talebe karşı hazırlı davrandı. Portakal, mandalina, elma, cennet hurması, karpuz, kabak gibi Fırında Tam Kurutulmuş ürünlerimizle birlikte meyve çayı setlerimizle de oldukça başarılı bir dönem geçirdi.

HORECA sektörleri oldukça gelişmiş, tüketime hazır gıda alışkanlıklarına sahip olan ülkeler firmanın ürünlerine yoğun ilgi gösteriyorlar. Fruve Naturals, çoğunlukla Avrupa ülkeleri, Birleşik Krallık, Amerika, Kanada, Güney Kore, Singapur ve Avustralya'ya ihracat yapıyor.





A new era in 100% fruit concentrates and purees

%100 meyve konsantresi ve pürelerde yeni dönem

In these difficult days, when the importance of health is more understood, it is observed that the eating habits of consumers also change significantly. With the active role of new R&D studies, many healthy options are offered to consumers for products belonging to a certain proportion of beverage groups on the shelf. Next to 100% fruit concentrates, NFC (not from concentrate), nectar and fruit drinks with high fruit rate; We see that many options such as fruit and vegetable juice mixes, smoothies and detox drinks are added.

With the formation of a rich range of beverages, it is seen that the demand for raw materials such as concentrates and puree produced from many fruits or fruit juices included in the ingredients list of the products has increased. Another reason for the increase in this demand is the new, different or tropical flavors of domestic and export consumers showing as request.

HD ULUSLARARASI, an expert in the field of food, packaging and raw material supply in this field; With its experience since its establishment in 1999, it has been supplying products to both local producers and producers in the Gulf (GCC). HD ULUSLARARASI, responding to many raw material demands of the food industry with its current product range; supplies from stock to producers from the world's leading producers for fruit juice, fruit juice concentrates and purees.

With its ability to work with stocks, fruit juice producers create financial leverage in supply chain processes, as well as taking the stock burden from the producers and shortening the supply period, making a valuable contribution to the producers of beverages.

As the sole authorized representative of the juice platform in Turkey, it also made a breakthrough in the supply of orange juice concentrate and fiber, and later lemon juice concentrate. HD INTERNATIONAL, which made a rapid entry to 2021 for the supply of Brazilian origin Lemon and Lime products from their 30,000 hectare farms to local producers, belonging to Louis Dreyfus Companies, one of the leading commodity companies in the world, completed the first shipments of the year in the first quarter.

Sağlığın öneminin daha fazla anlaşıldığı bu zorlu günlerde, tüketicilerin beslenme alışkanlıklarının da ciddi değişiklikler gösterdiği gözlemleniyor. Raftaki belli orandaki içecek grubuna ait ürünlere, yeni ar-ge çalışmalarının da aktif rol oynaması ile birlikte birçok sağlıklı seçenek tüketicilere sunuluyor. %100 meyve konsantreleri, NFC (not from concentrate), meyve oranı yüksek nektar ve meyveli içeceklerin yanına; meyve ve sebze suyu karışımları, smoothie ve detox içecekler gibi bir çok seçeneğin eklendiğini görüyoruz.

Zengin içecek yelpazesinin oluşması ile ürünlerin içindekiler listesinde yer alan birçok meyve veya meyve suyundan üretilmiş konsantre ve püre gibi hammaddelere olan talebin de arttığı görülüyor. Bu talebin artmasının bir diğer başka sebebi ise yerli ve ihracat tüketicisinin yeni, farklı veya tropikal tatları istemesi olarak gösteriliyor. Bu alanda gıda, ambalaj ve hammadde tedariği alanında uzman HD ULUSLARARASI; kurulduğu 1999 yılından bu yana tecrübesi ile birlikte hem yerel üreticilere hem de Körfez'deki (GCC) üreticilere ürün tedariğinde bulunmaktadır. Mevcut ürün gamı ile gıda sektörünün ihtiyacı olan birçok hammadde talebine cevap veren HD ULUSLARARASI; meyve suyu, meyve suyu konsantreleri ve püreleri için dünyada baş çeken üreticilerin ürünlerini, meyve suyu üreticilerine stoktan tedarik etmektedir.

Stoklu çalışabilme kabiliyeti ile meyve suyu üreticilerinin tedarik zinciri süreçlerinde finansal kaldıraç oluşturmasının yanı sıra üreticilerin üzerinden stok yükünü alması ve tedarik süresinin kısalması ile üreticilere oldukça değerli bir katkı sunmaktadır.

HD ULUSLARARASI; NFC portakal, portakal suyu konsantresi, limon, lime (misket limonu) ve limon suyu konsantrelerinde dünyanın ikinci büyük narenciye üreticisi Louis Dreyfus Companies firmasının meyve suyu platformunun, Türkiye tek yetkili temsilcisi olarak portakal suyu konsantre ve lifi, sonrasında limon suyu konsantresi tedariğinde de bir atılım yapmıştır. Dünyada lider emtia firmaları arasında bulunan Louis Dreyfus Companies'e ait Brezilya menşeili Limon ve Lime ürünlerinin 30.000 hektarlık çiftliklerinden toplanıp yerli üreticilere tedariği için 2021'e hızlı bir giriş yapan HD ULUSLARARASI, yılın ilk sevklerini birinci çeyrekte tamamlamıştır.

Tropical fruits now closer
Tropical fruit flavors, which have recently become one of the preferences of fruit juice consumers, seem to increase their volume in this area considerably. Tropical fruit juices are the primary choice of consumers who want to try different flavors or fruit juice producers who want to make a difference, as well as consumers who choose the flavors they are accustomed too.

Tropical fruits, which are included in mixed fruit juice recipes, can leave producers in a difficult situation from time to time due to their long shipping times.

HD ULUSLARARASI, which has been actively marketing mango and guava puree, which is especially preferred by people living in hot climates, in Turkey and GCC for 10 years; For these products, it works as the sole authorized representative of Sunrise Naturals PVT, one of the leading companies in India, and ships its products both to the domestic market and to export.

In the customer range of SUNRISE NATURALS, which globally supplies guava and papaya purees as well as various mango puree and puree concentrates; There are global companies such as Coca Cola, RC Cola and Maaza.

Organic supply increases
With the increase in healthy eating preferences, consumption based on organic agriculture and the variety of products on the shelf also increase. Producers who want to differentiate organic agricultural products, which started in the 80's and increase their volume on the shelves day by day, also use their primary preferences in these products. HD ULUSLARARASI, the only authorized representative of Germany-based Boecker Gmbh company in Turkey, has been supplying both organic and conventional banana puree for many years. It is expected that prescriptions including other tropical fruits such as Lycee and coconut water, which will increase the demand in this area, will take place on the shelves.

Tropik meyveler artık daha yakın
Son dönemde meyve suyu tüketicilerinin tercihleri arasına giriş yapan tropikal meyve tatları bu alandaki hacmini oldukça büyütecek gibi görünüyor. Alıştığı tatları seçen tüketicilerin yanı sıra farklı tatlar denemek isteyen tüketicilerin veya farklılık yaratmak isteyen meyve suyu üreticilerinin öncelikli tercihleri tropikal meyve suları oluyor.

Karışık meyve suyu reçetelerine giren tropik meyveler uzun sevk süreleri sebebi ile üreticileri zaman zaman zor durumda bırakabiliyor.

Özellikle sıcak iklimlerde yaşayan insanların tercihi olan mango ve guava pürelerini, 10 yıldır Türkiye ve GCC de aktif olarak pazarlayan HD ULUSLARARASI; bu ürünler için Hindistan'ın önde gelen firmalarından Sunrise Naturals PVT nin Türkiye tek yetkili temsilcisi olarak çalışmaktadır ve ürünlerini hem iç pazara hem de ihracata sevk etmektedir.

Çeşitli mango püre ve püre konsantrelerinin yanı sıra guava ve papaya pürelerini de küresel anlamda tedarik eden SUNRISE NATURALS'ın müşteri yelpazesinde; Coca Cola, RC Cola ve Maaza gibi global firmalar bulunmaktadır.

Almanya merkezli Boecker Gmbh firmasının Türkiye tek yetkili temsilcisi olan HD ULUSLARARASI, hem organik hem konvansiyonel muz pürelerinin tedariğini uzun yıllardır yapmaktadır. Bu alanda taleplerin artacağı Lycee, Hindistan cevizi suyu gibi diğer tropikal meyvelerin de yer aldığı reçetelerin raflarda yer alması bekleniyor.

Organik tedarik artıyor
Sağlıklı beslenme tercihlerinin artmasıyla birlikte organik tarıma dayalı tüketim ve raflardaki ürün çeşitliliği de artmaktadır. 80'li yıllarda başlayan ve raflardaki hacmini her geçen gün artıran organik tarım ürünlerini farklılaştırmak isteyen üreticiler de öncelikli tercihlerini bu ürünlerde kullanıyor. Almanya merkezli Boecker Gmbh firmasının Türkiye'deki tek yetkili temsilcisi olan HD ULUSLARARASI, uzun yıllardır hem organik hem de konvansiyonel muz püresi tedarik etmektedir. Bu alandaki talebi artıracak Lycee ve hindistancevizi suyu gibi diğer tropik meyvelerin de yer aldığı reçetelerin raflarda yer alması bekleniyor.

HD ULUSLARARASI

22 YEARS
IN DISTRIBUTORSHIP

- Fruit Juice Concentrate
- Fruit Puree Concentrate
- Fruit Pulps
- Fruit Oils
- Stevia



HD Uluslararası Tic. ve Ambalaj San. Ltd. Şti.
Gebkim Osb. Refik Baydur Cad. No:15/212
Dilovasi-Kocaeli/TURKEY
+90 262 754 01 62
+90 262 754 01 63
www.hd.biz.tr

Tabletree Montana wins Silver in sofi™ Awards

Tabletree Montana'ya sofi™'den gümüş ödül



Nearly 1,500 products competed for Top Specialty Food Association Awards.

Dünyanın saygın gastronomi kuruluşlarından, "Specialty Food Association- SFA" tarafından verilen ödülleri almak için 1500'e yakın ürün rekabet ediyor.

Tabletree Cherry Juice has won the silver award in the Juices and Beverages category as part of the Specialty Food Association's (SFA) 2021 sofi™ Awards, a top honor in the $158 billion specialty food industry.

TABLETREE CHERRY JUICE was one of 130 winners selected from nearly 1,500 entries across 49 product categories. Products are judged in an anonymous sampling for taste - including flavor, appearance, texture and aroma - ingredient quality, and innovation. The sofi judging was held at the prestigious Rutgers Food Innovation Center in April following strict safety guidelines.

"We are so excited that Tabletree Cherry Juice has won this award. Winning a sofi award and being recognized by the industry for our commitment to quality and flavor is a huge honor. The sofi Award is the ultimate stamp of approval and we are so proud to claim the silver this year."

The sofi Awards competition is open annually to members of the Specialty Food Association. The Awards have been given each year since 1972. They recognize extraordinary specialty food and beverage products and the people who create them.

PRNewswire - Tabletree Vişne Suyu, 158 milyar $ hacme ulaşan ve spesiyal gıda diye tabir edilen 'özel ürünler' sektörünün öncü kuruluşu Specialty Food Association (SFA) tarafından verilen 2021 sofi™ Ödüllerinde, Meyve Suyu ve İçecek kategorisinde gümüş ödül kazandı.

Tabletree Cherry Juice, 49 ürün kategorisinde yaklaşık 1.500 başvuru arasında ilk 130 kazanan arasında yer alıyor. Ürünler tat, görünüm, doku, aroma, malzeme kalitesi ve inovasyon kriterlerinde özgün olma yönüyle değerlendiriliyor. Sofi ödüllerinin tespiti, sağlık yönüyle güvenlik kurallarına riayet edilerek Nisan ayında, sektörün dünyaca saygın kuruluşu Rutgers Gıda İnovasyon Merkezi'nde gerçekleştiriliyor.

Tabletree Vişne Suyu bu özel ödülü kazandığı için çok heyecanlıyız diyen şirket yetkilileri, Sofi Ödülü kazanmanın, kalite ve lezzete olan bağlılıklarının bir kanıtı olarak sektör tarafından tanınmak anlamına geldiğini, bunun da büyük bir onur olduğunu dile getiriyorlar. "Sofi Ödülü, bu başarının son halkası; gümüş ödülü aldığımız için gurur duyuyoruz."

SFA üyelerine açık ve olağanüstü nitelikte özel yiyecek ve içecek ürünlerinin teşviki ve bunları üretmeyi başarabilen insanların onurlandırılmasını amaçlayan Sofi Ödülleri,1972'den beri her yıl gerçekleştiriliyor.

Spray Dried Flavours

Spray Dried -
Menthol (10% 40%), Spearmint Oil, Peppermint Oil, Mango, Orange, Lemon, Banana, Pomegranate, Caramel, Vanilla & many more

SPRAY DRIED (ENCAPSULATED) FLAVOURS

Spray dried flavours constitute an important group of flavourings in which the flavour molecules are encapsulated or "sealed" in a protective casing of a suitable carrier. These flavours are free flowing, protected from oxidation, evaporation or polymerization and are stable over long storage periods. The spray drying process ensures that the full aromatic profile is retained and it allows the use of constituents which could not readily be incorporated into traditional liquid flavours.

The initial sensory impact of spray dried flavours is subdued, however upon reconstitution with water or other liquids, the encapsulated aromatics are freed and the full aroma and flavour is released.



sonarome
India's No.1 flavour company

Sonarome Private Limited
One Sonarome Way
KIADB Industrial Area,
Doddaballapur
Bangalore 561 203 INDIA

T +91 80 3090 2200
+91 80 3090 2288
F +91 80 3090 2299
sonarome@sonarome.com
www.sonarome.com

Partners
FRUTAROM
FOUNDED 1933

An ISO 22000, GMP, Halal & Kosher Certified Company.

Your ingredient for success...!

rd@tarang.net.in



Long-term study proves BENEO's Orafti®Synergy1 reduces infection duration for infants in first year of life

A recently published study from an EU-funded project[i] demonstrates that the prebiotic enrichment of infant formula milk with oligofructose-enriched inulin (Orafti®Synergy1) reduces the duration of infections in the first year of a baby's life.

BENEO Orafti®Synergy1 bebeklerin yaşamlarının ilk yılında enfeksiyon süresini azaltıyor

Yakın zamanda AB tarafından finanse edilen bir projeden[i] yayınlanan bir çalışma, bebek maması sütünün oligofruktozla zenginleştirilmiş inülin (Orafti®Synergy1) ile prebiyotik olarak zenginleştirilmesinin, bebeğin hayatının ilk yılında enfeksiyonların süresini azalttığını gösteriyor.

The study is part of the EARNEST[ii] project (EARly Nutrition programming-long term follow up of Efficacy and Safety Trials), an EU-funded integrated initiative. It was conducted across multiple sites and was

Çalışma, AB tarafından finanse edilen entegre bir girişim olan EARNEST[ii] projesinin (EARly Nutrition programlama-uzun vadeli Etkinlik ve Güvenlik Denemelerinin takibi) bir parçasıdır. Birden fazla yerde

prospektif, randomize, çift kör, plasebo kontrollü bir çalışma gerçekleştirildi. Sadece mama ile beslenen ve çalışmanın başlangıcında 4 aydan küçük olan 160 sağlıklı bebeği içeriyordu.

a prospective, randomized, double-blind, placebo-controlled study. It involved 160 healthy term infants who were exclusively formula-fed and aged younger than 4 months at the outset of the study. The infant

formula was either enriched with 0.8 g/100 mL of BENEO's Orafti®Synergy1, a chicory root derived prebiotic, or an supplemented control formula. These were given until the babies were 12 months old.

The findings showed that both formulas were well-tolerated and safe. However, the babies that consumed the infant formula enriched with Orafti®Synergy1 had significantly shorter infection episodes, compared to the control group. In addition, the total daily crying time for those consuming the prebiotic formula was lower and their stools were significantly softer throughout the 12-month period.

Anke Sentko, Vice President Regulatory Affairs & Nutrition Communication at BENEO, comments: "The research results are especially exciting because they reflect the first year in a baby's life for the first time and show that the duration of infections was significantly reduced by the group consuming formula enriched with Orafti®Synergy1. Without a doubt, this is good news for both babies and their parents. With the right choice of ingredients, formulas can be improved by enriching them with prebiotic oligofructose-enriched inulin and brought closer to the gold standard of breast-feeding."

This is the third study using 0.8 g/100 mL Orafti®Synergy1 with infants proving safety, good tolerance and health benefits, but is the first study with Orafti®Synergy1 of such a long duration. It also adds to the growing evidence of the positive effects of prebiotics on a baby's gut microbiota linked to their inner defence system. In this respect, a healthy colonization of the gut microbiota with beneficial bacteria seems to be of high importance for the proper development of the immune system.

As a recognised prebiotic, oligofructose-enriched inulin, BENEO's Orafti®Synergy1, feeds beneficial Bifidobacteria in the gut and thus positively influences the microbiota. Breast-fed babies' microbiota is characterized by a high count of Bifidobacteria, which positively influences the gut environment. While not every child is able to benefit from breast feeding, this study shows that with the prebiotic enrichment of infant formula, it is possible for them to gain a stronger inner defence system, improved stool consistency and other benefits.

Bebek maması ya 0.8 g / 100 mL BENEO'nun Orafti®Synergy1 bir hindiba kökü türevi prebiyotik ile veya bir kontrol formülü ile zenginleştirildi. Bunlar bebekler 12 aylık olana kadar verildi. Bulgular, her iki formülün de iyi tolere edildiğini ve güvenli olduğunu gösterdi. Bununla birlikte, Orafti®Synergy1 ile zenginleştirilmiş bebek mamasını tüketen bebeklerin, kontrol grubuna kıyasla önemli ölçüde daha kısa enfeksiyon atakları vardı. Ek olarak, prebiyotik formülü tüketenler için toplam günlük ağlama süresi daha düşüktü ve dışkıları 12 aylık dönem boyunca önemli ölçüde daha yumuşaktı. Anke Sentko – BENEO Ruhsatlandırma İşleri ve Beslenme İletişim Başkan Yardımcısı şu yorumu yapıyor:

"Araştırma sonuçları özellikle heyecan verici çünkü bebeğin hayatındaki ilk yılını ilk kez bu araştırma yansıtıyor ve enfeksiyon süresinin Orafti®Synergy1 ile zenginleştirilmiş formül tüketen grup tarafından önemli ölçüde azaldığını gösteriyor. Şüphesiz bu hem bebekler hem de ebeveynleri için iyi bir haber. Doğru bileşen seçimi ile, formüller prebiyotik oligofruktozla zenginleştirilmiş inülin ile zenginleştirilerek iyileştirilebilir ve emzirmenin altın standardına yaklaştırılabilir. "

Bu, bebeklerde 0,8 g / 100 mL Orafti®Synergy1 kullanan üçüncü çalışmadır ve güvenilirliği, iyi tolerans ve sağlık yararları kanıtlanmıştır, ancak Orafti®Synergy1 ile bu kadar uzun süreli ilk çalışmadır.

Ayrıca prebiyotiklerin, bebeğin iç savunma sistemiyle bağlantılı bağırsak mikrobiyotası üzerindeki olumlu etkilerine dair artan kanıtlara katkıda bulunuyor. Bu bağlamda, faydalı bakterilerle bağırsak mikrobiyotasının sağlıklı bir şekilde kolonileştirilmesi, bağışıklık sisteminin doğru gelişimi için yüksek önem arz etmektedir.

Prebiyotik olarak tanımlanmış ve oligofruktozla zenginleştirilmiş bir inülin olan BENEO'nun Orafti®Synergy1'i bağırsaktaki yararlı Bifidobakterileri besler ve böylece mikrobiyotayı olumlu yönde etkiler. Anne sütüyle beslenen bebeklerin mikrobiyotası, bağırsak ortamını olumlu yönde etkileyen yüksek sayıda Bifidobakteri ile karakterizedir. Her çocuk emzirmeden yararlanamasa da, bu çalışma bebek mamasının prebiyotik zenginleştirilmesiyle daha güçlü bir iç savunma sistemi, gelişmiş dışkı kıvamı ve diğer faydalar elde etmelerinin mümkün olduğunu göstermektedir.

[i] Neumer F, Urraca O, Alonso J, Palencia J, Varea V, Theis S, Rodriguez-Palmero M, Moreno-Muñoz JA, Guarner F, Veereman G, Vandenplas Y, Campoy C. Long-Term Safety and Efficacy of Prebiotic Enriched Infant Formula-A Randomized Controlled Trial. Nutrients. 2021; 13(4):1276. https://doi.org/10.3390/nu13041276

[ii] EARNEST is an official abbreviation and stands for "EARly Nutrition programming-long term follow up of Efficacy and Safety Trials"



Rethinking eating patterns.
Go low, go slow, go all day.

The traditional three meals a day have evolved to fluid meal moments. Get on board with the eating challenges in the new normal and offer the right bite for each break. Help consumers to get the most out of their day with Palatinose™, providing full carbohydrate energy coupled with a more balanced blood sugar level. Focus on inner wellbeing with Orafti® Inulin and Oligofructose, naturally sourced prebiotic fibres that improve digestive health. From your lab to their lunchbox, aim for functional products that are sensorially and nutritionally appealing to today's consumers.

Follow us on: www.beneo.com

beneo
connecting nutrition and health

Anuga goes hybrid and is lending the leading global trade fair for food and beverages a stronger presence on the web with its new format Anuga @home

Product presentations at the exhibitions stands on-site will be enhanced by further digital offers via the new Anuga @home

Anuga, yeni teması “dönüşüm” ile hibrit olarak geri dönüyor

Fuar stantlarındaki ürün teşhirleri, yeni Anuga @home konsepti aracılığı ile daha fazla dijital teklifle yapılacak.



“Transform” is the major leading theme of this year’s Anuga. Whereby not only themes related to the transformation within the food and beverage industry will be addressed, but also the new concepts of the leading global trade fair itself, which is being staged in a hybrid format for the first time. Accordingly, the usual physical trade fair with product presentations on-site in Cologne will be additionally enhanced by the digital element Anuga @home.

The hybrid format has the advantage that industry participants all over the globe – exhibitors, trade visitors and the trade press – can exchange ideas live in Cologne or digitally via the newly developed platform and inform themselves about important industry topics. As a result of the analogue trade fair being enhanced by the digital platform, a new, hybrid trade fair experience will be created, wherever the key players, decision-makers and other relevant target groups happen to be.



“Dönüşüm”, Anuga’nın bu yılki ana teması. Burada sadece gıda ve içecek endüstrisindeki dönüşümle ilgili temalar değil, ayrıca ilk defa hibrit bir formatta sergilenen önde gelen küresel ticaret fuarının yeni kavramları da ele alınacak. Buna göre, Köln’deki yerleşkesindeki ürün sunumlu normal fiziksel ticaret fuarı, Anuga @home dijital unsuruna ek olarak geliştirilecek.

Hibrit format ile tüm dünyadaki sektör katılımcıları – fuar katılımcıları, ticari ziyaretçiler ve ticari basını – Köln’de canlı veya yeni geliştirilen platform aracılığıyla dijital olarak fikir alışverişinde bulunabilir ve önemli sektör konuları hakkında bilgilenebilirler. Dijital platformca geliştirilen analog ticaret fuarının bir sonucu olarak, önemli oyuncular, karar vericiler ve diğer ilgili hedef gruplar nerede olursa olsun, yeni, hibrit bir ticaret fuarı deneyimini yaşayacak.

Digital tools for maximum reach
The digital event Anuga @home offers the exhibitors various presentation options. The platform is accessed via the virtual lobby. Here, there is an overview of all features as well as initial recommendations for relevant contacts, exhibitors and imminent items on the trade fair agenda. Furthermore, the platform offers additional components such as the “Main Stages”, where the programme curated by Anuga takes place. For example, top speakers will present industry themes – live on-site from Cologne or per stream from everywhere in the world – via the “Congress

Maksimum erişim için dijital araçlar
Dijital etkinlik Anuga @home, katılımcılara çeşitli sunum tercihleri sunuyor. Platforma sanal lobi aracılığıyla erişiliyor. Burada, tüm özelliklere genel bir bakışın yanı sıra ilgili kişiler, katılımcılar ve ticaret fuarı gündemindeki muhtemel maddeler için başlangıç önerileri bulunuyor.

Ayrıca platform, Anuga’nın küratörlüğünü yaptığı programın yer aldığı “Ana Aşamalar” gibi ek bölüm-



Stages". The exhibitors' new products and highlights will be presented on the "Product Stages". Here, there will also be further target group-specific stages, for instance the "Anuga Trade Shows Stage", the "Anuga Start-up Stage", the "Anuga taste Innovation Stage" or the "Anuga Food Trends Stage".

ler de sunuyor. Mesela, konuşmacılar, "Kongre Aşamaları" aracılığıyla, Köln'den veya dünyanın her hangi bir yerinden canlı yayınla sektör temalarını sunacaklar. Katılımcıların yeni ürünleri ve önemli konular "Ürün Bölümleri" kısmında sunulacak. Ayrıca burada "Anuga Fuarları", "Anuga Başlangıç Bölümü", "Anuga Tadı İnovasyon Bölümü" veya "Anuga Gıda Trendleri Bölümü" gibi hedef gruba yönelik diğer aşamalar da yer alacak.

Fuar katılımcıları ve Ürünleri bölümünde "Showfloor", fuar salonunun karşılığı olarak hizmet etmeyi amaçlıyor. Buradan "Showroom" olarak adlandırılan katılımcıların farklı stantlarına erişimi mümkün olabiliyor. Katılımcılar, Showroom'da şirketleri, ürünleri ve hizmetleri hakkında ilgili bilgiler elde edebiliyorlar. Ziyaretçiler, diğer fuar katılımcıları, üst düzey karar vericiler, alıcılar, endüstri uzmanları ve medya temsilcileri ile bire bir iletişim şeklinde sesli, görüntülü veya sohbet yoluyla "İletişim Merkezi" aracılığıyla





iletişime geçebilirler. Sistem, ilgili kişileri ve şirketleri tanımlamayı son derece kolay ve etkileşimli duruma getiriyor.

Fuar ekibi, dijital platformun işlevselliğini ve imkânlarını tanıtmak için diğerlerinin yanı sıra önümüzdeki haftalarda canlı gösterimlerle web seminerleri gerçekleştirecek. Ziyaretçiler Anuga'yı fiziksel olarak 11.10.-13.10.2021 tarihleri arasında ziyaret edebilecekler. Fiziki gerçekleşecek Anuga sona erdikten sonra Anuga@Home üzerinden katılımcılara erişmek mümkün olacak.



In the Exhibitors and Products section, the "Showfloor" serves as the counterpart to the exhibition hall. From here access to the different stands of the exhibitors, the so-called "Showroom", is possible. Exhibitors can provide relevant information about their companies, products and services in the Showroom. Visitors, other exhibitors, top decision-makers, buyers, industry experts and media representatives can be contacted via the "Communication Centre" per audio, video or chat in the form of a one-to-one communication. The visual "Discovery Graph" makes identifying relevant contacts and companies incredibly easy and interactive – either via the networks, personal contacts or using the Match feature based on the interests entered.

The trade fair team will carry out among others webinars with live demonstrations in the coming weeks in order to present the functionality and possibilities of the digital platform. The visitors will be able to access the live programme of Anuga @home from 11.10.-13.10.2021. After this date, the contents can be called up on-demand. Access to the networking options is also possible after the actual trade fair has closed.

Linde MH completely renewed the L14 - 16 AS/AS AP and D12 - 14 AP Cordless Stackers

Linde MH, L14 - 16 AS/AS AP ve D12 - 14 AP Akülü İstifleyicilerini tepeden tırnağa yeniledi



Thanks to their increased safety features, NEW D and L models protect both your employees and your cargo in your intra-logistics operations!

Artırılmış güvenlik özellikleri sayesinde YENİ D ve L modelleri intralojistik operasyonlarınızda hem çalışanlarınızı hem de yükünüzü korur!

Linde MH's battery-powered L14 – 16 AS/AS AP and D12 – 14 AP stackers with a carrying capacity from 1.2 tons to 1.6 tons will be your most suitable business partner for the storage and transportation of your products.

Linde MH'nin 1,2 tondan 1,6 tona taşıma kapasitesine sahip L14 – 16 AS/AS AP ve D12 – 14 AP akülü istifleyicileri ürünlerinizin depolanması, taşınması için en uygun iş ortağınız olacak.

L14 – 16 AS/AS AP model denge ayaklı istifleyiciler 1,4 – 1,6 ton arası yükleri 5.300 mm raf yüksekliklerine kadar kolaylıkla istiflerken, D12 – 14 AP model katlanabilir platformlu çift istifleyiciler

L14 – 16 AS/AS AP model stackers with outriggers stack 1.4 – 1.6 tons of loads up to 5,300 mm shelf heights easily, while the D12 – 14 AP model double stackers with foldable platform can handle two pallets between 1.2 – 1.4 tons



in total and ensure you to save time in your intra-logistics operations by accelerating the transportation processes in your warehouse by carrying them one on top of the other.

Linde MH offers its customers security as a standard, not an option. That's why, in all its developments, it aims to increase the efficiency of the product and works to maximize the safety of both the load and the operator.

In this context, the remarkable features of Linde MH, which reinterprets aesthetic design and functionality in the L14 – 16 AS/AS AP and D12 – 14 AP battery stackers;

• Thanks to low positioned and long joystick (for pedestrian-controlled models) the distance between the operator and the equipment ensures the safety of both the load and the operator by staying in a safe area during intra-logistics activities.
In addition, the lower positioned joystick, close to the load center, allows the operator to carry the load more comfortably, while increasing the maneuverability of the equipment. This contributes to the safety of the operator and the load.

• With Linde MH's patented Linde OptiLift feature, loads are lowered or shelved more precisely. At the last lift height or when lowering to the ground, the lift automatically slows down and the load can be prevented from being damaged, shaken or dropped.

• Thanks to its new, more rounded design, it makes it possible to increase the safety of both the operator and the pedestrians working in your facility in your intra-logistics activities and to minimize the injuries caused by the operation.

toplamda 1,2 – 1,4 ton arası iki paleti üst üste taşıyarak depo-nuzda taşıma işlemlerini hızlandı-rarak, size intralojistik operasyon-larınızda zaman kazandırır.

Linde MH, müşterilerine güvenliği bir opsiyon olarak değil bir stan-dart olarak sunar. İşte bu yüzden yaptığı tüm geliştirmelerde ürünün verimliliğini artırmayı hedeflediği gibi gerek yükün gerekse opera-töründe güvenliğini maksimum seviyeye çıkarmak için çalışır.

Bu bağlamda estetik tasarımı ve işlevselliği L14 – 16 AS/AS AP ve D12 – 14 AP akülü istifleyicilerinde tekrar yorumlayan Linde MH'nin dikkat çeken özellikleri ise;

• Alçak konumlandırılmış ve uzun kumanda kolu (yaya kumandalı modeller için) sayesinde operatör ve ekipman arasındaki mesafe sa-yesinde operatör intralojistik faali-yetleri sırasında güvenli bir alanda kalarak, gerek yükün gerekse operatörün güvenliği sağlanır.
Buna ek olarak daha alçak ko-numlandırılan kumanda kolu, yük merkezine yakın olması sebebiyle operatörün yükü daha rahat ta-şımasını sağlarken aynı zamanda ekipmanın manevra kabiliyetini artır. Bu da operatörün ve yükün güvenliğine katkı sağlar.

• Linde MH'nin patentli Linde Op-tiLift özelliği ile yükler daha hassas bir şekilde indirilir veya rafa kaldırı-lır. Son asansör yüksekliğinde veya yere indirilirken asansör otomatik olarak yavaşlar ve yükün hasar görmesi, sarsılması veya düşmesi engellenebilmektedir.

• Daha yuvarlak hatlı yeni tasarımı sayesinde intralojistik faaliyetleri-nizde gerek operatörün gerekse tesisinizde çalışan yayaların gü-venliğinin arttırılması ve operasyon kaynaklı yaralanmaların minimize edilmesini mümkün kılmaktadır.





Linde MH patentli Optilift™ ve alçak konumlandırılmış kumanda kolu sayesinde yeni nesil D ve L model istifleyicilerimiz intralojistik operasyonlarınızın güvenliğini ve verimliliğini bir üst seviyeye taşır.

www.hasel-linde.com



CARAVAN Salon 2020
Photo: Messe Düsseldorf / ctillmann

Exhibition lockdown in Germany costs 40 billion euros

Almanya’da fuar kapanmaları 40 milyar Euro zarara mâl oldu

The permanent lockdown for the German exhibition industry has massive consequences for the entire economy: according to calculations by AUMA - Association of the German Trade Fair Industry based on an Ifo study, cancellations of exhibitions due to Corona measures have so far led to an overall economic loss of 40 billion euros. With the exception of September and October 2020, no fairs have been allowed to take place since March 2020 and the second quarter of 2021 is also likely to be cancelled almost completely.

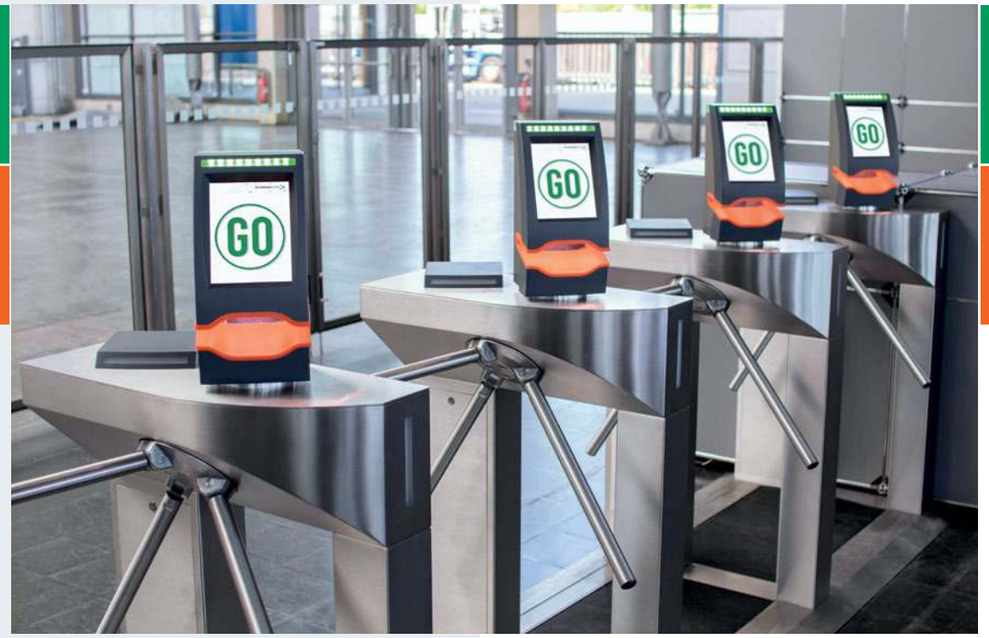
However, in recent days some federal states such as Baden-Württemberg, Bavaria, Hamburg, Lower Saxony and North Rhine-Westphalia have opened up perspectives for a new start of exhibitions, which are dependent on certain incidence rates.

AUMA Managing Director Jörn Holtmeier comments: “These are important first steps on the way out of the lockdown. The exhibition organizers, exhibitors and their service providers now expect a clear signal from all the federal states for permitting exhibitions again. The favorable development of the infection figures makes it possible to send signals everywhere now for the benefit of the economy. Otherwise, the continuing standstill will endanger the existence of organizers, stand construction companies and many other partners in the exhibition industry”. For example, the considerable decline in turnover of the hotel industry, gastronomy, railways, air traffic and taxi is to a large extent due to the closure of the fairs.

Alman fuarcılık sektörünün koronavirüs tedbirleri sebebi ile tamamen kapanmaya gitmesinin tüm sektör için büyük sonuçları var: AUMA, Alman Ticari Fuar Endüstrisi Kuruluşu’nun bir Ifo çalışmasına dayanan hesaplamalarına göre koronavirüs önlemlerinin ticari fuarlara olan etkisi genel ekonomide şimdiye kadar 40 milyar euroluk bir kayba sebep oldu. Eylül ve Ekim 2020 fuarları hariç, Mart 2020’den beri hiçbir fuarın yapılmasına izin verilmedi ve 2021’in ikinci çeyreği de muhtemelen tamamen iptaller ile geçecek.

Ancak son günlerde Baden-Württemberg, Bavaria, Hamburg, Lower Saxony ve North Rhine-Westphalia gibi bazı federal bölgeler, fuarlara yeni bir başlangıç yapmak için belirli oranlara bağlı olarak yeni perspektifler açtılar.

AUMA Genel Müdürü Jörn Holtmeier, “Bu gelişmeler karantinadan çıkış yolunda ilk önemli adımlar. Fuar organizatörleri, katılımcılar ve hizmet sağlayıcıları artık tüm federal bölgelerden fuarların yeniden düzenlenmesine yönelik net bir sinyal bekliyor. Vaka durumlarındaki olumlu düzelmeler, ekonominin yararına olacak bu büyük beklentiyi mümkün kılıyor. Aksi takdirde devam eden bu duraklama fuarcılık sektöründeki organizatörlerin, stant yapım şirketlerinin ve diğer birçok ortağın varlığını tehlikeye atacaktır. Örneğin bu keskin olumsuz etki otel, gastronomi, demiryolları, hava trafiği, taksi başta olmak üzere pek çok kitleyi etkiliyor,” dedi.



Polat Makina: outstanding in quality, sensitive in service, competitive in price

Polat Makina has been striding to be "the best" in innovation, quality and service with its worldwide sales and service network with a total of 9 companies, 4 of which are located in Germany, Greece, Morocco and Italy and 5 are in Turkey addressing different sectors, along with 11 distributors.

Polat Makina: kalitede öncü, hizmette duyarlı, fiyatta rekabetçi

Polat Makina; Almanya, Yunanistan, Fas ve İtalya'nın yanı sıra yurt içinde de 5 merkezde farklı sektörlere hitap eden toplam 9 şirket ve 11 bayisi ve dünya çapındaki satış ve servis ağı ile inovasyonda, kalitede ve hizmette "en iyi" olmak için çalışıyor.

Polat Makina having been laid the foundations by İbrahim Polat in 1978 in Aydın aims to improve constantly and provide products and services in global-scaled quality and standards with its employees.

It continues its journey which had begun in an atelier for 4.5 m^2 by exporting the values manufactured in an area of 88,000 m^2 for 36 countries in today's world. Polat Makina endeavours to become "the best" in innovation, quality, service and customer relations through its 9 group companies of which 4 are abroad (Germany, Greece, Morocco and Italy) and its world-wide sales and service network. In order to increase the productivity and enable all the fields to focus on their unique operations, Polat Group Holding A.Ş was established by uniting all companies under one roof.

It is curial to preserve the freshness of the nutrients in farm-to-table process with minimum waste and maximum efficiency. Polat Makina evaluates these processes well and have continuously supplied the related industries by offering logical solutions with high performance/price ratio to enable the customers to obtain higher yields with its environmentally friendly machines which reduce energy and water consumption.

1978 yılında, temelleri İbrahim Polat tarafından Aydın'da atılan Polat Makina, çalışanlarıyla birlikte sürekli gelişmeyi, global kalite standartlarında ürün ve hizmet sunmayı amaçlıyor.

4,5 m^2 bir atölyede başladığı yolculuğunu, bugün, 88.000 m^2 alanda ürettiği değerleri 36 ülkeye ihraç ederek sürdüren Polat Makina; 4'ü yurt dışı (Almanya, Yunanistan, Fas ve İtalya) 5'i yurt içinde olmak üzere farklı sektörlere hitap eden toplam 9 şirket ve 11 bayisi ile dünya çapındaki satış ve servis ağı ile inovasyonda, kalitede ve hizmette "en iyi" olmak için çalışmaktadır. Kurumsallaşma çalışmaları dahilinde, verimliliğin arttırılması ve bütün yapıların kendi süreçlerine odaklanmasını sağlamak için tüm şirketler tek bir çatı altında Polat Group Holding A.Ş. bünyesinde toplanmıştır.

Besinlerin doğadan soframıza ulaşana dek geçirdiği süreçte doğallığının ve tazeliğinin korunması, minimum atık ve maksimum verimle fayda sağlanması çok önemlidir. Polat Makina bu süreçleri iyi değerlendirerek, bu doğrultuda tasarladığı çevre dostu makinalarıyla sektör ihtiyaçlarına en uygun hizmeti vermektedir. Polat Makina Endüstriyel Dekantör ve Separatörleri, minimum düzeyde enerji ve su tüketiminin yanı sıra, düşük servis ve bakım ücretleri ile işletme maliyetlerini düşürerek kullanıcılara kazanç sağlamaktadır. Bunlara ek olarak, yüksek performans/fiyat oranı sunması ile Polat Makina, maliyet konusunda en uygun seçenek haline gelmektedir.

Industrial solutions
Endüstriyel çözümler
POLAT



www.polatas.com.tr industrial@polatas.com.tr +90 216 540 50 25-26

POLAT®



20’yi aşkın ülke, 2.000’in üzerinde marka

Giants of the food industry bring trading to CNR

Dünya gıda sektörünün en önemli buluşmalarından biri olan CNR Food İstanbul, bu yıl 20’yi aşkın ülkeden 2.000’in üzerinde markaya ev sahipliği yapacak. Eş zamanlı gerçekleştirilecek CNR Ambalaj Fuarı ve Bayim Olur Musun? Fuarı ile birlikte 2.500’ü aşkın yabancı satın almacının ağırlanacağı fuar, aralarında Özbekistan, Somali, Çekya, Lübnan, Kamerun ve Ürdün gibi ülkelerin yer aldığı mili katılımlara da sahne olacak. Fuar kapsamında düzenlenecek Özel İçecekler ve Gurme Özel Bölümü ise yerli ve yabancı üreticiler ile 2.500’ü aşkın satın almacıyı bir araya getirecek. Bayim Olur Musun? Fuarı’nda ise Türkiye’nin ilk yüzde 100 vegan etkinliği olan Vegan Expo 2021 “Sürdürülebilir Yaşam” Özel Bölümü gerçekleştirilecek.

One of the foremost gatherings of the food industry, CNR Food Istanbul - Food and Beverage Products, Food Processing Technologies Fair, gears up to start with a set of measures under the new “return to normal” criteria. Organized by

More than 2.000 brands from over 20 countries

Gıda sektörünün devleri ticareti CNR’a taşıyacak

One of the foremost gatherings of the global food industry, CNR Food Istanbul, will host more than 2.000 brands from over 20 countries this year. Greeting more than 2.500 international buyers with the concurrent events, CNR Ambalaj and Be My Franchise, the exhibition will welcome national pavilions from Uzbekistan, Somalia, Czechia, Lebanon, Cameroon, and Jordan. CNR Food Istanbul will be once again home for Special Beverages and Gourmet Special Section, where domestic and international producers will come together with over 2.500 buyers. Vegan Expo 2021 “Sustainable Living” Special Section, Turkey’s first 100% vegan event, will take the stage under Be My Franchise.

Gıda sektörünün en önemli buluşmalarından biri olan CNR Food İstanbul - Gıda ve İçecek Ürünleri, Gıda İşleme Teknolojileri Fuarı, yeni normale dönüş kriterleri kapsamında bir dizi önlem ile ziyaretçilerine kapılarını açmaya hazırlanıyor. CNR Holding kuruluşlarından İstanbul Fuarcılık tarafından, Türkiye Gıda ve İçecek Federasyonu (TGDF), Tüm Gıda Dış

CNR Holding subsidiary, Istanbul Trade Fairs, with the support of TGDF (Federation of Food & Drink Industry Associations of Turkey), TUGIDER (All Food Foreign Trade Association), PAKDER (Association of Agricultural Products, Grains, Pulses Processing

and Packaging Manufacturers), the Ministry of Trade and KOSGEB (Small and Medium Enterprises Development Organization of Turkey), the exhibition will be expecting visitors at CNR Expo Istanbul Expo Center between September 1-4, 2021.

Business volume of billions of dollars
Over 2.500 international buyers from countries including Poland, Greece, Iraq, the Netherlands, India, Kenya, Somalia, Uzbekistan, Czechia, Albania, Macedonia, and Hungary will take part in the exhibition, which will host more than 2.000 brands from around 20 countries this year. The exhibition, to be visited by thousands of industry professionals, will add a new dimension to global trading by gathering producers and buyers at bilateral B2B meetings. Featured as one of the most prominent industries of the Turkish economy thanks to its added value and trading activities, the Turkish food and beverage industry shows enormous attention to the exhibition with its industry-leading companies. Countries keep having considerably great interest in the exhibition. The countries including Uzbekistan, Somalia, Czechia, Lebanon, Cameroon, and Jordan will exhibit with their national pavilions.

Special Beverages and Gourmet Special Section enlivens the exhibition
CNR Food Istanbul will draw attention with Special Beverages and Gourmet Special Section once again this year. More than 2.000 brands from over 20 countries will be hosted at the special section, to be organized upon the official approval



Ticaret Derneği (TÜGİDER) ve Tarım Ürünleri Hububat Bakliyat İşleme ve Paketleme Sanayicileri Derneği (PAKDER), Ticaret Bakanlığı ve KOSGEB desteğiyle organize edilen fuar, 1 – 4 Eylül 2021 tarihleri arasında CNR Expo İstanbul Fuar Merkezi'nde ziyaretçilerine ev sahipliği yapacak.

Milyarlarca dolarlık iş hacmi yaratılacak
Aralarında Polonya, Yunanistan, Irak, Hollanda, Hindistan, Kenya, Somali, Özbekistan, Çekya, Arnavutluk, Makedonya, Macaristan'ın da yer aldığı ülkelerden 2.500'ün üzerinde yabancı satın almacının katılacağı fuar, bu yıl yaklaşık 20 ülkeden 2.000'i aşkın markaya ev sahipliği yapacak. Binlerce sektör profesyonelinin ziyaret edeceği fuarda, B2B ikili iş görüşmeleri ile üretici ve alıcı bir araya gelerek, global ticarete yeni bir boyut kazandıracak. Yarattıkları katma değer ve gerçekleştirdikleri ihracat ile Türkiye ekonomisinin en önemli sektörleri arasında yer alan Türk gıda ve içecek sektörü de, yine sektöre yön veren firmalarıyla fuara yoğun ilgi gösteriyor. Fuara, bu yıl da ülkelerin ilgisi oldukça yüksek. Aralarında Özbekistan, Somali, Çekya, Lübnan, Kamerun ve Ürdün'ün de yer aldığı ülkeler, fuara milli katılım sağlayacak.

Fuar özel içecekler ve gurme özel bölümüyle de ilgi çekecek
CNR Food İstanbul, bu yıl da fuar içerisinde düzenlenecek Özel İçecekler ve Gurme Özel Bölümü'yle dikkatleri üzerine çekecek. 20'yi aşkın ülkeden 2.000'in üzerinde markaya ev sahipliği yapacak olan bu özel bölüm, T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Tütün ve Alkol Dairesi Başkanlığı'nın resmi onayı ile düzenleniyor. Yerli ve yabancı üreticilerle dünyanın dört bir yanından gelecek sektör profesyonellerini bir araya getirecek olan bu özel bölüm, tadım etkinlikleriyle fuara ayrı bir renk katacak. Üretici ve ithalatçı firmaların katılacağı bu özel bölümü, yerli ve yabancı hipermarket zincirlerinin satın almacıları, turizm sektörüne hizmet veren Türkiye'deki tüm 5 yıldızlı otel ve birinci sınıf tatil köylerinin yetkilileri ve üst segment restoran ile bar işletmecileri ziyaret edecek.

Ambalaj sektörü fuarda ürünlerini tanıtacak
CNR Food İstanbul Fuarı ile eş zamanlı yapılacak olan CNR Ambalaj İstanbul - Gıda İşleme Sistemleri, Paketleme ve Ambalaj Çözümleri Özel Bölümü de katılımcıların yoğun ilgisi ile karşılanıyor. Gıda işleme teknolojileri, gıda paketleme makine ve ekipmanları, oluklu mukavva, kâğıt, karton ambalaj üreticileri, plastik ve esnek ambalaj üreticileri, tamamlayıcı ambalaj ürünlerinin sergileneceği özel bölüm, bu yıl da gıda ve içecek üreticilerini bir araya getirecek. Sektör öncüsü 50'yi aşkın firmanın 100'lerce markasına dair ürünlerinin tanıtılacağı özel bölümü, binlerce sektör profesyonelinin ziyaret etmesi bekleniyor.

Bayim Olur Musun? Fuarı girişimcileri bir araya getirecek
Medya Fors organizasyonu ve Ulusal Franchising Derneği'nin (UFRAD) desteği ile düzenlenen Bayim Olur Musun? - Franchising ve Markalı Bayilik Fuarı, bu yıl da CNR Food İstanbul Fuarı ile eş zamanlı





by the Department of Tobacco and Alcohol of the Republic of Turkey Ministry of Agriculture and Forestry. Uniting domestic and international producers with industry professionals from all over the world, the special section will enliven the exhibition with many special tasting events. Producing and importing companies will also participate in the special section, to be visited by buyers of domestic and international hypermarket chains, executives of all the 5-star hotels and first-class resorts in Turkey serving for the tourism sectors, owners of top-class restaurants and bars.

The packaging industry to introduce products
CNR Ambalaj Istanbul - Food Processing, Filling & Packaging Technologies Special Section, taking place concurrently with CNR Food Istanbul, draws the attention of exhibitors. Displaying food processing technologies, food packaging machinery and equipment, corrugated board, paper, cardboard package, plastic and flexible package, complementary packaging products, the special section will bring together food and beverage producers once again this year. Hundreds of brands by over 50 industry-leading companies will introduce their products at the special section, expecting visits from thousands of industry professionals.

Be My Franchise? to gather entrepreneurs
Be My Franchise? – Franchising and Dealership Trade Fair, organized by Mediaforce with the support of UFRAD (Turkish Franchising Association), will take place concurrently with CNR Food Istanbul this year. The exhibition will welcome over 200 brands and more than 30 thousand industry professionals from 90 countries this year. The franchising industry, reaching a business volume of 43 billion dollars in Turkey with over 2.000 brands and more than 60.000 chain stores, will be represented with all the chains ranging from raw materials to producers, importers, wholesalers, and organized retailing. Brands that intend to elevate through franchises and dealerships and look for new business partners will gather with entrepreneurs at the exhibition.

Turkey's first 100% vegan event
Vegan Expo 2021 "Sustainable Living" Special Section, Turkey's first 100% vegan event, takes place under Be My Franchise. The market of plant-based products, constituting approximately 70 percent of Turkey's annual 16-billion-dollar food export rate, is represented at the special section organized in cooperation with Gradezone, Turkey Agent for The Vegan Society, which is the world's first vegan society. Offering new trade opportunities for exhibiting companies and industry professionals, the special section debuts this year.

HES code requirement for participation in exhibitions
Aiming to secure the healthcare of its exhibitors and visitors at exhibitions and remove potential risks under the new "return to normal" criteria determined by the Turkish government and UFI (The Global Association of the Exhibition Industry), a set of measures such as rearranging the entrance and exit points of exhibitions, checking body temperatures at exhibition entrances, keeping the air inside clean permanently by using external air in ventilation systems, restricting the number of people present at the exhibition venue in the same period of time, requesting exhibitors, visitors, and staff members to share their HES codes at exhibition areas are taken.



gerçekleştirilecek. Fuar 200'ün üzerinde marka ile 90 ülkeden 30 bini aşkın sektör profesyoneline ev sahipliği yapacak. 2.000'in üzerinde marka ve 60.000'in üzerinde zincir mağaza ile Türkiye'de yıllık 43 milyar dolarlık bir iş hacmine ulaşan franchise sektörü, ham maddecisinden üreticisine, ithalatçısından toptancısına ve organize perakendeciliğe kadar zincirin tüm halkalarıyla fuarda temsil edilecek. Franchise ve bayilikle büyümek isteyen, yeni iş ortakları arayan markalar, fuarda girişimcilerle bir araya gelecek.

Türkiye'nin ilk % 100 vegan etkinliği
Bayim Olur Musun fuarı kapsamında ayrıca, Türkiye'nin ilk yüzde 100 vegan etkinliği olan Vegan Expo 2021 "Sürdürülebilir Yaşam" Özel Bölümü düzenlenecek. Dünyanın ilk vegan topluluğu olan The Vegan Society'nin Türkiye Uluslararası Ajansı Gradezone ile birlikte organize edilecek olan bu özel bölümde, Türkiye'nin yıllık 16 milyar dolarlık gıda ihracatının yaklaşık yüzde 70'lik kısmını oluşturan bitkisel bazlı ürün piyasası temsil edilecek. Katılımcı firmalar ve sektör profesyonelleri için yeni ticaret fırsatları sunacak olan bu özel bölüm, bu yıl ilk kez düzenleniyor.

Fuarlara katılımda HES kodu zorunluluğu
Fuarlarda katılımcı ve ziyaretçilerin sağlığını güvence altına alarak, olası risklerin bertaraf edilmesi için devletin ve Uluslararası Fuarlar Birliği'nin (UFI) belirlediği yeni normale dönüş kriterleri kapsamında; fuar giriş ve çıkış noktalarının yeniden düzenlenmesi, fuar girişlerinde vücut ısısı kontrolünün yapılması, havalandırma sistemlerinde harici havanın kullanılarak içerideki havanın sürekli temiz tutulması, aynı anda fuar alanında bulunan kişi sayısının sınırlandırılması, fuara girişlerde katılımcı, ziyaretçi ve görevlilerin HES kodu sorgulamasının yapılması gibi bir dizi önlem alınıyor.

GIDADAN FAZLASI
BEYOND FOOD

CNR FOOD ISTANBUL
Gıda ve İçecek Ürünleri Fuarı
Food & Beverage Products Exhibition
cnrfoodistanbul.com
/cnrfoodistanbul

CNR ambalaj istanbul
Gıda İşleme Sistemleri, Paketleme ve Ambalaj Çözümleri Özel Bölümü
Food Processing, Packing, Labeling Technologies Special Section
ambalajistanbul.com
/cnrfoodistanbul

01-04 EYLÜL SEPTEMBER 2021
CNREXPO
İstanbul Fuar Merkezi

Bayim® Olur musun?
Franchising ve Markalı Bayilik Fuarı
Franchising & Dealership Trade Fair

CNR EXPO Yeşilköy 34149 İstanbul, TURKEY +90 212 465 74 74 +90 212 465 74 76-77 www.cnrexpo.com
BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ (TOBB) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR. / THIS FAIR IS ORGANIZED WITH THE AUDIT OF TOBB (THE UNION OF CHAMBERS AND COMMODITY EXCHANGES OF TURKEY) IN ACCORDANCE WITH THE LAW NO.5174
CNR HOLDING

Meet with Eddie™ - The world's first-and-only NSF and GMP-certified edible ink desktop printer for printing of food items

Dünyanın ilk ve tek NSF ve GMP sertifikalı gıda ürünleri baskısı yapan yenilebilir mürekkepli masaüstü yazıcısı Eddie™ ile tanışın

NSF®/GMP®-certified edible ink printer opens up new profits with the ability to print full-colour photos, logos, designs and text directly onto the surface of many food items

NSF®/GMP® sertifikalı yenilebilir mürekkep yazıcı, tam renkli fotoğraflar, logolar, tasarımlar ve metinleri pek çok gıda ürününün üzerine direkt olarak baskı yapabilmesi ile yeni faydalar sağlıyor.

DTM Print, international OEM and solution provider for specialty printing systems, today is proud to present Eddie – the world's first-and-only NSF and GMP-certified edible ink desktop printer for printing onto cookies and other food items. Eddie is the latest product of US manufacturer Primera Technology, Inc.

When thinking of food printers, the ones come to mind that print on wafer paper or icing sheets which must be glued to

Uluslararası OEM ve özel baskı sistemleri sağlayıcısı olan DTM Print, bugün kurabiye ve pek çok diğer gıda ürünlerine baskı yapabilen dünyanın ilk ve tek NSF ve GMP sertifikalı yenilebilir mürekkepli masaüstü yazıcısını sunmaktan gurur duyuyor. Eddie, Amerikalı üretici Primera Technology'nin son ürünüdür.

Gıda yazıcıları denince akla pişirilmiş gıda ve şekerlemelere yapıştırılmak üzere kağıdın üzerine baskı yapan yazıcılar gelir.

Bu tür ürünlerin aksine Eddie; kurabiye, şekerleme, beyaz çikolata, bisküvi, makaron, marshmallow, çikolatalı pankekler ve daha fazla ürüne doğrudan işlemektedir. 89 mm'ye kadar çapa sahip ürünler yazıcıda işlenmeye uygundur.

Eddie gıda işleme aşamasını hızlı ve kolay kılıyor. Makine, ürün boyutu ve baskı tasarımına bağlı olarak dakikada 6 ürüne baskı işlemesi yapmaktadır. Dönen baskı merkezi, baskı yapılacak gıda ürününü baskı pozisyonuna çevirir. Yazıcı tek seferde ürünü kendine çeker, yazdırır ve yerine geri gönderir. Tüm bu işlemler otomatik ve el değmeden gerçekleştirilir.

Şekerleme, kurabiye, atıştırmalık ve diğer gıda ürünleri baskı sonrası hemen kurur ve satışa hazır olur. Baskı yapılmış gıda ürünleri parlak, canlı, bulaşmaya dayanıklı, hatta ICC renk standartlarına uygundur.

Kişiselleştirme, günümüzün tüketici ve B2B pazarlarında herşeydir. Eddie, pastanelerden otellere, ticari fuarlardan, hediye dükkânlarına, eğlence parklarına kadar ticari ortamlarda yeni karlar elde edebilir. Uygulamalar, kişiselleştirilmiş unlu mamül-



the baked goods or confectionery. Unlike those printers Eddie prints directly onto cookies, candy, white chocolate, biscuits, macarons, marshmallows, chocolate lentils, and much more. Suitable food items can be up to 89 mm wide.

Eddie makes the printing process fast and easy. The machine prints up to 6 print objects per minute, depending on the item size and actual print design. The included carousel feeder rotates the food items to the print position, the printer pulls in one item at a time, prints and sends them back to the carousel – all automatically and hands-free.

Printed sweets, cookies or other food items will be dry and ready for sale immediately after printing. Printed images are bright, vibrant, smudge-resistant and even colour-matched to ICC Colour Standards.

Personalisation is all the rage in today's consumer and B2B markets. Eddie can produce new profits in commercial settings from bakeries to hotels, tradeshows, gift shops and amusement parks. Applications for personalised baked goods and confectionery include birthday parties, baby



showers, religious initiation ceremonies, weddings, anniversaries, Christmas and holiday gifts, trade show giveaways and souvenirs.

Food industry certifications
Eddie is unique in the commercial food preparation business for many reasons, but none as important as for safety. Although edible ink printers have been sold and utilised in commercial applications such as photo cakes for more than a decade, none of them have been approved for this use by recognised, third-party certification organisations, making producer liability a serious concern.

Eddie was instead designed from the beginning to meet or exceed all regulatory requirements for the specific purpose as an edible ink digital printer. The edible ink cartridge meets all FDA and EU standards for use as a food additive. The ink cartridge itself meets cGMP standards and the entire manufacturing and cartridge filling processes are FDA-compliant and cGMP certified. Last but not least Eddie has also been certified by NSF.



ler ve şekerleme ürünleri, doğum günleri, baby shower etkinlikleri, dini törenler, düğün, yıl dönümleri, yeni yıl, ticari fuar hediyeleri olarak pratiklik sağlayabilir.

Gıda sektörü sertifikaları
Eddie gıda sektöründe pek çok sebepten dolayı benzersizdir fakat hiçbir sebep güvenlik kadar önemli değildir. Yenilebilir mürekkepli yazıcılar, fotoğraf kekler gibi ticari uygulamalarda 10 yılı aşkın süredir kullanılıyor olsa da bunların hiçbiri tanınmış değildir ve üçüncü kişi sertifikasyon kuruluşları tarafından kullanım onayı almamışlardır. Tüm bunlar üretici sorumluluğunu ciddi bir endişe haline getirmektedir.

Eddie, yenilebilir mürekkepli bir dijital yazıcı olarak belirli bir amaç için tüm yasal gereklilikleri karşılamak ve aşmak için tasarlandı. Yenilebilir mürekkep kartuşu, gıda katkı maddesi olarak kullanım için tüm FDA ve EU standartlarını karşılar. Mürekkep kartuşunun kendisi cGMP standartlarına sahip olmakla beraber tüm üretim ve kartuş doldurma süreçleri FDA uyumlu ve cGMP sertifikalıdır. Son ama bir o kadar da önemli bir nokta: Eddie, NSF tarafından da sertifikalandırılmıştır.

SNACKEX
XIX Uluslararası Tuzlu Atıştırmalık ve Kuruyemişler Ticaret Fuarı
6 – 7 Temmuz 2022
Hamburg, Almanya

Dünya çapındaki tuzlu atıştırmalık fuarında işletmenizi bir sonraki seviyeye taşıyın

%100 Tuzlu atıştırmalık ve kuruyemiş sektörüne odaklı tek ticaret fuarı

+ En yeni akımı, tatları ve teknolojileri tecrübe edin
+ İşletmenizi endüstrinin lider tedarikçileri ile birlikte şekillendirin
+ Endüstrinin karar vericileriyle birlikte iletişim kurup, uluslararası ticari ortaklar ve tedarikçiler ile tanışma fırsatı edinin
+ Dünyanın dört bir yanından mevcut müşteriler ve yeni potansiyel müşteriler ile tanışın
+ Ürünlerinizi satin almak için bekleyen hazır bir kitle ile tanışın

Tuzlu atıştırmalıklar endüstrisinin sektöre yön veren etkinliği

snackex.com

ESA European Snacks Association

Ghana and Cocoa & Chocolate Companies forge partnership to protect and restore forests

The Partnership will accelerate the delivery of public and private sector Cocoa & Forests Initiative commitments. The Cocoa & Forests Initiative is now fully aligned with the Ghana Cocoa Forest REDD+ Program.

Gana Hükümeti ve kakao & çikolata şirketleri kakao ormanlarının korunması için güçlerini birleştiriyor

Gerçekleştirilen bu ortaklıkla, kamu ve özel sektörün, Kakao ve Ormanlar Girişimi adı altında verdikleri taahhütlerin hızlanması amaçlanıyor. Kakao ve Ormanlar Girişimi, Gana Hükümeti Kakao Ormanları REDD +Programı ile paralel hareket eden bir girişim olarak öne çıkıyor.



Ghana and cocoa and chocolate companies announced an agreement today to accelerate collaboration to protect and restore forests in cocoa-growing areas. With this agreement, the World Cocoa Foundation (WCF) and the Forestry Commission of Ghana (GFC) are building a partnership to further align the Ghana Cocoa Forest REDD+ Program (GCFRP) and the Cocoa & Forests Initiative to achieve no deforestation commitments.

The Memorandum of Understanding, signed by GFC and WCF, commits the parties to working together in six regions where the government of Ghana has made action to protect and restore forests a priority. The work in these Hotspot Intervention Areas has already started, with active engagements in the Asunafo-Asutifi, Bia-Juaboso, Kakum and Sefwi-Bibiani landscapes. It is aligned with commitments spelled out in the Ghana framework for action signed in November 2017 for the landmark Cocoa & Forests Initiative, a unique partnership of 35 companies, governments and cocoa-growing communities.

As part of the Memorandum of Understanding, GFC will facilitate the development of strategic initiatives, collaborate on protocols for data collection and ensure stronger monitoring on social and environmental issues. WCF is responsible for facilitating the coordination and convening the actions of the 35 cocoa and chocolate companies that have signed the Cocoa & Forests Initiative. WCF will also support monitoring and evaluation, innovation and private-public learning.

Akra – Gana Hükümetiyle kakao ve çikolata şirketleri, kakao yetiştirilen bölgelerdeki ormanları korumak ve tekrar eski haline getirmek maksadıyla imzaladıkları bir işbirliği anlaşmasını duyurdu. Bu anlaşmayla, Dünya Kakao Vakfı (WCF) ve Gana Orman İşletmeleri (GFC), ormanların yok olmaması konusunda daha önce verilen taahhütlerin gerçekleştirilebilmesi için Gana Kakao Ormanı REDD + Programı (GCFRP) ve Kakao ve Ormanlar Girişimi'ni daha da işlevsel hale getirmek için bir ortaklık kuruyor.

Dünya Kakao Vakfı ve Gana Orman İşletmeleri tarafından imzalanan mutabakat zaptına göre, taraflar Gana Hükümetinin ormanları korumak ve eski haline getirmek için öncelik verdiği altı bölgede birlikte çalışmayı taahhüt ediyorlar. Bu çalışmalar, Asunafo-Asutifi, Bia-Juaboso, Kakum ve Sefwi-Bibiani bölgelerinde başladı bile. İmzalanan bu işbirliği anlaşması, 35 şirket, hükümet ve kakao yetiştiren topluluğun ortaklığı olan Kakao ve Ormanlar Girişimi adıyla Kasım 2017'de imzalanan eylem planında belirtilen taahhütlerle de uyum gösteriyor.

Mutabakat Zaptı'na göre GFC, stratejik girişimlerin geliştirilmesini kolaylaştırıp, veri toplama protokolleri

In his remarks, the Chief Executive of the GFC, John Allotey said, "this partnership represents a phenomenal collaboration with the private sector to ambitiously contribute to real and verifiable emission reductions in Ghana's precious forest landscapes which are home to diverse forms of wildlife and also provide important livelihood options for rural dwellers. The GCFRP is already achieving significant impacts with inclusive governance arrangements and the GFC encourages other like-minded institutions to strategically partner with the program for visible impact at scale."

"With our partner GFC, we aim to accelerate our journey towards forest positive cocoa," said Richard Scobey, WCF President. "Ending cocoa-related deforestation requires all stakeholders to work together. Today, WCF and cocoa and chocolate companies are strengthening our collaboration with the government of Ghana."



üzerinde iş birliği yaparak, sosyal ve çevresel konularda daha sıkı bir takip ve izleme rolü üstlenirken WCF, Kakao ve Ormanlar Girişimi'ne imza atan 35 kakao ve çikolata şirketi arasında etkili koordinasyon ve iletişim faaliyetlerine odaklanıyor. WFC'nin bir diğer rolü de tüm faaliyetin takip, değerlendirme ve inovasyon süreçlerinin kontrolü olarak mutabakatta yerini alıyor.

Bu ortaklık, Gana'nın çeşitli vahşi yaşam biçimlerine ev sahipliği yapan çok kıymetli ormanlık alanlarında gerçek ve ölçülebilir derecede emisyon azaltımını sağlayacak, özel sektörle olağanüstü bir işbirliğini temsil ediyor diyen GFC İcra Kurulu Başkanı John Allotey yaptığı açıklamada şunları söylüyor:

"Yapılan bu işbirliğinin sonucu olarak ortaya çıkan olumlu gelişmeler kırsal kesimde yaşayan insanlarımıza geçim kaynaklarına dair de çeşitli seçenekler sunuyor. Gana Kakao Ormanı REDD + (GCFRP) programı, sahip olduğu kapsayıcı uygulama ve düzenlemelerle hâlihazırda önemli sonuçlar elde etmeye başladı bile. Bu vesileyle, GFC olarak bizler, benzer düşünen diğer kurumları da stratejik ortak olarak bu hareket içinde yer almaya davet ediyoruz."

Ortağımız GFC ile ormanın bol olduğu kakao yolculuğumuza hız kazandırmak istiyoruz diyen, WCF Başkanı Richard Scobey ise sözlerini şöyle tamamlıyor, "Kakao nedeniyle ormanların yok olmasının engellenmesi, tüm paydaşların birlikte çalışmasını gerektiren bir süreç. İmzalanan bu işbirliği anlaşması sayesinde Dünya Kakao Vakfı ve kakao ve çikolata şirketleri ile Gana hükümeti arasındaki bağlar daha da güçleniyor."



28th International Trade Show

22 – 25 Sept 2021

Tehran
International Permanent Fairgrounds
www.iran-agrofood.com

Book your stand now

Contact worldwide: Mr Paul März
Tel.: +49 62 21 45 65 13 • p.maerz@fairtrade-messe.de

www.fairtrade-messe.de

fairtrade 30 1991 - 2021



In the export of dried figs, dried apricots and raisins, European countries and the USA are standing out



Kuru incir, kayısı ve kuru üzüm ihracatında Avrupa ülkeleri ve ABD ön planda

Turkey exported a total of 57 thousand 143 tons of dried figs in the period from September 30, 2020 to May 29, 2021, bringing its exports to a total of 207 million dollars with an increase of 2 percent. All dried apricots, exported for 2 thousand 779 dollars in the 2019/20 season, were sold for 3 thousand 470 dollars in 114 countries in the 2020/21 period. The average export price of all dried figs sent to 104 countries in the 2020/21 season increased from 4 thousand 52 dollars to 4 thousand 261 dollars.

Turkey, a key supplier of healthy food

Ege Dried Fruits and Products Exporters' Association President Birol Celep said that the dried figs, dried apricots and raisins, making up the lion's share of 1.4 billion dollars of dried fruit exports in 2020 with 1 billion dollars, have reached 798 million dollars after two-thirds of the season.

Türkiye'nin üretim ve ihracatta dünya lideri olduğu besleyici değeri yüksek süper gıdalar; çekirdeksiz kuru üzüm, kuru kayısı ve kuru incir sezon sonuna doğru 1 milyar dolara yaklaşıyor.

2020/21 sezonu 1 Eylül 2020 tarihinde başlayan çekirdeksiz kuru üzüm ihracatı 8 ayda 93 ülkeye ulaştı ve toplam 332 milyon dolar olarak gerçekleşti. Kuru kayısıda 1 Ağustos 2020-29 Mayıs 2021 tarihleri arasında 9 aylık dilimde son çeyreğe girerken toplam 78 bin ton kuru kayısı karşılığında yüzde 13,7'lik ivmeyle toplamda 258 milyon dolar döviz geliri elde edildi. Türkiye 30 Eylül 2020-29 Mayıs 2021 tarihine kadar geçen süreçte toplam 57 bin 143 ton kuru incir ihraç ederek, yüzde 2 artışla ihracatını toplam 207 milyon dolara taşıdı. 2019/20 sezonunda 2 bin 779 dolara ihraç edilen bütün kuru kayısı, 2020/21 döneminde 114 ülkede 3 bin 470 dolara alıcı buldu. 2020/21 sezonunda 104 ülkeye gönderilen bütün kuru incirin ortalama ihraç fiyatı ise 4 bin 52 dolardan 4 bin 261 dolara yükseldi.

Türkiye sağlıklı gıdada kilit bir tedarikçi

Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Birol Celep, 2020 yılı 1,4 milyar dolarlık kuru meyve ihracatının 1 milyar dolarla aslan payını oluşturan kuru incir, kuru kayısı ve kuru üzüm sezonun üçte ikisi geride kalmışken 798 milyon dolarlık ihracat rakamına ulaştıklarını söyledi.

Kuru kayısıda ABD, kuru incirde Almanya ilk sırada

Kuru kayısı ihracatının yüzde 13,7 artış göstererek 258 milyon dolara ulaştığını söyleyen Celep, "Geleneksel pazarlarımız ABD'ye yüzde 27, Avrupa ülkelerine yüzde 40'a varan artışlar yaşadık. İhracatımız Hollanda'ya yüzde 49, İtalya'ya yüzde 41, Polonya'ya yüzde 43 yükseldi. Birleşik Krallık yüzde 29, Mısır

The USA ranks number one in dried apricots, Germany ranks number one in dried figs

Stating that the exports of dried apricots increased by 13.7% and reached 258 million dollars, Celep said "We experienced increases of 27% in our traditional markets to the USA and 40% to European countries. Our exports rose 49 percent to the Netherlands,





41 percent to Italy, and 43 percent to Poland. The UK is 29 percent, Egypt 19 percent, UAE 16 percent, and Brazil 8 percent. We aim to reach 300 million dollars in dried apricot exports. In dried fig exports, Germany keeps ranking number one in the first place with an increase of 4 percent and 30 million dollars. Our exports to the Netherlands, Finland and Austria were increased by 40 percent. We increased our dried fig exports to the USA by 8 percent and reached 28 million dollars. Egypt is 32 percent; the United Kingdom is where we showed a 25 percent increase. We will reach 250 million dollars in dried figs, which was 207 million dollars by the current period, and reach 1 billion dollars in the export of seedless raisins, dried apricots and dried figs"

yüzde 19, BAE yüzde 16, Brezilya yüzde 8 ivme kaydettiğimiz ülkeler. Kuru kayısı ihracatında 300 milyon dolara ulaşmayı hedefliyoruz. Kuru incir ihracatında ise yüzde 4 artışla 30 milyon dolarla Almanya ilk sıradaki yerini koruyor. Hollanda, Finlandiya, Avusturya'ya ihracatımız yüzde 40 arttı. ABD'ye kuru incir ihracatımızı yüzde 8 artırarak 28 milyon dolara çıkardık. Mısır yüzde 32, Birleşik Krallık yüzde 25 yükseliş gösterdiğimiz yerler. Şu anki periyoda kadar 207 milyon dolar olan kuru incirde de 250 milyon dolar rakamını yakalayıp çekirdeksiz kuru üzüm, kuru kayısı, kuru incir ihracatında 1 milyar dolara ulaşacağız," diye konuştu.



RUSSIA – ISLAMIC WORLD
KAZANSUMMIT

4. RUSYA HELAL FUARI & 12. KAZAN ZİRVESİ
28-30 Temmuz 2021, Kazan Expo Fuar Alanı, Tataristan

MİLLİ KATILIM

RUSYA'NIN EN BÜYÜK HELAL FUARI; RUSYA HELAL FUARI 4. KEZ KAPILARINI AÇMAYA HAZIRLANIYOR!

Rusya ve İİT üyesi ülkeler arasındaki ticari-ekonomik bilimsel-teknolojik, sosyal ve kültürel ilişkileri güçlendirmek için kurgulanan fuar, her yıl düzenli olarak **Tataristan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Himayelerinde** gerçekleşen; **"12. Rusya-İslam Dünyası: Kazan Zirvesi"** uluslararası ekonomi zirvesi içerisinde düzenlenmektedir.

Rusya ile İslam İşbirliği Teşkilatı (İİT) üyesi ülkelerden katılımlarla, Tataristan başkenti Kazan'da **Kazan Expo fuar alanında 28-30 Temmuz 2021** tarihleri arasında düzenlenen zirve ve fuar Rus ve uluslararası tedarikçiler ve alıcılar için en prestijli buluşma noktasıdır.





Net Stand Alanı 5.000 m²
Ziyaretçi Sayısı 5000+
Katılımcı Sayısı 100+
Katılımcı Ülke Sayısı 17+

%100'e yakın teşvikli katılım fiyat avantajını kaçırmayın!

TÜRKİYE MİLLİ KATILIM FUARI



PRESTİJLİ FUAR

Katılım Bedeli: 700 €/m2
Kampanya Katılım Bedeli: 540 €/m2
(25-28 Kasım 2021 tarihleri arasında İstanbul'da düzenlenecek 8. İİT Helal Expo fuarına katılan firmalarımız kampanyadan yararlanabilmektedir.)

Dahil Hizmetler:
- Yer kirası,
- Özel stant konstrüksiyonu,
- Stand genel ve günlük temizlik hizmeti,
- Kataloğa giriş bedeli,
- Elektrik ve internet bağlantısı,
- Hazırlanan firma broşüründe yer alma.

KATILIMCI ÜLKELER

Birleşik Arap Emirlikleri, İran, Belarus, Bahreyn, Malezya, Mısır, Kazakistan, Kırgızistan, Azerbaycan, Türkiye, Endonezya, Umman, Güney Kore, Birleşik Krallık, Özbekistan, Kanada, Fransa

DISCOVER EVENTS
FUAR VE ORGANİZASYON LTD. ŞTİ.

+90 212 444 82 75
www.discoverevents.com.tr | info@discoverevents.com.tr
15 Temmuz Mahallesi, Gülbahar Caddesi, 1436. Sokak
No:4 Güneşli Bağcılar / İstanbul -Türkiye

ALTINBAHÇE
SEBZE&MEYVE

Production of quality and healthy fresh fruits and vegetables with most modern conditions at fertile fields and orchards

Our own products and the fresh fruits and vegetables collected from the distinguished producers of our country…

A familiar, reliable and powerful business partner to sell your fresh fruits and vegetables or to have it sell your products…

Production and service in at the most hygiene conditions…

Supply of the best, fresh and economical bananas…

Located on 17,000 sqm open and 7,000 sqm covered area, our plant was established at the most ideal place of Bursa by using the most up-to-date technology. The plant has 10-shelved double regime rooms, 2 shelved normal regime rooms, 2 full automatic dynamically atmosphere controlled rooms, 3 full automatic atmosphere controlled rooms, 6 banana degreening and maintaining rooms and a packaging room established on a covered area of 1000 sqm.



HEAD OFFFICE
Gökevler Mah. 2312 Sok.
No:16 Kat:11 Daire:133
Esenyurt/İstanbul
Tel +90 212 853 28 17

COLD STORAGE DEPOT
Serme Mah.Kahraman Cad.
Tümerdemler Sit.No:29/1
Kestel/BURSA
Tel : +90 224 384 52 51

WHOLE SALE HALL
Camicedit Mah. Kıbrıs Cad.
Meyve Sebze Hali No:153D / 15
Bayramiç/ÇANAKKALE

www.altinbahce.com.tr

SIAL

INSPIRE FOOD BUSINESS

23,000 Attendees over 3 day's exhibition

1143 Exhibitors (including co exhibitors & brands)

5000 Introductions and meetings

AED 7.2 Billion the total value of business deals signed)



INSPIRE FOOD BUSINESS

Food Images by www.stockfood.com

Design: Bvig Agency

Abu Dhabi

7-9 SEPTEMBER 2021

ABU DHABI NATIONAL EXHIBITION CENTRE

SIALME.COM #SIALME

Strategic Partner

هيئة أبوظبي للزراعة والسلامة الغذائية
ABU DHABI AGRICULTURE AND FOOD SAFETY AUTHORITY

Strategic Partner of ADDPE

جائزة خليفة الدولية لنخيل التمر والابتكار الزراعي
KHALIFA INTERNATIONAL AWARD FOR DATE PALM AND AGRICULTURAL INNOVATION

Host Sponsor

غرفة أبوظبي
ABU DHABI CHAMBER

Exclusive Retail Partner

LuLu GROUP INTERNATIONAL

Host Venue

ADNEC
مركز أبوظبي الوطني للمعارض
Abu Dhabi National Exhibition Centre

Organised By

CAPITAL EVENTS

COMEXPOSIUM

SIAL, a subsidiary of Comexposium Group