**FRANSA BAKLİYAT SEKTÖRÜ RAPORU**

**Mart 2016**

**BAŞLIKLAR**

* **Bakliyat sektörü 2015 yılı yurt içi toplam satış hacmi bir önceki yıla oranla %2 artış sağlayarak 90.000 ton’a ulaştı.**
* **Sektörde aşırı rekabetin yaşanmaması ve halkın sağlıklı beslenme alışkanlıkları tercihleri sektöre olumlu yansıdı.**
* **2015 yılında yurt içi toplam satış hacmini %3 oranında artıran Fransız fasulyesi, sektöre büyük ölçüde katkı sağladı.**
* **Fransa’nın 2020 yılı bakliyat yurt içi satış hacmi hedefi 95.000 ton olup, 2015-2020 döneminde %1’lik yıllık büyüme oranı öngörülmektedir.**

**DEĞERLENDİRMELER**

* Fransa bakliyat sektörünün yurt içi toplam satış hacmi göz önünde bulundurulduğunda 2015 yılı verimli geçen yıllardan biriydi. Tüketicilerin sağlıklı beslenme alışkanlıklarını tercih etmeleri sektöre olumlu yönde katkı sağladı. Bu yıl, Fransa’daki bakliyat sektörünün konserve gıdalara kıyasla daha az yoğun rekabet yaşaması sektöre olumlu yansıyan gelişmelerden biriydi. Ancak, eski tip paketleme yöntemleri ve bu şekilde paketlenen ürünlerin sağlıksız olmasına tepkileri nedeniyle Fransa hane halkının paketlenmiş ve konserve edilmiş bu ürünlere yönelik talebi azalmıştır.
* Fransa’da 2015 yılında bakliyat sektörü, yurt içi toplam satış hacmindeki %2 ve perakende satış hacmindeki %3 oranındaki artışla en dinamik sektörlerin başında geldi. Sağlıklı beslenme alışkanlıkları ve satın alınabilme gücünün fazla olması bakliyat tüketim talebini de artırdı. 2010-2015 yılları büyüme oranı açısından göz önüne alındığında, 2015 yılı yıllık büyüme oranı açısından başarılı bir yıl olarak değerlendirilebilir.
* Fasulye, yurt içi toplam satış hacmindeki %3’e varan ve perakende satışlarındaki % 5’e varan artışıyla 2015 yılının en dinamik ürünü oldu. Fransız fasulyeleri, flageolet cinsi diğer fasulyelerle sektöre hakim görünmektedir. 2014-2015 sezonunda birim fiyatlarında yaşanan istikrar sayesinde, Fransız fasulyelerine olan talep ve satın alma sıklığı arttı. Toplam yurt içi satış hacminde ve perakende satış hacmindeki %3’lük artış oranlarıyla fasulye ve bezelye dışındaki diğer bakliyat ürünleri de sektöre dinamizm katmıştır.
* 2015 yılında bakliyat ürünlerinin içerisinde düşük performanslı ürün bulmak zor oldu. Hem yurt içi toplam satış hacmi hem de perakende satış hacmindeki %2’ye ulaşan artışla, bezelye 2015 yılında satış hacmi en az oranda artan ürün oldu.
* Bakliyat sektöründeki perakende satışlar, 2015 yılında yurt içi toplam satış hacminin %86’sına ulaştı. Gıda sektöründe, 2014 yılında yapılan yönetmelik değişikliğiyle, ev yemeklerinin taze gıda takviyeleriyle hazırlanarak servis edilmesi teşvik edilmeye çalışılmıştır. Bu durum, bakliyat sektörünü olumlu etkilemiştir. Ancak, geleneksel yapıda gıda hizmeti arzının azlığı nedeniyle arzu edilen sonucu vermemiştir.
* Arzın fazla olması, bakliyat ürünlerinin paketlenerek daha uygun bir fiyata satılmasına imkan verdi. Çeşitli büyüklükte hazırlanan paketlerin tüketicilere de geniş kullanım kolaylıkları sunması bakliyat ürünlerinin % 99 oranında paketlenerek arz edilmesini sağladı.
* Perakende satış kanallarına bağlı olarak, hipermarketler ve süpermarketler genel olarak 2015 yılında üstünlüklerini sürdürdü. Ancak, gıda ve içecek sektöründeki üstünlüklerini geleneksel marketlere devretti.
* Bakliyat sektöründeki distribütörler aynı zamanda sebze sektöründe de distribütörlük yapmaktadır. Pomona TerreAzur 2015 yılı başlarında yeni ve güçlü bir rakiple karşı karşıya gelmesine rağmen distribütörler arasındaki liderliğini sürdürdü. Vivalya, Pomona TerreAzur’un en büyük rakibi olan ve distribütör sektöründeki en büyük 3. Şirketi Creno’nun eski üyesi Hexagro’yla birleşme sonucu 2015 yılı başlarında doğdu. Yeni oluşum Fransa’da 100 antrepo deposuna sahip olup, 2015 yılı başlarında 750 milyon €’luk ciro açıklamıştır. Önümüzdeki dönemde, taze balık ve sebze sektöründe güçlü bir yapı kurmayı amaçlamaktadır. Pomona Terreazur’un ise 18 bölgesel şube ağına sahip olmakla birlikte, meyve, sebze, taze balık ve deniz ürünlerinden toplam cirosunu 900 milyon € olarak açıklamıştır.
* Organik bakliyatın yurt içi toplam satış hacmi mercimeğin olumlu katkısıyla %8 oranında seyretmiştir. Gıda üretim şekillerinin çevreye olan etkisine duyarlılıkları artan tüketicilerin organik bakliyat ürünlerine ilgisi arttı. Bakliyat tohumları satış hacmi 2015 yılında büyüme göstermiş olsa da, fiyatlarının yüksek olmasına bağlı olarak 2010-2015 döneminde %1’lik oranı geçememiştir.

FRANSA’DAKİ 2015 YILI EN BÜYÜK BAKLİYAT DİSTRİBÜTÖRLERİ

| Firma İsmi | Ürün Çeşidi | Sıralama |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |
| Pomona Terre d’Azur   | Pulses | 1 |
| Vivalya (formerly known as Hexagro)   | Pulses | 2 |
| Creno   | Pulses | 3 |

Source: Euromonitor International from company reports, company research, trade press, trade sources

**BEKLENTİLER**

* Bakliyat sektöründeki beklentileri belirlemek üzere uzun raf ömrüne sahip konserve edilmiş ve paketlenmiş bakliyat ürünlerindeki yaşanan zorluklara odaklanılacaktır. Uzun raf ömrüne sahip bakliyatı etkileyen temel husus Bisphenol’un 2015 yılında resmi olarak yasaklanmasıdır. Bispherol, plastik ürünlerinde bulunan bir molekül olup, Mikro dalgaya maruz kalmış plastik paketlerin yan etkilerine bağlı olarak Avrupa Birliğinde oluşan büyük skandalın nedenidir. 2014 yılından sonra, bisphenol’un konserve kutularının içindeki koruyucu ince tabakada kullanılmasının ardından, dikkatler uzun raf ömrü olan gıdalara yönelmiştir. 2015 yılında ve 2016 yılının başında, bispherol ihtiva eden konserveler nedeniyle sektörde durgunluk yaşamıştır.
* Genel olarak bakliyat sektörünün 2010-2015 yıllarında %1 oranında yıllık büyüme oranına erişeceği tahmin edilmektedir. Tüketicilerin sağlıklı beslenme alışkanlıklarının bakliyat ürünlerine olumlu yönde katkı sağlayacağı tahmin edilmektedir.
* 2010-2015 döneminde yurt içi toplam satış hacmindeki % 2 oranındaki yıllık büyüme ile fasulyenin en dinamik bakliyat ürünü olacağı tahmin edilmektedir.
* Mercimek satış hacminde yaşanabilecek en büyük sorun talebin fazla olmasına rağmen arzın yetersizliği olabilecektir. Protein yönünden güçlü özelliğiyle proteinler tüketiciler için özellikle kırmızı etin yerini alacaktır. Ancak, mercimekler 2014/2015 sezonunda görülen ortalama büyümenin altında seyredebilir, çünkü AOP (Appellation d’Origine Protegee) isimli Avrupa Birliği yönetmelikleri kapsamındaki düzenlemelerin garantisi altındaki yeşil mercimeklerin Fransa’da görünmesi neredeyse imkansız hale gelmiştir.
* Fasulye AOP ve IGP gibi Avrupa Birliği yönetmelikleri kapsamındaki düzenlemelerin garantisi altında en tercih edilir ürünler arasında gelmektedir. Fransa’da fasulyeler için 1 AOP ve 3 IGP (Indice Geographique de Proximite) bulunmaktadır.

**KATEGORİ VERİLERİ**

***Tablo 1: Ürün Bazında Yurt İçi Bakliyat Satış Hacmi 2010-2015***

| '000 tonnes | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Fasulye | 11.7 | 12.4 | 13.0 | 13.5 | 14.2 | 14.6 |
| Bezelye | 27.2 | 27.4 | 27.7 | 28.0 | 28.5 | 29.1 |
| Diğer Bakliyat | 40.8 | 41.6 | 42.3 | 43.4 | 44.6 | 45.7 |
| Bakliyat | 79.6 | 81.4 | 82.9 | 84.8 | 87.3 | 89.5 |

Source: Euromonitor International from official statistics, trade associations, trade press, company research, store checks, trade interviews, trade sources

***Tablo 2 Ürün Bazında Yurt İçi Toplam Satış Hacmi Büyüme Oranı %* 2010-2015**

| % Toplam Hacim Büyümesi | 2014/15 | 2010-15 CAGR | 2010/15 Total |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |
| Fasulye | 3.4 | 4.6 | 25.1 |
| Bezelye | 1.9 | 1.4 | 7.0 |
| Diğer Bakliyat | 2.5 | 2.3 | 12.3 |
| Bakliyat | 2.4 | 2.4 | 12.4 |

Source: Euromonitor International from official statistics, trade associations, trade press, company research, store checks, trade interviews, trade sources

CAGR: Compound Annual Growth Rate (Yıllık bileşik büyüme oranı)

***Table 3*** Ambalajlı-Ambalajsız Bakliyat Satış Oranları % Toplam Hacim 2013-2015

| % perakende hacmi | 2013 | 2014 | 2015 |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |
| Ambalajlı | 98.8 | 98.8 | 98.6 |
| Ambalajsız | 1.2 | 1.3 | 1.4 |
| Toplam | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

Source: Euromonitor International from official statistics, trade associations, trade press, company research, store checks, trade interviews, trade sources

***Table 4*** Standart, Organik ve Tohumluk Toplam Yurt İçi Bakliyat Satış Hacmi % 2012-2015

| % toplam hacim | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |
| Bakliyat tohumu | 0.6 | 0.6 | 0.7 | 0.7 |
| Organik / Bakliyat tohumu | 0.2 | 0.2 | 0.2 | 0.2 |
| Standart  | 91.8 | 91.5 | 91.3 | 91.1 |
| Organik | 7.5 | 7.7 | 7.8 | 8.0 |
| Toplam  | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

Source: Euromonitor International from official statistics, trade associations, trade press, company research, store checks, trade interviews, trade sources

***Table 5 Bakliyat Sektöründeki Satış Kanalları % Toplam Hacim 2010-2015***

| % toplam hacim | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Perakende | 85.2 | 85.0 | 85.1 | 84.9 | 85.8 | 86.1 |
| Gıda Sektörü | 13.4 | 13.5 | 13.6 | 13.6 | 13.3 | 13.0 |
| Kurumsal | 1.4 | 1.5 | 1.3 | 1.4 | 0.9 | 0.9 |
| Toplam  | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

Source: Euromonitor International from official statistics, trade associations, trade press, company research, store checks, trade interviews, trade sources

***Table 6*** Ürün Bazında Tahmini Yurt İçi Bakliyat Toplam Satış Hacmi 2015-2020

| '000 tonnes | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Fasulye | 14.6 | 15.0 | 15.2 | 15.5 | 15.7 | 15.9 |
| Bezelye | 29.1 | 29.4 | 29.6 | 29.9 | 30.2 | 30.4 |
| Diğer Bakliyat | 45.7 | 46.6 | 47.3 | 47.8 | 48.2 | 48.7 |
| Bakliyat | 89.5 | 91.0 | 92.2 | 93.2 | 94.1 | 95.1 |

Source: Euromonitor International from trade associations, trade press, company research, trade interviews, trade sources

***Table 7*** Ürün BazındaTahmini Toplam Yurt İçi Bakliyat Satış Hacmi Büyümesi % 2015-2020

| % toplam hacim büyümesi | 2015/16 | 2015-20 CAGR | 2015/20 Total |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |
| Fasulye | 2.3 | 1.7 | 8.9 |
| Bezelye | 1.2 | 0.9 | 4.7 |
| Diğer Bakliyat | 1.9 | 1.3 | 6.5 |
| Bakliyat | 1.7 | 1.2 | 6.3 |

Source: Euromonitor International from trade associations, trade press, company research, trade interviews, trade sources

CAGR: Compound Annual Growth Rate (Yıllık bileşik büyüme oranı)