

“Fuardaki görüşmelerden sonra yüzde 20’lik satış artışı bekliyoruz”

İSTANBUL (DHA) – Dubai Dünya Ticaret Merkezi’nde düzenlenen ‘Gulfood’ fuarına katılan Aroma, fuarda yoğun ilgi gördü. Fuar ve marka hedeflerine ilişkin açıklamalarda bulunan Aroma Genel Müdürü Sefer Kılınç, “Fuardan sonra 7 farklı ülkeden yeni müşteri oluşturduk. Fuardaki görüşmelerden sonra satışların gerçekleşmesi durumunda yüzde 15-20’lik ilave satış artışı bekliyoruz” diye konuştu.

Yurtdışı pazarında toplamda 55 ülkeye ihracatı olan Aroma Meyve Suları, her yıl olduğu gibi 13 – 17 Şubat tarihlerinde Dubai Dünya Ticaret Merkezi’nde düzenlenen “Gulfood” gıda fuarına katılım sağladı. Katılım sağlanan fuarlar ve marka hedeflerine ilişkin açıklamalarda bulunan Aroma Genel Müdürü Sefer Kılınç, bu yıl içinde Çin, Singapur ve Paris’te düzenlenecek, gıda sektörünün en büyük uluslararası gıda fuarlarını da hedef aldıklarını söyledi. Markanın fuarda yoğun ilgi gördüğünü dile getiren Kılınç, BAE, Umman, Azerbaycan, İngiltere, Kosova, Kuveyt, Filistin gibi ülkelerden yeni müşteriler oluşturduklarını kaydetti.

“YÜZDE 20’LİK İLAVE SATIŞ ARTIŞI BEKLİYORUZ”

Avrupa ve Ortadoğu’daki iş ortaklarıyla da bir araya gelerek 2022 hedeflerini değerlendirdiklerini belirten Kılınç, “Sadece müşteriler değil, ambalaj, lojistik ve konsantre tedarikçileri de ağırlayarak 2022 planlarını oluşturduk. Sial Paris fuarında da katılımcı olarak yer alacak markamız, Avrupa’nın yanı sıra özellikle Afrika Bölgesinde de ihracat hacmini büyütecek iş birlikleri oluşturmayı hedeflemekte. Fuar görüşmelerinden sonra, satışların gerçekleşmesi durumunda yüzde 15-20’lik ilave satış artışı bekliyoruz. Bu yıl ihracat yaptığımız ülke sayısını da 55’ten 60’a çıkaracağız” dedi.

Kılınç, sözlerini şöyle sürdürdü:

“2021 yılında dünya genelinde pandemi etkisiyle ihracat sorunları ortaya çıktı, konteyner sıkıntıları oluştu, navlun fiyatlarında artışlar yaşandı ve dünya ticaret

dengesi olumsuz olarak etkilendi. Yaşanan olumsuzluklara rağmen markamız, Güney Amerika'ya giriş yaptı ve aynı dönemde Afrika, Uzakdoğu ve Ortadoğu'yu odak bölgeler olarak belirledi. 2022 yılında da ihracattaki hedeflerini büyüten Aroma, yurtiçi ve yurtdışı pazara yeni ürünlerini sunuyor, güçlü AR-GE çalışmaları ile farklı coğrafyalardaki damak tadına göre özel ürünler üretiyor ve geçen yıl pandeminin yaşattığı bütün olumsuzluklara rağmen yoluna devam ediyor.”