



**DünyaFood**

Sayı 06

April / Nisan 2019

**MAGAZINE**



**Dünya Food Gulfood 'da**

*We are at Gulfood Dubai in February*

**Dünya Food ile Ziyaretler**

*Out and about with Dünya Food*

**Orhan Abaloğlu'nu Kaybettik**

*RIP Orhan Abaloğlu*

# byKeskin

buy value

## PROTEIN YOU NEED



*Chicken Drumstick*



### ÖNSÖZ

2019 yılının başından itibaren dünyadaki ekonomik değişimlere ayak uydurabilmek için sürekli yenilikleri takip ediyoruz. Sağlıklı gıda tüketimine doğru çok ciddi talep artışları gözlemliyoruz. Daha önceki sayılarda da belirttiğim gibi 2017 yılından bugüne ihracat yaptığımız ülke sayısını 35'e yükselttik. Şu anda bizi en çok mutlu eden ürünlerimizin ihrac ettiğimiz ülkelerde tüketici tarafından ilgi görmesi, bu ilgi sayesinde market raflarında ürün çeşitliliğimizi artırıyoruz. Yalnızca bütün piliç eti ihracatı yaparak girdiğimiz ülkelerdeki market raflarında satış performansının istenilen seviyede olmasından ötürü yanına but, kanat, göğüs, baget ve işlenmiş ürün grubundan burger, sosis, köfte, naget gibi ürünlerimizin yanı sıra yumurta ürünlerimizin de satışında iyi bir ivme yakaladık. Bu yıl Dubai'deki Gulfood'a katıldıktan sonra Mayıs ayında Honkong'taki HOFEX'e Ekim ayında da Almanya'daki Anuga fuarına katılacağız. Bu fuarlar sayesinde eski dostlarımızı görüp ve dünyadaki tüm kanatlı sektörüyle ilgili üretici ve alıcılarla bir araya gelme fırsatını yakalıyoruz. Dünya Food olarak kimsenin ihracat yapmadığı, haritada yeri bile zor bulunan ülkelere ihracat yapıyoruz.

En sağlıklı ve kalp dostu olan zeytinyağının ülkemizin kararlı ve başarılı çalışmaları sonucunda hem iç piyasada tüketimi hem ihracatta satışı yükselerek artmaktadır. Son günlerde piliç eti ile ilgili kötü algılar tamamen ortadan haklı olarak kalmaya başlamıştır. Bunun en iyi göstergesi de tüketim rakamlarındaki artışlardır. 75 ülkeye ihracat yapan kanatlı eti sektörünün dünya ticaretinde 5. Sırada yer aldığı, 2017 yılında 443.021 ton ile bir önceki seneye göre yüzde 31'lik bir artışla ülkeye giren dövize de yansıyan katkı sektörün önemli bir başarısıdır. 2018 yılında ise yüzde 11'lik artış ile 491.000 ton seviyelerine ulaşmıştır. Siz değerli tüketicimizin desteği ve devletimizin istikrarlı politikaları sayesinde hem iç hem de dış piyasada kaliteli Türk ürünlerini gururla yaygınlaştırıyor, sofralarla buluşturuyoruz. Kur dalgalanmalarına rağmen Türkiye'nin gücüne ve ekonomisinin olumlu geleceğine inanarak üretimimizi ve pazar payımızı arttırmaya devam ediyoruz. Mart ayının sonunda yapılacak yerel seçimlerin de ülkemizin geleceğine hayırlı olmasını temenni ediyor; Ulu Önderimiz Mustafa Kemal Atatürk'ün çocuklara armağan ettiği 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk bayramı vesilesiyle tüm çocuklarımızın bayramını en kalbi duygularla kutluyorum. Ramazan ayının bereketiyle, bolluğuyla, tüm insanlık için hayirlara vesile olmasını diliyorum. Tüketicilerimizin gönül rahatlığıyla en ucuz protein kaynağı olan yumurta ve piliç etini çekinmeden tüketmelerini diliyoruz.



It was a wise man indeed who said "the only constant in the world is change". It is something we realise at Dunya Food and so we have made 2019 the year we innovate in order to stay abreast of the changing patterns of global consumption.

We are recognising significant changes in global customer demands, trends toward healthier eating and expectations of increasing value for money, and we are addressing both issues. The statistics prove we must be doing something right, as from a standing start in 2017, Dunya Food now exports its products to 35 non domestic markets, in addition to an increasing share of the Turkish domestic market.

We recognise that not every market wants the same range of chicken, egg, or olive oil based products, so before entering an export market we make sure we understand the specific customer needs, and design unique products to match their expectations. In this issue you can read about a specific market investigation trip we made recently to Oman, talking to distributors, customers and all parties on the route to market to make sure it was the right product in the right market, at the right time, and particularly the right price.

But our commitment to our export markets doesn't end there. So far in 2019 we have exhibited at the Gulfood in Dubai, and are booked for HOFEX in Hong Kong in May and the Anuga fair in Germany in October. It gives us an opportunity to meet old friends, establish new contacts and understand the unique nature of the markets we are targeting.

We are fortunate as a company in being concentrated in three areas of food production; chickens, eggs and olive oil, which are all in the vanguard of the healthy eating movement, as demonstrated by the latest Turkish consumption and export data. It showed the Turkish poultry meat sector, which collectively exports to 75 countries and ranks 5th in the world, increased sales by 31% increase in 2017, with a further 11% increase in 2018. Both Turkish egg and olive oil exports were also up.

We thank our valued customers for their support in achieving these increases, and must not forget the stable and realistic economic policies of the Turkish government, which have allowed us to bring the benefits of Turkish produced products to a wider non domestic audience. It is our pleasure to ensure your pleasure.

And finally looking forward we must mention the upcoming Turkish local elections at the end of March and on the 23rd April the National Sovereignty and Children's Day, bequeathed to us by our great leader; Mustafa Kemal Atatürk. We should never forget "our children are our future", so guard them well. It is a wonderful day in Turkey celebrating the responsibility we carry for our young people.

We wish all our readers a healthy springtime and a peaceful and thoughtful run up to Ramadan.

## Dünya Food ile Ziyaretler Out and about with Dunya Food

Dünya Food CEO'su Keskin Keskinoğlu bir kaç aya sığdırdığı yoğun programında bayi ziyaretleri, yurtiçi ve dışından ağırladığı misafirleri, fuarlar, yeni iş bağlantıları ile ilgili ziyaretler yer aldı. Bazı ziyaretleri:

*Dunya Food CEO Keskin Keskinoglu has been very active over the past few months in both visiting people and organisations outside the business or hosting people interested in working with Dunya Food. Here is a selection of recent meetings:*

### ZİYARETLERİMİZ // OUR VISITS

#### Al Attiya Motors Temsilcileri ile Buluştuk

Dünya Food Yönetim Kurulu Başkanı Keskin Keskinoğlu, Al Attiya Motors temsilcileri ile Katar'daki tesislerinde bir araya geldi. Değerlendirmelerde bulunan ikili, görüşmeden memnun olduklarını belirttiler.



#### Planning More Developments in Qatar

*As part of the company drive to develop international bridgeheads in a number of international markets, particularly in the Gulf region, Keskin Keskinoglu recently travelled to Qatar to meet a number of customers and also the representatives of Al Attiya Motors, one of the largest vehicle distributors in the region. It was jointly agreed as being a very fruitful meeting, with plans for a continuing dialogue and business development.*

#### İstanbul Bayimiz ile Buluştuk

Dünya Food Yönetim Kurulu Başkanı Keskin Keskinoğlu, İstanbul bayimiz Nuri Özer'i ziyaret etti. Türkiye'de yumurta ve tavukçuluk sektöründeki son gelişmeler ile ilgili fikir alışverişinde bulundular.



#### Meeting with Our Istanbul Representative and His Colleagues

*Keskin Keskinoglu, CEO of Dunya Food, recently visited our Istanbul representative; Nuri Ozer, where he had a very productive meeting discussing trends and developments in the egg and poultry sectors in Turkey, and how they might develop in partnership in the future. Istanbul is a key market in Turkey for the company*

#### Gana Bayimizi Tesislerimizde Ağırladık

Gana'lı müşterimiz ile yumurta tesislerimizde buluştuk. Gana pazarında Türk gıda ürünlerinin ve ByKeskin markasının yeri hakkında fikir alışverişlerinde bulunuldu. Satış hacmini büyütme için yeni stratejiler belirlendi. Misafirimiz, ByKeskin markasına olan talepten çok memnun olduklarını, kalite ve lezzet açısından olumlu geri dönüşler aldıklarını belirtti.



#### We are making inroads into the Ghanaian market

*We recently received a very positive visit from our Ghanaian customers to our egg facility. They reported very strong sales in their market for the Bykeskin branded chicken products and were eager to develop the brand and its product range in Ghana. They mentioned specifically the very positive feedback they were receiving from customers who had tried the product in terms of both its quality and flavour.*

#### Irak Bayimizle Bir Araya Geldik

Irak bayimiz ile yumurta tesislerinde buluştuk. Irak piyasasının talepleri, kalite ve güvence sorunları ile ilgili fikir alışverişlerinde bulunuldu. ByKeskin markasına olan talep ve pazarda daha aktif rol oynamak için yapılabilecekler tartışıldı. Yönetim Kurulu Başkanı Keskin Keskinoğlu, "Mustafa Bey ile uzun yıllara dayanan iş ilişkimiz bulunmaktadır. Yılların vermiş olduğu samimiyet ile bir iş arkadaşından çok değerli bir dostu ağırladığımı söyleyebiliriz. Kendisi ile fikir alışverişinde bulunmaktan keyif aldım." diyerek ziyaretinden dolayı kendilerine teşekkür etti.

Irak bayimiz Mustafa Bey, "Keskin Bey ile yıllara dayanan bir dostluğumuz vardır. Kendisi ile kuvvetli bir iş ilişkimiz bulunmaktadır, inşallah beraber daha iyi işler de yapacağız. Misafirperverliği ve ilgisine için teşekkürlerimi iletiyorum." dedi.



#### Visit of our Iraq Dealer

*We met with our Iraqi dealer at our egg facilities. The ideas of the Iraqi market, quality and assurance issues were exchanged. Demands for the brand ByKeskin and what could be done to play a more active role in the market were discussed. Chairman of the Board of Directors Keskin Keskinoglu said, "We have a long-term business relationship with him. I can say that with the sincerity of the years I have hosted a dear friend instead of a business partner. I enjoyed exchanging ideas with him."*

*Mr. Mustafa said, "We have a friendship with Mr. Keskin who is based on years. We have a strong business relationship with him, hopefully we will do better work together. Thank you for your hospitality and attention."*

## End Gıda Firmasının Sahibini Ağırladık

Doldurulmuş hazır yemek sektöründe faaliyet gösteren End Gıda firması Yönetim Kurulu Başkanı İbrahim Özalkan ile Yönetim Kurulu Başkanımız, Keskin Keskinoglu Yumurta Üretim Tesislerimizde bir araya geldi. Misafirimize, nazik ev sahipliği ve ilgisi için Keskin Keskinoglu'na teşekkürlerini ilettiler.



## The owner of the End Gıda company pays a visit

Our egg facility were honoured to recently receive a delegation, including the owner, from the End Gıda food company to their plant, where very fruitful discussions were held as to possible future collaborations. The End Gıda food company is one of the leaders in Turkey operating in a variety of readymade, added value, food market segments. Based in Gaziantep, it produces branded and own label products in a wide variety of areas. It was felt there were many areas where the two companies might collaborate.

## Katar Milli Günü Resepsiyonuna Katıldık

Katar Milli Günü dolayısıyla, Katar'ın Ankara Büyükelçisi Salim Mubarak Al Shafi'nin ev sahipliğinde JW Marriot otelde resepsiyon düzenlendi. Resepsiyona TBMM Başkanı Binali Yıldırım, Gençlik ve Spor Bakanı Mehmet Muharrem Kasapoğlu, Cumhurbaşkanlığı Sözcüsü İbrahim Kalın, AK Parti Kayseri Milletvekili Taner Yıldız, eski Devlet Bakanı Kürşat Tüzmen ve Büyük Birlik Partisi (BBP) Genel Başkanı Mustafa Destici'nin yanı sıra çok sayıda diplomatik ve askeri misyon temsilcisi ile konuklar katıldı. Yönetim Kurulu Başkanımız Keskin Keskinoglu da bu önemli güne katıldı.



## Celebrating Qatar's National Day

Our CEO was honoured to be invited to the Qatar National Day celebrations held recently in Ankara, to commemorate the anniversary of the establishment of the State of Qatar, hosted by the Qatari ambassador to Turkey; His Excellency Mr Salim Mubarak Al Shafi. Prominent Turkish guests included the Chairperson of the Parliament's Binali Yıldırım and Minister of Youth and Sports Mr. Mehmet Muharrem Kasapoglu, together with a large number of local and international diplomatic and military mission representatives.



## Big Dutchman Ziyareti

Dünya Food Yönetim Kurulu Başkanı Keskin Keskinoglu, Big Dutchman Avrupa, Ortadoğu ve Afrika bölge yöneticisi Ulf Meyer ve Satış Müdürü Jan Schomaker ile Big Dutchman'ın Almanya'da bulunan merkez tesislerinde bir araya geldi. Görüşmelerde bulunan ikili, tavukçuluk sektöründe dünyadaki son gelişmeleri değerlendirdiler.



## Expansion at the Anka egg facility with Big Dutchman

Keskin Keskinoglu, together with senior managers from the Anka egg facility, travelled in November, to Vechta (near Bremen) in Germany to visit the Big Dutchman headquarters and production plant with a view to increasing their current capacity. They were met by Ulf Meyer, Big Dutchman regional manager and Sales Manager Jan Schomaker for Europe, Africa and the Middle East, and discussed global poultry developments, hardware innovations and how they might work together.



## Umman Müşterimizi Ziyaret Ettik

Yönetim Kurulu Başkanı Keskin Keskinoglu Umman'daki müşterimizi ziyaret etti. Üç günlük seyahat kapsamında Umman'daki marketleri gezerek markamıza olan talebi ve müşteri tercihlerini gözlemleme fırsatı bulan Keskin Bey, "Türk markasını yabancı marketlere yerleştirmenin gururunu yaşıyoruz. Bizim için verimli bir seyahattir. Müşterinin taleplerinin neye göre belirlendiğini gözlemleme fırsatı buldum. Müşterimiz ile Umman'daki müşterilerinin tercihlerini nasıl belirlediğini, tanıtım araçlarının nasıl rol oynadığı üzerine tartıştık. "Markamızı tanıtımını arttırmak için yeni projelerimiz olacaktır. Ayrıca iş ilişkimizi geliştirmek için yeni anlaşmalar sağladık." diyerek nazik ev sahipliği için teşekkürlerini ilettiler.



## We Visited Our Customer in Oman

Chairman of the Board of Directors Keskin Keskinoglu visited our customer in Oman. Mr. Keskin, who has had the opportunity to travel to the markets in Oman and observe the customer preferences and demand for our brand within the scope of a three-day trip, said We are proud of placing Turkish brand in foreign markets. It was an efficient trip for us. I had the opportunity to observe the demands of the client. We discussed how our customers and their customers in Oman determined their preferences and how the promotion tools played a role. We will have new projects to increase the promotion of our brand. We also provided new agreements to improve our business relationship."

## Tuğgeneral Cengiz Yıldız'ı makamında ziyaret ettik

Dünya Food Yönetim Kurulu Başkanı Keskin Keskinoglu, Jandarma Strateji ve Dış İlişkiler Başkanı Tuğgeneral Cengiz Yıldız'ı makamında ziyaret etti. Misafirperverliği ve ilgisi için Tuğgeneral Cengiz Yıldız'a teşekkürlerini ilettiler.



## Keeping up with Strategic & External Relations developments

Our CEO, Keskin Keskinoglu, recently had a very positive dialogue with Brigadier General Cengiz Yildiz, head of the Governmental Strategy and External Relations Office, based in Ankara. Subjects of mutual interest were discussed and the value of liaison between the two parties emphasised in their exchange of information.

## Kayışlar Köyü Muhtarını Ziyaret Ettik

Yönetim Kurulu Başkanı Keskin Keskinoglu ve ailesi Kayışlar Köyü Muhtarı Baki ULU'yu ziyaret ettiler.



## Visit to the Village Headman of Kayislar Village

Our Chairman of the Board of Directors Keskin Keskinoglu and his family visited the village headman Baki ULU of Kayislar village.

## Orhan Abalioğlu'nu Kaybettik

Tavukçuluk sektörünün duayen ismi Orhan Abalioğlu vefat etti. Cenaze merasimine katılan Yönetim Kurulu Başkanımız, Keskin Keskinoglu "Tavukçuluk sektörüne büyük katkıları bulunan değerli büyüğüm Orhan Abalioğlu'nu kaybetmenin üzüntüsünü yaşıyoruz." diyerek ailesine ve sevenlerine baş sağlığı dileklerinde bulundu.



## RIP Orhan Abalioğlu

It is with great sadness that we record the passing of Mr Orhan Abalioğlu, a leading figure and doyen of the Turkish poultry industry. Keskin Keskinoglu, CEO of Dunya Food spoke of his contribution. "Mr Abalioğlu was a giant figure in the development of the poultry industry in Turkey, an esteemed colleague and a good friend and mentor. His loss will be sadly missed" We express our condolences to his family, and take comfort in our memories of a great man.



## YUMURTANIN RENGİ ÖNCELİĞİNİZ Mİ? (Yoksa sadece bir tercih mi?)

Bir tavuğun yumurtası, saf beyaz, açık veya koyu kahverengi hatta mavi bir kabuğa sahip olsa da aynı mıdır? Cevap; hem evet hem de hayırdır. Bu makale, farklı tavuk ırklarının neden farklı yumurta kabuğu renklerine sahip olduğunu ve neden insanların bu farklı renklere farklı anlamlar getirdiğini araştırmayı amaçlamaktadır.

Ancak yumurta kabuğunun olabileceği tek renk beyaz veya kahverengi değildir. Leghorn cinsi tavuk saf beyaz bir yumurta ve Orpington cinsi tavuk da hoş, koyu benekli kahverengi bir yumurta üretebilirken, Ameraucana cinsi tavuk ise mavi renk yumurta üretiyor. Ve çapraz eşleştirme ile yeşil kabuklu bir yumurta bile elde etmek mümkün!

Rengi ne olursa olsun ilk olarak, yumurtanın rengine göre tadı veya kalitesinde bir fark olduğu efsanesini ortadan kaldıralım ve her zaman en iyi tadı, en iyi sarısı, en uzun depolama ömrü olan yumurtayı dikkate alalım.

Yıllar boyunca yapılan bir çok araştırma çalışması; kabuk rengini göstermediğimizde insanların beyaz, kahverengi veya mavi kabuklu bir yumurta arasında ayırım yapamadığını göstermiştir. Hepsini özdeşleştirir ve aralarındaki küçük farklılıklar kabuk renginden değil, diyet veya tavuk ırkı gibi bir dizi başka faktörden kaynaklanmaktadır.

Ancak, belirli renkteki yumurtaların bir şekilde daha besleyici olduğunu inanmaya devam ediyoruz. Renk seçimleri aynı coğrafyada, farklı kültürlerde ve ülkelerde, hatta aileler arasında bile değişiyor. Avrupa, özellikle İngiltere'de, genellikle kahverengi yumurtalar tercih edilirken, Orta Doğu'da ve Asya'da ise en tercih edilen renk tonu beyaz. Fakat neden, hiçbir fark olmadığını bildiğimiz halde, ya tamamen beyaz ya da tamamen kahverengi satın almaya devam ediyoruz...

Birkaç yıl önce girişimci bir yumurta üreticisi, beyaz ve kahverengi kabuklu yumurtaları aynı ambalajda toplayarak bu önyargıyı kırabileceğine (ve biraz para kazanabileceğine) inanmış. Sonuç; felaket, yapmayı başardığı ise kimseyi memnun edememek! Açıkçası, yumurta kabuğunun renk önyargısı derinlemesine devam ediyor, ama neden?

Muhtemelen çocukluk deneyimlerimiz ve annemizin yeme alışkanlıklarımız üzerindeki etkisi eşimiz ve tekrar çocuklarımıza geri dönüyor. Bunu destekleyecek herhangi bir bilimsel kanıt olmasada, anneler kızlarına, "kahverengi yumurtaların beyazdan daha iyi" olduğunu ve satın aldığı yumurtalarda buna dikkat ettiğini, kendi deneyimlerini temel alarak kızlarına söylüyor. Ve biz ve diğerleri size kabuk rengine bağlı olarak yumurta da hiçbir fark olmadığını söylese de, psikolojik olarak kahverengi hala beyazdan daha iyi. Ve siz buna inanmaya ebeveyn hatta büyükbaba olduğunuzda da devam edeceksiniz!

Bu yüzden, hangi rengi tercih ederseniz edin, kabuk rengi için endişelenmeyin, kabuk sadece ambalajdır ve içeriği her zaman aynıdır. "İnsan dış görünüşüne göre değerlendirilmemelidir" eski bir sözdür ve bu yumurtalar için de geçerlidir. Ambalajları ne olursa olsun, yumurtalar her zaman besin değerleri, enerji değeri ve protein kaynağı bakımından vazgeçilmezdir. Ayrıca kaynatılmış, haşlanmış, çırpılmış veya kızartılmış olsun, yemesi de çok lezzetlidir.

Yumurtanı sev ve cesur ol, bugün farklı bir renk dene!

## ARE YOU EGGSHELL COLOUR PREJUDICED? (or do you just have a preference?)

Surely a chicken's egg is the same whether it has a pure white, light or dark brown or even a blue shell? Well the answer is an equivocal yes and no, and this article seeks to explore how and why different breeds of chicken have differing egg shell colours and how we, the public, ascribe different meanings to these different colours.

Firstly a tangent to the interior design industry, where there is a specific colour termed eggshell. It is meant as the "average representation of the colour of the chicken's egg", but because globally more white eggs than pale brown eggs are consumed, it tends to be a colour closer to white than pale brown, and also refers to a paint designed to provide a matt sheen – akin to the natural texture of the chicken's egg. But white and pale brown are not the only colours egg shells can be. Whilst the Leghorn breed might produce a pure white egg, and the Orpington a nice dark speckled brown egg, you have the Ameraucana producing blue eggs, and by selective cross fertilisation it is even possible to get a green shelled egg!

Whatever the colour, let us first dispel the most common myth that there is somehow a difference in the taste or quality of the egg dependent on its colour, and therefore we should always buy that colour which provides the best taste, the most yellow yolk, or longest storage life.

Multiple research studies, over the years, have shown that, once the shell is off, people cannot distinguish between a white, brown or blue shelled egg. They are all identical, and any minor differences between them are not due to their shell colour but a whole range of other factors, such as diet or breed of chicken.

But we still persist in believing certain colours are somehow more nutritious, and this varies between different cultures and even countries and families within the same cultural block. Europe generally favours brown eggs, particularly in the UK, whereas conversely in the Middle East and most of Asia white is by far the more important hue. But why, when we know in our heart of hearts there is no difference, do we persist in buying either all white or all brown.

Enter an enterprising egg producer a few years back who believed he could break down this prejudice (and save some money) by packaging white and brown shelled eggs together in the one box. Result – disaster – all he succeeded in doing was to alienate both the white and brown shelled fans and pleased no one! Clearly eggshell colour prejudice runs deep – but why?

It probably comes back to our childhood experiences and the influence our mother's had on our eating habits, which in turn goes back to the "old wives tale" she learnt from her mother. Without any scientific evidence to back it up, grandmother would tell her daughter, based on her experience, that "brown eggs are better than white" and this principle was applied to the eggs she bought, and you ate. And despite me and others telling you there is absolutely no difference dependent on shell colour, psychologically brown are still better than white – and you will continue when you are parents and grandparents to believe this!

So worry not whatever coloured shell you prefer – it is only packaging, and the goodness is identical. It is an old maxim that you should "never judge the contents by its packaging" and this is so true with eggs. Whatever their packaging they are always packed with nutrients, a valuable source of energy and trace elements, and delicious to eat, whether boiled, poached, scrambled or fried. Love your egg and be bold, try a different coloured shell today!

Prof. Peter Williamson

## Dünya Food Gulfood 'da



Dubai'de düzenlenen dünyanın en büyük gıda fuarı olarak bilinen Gulfood 2019 Gıda ve İçecek Fuarı'na her yıl olduğu gibi bu yıl da geniş ürün portföyüyle katılım sağladık. 17-21 Şubat arasında gerçekleştirilen Gulfood'da, 119 ülkeden 7200 katılımcı ve 310 bin ziyaretçiye ev sahipliği yaptı. Tüm dünyaya ulaşabilmek adına, yeni trendleri takip etmek ve firmaların ürünlerini sergilenmesi açısından önemli olan fuar, firmamız için verimli geçti. Fuarda Bykeskin markasıyla hindi, tavuk ürünleri, yumurta ve Assos markasıyla zeytin, zeytinyağı ürünlerini sergilendi.



Katar, Dubai, Cibuti ve Umman'da yumurta ürünlerimiz ile Pazar payımızda büyük bir artış yakalandı. Firma ayrıca Somali, Mauritius, Birleşik Arap Emirlikleri'ne tavuk ürünleri ve birçok Orta doğu ve Uzak Doğu ülkesine de zeytinyağı ürünleri ihracatı için yeni bağlantılar kurdu. Fuarla ilgili değerlendirme yapan Dünya Food Yönetim Kurulu Başkanı Keskin Keskinoglu, "Alanında en büyük olan Gulfood, sektörümüzün küresel pazarlara ulaşmasında rol oynayacak yeni ticari işbirlikleri için çok önemli bir platform. Fuar bizim için oldukça verimli geçti, yeni anlaşmalara imza attık, mevcut müşterilerimizle de buluşma fırsatı yakaladık." diye konuştu.



## We are at Gulfood Dubai in February

If you are a food producer there was nowhere else to be during late February than at the GULFOOD food and drink fair organised in Dubai. And of course Dunyafood was there, to meet old friends and customers and make new contacts. The statistics of the fair are impressive. Over five days between the 17th- 21st February 2019, it attracted over 7200 exhibitors, showcased a staggering 119 different countries, and was visited by over 310000 people. It is without dispute the largest global food fair. In Qatar, Dubai, Djibouti and Oman,

our market share increased significantly with our egg products. The company also established new connections for export of chicken products to Somalia, Mauritius, United Arab Emirates and export of olive oil products to many Middle East and Far East countries. Dunyafood took an extensive portfolio of products to the fair, under both the ByKeskin and Assos brands, and were visited by a large number of existing and potential customers. Mr Keskin Keskinoglu was clear why the company should have a significant presence at the fair. He said: "Gulfood is a huge market place for us, and it is vital we are a part of it. We have had a great fair, establishing new contacts, signing long-term contracts, and building relationships with existing customers. We will always continue to participate in similar exhibitions where companies have the opportunity to introduce themselves to a wide group of potential customers and reinforce existing commercial arrangements. But Gulfood is not simply about selling, it is also about learning. We pay particular attention to trends in our industry and with 2,355 accredited innovations in the fair to choose from, there is a lot to keep up with!"

## İki Dünür Bir Torun

Yönetim Kurulu Başkanımız Keskin Keskinoglu'nun değerli anneleri Sıdika Keskinoglu, Tamay Ertenoglu ve değerli kızı Dünya Keskinoglu'nun resimlerinin yer aldığı sergi büyük beğeni kazandı. Sergiden elde edilen tüm gelir Kemik İliği Transplantasyon ve Onkoloji Hastanesi Kurma ve Geliştirme Vakfı'na bağışlandı.



## Two Grandmother One Granddaughter

It is not often that two grandmothers, one daughter and one granddaughter come together to mount an art exhibition for charity, but that was the case recently in Izmir. Tamay Ertenoglu and Sidika Keskinoglu (the grandmothers) teamed up with Dicle Keskinoglu (daughter and daughter in law respectively) and their joint granddaughter Dunya, to mount an art exhibition with all the income going to Kitvak, the Izmir based foundation caring for and supporting patients suffering from cancer. All the artwork received great critical acclaim and was a virtual sell out. Keskin Keskinoglu, speaking on behalf of the organisers said "Both our families have been touched by cancer, so we felt it was entirely appropriate all proceeds from the exhibition should go to this charity, and we would urge all other corporate and individual sponsors to support this cause which does the most amazing work in supporting those with this terrible disease."

İki Dünür Bir Torun  
8-15 Mart 2019

**byKeskin**  
Chicken & Olive Oils & Eggs

# byKeskin

buy value

# PROTEIN YOU NEED

