

در پنل میز پسته در اجلاس شورای جهانی خشکبار مطرح شد:

### پسته رقیبی ندارد

میز پسته در روز دوم اجلاس شورای جهانی آجیل و خشکبار برگزار شد. رامین یوسفی از شرکت پرشین داینستی (Persian Dynasty) مدیریت جلسه را بر عهده داشت و اعضای پنل، نمایندگان از ایران (امیرعلی عسگراولادی)، آمریکا (مایکل هومن از شرکت پسته و بادام واندرفول)، ایتالیا (جوزپپی کالگانی نایب رئیس شورای جهانی آجیل و خشکبار)، ترکیه (سرکان گورگولو) و چین (چنگ هونگ کی) بودند.

دستور جلسه شامل بررسی وضعیت صنعت پسته، عرضه و تقاضا، چالش های فعلی پیش روی صنعت و پیش بینی بروز آنها در آینده، وضعیت بازارهای فعلی پسته و پتانسیل های بازارهای جدید و در حال شکل گیری و در نهایت پرسش و پاسخ از اعضای پنل بود.

مجری پنل توضیحات خود را با معرفی پسته و فواید آن آغاز کرد. بعد از معرفی ارقام تجاری پسته (ارقام اکبری، احمدآقایی، فندقی و کله قوچی از ایران، رقم کرمان کالیفرنیا از آمریکا و رقم آنتپ از ترکیه) وضعیت تولید و صادرات در سال جاری را ارائه داد و تخمین تولید سال آینده را به سمع و نظر حضار رساند. پایان میزگرد به بخش پرسش و پاسخ از افراد حاضر در پنل اختصاص یافت؛ که در ادامه با جزئیات آن آشنا می شوید.



از سمت راست: سرکان گورگولو، مایکل هومن، جوزپی کالگانی، اسدالله عسگراولادی، امیرعلی عسگراولادی، رامین یوسفی، چنگ هونگ کی

### صنعت پسته در چه جایگاه و مرحله ای است؟

**مایکل هومن** - بدون شک صنعت پسته، صنعتی در حال رشد است که با نگاه به آمار محصول سال ۲۰۱۶ می بینیم پسته کالیفرنیا به مسیر رو به رشدی که آرزو داشتیم بازگشته است. طی چند سال گذشته به دلیل خشکسالی با کاهش محصول مواجه بودیم، ولی در حال حاضر به رشد درستی برگشته ایم. سالانه سطح زیر کشت ۵ تا ۷ درصد افزایش می یابد که می توانیم افزایش میانگین تولید محصول آمریکا را در سال های آتی انتظار داشته باشیم. بنابراین ما نسبت به موقعیتی که صنعت پسته در آن قرار دارد هیجان زده هستیم. در سال جاری تولید خوبی داشتیم و همچنین دیدیم که وضعیت تقاضا نیز رضایت بخش بود و کلاً در سالی متعادل از نظر عرضه و تقاضا و رو به پیشرفت به سر می بریم.

**امیر علی عسگر اولادی** - مطمئناً بازار رشد داشته است، چرا که می بینیم کشورها سال به سال پسته بیشتری وارد می کنند و همانگونه که شما هم در نمودارها نشان دادید تولید، بازار و واردات همگی در حال رشد هستند. به روشنی می بینیم که سال به سال تولید افزایش پیدا می کند و بازارهای مصرف و مشتریان جدید اضافه می شوند.

**سرکان گورگولو** - سطح زیر کشت بارور و تولید پسته در ترکیه سال به سال در حال گسترش و افزایش است. از پیامدهای افزایش تولید در آمریکا ثبات بیشتر قیمت ها بوده است. خوشبختانه در ترکیه نیز شاهد این اتفاق بوده ایم، به خصوص در بازار خرده فروشی این مساله دلگرم کننده است. انتظار داریم طی ۵ سال آتی وضعیت قیمت ها و بازارها ثبات بیشتری پیدا کند و باعث افزایش عرضه و تقاضا شود.

**چنگ هونگ کی** - واردات پسته به چین سال به سال در حال افزایش است. در سال ۲۰۱۶ نزدیک به ۱۰۴ هزار تن پسته به چین وارد شده است که نسبت به سال ۲۰۱۵ دو برابر افزایش داشته است.

**جوزپی کالگانی** - دلیل دعوت از من در پنل پسته این است که من نماینده ی ایتالیا، اسپانیا، تونس، یونان، ازبکستان و مراکش هستم. هرچند که تولید پسته در این کشورها به اندازه آمریکا، ایران و ترکیه نیست اما در حال افزایش می باشد و روندی خارق العاده را نشان می دهد که می تواند تقاضای داخلی این کشورها را پوشش دهد.

### **روندهای فروش در سال های اخیر چگونه بوده است؟**

**مایکل هومن** - برای پسته کالیفرنیا فروش سال محصولی ۲۰۱۶ به بیش از ۲۷۰ هزار تن خواهد رسید که نمایانگر بیش از ۲ برابر افزایش نسبت به بارگیری های سال گذشته است، علت عمده آن هم کاهش سطح قیمت ها به دلیل افزایش تولید بوده است. در زنجیره عرضه، تأمین کنندگان و همکاران ما در بخش خرده فروشی همه هیجان زده هستند، چرا که تمایل فوق العاده ای که برای پسته بوجود آمده موجب افزایش تبلیغات و نتیجتاً فروش بیشتر شده است.

**سرکان گورگولو** - تولید ترکیه اصولاً صرف مصرف داخل می شود و به دلیل نوع و ارقام پسته، میزان بسیار محدودی به عنوان مصرف صنعتی (مواد اولیه سایر محصولات) صادر می شود. با توجه

به افزایش تولید ایران و آمریکا، عرضه به اندازه کافی وجود دارد و با فعالیت های بازاریابی آمریکا، مصرف پسته در دنیا رو به افزایش است. بنابراین این رویه طی ۵ سال آتی هم ادامه خواهد داشت و تقاضا نیز متناسب با عرضه با رشد روبرو خواهد بود.

**چنگ هونگ کی** - وضعیت بازار چین متفاوت است. فروش به شدت تحت تأثیر قیمت ها است و بازار تمایل به محصولات با قیمت پایین دارد. چنانچه قیمت مناسب باشد خریداران به خرید پسته خندان تمایل دارند و در صورت بالا بودن قیمت ها پسته ناخندان و یا میدانی (Huller-run) ارجحیت پیدا می کند. امسال بازار به دلیل عدم ثبات، تمرکز بر روی رقم یا اندازه خاصی نداشته است. این ویژگی بازار چین است و ما بر اساس قیمت کار می کنیم. اگر بگویید پسته ۲۵-۲۱ آمریکایی ارزانتر از ۳۰-۳۲ ایرانی است، حجم زیادی از پسته های ۲۵-۲۱ آمریکایی به چین سرازیر می شود.

**امیرعلی عسگراولادی** - در رابطه با فروش، من تنها راجع به روش ایرانی صحبت می کنم. با نگاه به آمار می بینیم مانده انبار همیشه محدود است و حداکثر ۱۰ درصد محصول در پایان سال باقی می ماند. ذهنیت ما ایرانی ها این است که محصول را هر طور شده به فروش برسانیم که در نتیجه آن چه محصول زیاد باشد چه کم، مانده انبار زیادی در پایان سال نخواهیم داشت. این مساله ریشه در هزاران سال سابقه تجارت در ایران دارد و در ذهن ایرانی ها نهادینه شده که تا پایان سال باید محصول تمام شود. پس مهم نیست آمریکا محصول زیادی داشته باشد یا نه، ایرانی ها با ۱۰ درصد قیمت بالاتر بازار محصول خود را پیدا خواهند کرد و این در ذهن ایرانیان تبدیل به یک قانون شده که موجودی باید تا پایان سال تمام شود.



### آیا می توان بین مصرف پسته و دیگر مغزجات ارتباطی دید؟

جوزپی کالگانی - به اعتقاد من پسته کالایی منحصر به فرد است و ما نمی توانیم آن را با دیگر مغزجات نظیر بادام، بادام هندی، فندق و یا حتی گردو مقایسه کنیم. پسته همچنان با پوست، برشته شده و یا خام مصرف می شود. به عقیده من رقابت زیادی بین پسته با دیگر مغزجات وجود ندارد و در عوض چیزی که مهم است ثبات بیشتر در قیمت ها است، چرا که پایداری قیمت ها طی ده سال گذشته ثابت کرده که موجب افزایش مصرف پسته می شود. بنابراین نیاز است که همیشه پسته را روی قفسه فروشگاه ها با یک قیمت منطقی داشته باشیم.

مایکل هومن - در خصوص بی نظیر بودن پسته با آقای کالگانی هم عقیده ام. پسته یک میان وعده (اسنک) محسوب می شود و تجربه ثابت کرده در بین میان وعده ها، پسته بی همتا است، چرا که فرد وقت گذاشته، دانه دانه آن را پوست کرده و مصرف می کند.

در سال ۲۰۱۶ دیدیم که با کاهش قیمت تقاضا بیشتر شد و این مبین این واقعیت است که مصرف کننده به قیمت های مناسب تر و تبلیغات بیشتر پاسخ خواهد داد. امیدواریم که عرضه ی پسته مبتنی بر سلیقه مصرف کننده را هرچه بیشتر افزایش دهیم و از این تجربه منحصر به فرد لذت ببریم.

**چنگ هونگ کی** - به نظر من عرضه پایدار و با کیفیت و با ثبات برای بازار چین بسیار مهم است. هر چند مساله بزرگی به نظر می رسد ولی قابل دستیابی است. بعضی اوقات فروشندگان از ما می پرسند چرا پسته های بارگیری شده به مقصد چین طیفی از خندان تا میدانی را شامل می شوند. در پاسخ باید بگویم این ویژگی بازار چین است، چرا که در بازار چین در واقع خریدار تصمیم گیرنده است نه مصرف کننده. بازار چین دست شرکت های فرآوری (برشته کن ها) و توزیع کننده ها است پس کاملاً طبیعی است که بگویند به دلیل گرانی نمی خواهیم بخریم یا اینکه به دلیل قیمت های منطقی مایل به خرید هستیم. این موضوع در چین بسیار مهم است.

### **آیا سفارشات پسته بر اساس کشور یا فرهنگ ها متفاوت است؟**

**امیرعلی عسگر اولادی** - بله، بسیار متفاوت است؛ خصوصاً برای پسته در پوست. برخی کشورها پسته ایرانی و برخی دیگر آمریکایی را ترجیح می دهند. به عنوان مثال هند بازاری ویژه برای پسته ایرانی است. طعم و مزه پسته ایرانی موجب شده که بطور سنتی هندی ها این پسته را شدیداً ترجیح دهند و اهمیتی ندارد که قیمت آن در هند بالا یا پایین برود، در هر صورت هندی ها باز هم خریدار پسته ایرانی خواهند بود.

در کشورهای خاورمیانه پسته ایرانی جایگاه ویژه ای دارد. در حال حاضر فروش پسته ایرانی در مقایسه با پسته آمریکایی بیشتر است. بنابراین مبدأ تولید پسته در بسیاری از کشورها حرف برای گفتن دارد. تنها یک نکته اینکه بعضی از کشورها دنبال قیمت هستند که البته آنها نیز تغییر می کنند. به عنوان مثال چرا وقتی قیمت ایران نسبت به آمریکا پایین تر است، آنها از آمریکا خرید می کنند؟ نکته این است که آنها دنبال یک کالای خاص با شرایط خاص هستند. بنابراین مبدأ بسیار مهم است.

**سرکان گورگولو** - برای ترکیه ترجیح می دهیم که در رابطه با ارقام پسته صحبت کنیم. در ترکیه برای پسته در پوست دو وارسته اصلی داریم؛ "آنتپ" و "سیرت". آنتپ به عنوان رقمی تجاری هم به صورت میان وعده (اسنک) در داخل ترکیه مصرف می شود، هم در صنعت شکلات سازی ترکیه کاربرد دارد. سیرت شبیه به رقم اکبری است و نسبت به آنتپ طعم بهتری دارد.

برای مصرف صنعتی نیز چند وارسته داریم که زمان های برداشت آنها متفاوت است. به عنوان مثال پسته ی سبزی داریم که در بازار بالاترین قیمت را دارد و بطور عمده در صنعت باقلوا و شیرینی سازی کاربرد دارد. این پسته را اوایل ماه جولای زمانی که مغز به اندازه کافی رشد نکرده و سبز است برداشت می کنند. رقم دیگری که داریم "مرداوی" نام دارد که بصورت دو پوست شده برای صادرات مورد استفاده قرار می گیرد.

**جوزپی کالگانی** - کاربردهای پسته در سراسر جهان افزایش داشته است؛ از مصرف به عنوان میان وعده (اسنک) تا صنایع غذایی نظیر شکلات سازی و بستنی سازی را در بر می گیرد. به صورت روز افزون با افزایش تقاضا برای پسته مواجه هستیم. شاید بهتر باشد شورای جهانی آجیل و خشکبار در بحث آمار نه تنها پسته با پوست بلکه بصورت مغز را با توجه به آینده روشن مغز نیز در نظر داشته باشد. زیرا مغز آن قسمت از پسته است که مصرف کننده به آن نیاز دارد و تولید آن سریعاً موجب افزایش مصرف خواهد شد، چرا که برخلاف پسته با پوست که نیاز به پوست کردن دارد مغز به راحتی و مستقیماً مصرف می شود.

پسته مجدداً در حال بازگشت به صنعت مارتادلای (نوعی سوسیس) ایتالیا است، چرا که به دلیل قیمت بالا مدتی از این صنعت حذف شده بود. در حال حاضر دوباره در مارتادلا سبزی پسته را می بینیم که با قیمتی بین ۴۰ تا ۴۵ یورو به ازای هر کیلو به فروش می رسد. هر چند قیمت بالایی دارد ولی مصرف کنندگان استقبال می کنند. پسته در صنعت شیرینی سازی نیز کاربرد دارد. این موضوع مهمی است که بازار بزرگی را می گشاید.

با استناد به مطالعات و آنالیزهای آماری مصرف، صورت گرفته توسط شورای جهانی آجیل و خشکبار، در حال حاضر جمعیتی در حدود ۱,۵ میلیارد نفر به آجیل های درختی دسترسی دارند و برای سال های ۲۰۲۵ تا ۲۰۳۵ تخمین می زنیم که نزدیک به ۳ میلیارد از جمعیت جهان مصرف کننده آجیل

ها خصوصاً پسته باشند که به عنوان یک آجیل دلپذیر مورد علاقه مردمان با فرهنگ ها و سنن مختلف است.

### **رقبای مستقیم و غیر مستقیم پسته کدامند؟**

**مایکل هومن** - رقابت مستقیم یعنی رقابت با دیگر آجیل ها مثل بادام، بادام هندی و دیگر میان وعده های آجیلی که با پسته رقابت می کنند. می دانیم مغزجات آجیلی با ارزش غذایی بسیار بالا برای همه افراد مفید و سالم محسوب می شوند. با نگاه به مساله از این جنبه می بینیم که در این رقابت دوستانه هر کدام به سهم خود در جهت رشد مقوله میان وعده های آجیلی تلاش می کنیم و وضعیت تولید و بازار سایر مغزجات و آجیل ها را نیز به دقت زیر نظر داریم، چرا که همه آنها رقبایی سالم برای پسته محسوب می شوند.

در رابطه با رقابت غیر مستقیم باید سایر میان وعده های شور را مد نظر قرار دهیم؛ محصولاتی نظیر چیپس سیب زمینی و دیگر اسنک های ترد و شور. اگرچه این محصولات رقابت مستقیم با پسته ندارند، اما باید به آنها مثل یه فرصت نگاه کرد و با شناساندن ارزش غذایی بالای پسته آن را به عنوان اسنک جایگزین به مصرف کنندگان بیشتری معرفی کرد.

**امیرعلی عسگر اولادی** - از نقطه نظر تولید هیچ رقابتی وجود ندارد، همانطور که آقای کالگانی اشاره کردند پسته محصولی منحصر به فرد است که تحت هر شرایطی بازاری که خریدار آن باشد را پیدا می کنیم.

البته ممکن است مطالعات بهتری در آمریکا در این مورد انجام گرفته باشد ولی چیزی که ما می بینیم این است که تحت هر شرایطی اگر قیمت ما حتی بالاتر باشد هم این رقابت (به عنوان مثال اگر بادام هندی یا بادام زمینی ارزان تر باشد) تداخل زیادی با ما به وجود نمی آورد.

**به نظر شما آیا گرایشات اخیر راجع به تولید محصولات ارگانیک برای صنعت پسته مثبت بوده یا منفی؟**



**سرکان گورگولو** - روند فروش محصولات ارگانیک مثبت است، ولی به نظرم عرضه کافی نیست. اولاً از ترکیه، اسپانیا و ایران مقداری محصول ارگانیک به صنعت میان وعده عرضه می شود، اما این میزان با نیازهای بازار مطابق نیست. تولید اسپانیا تا حدودی مطابقت دارد ولی بسیار محدود است. دیگر مبادی نیز برای صنعت میان وعده خیلی شناخته شده نیستند، چرا که تولید بسیار محدودی دارند. ایران نیز در این جهت تلاش هایی انجام می دهد، ولی با موانعی از طرف آمریکا مواجه است. محصولات ارگانیک کشورهای آسیای میانه نیز تنها به مصرف صنعتی می رسد. بنابراین حتی اگر پتانسیل آن هم وجود داشته باشد به نظرم باید اول بازار مصرف صنعتی توسعه پیدا کند تا تولیدکنندگان در ترکیه و دیگر مبادی بتوانند وارد آن بازار شوند؛ بدین معنی که در بازارهای تجاری بخش مصرف صنعتی کم حجم است و به همین علت است که من اصلی ترین چالش را در این قسمت می بینم.

**جوزپی کالگانی** - بطور کلی صحبت در مورد بیو ارگانیک و تقاضا برای مغزجات ارگانیک همانطور که طی ۱۰ سال گذشته پیش بینی می شد، رو به افزایش است؛ اما طی ۳ سال اخیر کمی بازگشت به عقب داشته ایم. امروز میزان تقاضا را ۸ تا ۱۰ درصد در نظر می گیریم. شرکت من در زمینه محصولات ارگانیک متخصص است و تقاضا برای این محصولات نیز بسیار بالا است، اما چالشی که همیشه وجود داشته عرضه است، زیرا تقاضا برای محصول ارگانیک نسبت به عرضه بسیار فراتر است. با در نظر گرفتن اینکه تقاضای اصلی از چین می آید به شدت کشورهای تولید کننده را به رفتن به سمت کشاورزی ارگانیک تشویق می کنم. بازار چین در گذشته با بی اطمینانی در این مقوله همراه بود ولی در حال حاضر احتمالاً تقاضای آن افزایش خواهد داشت. امروزه در کشاورزی ارگانیک فعالیت های بسیاری را می توان با آبیاری مناسب و بدون استفاده از سموم انجام داد. بنابراین آینده روشنی وجود دارد، هرچند همیشه باید میزان بهره وری به ازای یک هکتار را در کشاورزی ارگانیک و غیر ارگانیک مد نظر قرار داد ولی در کشاورزی ارگانیک قیمت دلگرم کننده است. بنابراین قطعاً نظر من در این مورد مثبت است.

**مایکل هومن** - ما به عنوان یک شرکت و به عنوان نماینده صنعت پسته کالیفرنیا بیشتر تمرکز بر افزایش همه جانبه ی مصرف آجیل ها خصوصاً پسته داریم. پسته محصولی به شدت سالم است و

رشد طبیعی از آن در مقابل سموم و دیگر مواد شیمیایی مورد استفاده در باغ محافظت می کند. ما فرصت بزرگی برای محصولات ارگانیک نمی بینیم. تأکید ما روی فوایدی است که پسته در بحث سلامتی و اصول ایمنی مواد غذایی دارد و از نظر ما اینها جنبه های مهم تری هستند.

**چنگ هونگ کی** - متأسفانه نظر من منفی است، چرا که در چین خریداران و فرآوری کنندگان نمی توانند تمایزی بین محصولات ارگانیک و غیر ارگانیک قائل شوند. مهم این است که صادر کنندگان محصولات ارگانیک برای قانع کردن مصرف کننده، فرآوری کننده و توزیع کننده ترویج مناسبی در مورد مشخصه های پسته ارگانیک و تفاوت ها و وجوه تمایز آن با پسته معمولی داشته باشند. بدون داشتن این اطلاعات گیج کننده خواهد بود. به نظر من مردم دوست ندارند تشخیص دهند که آیا این محصول ارگانیک است یا نه، اما در هنگ کنگ ممکن است موفق باشد. برای ارگانیک شما مجبور هستید مشخصه های زیادی را از مبدأ در تأیید اینکه این محصول ارگانیک است به همراه محصول داشته باشید ولی در حال حاضر این مساله دشوار و منفی است.

**امیرعلی عسگر اولادی** - تقاضا برای محصولات ارگانیک رو به افزایش است ولی متأسفانه در ایران تولید به اندازه تقاضا رشد نداشته است. ما مسائل و مشکلات زیادی از جمله کمبود آب در مناطق اصلی پسته کاری و باغ های رها شده زیادی داریم که برای باغ های خوب مشکلات عدیده ای را ایجاد می کنند و باغداران مجبور به استفاده از سموم هستند. ولی به هر حال توسعه ی باغ های ارگانیک رو به رشد هستند و باغریزی های جدید در مناطق شمالی و مرکزی ایران در حال انجام است. همانگونه که گفتیم در این مساله ما عقب هستیم. تقاضا در حال افزایش است و متأسفانه ما برنامه خوبی برای کشاورزی ارگانیک نداریم.

### **تولید کنندگان پسته با چه چالش هایی روبرو هستند؟**

**مایکل هومن** - در کالیفرنیا چالش اصلی باغداران افزایش هزینه های تولید است. در زمینه ی هزینه های نیروی انسانی (به دلیل افزایش حداقل دستمزدها) افزایش داشته و خواهیم داشت. در رابطه با برخی روش های خاص کشاورزی که موجب افزایش هزینه های تولید می شود نیز همچنان با محدودیت هایی روبرو هستیم و در نهایت مساله آب که دغدغه همیشگی بوده است. امسال زمستان پر بارشی داشتیم که از بابت آن شکرگذاریم، اما با این حال در کالیفرنیا سیستم زیر ساخت

های مربوط به آب تنها برای یک سال و نیم طراحی می شود و این مساله همچنان دغدغه ای برای تولید پسته محسوب می شود.

**سرکان گورگولو-** برای ترکیه اصلی ترین چالش، روش های باغداری است. ما خیلی نسبت به کالیفرنیا عقب هستیم و هنوز از متد های سنتی و دیم استفاده می کنیم که بازدهی درختان را تحت تأثیر قرار می دهد. به عنوان مثال در کالیفرنیا ۲,۵ تن در هکتار برداشت می شود، ولی در ترکیه برداشت حدود ۷۰۰ کیلوگرم در هکتار است. هرچند نوع رقم روی این مساله تاثیر می گذارد ولی به طور کلی سنتی بودن باغداری این مساله را ایجاد می کند. البته باید اضافه کنم که کمک های دولتی برای آبیاری شروع شده است و امیدواریم در آینده، باغ هایی که بصورت دیم آبیاری می شوند به کشت آبی تغییر یابند.

مساله ی دیگر در رابطه با مبارزه با آفات است که هر سال به مشکلات آن نیز افزوده می شود. مورد دیگری که باید اضافه کنم مربوط به نوآوری هایی است که بتواند صنعت پسته ترکیه را شبیه به کالیفرنیا کند. ما باید راه های افزایش بهره وری تولید را پیدا کنیم. سطح زیر کشت پسته در ترکیه ۳۵۰ هزار هکتار است که ۲۰۰ هزار هکتار آن بارور است. امیدواریم در آینده با حمایت تکنولوژی های جدید میزان برداشت را بیشتر کنیم.

**امیر علی عسگراولادی-** اصلی ترین چالش در ایران مشکلات آب است که دولت در این رابطه به کشاورزان برای توسعه کشت در مناطق جدید کمک می کند. هرچند که کشاورزان با کمبود آب مقابله می کنند، ولی این مساله بزرگی است که موجب می شود ما نتوانیم بهره وری را بالا ببریم. تولید ما ثابت خواهد بود چرا که در کنار باغ های جدیدی که اضافه می شوند برخی از باغ ها از چرخه ی تولید خارج می شوند.

**برای خلاصه کردن کلام از هر کدام از شما یک سوال دارم، اینکه به عقیده شما آیا صنعت پسته طی ۱۰ سال گذشته هیچ تغییر بنیادی را تجربه کرده است؟**

**جوزپی کالگانی-** فایلی که شما ارائه دادید خود گویای همه چیز است. امروز ما در ۵ قاره پسته تولید می کنیم. بطور کلی می بینید که روند صعودی است. من هیچ نگرانی در این مورد ندارم و

آینده روشنی می بینم. ۳ میلیارد جمعیت در ۵ قاره، صنعت ما را پایدار نگه خواهد داشت. می بینید که امسال چند نفر در این اجلاس حضور دارند. سال آینده در سویای اسپانیا مطمئناً بالای هزار نفر خواهیم شد. امروز صبح یکی از سخنرانان هندی گفت: برای لذت بردن از زندگی باید پسته که میوه خوشحالی است بخورید.

**سرکان گورگولو** - من با آقای کالگانی موافقم. باید اضافه کنم که تولید آمریکا در طی ۱۰ سال گذشته تغییر کرده است. آنها در تولید رتبه اول را دارند و پس از آن ایران و سپس ترکیه قرار دارد که تلاش می کند با روش های جدید تولیدش را افزایش دهد. به عقیده من تولید پسته در آینده حتی بیشتر از امروز خواهد بود و امید داریم که مصرف نیز افزایش یابد.

**امیرعلی عسگراولادی** - روشن است که تجارت تا به حال بسیار موفق و به دلیل افزایش تقاضا، همچنان رو به رشد خواهد بود. امروز شاید ایران به دلیل رقابت با آمریکا که خیلی در اروپا موفق بوده، کمتر به اروپا صادر می کند، ولی برای ما خیلی راحت است که فروشمان به چین و هند را افزایش دهیم. برای روسیه هم به همین ترتیب. سه کشور هند، چین و روسیه برای ما کافی هستند ولی با این حال در اروپا نیز بازار خوبی داریم و بطور کلی با تقاضا مشکلی نخواهیم داشت و بزرگترین مشکل و مساله با طرف عرضه است.

**چنگ هونگ کی** - خیر، تغییری وجود نداشته است. از زمانی که پسته به عنوان آجیل خندان از ۴۰ سال پیش ترویج شده است تغییری وجود نداشته است. ما آجیل خندان را همیشه دوست داشته ایم و مردم از مصرف آن شاد و خوشحال هستند.

**مایکل هومن** - مسئله ای که موجب خوشحالی ما می شود اضافه شدن به حجم تولید است که صنعت را تغییر داده است. در مقوله امنیت مواد غذایی نیز تأکید بیشتری شده است و صنعت مدرنیزه شده از منظر امنیت مواد غذایی به شدت حافظ سلامت مصرف کننده است. همچنین افزایش سطح آگاهی ها نسبت به فواید و ارزش غذایی پسته تغییری دیگر در صنعت بوده است و این روند ادامه پیدا خواهد کرد، چرا که مصرف کنندگان همیشه به دنبال جایگزین کردن میان وعده های سالم تر هستند و صنعت پسته سرمایه گذاری در تحقیقات برای اثبات هرچه بیشتر فواید عالی پسته را ادامه خواهد داد. اینها عواملی هستند که باعث خوشحالی ما می شوند.