

Ambalajın “Sihirli Dünyası”



Muharrem DEMİR
APACK Genel Müdürü

Artık modern yaşamın her malzemesi tüketiciye bir “ambalaj” içinde sunuluyor. Televizyon, buzdolabı gibi büyük hacimli eşyalardan; Kurşunkalem, sakız, tutkal, yassı pil gibi küçük tüketim malzemelerine kadar her ürün kendine özel bir ambalaj içinde raflardan tüketicilere ulaşıyor. Bu mecrada öylesine bir rekabet de var ki [iyi ki var] müthiş yaratıcı, eğlenceli, rengarenk, keyifli, teknolojik, zeka ürünü, pratik, kullanışlı çözümler çıkıyor karşımıza.

Her ürünün ambalajı, içine koyulacak ürünün niteliğine göre tasarlanıyor, geliştiriliyor. Ama sonunda tüketiciye bu paketi beğendirmek de çok önemli. Yani içindeki ürün kadar ambalajın dış görünüşü ve fonksiyonu da bu büyük yarışın içinde. Bütün sektörler içinde bir sektör var ki, burada ambalaj çözümleri gerçekten pek çok sıkıntı içeriyor: **Gıda Sektörü**. Gıdalar özgürlüklerine çok düşkün. Kapalı yerlerde kalmaya tahammülleri yok. Bu da mühendisleri çok bilinmeyenli denklemlerle karşı karşıya bırakıyor.

Gıda konusunda bir ürünü pazara hazırlarken farklı değerlerle yola çıkmak gerekiyor.

Ürünü için ambalaj çözümü arayan işletmenin, ekonomik davranmaktan daha öncelikli kaygıları olmalı başlangıçta. Önce ürüne uygulanacak ambalaj malzemesinin teknolojik olarak geliştirilmesi, istenilen raf ömrünün sağlanması, ürünle ambalajın uyumu, hem üretici hem de tüketici beklentilerini karşılaması ve sonrasında giydirilmesi (branding), aşılması gereken sıradağlar olarak üreticinin önünde duruyor. Ambalaj çözümü üretilirken birinci sıraya “**maliyet**” kalemini koyarsanız mücadeleye 1-0 yenik başlıyorsunuz demektir. Çünkü raflardan bozulmuş olarak iade edilen malınızdaki zararınız artık sadece ambalaj malzemesi olmayacaktır.

Ya da son kullanma tarihinden önce bozulan ürünün yaratacağı sağlık sorunlarıyla karşılaşmak hiçbir markanın isteyeceği bir durum değildir.

Apack olarak ambalaj çözümleri üretirken en birincil ilkemiz müşterilerimizi doğru ambalaja yöneltmektir.

Sadece maliyet hesaplarıyla yapılacak ambalaj çözümlerinin uzun vadede sürekli olarak sorun çıkardığı sektörümüzün dikkate alması gereken bir gerçektir.

Bunun yanında bize çözüm için gelen pek çok üreticinin, ürününü çok iyi tanımadığına tanık oluyoruz yıllardır. Ödevini yapmadan gelen yatırımcımız; ne istedikleri konusunda bizi de doğru yönlendiremedikleri için büyük zaman-para ve işgücü kaybediyoruz. En ucuz çözümün en doğru çözüm olmadığını anlatmakta her zaman zorlanıyoruz.

Üreticilerden farklı olarak bizler ambalaj dünyasındaki bütün teknolojik gelişmeler ve araştırmalarla iç içe yaşıyoruz. Kağıt, alüminyum, plastik türevleri, teneke, cam, tahta ve diğer bütün ambalaj malzemelerinin hangi üründe kullanılırsa yararlı ve ekonomik olacağını biliyoruz. Gıda ürünlerinin pek çoğunun niteliklerini, bozulma süreçlerini, tazelik ömürlerini, diğer unsurlarla etkileşimlerini test ettik. Farklı ürünler için yaptığımız her çalışma, bizim kütüphanemize yeni bir deneyim olarak ekleniyor. Ambalaj tiplerinin üretim - pazar - son kullanıcı zincirinde piyasa tepkileri, insanların yaklaşımı, üretim süreçlerinin ürüne etkisi gibi pek çok datayı biriktiriyoruz. Bütün bunların deneyimiyle müşterilerimize çözüm önerileri oluşturuyoruz. Bir kabin üzerini sadece bir filmle kapatmanın ambalaj olmadığı açıktır. Artık ambalaj mantığımızı keskekağıdı anlayışından ötelere taşımamız. Bunu başardığımız ölçüde, hem dünya piyasasına hem de iç piyasaya sunduğumuz ürünlerimiz daha kaliteli, sağlıklı ve rekabet edebilir durumda olacaktır.

Geleceğin mutfağında hazır yemek en büyük köşeyi tutacaktır. **Apack** olarak gelecek dönemlerin bütün bu uygulamaları ile ilgili çözüm üretebilecek bilgi ve deneyime sahip olarak geleceğe hazırız.

Dünyadaki hazır yemek konseptinde geliştirilen bir takım teknikler var: “**Eat with the pack**”, “**On-The-Go**”, “**InMould+IML**” yöntemleri, modern toplum yaşamının gelecekteki beslenme tarzını belirleyecek uygulamalar olarak karşımızda duruyor. Yerel lezzetlerimizi doğru kurgulanmış projeler ile birleştirdiğimizde gidemeyeceğimiz ülke, giremediğimiz mutfak kalmaz. Bu kadar zengin ve gelişmiş bir mutfak kültürü pek çok toplumda yok. Taze besin kültüründen doğan geleneksel tatlarımız ambalaj teknolojimiz ile birleşerek tüketici beklentilerini kolaylıkla karşılayacaktır. **Ambalajın diğer unsurları ile birleşince de geleneksel Türk damak tadı yeni ufuklara doğru yelken açacaktır.**