



Biraz ambalaj biraz lojistik...

## Dünya pazarlarına girmenin yolu ambalajdan geçiyor

**Muharrem DEMİR - APACK Genel Müdürü**

AB uyum sürecinde gıda üretimi / ambalajı / işleme / taşınması / satışı ve tüketimi konularında oldukça bağlayıcı yeni yasalar hazırlandı. Artık alıştığımız görüntülerden ve kolaycılık anlayışımızdan vazgeçmek zorunda kalacağız.

Bunlardan bir kısmı ayrılırken üzüleceğimiz tarzda olsa da büyük bölümü çağdaş gıda tüketimi için vazgeçilmez unsurlar durumunda. Sokak simitçisi, balıkçı, bozacı, pamuk şekerci pek çok geleneksel görüntümüze veda edeceğiz.

Ama yazın sıcaklığında açıkta balık satan seyyar balıkçılardan; buzdolabı olmayan kasaplardan; güğümle süt dağıtan sütçüden de kurtulacağız. Muhtemelen yakın zamanda semt pazarları da tarihin yapraklarında yerini alacak. Domatesi elleyerek; maydonozu silkeleyerek, limonu mıncıklayarak filemize doldurmayı unutacağız.

Unutuyoruz da yavaş yavaş. Özellikle büyük şehirlerde alışverişin büyük bir oranı artık devasa marketlerde gerçekleşiyor. Raflarda sergilenen gıda ürünlerinin büyük bir kısmı ürüne uygun ambalajlarda satışa sunuluyor. Son tüketici mutfağına girip paketi açtığı anda, üretim alanından mutfak masasına kadar kimsenin eli değmemiş, ortam kirlenmesine maruz kalmamış bir ürünü tabağına koyuyor.

Aslında bu ürünler yakın zamanda pişirilmeye ve ısıtıldığında servis edilmeye hazır halde sunulacak. Henüz pek çoğumuzun evinde hala mutfakta keyifle yemek yapan bir kadın mevcut ancak önmüzdeki on yıl içinde mutfakta zaman geçirecek pek kimsemiz olmayacak!

Son tüketiciye sunulan ambalajlı ürünler artık farklı alanlarda da gıda sektörünün hizmetine girmeye başladı. Ana üretim alanlarından, bireysel tüketim alanlarına gönderilen toplu malzemeler de artık ambalajın nimetlerinden yararlanıyor. Dış etkilerden korunan gıda malzemeleri daha steril, daha dayanıklı, daha taze olarak dağıtım merkezlerine ulaşıyor. Yemek Fabrikaları, belli bir reçeteyi uygulayan Restaurant Zincirleri, Catering Firmaları da ambalaj ve lojistik çözümlerinden yararlanıyor artık. Yasalar da giderek bütün sektörü bu noktalara doğru zorluyor.

Ancak gerek bireysel tüketici için olsun, gerekse firmaların kullandığı büyük boyutlu bulk ambalajlar olsun, gıda ürünlerinin üretiminden tüketimine kadar her aşaması büyük riskler taşımaktadır. Dış etkilerden çabuk etkilenen gıda ürünleri, dışardan hemen algılanmayan

patojenik organizmaların gelişmesiyle mikrobiyal bozulmalara çok açıktır. Dolayısıyla her gıda ürünü, kendi niteliğine bağlı olarak farklı koşullarda üretilir, işlenir, ambalajlanır, etiketlenir, taşınır ve dağıtılır.

Bu nedenle yatırımcı ve üreticinin doğru bilgilere sahip olması ve doğru paydaşlarla çalışması projelerin başarısı açısından büyük önem taşımaktadır.

Bütün bu aşamaların kilit noktası ambalaj kısmıdır. Doğru tekniklerle, doğru yöntemlerle, doğru malzemelerle ambalajı yapılmayan gıda ürünü, açıkta taşınmışçasına tehlikelere ve risklere açıktır.

Kapalı sistemlerde üretilen gıdanın besin içeriği yüksek kalır. Aromalar daha güçlü hissedilir, daha az baharat ve tuza ihtiyaç kalır. Lezzet artırıcı katkı maddelerine, ek kimyasallara gerek kalmaz. Hatta raf ömrünü uzatan katkı maddelerine bile ihtiyaç duyulmaz. Suda çözünen mineraller pişme suyuna geçtiği için, klasik yöntemlerle pişirilen yemeklere oranla mineral içeriği daha zengin olur. Yüksek oranda vitamin ürün içerisinde kalır. Reçete bazlı olduğu için de ürünler standart kalitede üretilir. Kapalı sistemlerde, mikrobiyal bozulma oldukça yavaşlatıldığı için ürün kayıpları, tüketiciye ulaşan sağlık risklerinden de uzaklaşmış olur.

Gıda Ambalajı konusunda Avrupa ülkelerinden hiç de geri değiliz. Gerek makine parkı gerekse ambalaj malzemeleri teknolojileri dünyanın gelişmiş ülkelerinde olduğu gibi bizde de üretiliyor ve hatta ihraçta etmekteyiz.

Dünya pazarlarının birleştiği bir rekabet ortamındayız. Muhteşem güzellikte bir mutfak geleneğimiz var. Bu lezzetleri dünya pazarına sunabilmenin yolu, bu hazineyi "doğru" ambalajlamaktan ve lojistik organizasyonundan geçiyor. Dünya marketlerindeki ürünlere bakınca işimizin hiç de kolay olmadığı görülüyor. Çok şık, çok fonksiyonel, hijyenik ve sağlıklı binlerce gıda ürünü Avrupa raflarını süslüyor. O rafta yer alabilmek için dünya standartlarında üretim yapacak yöntemler ve bilgili kadrolar yetiştirmeliyiz.

Avrupa ülkelerinin başını çektiği ambalajlı ürün pazarlama mantığı ve sistematik yaklaşımı gerçekten de bizi yepyeni ekip çalışmalarının içine çekecek ve bölgesel gücümüzü ortaya koyacaktır.