

AMERİKA 10 Milyon km² üzerinde 350 Milyon Kişilik Gıda İhtiyacı



Muharrem DEMİR
APACK Genel Müdürü

Başlığı böyle atınca hemen malı mülkü satıp gıda işine girerek Amerika'ya ihracat yapmaya kalkabiliriz.

Rakamlar oldukça iştah açıcı. (Aşağıdaki çizelgede 2013 verilerini bulabilirsiniz.)

Avrupa ve Dünyaya açılma yolunda bir stratejik plan yapacaksınız öncelikle Amerika pazarını inceleme gereği tartışılmaz. Türkiye'de birlikte çalıştığımız birkaç proje ortağımızla birlikte, istatistiklerdeki durumun gerçekten bu kadar cazip olup olmadığını yerinde incelemeye karar verdik ve jetlag etkisine maruz kalmayı da göze alarak; New York, Chicago, Houston, Las Vegas ve Los Angeles'i kapsayan bu uzun turumuzda ürün sunuş konseptleri (proje noktaları), school catering, gıda üretici ve ambalaj firmalarıyla iş görüşmelerini kapsayan oldukça yoğun bir program gerçekleştirdik.

Gıda piyasasında, özellikle tüketime hazır yemek çözümlerinde Amerikan rekabetinin ambalajı hangi uç noktalara taşıdığına tanık olduk. Biliyorsunuz rekabette herkes aynı koşullarda piyasada bulunursa doğru sonuçlara ulaşabilirsiniz. ABD'de en tepeden en alt kesime kadar herkes kanunlar ve yasalar önünde aynı muameleye maruz kalıyor. Özellikle doğu toplumlarında yaygın olan tanış - akraba ilişkileri, kartvizitler, rüşvet gibi avantaj elde etme unsurları bu topraklarda pek işlemiyor. Bu nedenle doğru fikirlerle, doğru yöntemlerle iş yaptığınızda başarı kazanma şansınız oldukça yüksek.

Rekabet, ABD pazarını daha kaliteli, daha ucuz hale getirmiş, ürün çeşitliliği artmış. Bu rekabet ambalaj uygulamalarını daha verimli ve yaygın hale getirmiş.

ABD uçsuz bucaksız, kocaman bir ülke ve kocaman bir nüfus. Bu 350 milyon kişi günde üç öğün yemek talep ediyor. ABD nüfusunda farklı milletlerden ve kültürden milyonlarca kişi yaşıyor. Özellikle yemek pazarında bu farklı kültürlerden girişimcilerin büyük bir ağırlığı var. Güney Amerika, Akdeniz, Orta ve Uzak Doğu, Afrika ülkelerinden gelen göçmen nüfus doğal olarak kendi mutfak kültürlerini de buraya taşımış.

Yetmişiki milletten oluşan bu kozmopolit toplum son yıllarda fast food yemekten bıkmış bir şekilde (Elbette obeziteden yakınlarak) yerel yemeklere yönelmiş durumda.

Zaten özellikle Çin ve Meksika mutfağı onların damak tadını çok etkilemiş yüzyıllardır. Baharatlı yemekleri, keskin lezzetleri tanıyorlar. Bu nedenle her öğünde alternatif beslenme önerileri sunan işletmeler dolup taşıyor.

Ülkemizde de oldukça geniş bir ürün yelpazesi olan yerel yemekler konusunda uzun yıllardır çalışıyoruz. Doğru ambalaj ile kendi mutfağımızı rahatlıkla ABD pazarına taşıyabilir ve ülkemize büyük bir artı değer kazandırabiliriz. ABD'nin uzaklığı da gözünüzü korkutmasın, yeni çağın teknolojileri, ürününüzü, üretim tazeliğinde uzak topraklara taşıyabilir.

Acaba bu pazara nasıl dahil olabiliriz fikrini yaşama geçirebilmek için bu pazarın standartlarını, taleplerini, yasalarını, beklentilerini, eksiklerini değerlendirdik. Yeni teknolojileri inceleyerek yerimizi ve başlangıç noktası üzerine yoğunlaştık.

Farklı bir ülkenin gıda kültürü ve anlayışı üzerine çalışmak sektöre bakış açımızı genişletmekle kalmadı bizlere yeni pazar olanaklarını da sağladı.

Bu kocaman ülkede mutfağımıza ait izleri bulmak hiç de zor olmadı. Pek çok Avrupa ülkesinde olduğu gibi küçük işletmeler halinde kebab, pide, döner lokantaları burada da mevcut. Ama ülke o kadar büyük ki sanki yokmuş gibi görünüyor. Ülkemizin en popüler değeri olan Simit ve Baklava konusunda da yatırımcılarımız var. Türk yatırımcılar sokağımızın bu vazgeçilmez gıda unsurunu ABD pazarında da markalaştırmaya çalışıyorlar. Tabii ki hiç kolay değil. Beslenme konusunda bizden oldukça farklı alışkanlıkları olan Amerikalılara Simit ve Çay keyfini kabul ettirmek zaman istiyor. Yine de Türk yatırımcılarımız ellerini taşın altına koyarak başarılı girişimcilik örnekleri veriyorlar ABD topraklarında. Oldukça başarılı konseptler üzerine çalışmalarını yoğunlaştırıp uygulama fazına geçmişler. Umarız ABD pazarı, kıymetlimiz simit ve çayı bağırlarına basar.

Zaten bir tadını alsalar bırakamayacaklar..!

ABD pazarının yeniliklere çok açık olduğunu farkettilik. Üstelik ülke o kadar büyük ki hammadde bulma konusunda hiçbir sorun yaşamıyorlar. Ülkedeki ofis hayatının yaygın olması evlerde hazır yemek tüketimine tavan yaptırmış durumda. Özellikle büyük şehirlerde mutfakta ocak yanmıyor desek yeridir.

