

Hedefimiz Güzel İstanbul'umuzu ambalaj ve gıda işlemede dünyanın merkez üssü haline getirmek.

İtalya

Bugünlerde Gıda Ambalajı Dünyası'nın merkez üssü olarak kabul görüyor. Dünyada ne kadar gıda ambalajı ve gıda işleme üzerine çalışan firma varsa, büyüklü küçüklü hepsi İtalya'daki aktivitelere katılmaya çaba sarfediyor.

Çünkü gıda ambalajı sektörünün nabızı burada atıyor.

Peki İtalya ambalaj konusunda dünyanın merkez üssü kabul edilirken ne yapıyor?

- Ağzıyla kuş mu tutuyor?
- En son ambalaj teknolojilerini mi geliştiriyor?
- En kaliteli ambalaj makinelerini mi üretiyor?
- Tüketicilere ve üreticilere en iyi ambalaj çözümlerini mi sunuyor?
- Çok mu ucuz?
- Dünyanın ulaşım ve iletişim merkezinde mi?
- Diğer ticaret alanlarıyla iç içe mi?

Bir kısmı evet, bir kısmı hayır.

İtalya'nın ambalaj üssü olmasının en büyük dayanağı İtalya Devleti'dir.

Ambalaj sektörünün vazgeçilmezliğini kavrayan İtalya Devleti, bu konuda olanaklarını sonuna kadar sektöre açmış durumda. Ar-Ge yapan, kaliteli makine ve ambalaj malzemesi üretmek isteyen, yeni teknolojiler geliştiren, sektöre girmek isteyen firmalara büyük destek oluyor. Elbette yatırıma harcanan sermayenin miktarı kaliteyi de olumlu etkiliyor. Devlet desteği ile iyi geliştirilmiş sektörel ürünler dünya piyasasında kendine kolayca yer buluyor, yüksek karlılık bedelleriyle müşteriye ulaşabiliyor.

İtalya'nın ambalaj sektöründe merkez üssü vasıfları için bazı sorular sormuştuk. Bu soruları artık kendi ülkemiz için de sormanın zamanı geldi. Öylesine önemli coğrafi ve stratejik bir konumdayız ki, avucumuzdaki elmaslar değersiz kum tanelerli gibi parmaklarımız arasından akıp gidiyor. İstanbul, binyıllarca bütün dünyanın ticaret yolları üzerindeki en önemli konak olmuş. En önemli buluşma yeri, en önemli ve en büyük pazarı. Dünyanın hiçbir yerinde hala Kapalıçarşı gibi devasa bir kapalı pazar yoktur. İstanbul'u kontrol edebilmek için nice savaşlar verilmiştir. Çünkü burası Asya ve Avrupa kıtasının tam göbeğinde bulunan eşsiz bir merkezdir. Bu nedenle bütün ülkelerin gözü tarihin her anında İstanbul'un üzerinde olmuştur.

Hem denizyolu, hem havayolu, hem de karayolu ile ulaşılabilir bir coğrafyadadır. Dünyadaki pek çok uluslararası firmanın irtibat bürosu camını açınca tarihi yarımada'yı seyretmektedir. Artık elimizdeki bu cevherin kıymetini bilmeliyiz.

Apack olarak en büyük hedefimiz İstanbul'umuzu ambalaj ve gıda işlemede dünyanın merkez üssü haline getirmek. Bunun için hemen hemen bütün altyapıya sahibiz. Eğer kendi içimizde iyi organize olursak, bizler de bütün dünya ile rekabet edebilir hale geliriz. Olimpiyat bir seferlik bir eylemdir. Oysa gıda ve ambalaj her yıl, her ay, her gün ülkemize kazandıracak çok büyük bir katma değerdir. Öyle bir sektöre hizmet veriyoruz ki, sadece devletin değil, biz üreticilerin ve ürettiklerimizi tüketenlerin de algılarını, seçiciliklerini arttırmalıyız.

Başından beri söylediğimiz bir sözümüz var;

Öyle bir sektöre hizmet veriyoruz ki, doğru unsurları bir araya getirmeden doğru çözümlere ulaşamayız. Bu nedenle, sektörel çalışmalarımızda artık küçük işletmeci zihniyetinden uzaklaşmamız gerekiyor. Ekonomik kaygılarla yaptığımız seçimlerde, doğru olandan uzaklaştığımız ölçüde dünya piyasasından da uzaklaşıyoruz. İç piyasada katma değeri düşük-ekonomik kıymeti minimize edilmiş, beslenme değeri alt sınırdaki ürünler satmaya çalışan bir kısır döngünün içine düşüyoruz. Bu nedenle maliyet azaltmaya giderken ekonomik üretimin doğru parametrelerini kullanmalıyız

Sektörümüzün en kıymetli ürünü aslında bilgi ve onu doğuran deneyimdir. Yapacağımız işte doğru bilgiye ulaşmak için önce çok iyi ön araştırma yapmalıyız. Ürünü sadece bir kabin içine koyup ağzını kapatmak artık semt pazarlarında kesekağıdına ürün koyup ağzını kapatmak kadar geçici bir çözüm. O paket sadece pazar filesini eve taşıyınca kadar size hizmet eder. Oysa artık gerek üreticiler gerekse tüketiciler, gıdaya her hangi bir koruyucu ihtiyaç duymadan uzun raf ömrü elde etme peşindeler.

Artık, öyle de yaparız, böyle de çözeriz ne olmuş yani dönemleri çoktan geçti. Bu yöntemle ürettiğimiz her şey dünya pazarlarından geri dönüyor, Bizlerin ticaret dünyasındaki koltuğumuzu tabureye dönüştürüyor. Önce sektörden ekmek yiyen bizlerin "kaliteli ve doğru bilgiye" ihtiyacı var. Sonra "hallederiz abi" zihniyetinden kurtulmamız gerek. Bu anlayışla sadece birbirimizi meşgul ederiz.

Dünya piyasasında yer almak istiyorsak, onlarla rekabet edecek kadar kaliteli ve düşük maliyetli ürün üretmemiz gerekir.

Apack olarak bugüne kadar yaptığımız bütün ticari ilişkilerimizde müşterimize önce bilgi sağladık, sonra ürünümüzü pazarladık. Bugün 4000'i aşkın yerli, 1000'i aşkın yabancı sektör temsilcisi ile her gün iletişim halindeyiz. Temel amacımız bir Gıda-Ambalaj Kültürü oluşturabilmek. Bundan sonra da binlerce yılın İstanbul'umuzu ambalaj ve gıda işleminin merkez üssü haline getirmek.

Sektördeki tüm paydaşlarımızın kendi çevresinde elinden geldiği ölçüde bu amaç fikir ve hizmet üretmesi gerekiyor. Çok kolay mı? Elbette değil.

Ama başlamak bitirmenin yarısıdır.

Muharrem DEMİR

APACK / 2013

