

# KUTSAL MİRASIMIZ EKMEK



Abdullah ŞEN  
APACK Kurucu ve Genel Müdür

## BUĞDAY, BİNYILLARIN BİTKİSİ EKMEK, KUTSAL MİRAS

Ekmek sofralarımızın olmazsa olmazıdır. Üzerine türküler yakılmış, atasözleri türetilmiş, masalarda, efsanelerde baş köşeyi tutmuştur. Yerde bırakılmaz, öpülüp bir köşeye konulur. Uğruna savaşmış, uğruna çalışılmıştır. Kıymetlimizdir.

Ülkemizde onlarca çeşit değişik ekmek ürünü çeşitli yöntemlerle tüketiciye ulaşmaktadır. Son yıllarda gıda ürünlerinin hazırlanmasında uluslararası hijyen ve üretim kurallarının uygulanması mecburiyeti, üretim işlemlerinin de çağdaş teknolojiyle tanışmasını sağlamıştır.

Sektörel olarak her türlü unlu mamülün işlenmesi ve paketlenmesinde yeni üretim ve sunum konseptleri üzerine çağdaş çözümler üretiyoruz. Market raflarımızda bu katma değerli ürünlere sıkça rastlıyoruz.

## UNLU MAMÜL

Unlu mamüler denildiğinde, ya tüketime hazır yada ön işlem uygulanmış ve sonradan ek bazı işlemlerle tüketilebilecek duruma gelebilen ve hububat unlarından elde edilen pişirilmiş ürünler anlaşılmaktadır. Kek, pasta, turta, tart, yufka, çeşitli yağlı , sütlü çörekler, börek, gofret, tuzlu ve katkı kurabiyeler, hazır pasta atlığı, peksimet, bisküvi ve benzeri ürünler bu gruba girerler.

Bu ürünler başlıca yaş ve kuru olmak üzere iki gruba ayrılırlar:

- **Kuru unlu mamüller;** uzun süre depolanabilir, kırılgan, gevrek, yabancı tat-koku maddelerini çekebilen, su oranları düşük, higroskopik yapıda olup, oksidasyona, enzimatik tepkimelere, enzimatik olmayan esmerleşme reaksiyonlarına ve ışığa duyarlı gıdalardır.
- **Yaş ürünler ise;** orta ve uzun süre depolanabilir, kırılgan, tat-kokularını yitirebilir, yabancı tat-koku çekebilen dış yüzeyleri depolama boyunca kuruyabilen, yüksek su aktivitesinden dolayı oksidasyona enzimatik tepkimelere ve mikrobiyal değişikliklere duyarlıdır.

Ülkemizde ortalama ekmek tüketiminin kişi başına 400 g. olduğu kabul edilmekte, bireylerin sosyo-ekonomik durumlarına göre unlu mamüller tüketiminde alt gelir gruplarında artış gözlenmektedir. Alışkanlık / Çalışma koşulları / Cinsiyet / Çocukluk / Yaşlılık / Toplu tüketim yerlerinde uygulanan belirli miktarlardaki tahsisler bu tüketimi etkileyen faktörlerin başında gelir.

## KONFORMİST YAŞAM

Modern yaşamın getirdiği konforun ortaya çıkardığı hareketsizlik dolayısıyla günümüz insanında kilo sorunları başgösterdi. Kilonun en önemli etkeni olarak da bütün sağlıkçılar ekmeği sorumlu tutmaya başladı. Oysa ekmek doğru bir şekilde üretildiğinde insan vücudu için pek çok önemli mineral ve besini yapısında bulundurmaktadır. Ve elbette doğru bir şekilde tüketildiğinde size zarar değil yarar sağlayacaktır.

Son dönemde besin değeri ve işleme-ambalaj teknikleri üzerine ciddi çalışmalar olduğunu görüyoruz. Buğday dışında soya fasülyesi, rüşeym, kepek, kuru gıdalar, süt tozu, tereyağı, peynir altı suyu gibi ek malzemelerle besin değeri değiştirilmiş ürünler üzerine çalışmalar yapılmaktadır. Ayrıca light, diyabetik, vitaminli, glutensiz gibi besin değerine ilişkin uygulamalar da market raflarında bolca bulunuyor.

Diğer taraftan öğütme teknolojisi, hamur, PLC destekli fırın, fonksiyonel pişirme, dondurma teknolojisi, ekşi-hamur yöntemi, ambalaj teknolojisi ve ambalaj malzemelerindeki gelişmeler sektörü baştan aşağıya yeniden yapılandırdı.

## KRİZLERDEN ETKİLENMEYEN ÜRÜN

İstatistiki çalışmalar göstermiştir ki unlu mamül satışları nüfus artışına paralel bir ivme izler. Unlu ürünler en başta ekmek olmak üzere hemen her öğünde tüketilmekte ve temel gıda olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle satışı, enflasyon veya diğer ekonomik problemlerden hemen hemen hiç etkilenmez. Hatta unlu mamül satışları kriz dönemlerinde artış gösterme eğilimindedir. Bunun en yakın örneğine pandemi dolayısıyla evlere kapandığımız süreçte yakından tanık olduk.

Unlu mamüller (ekmek, pastane ürünler, kekler) satışlarının değeri toplam gıda satışlarının her zaman çok büyük bir oranını kapsar.

Yeni ürün geliştirme, yoğun reklam kampanyaları unlu mamül satışlarının yüksek seviyelerde kalmasına yardımcı olmuştur. Çalışan çiftlerin sayısı arttıkça, herkes tüketime hazır gıdalar ve kolay ürünler için marketlere yönelmektedir.

Unlu mamullerde yerel üreticilerin (fırın / pastahane) sektöre hakim olma eğilimi gösterdiği bir unlu mamuller pazarımız vardır. Özellikle fast-food sektöründeki unlu mamüller ve tatlıların kullanımı ciddi bir pazar büyüklüğüne ulaşmıştır. Unlu mamuller ve tatlı pazarı hayatımızın vazgeçilmezleri içindedir.

AB uyum çalışmaları çerçevesinde yüzyıllardır belli alışkanlıklar çerçevesinde ürettiğimiz ve tükettiğimiz unlu mamuller ve tatlılarımızı farklı bir gelecek bekliyor. Üretim sürecinde, üretim teknolojileri, katkı maddeleri ve ürün çeşitliliği konusunda yenilikler sektörümüzü yönlendirirken, tüketim sürecinde açıkta satılan, elleyerek tazeliğini test ettiğimiz hamur işlerine ve tatlılara neredeyse veda ettik gibi gözüküyor.

Bu değişim rüzgarını akıllı biçimde değerlendirirsek yelkenimizi rüzgarla doldurur geleceğe yol alırız. Ancak bu değişim rüzgarı tekneimizi alabora da edebilir.

Ekmeğimizi gelenekselliğini bozmadan son teknolojiyle ve çok sağlıklı, faydalı, ucuz üretebiliriz. Sektör olarak hepimiz bu konuda var gücümüzle çalışmalı, binyılların mirası gıdalarımızı çağa uydurmamız. Kültürel malzememiz bizim yaşam modelimizdir. Mirasımızdan vazgeçmeden ama günümüze uyarlayarak bu güzel lezzetleri geleceğe taşımamız.

Müşterimiz olun veya olmayın ziyaretinizi bekleriz.

Çayımız her zaman sıcak, kahvemizin hatırı dillere destandır.