

Raf Ömrünü Uzatırken Dikkat!

Abdullah ŞEN
APACK



Yabancı bir yayında çıkan makaleyi okuduğumda kendi fikirlerimi de ekleyerek sizlerle paylaşmak istedim.

Raf Ömrü...

Ambalaj dünyasının sihirli kelimesi...

Uzun Raf Ömrü dediğiniz zaman pek çok kapı açılıyor. Yatırımcıların gözleri parlıyor, market anlaşmaları daha kolay imzalanıyor. Ama uuuun raf ömrünü ne şekilde sağladığınız pek dikkate alınmıyor.



Biraz Avrupa Birliğinin dayatması, biraz dünya ile rekabet etmenin gereği olarak artık insana ait bütün üretimlerde çevreci etiketi aranır oldu.

Niye?

Çünkü dünyamız son yıllarda çok kirlendi. Denizlerimiz, nehirlerimiz, boş arsalar, resmi çöplükler, resmi olmayan atık alanları giderek yerleşim alanlarını tehdit eder hale geldi. Atmosfer hasar gördü. Sular kirlendi. Hava artık pek de temiz kokmuyor kalabalık yerleşim yerlerinde. Şöyle derin derin nefes alamıyoruz.

Habis bir tümör gibi yayılan bu endüstriyel kirlilik, dünyayı alarma geçirdi. Devletlerin, kurumların, çevreci örgütlerin ve sonunda tüketicilerin talepleri bu kirlilikten kurtulma yönünde. Bu nedenle sürdürülebilir ürünler istiyorlar.

Bu nedenle İngilizce karşılığı "Sustainability" olan ve son yıllarda bizim de dilimize giren "sürdürülebilir" malzemeler pazarlardaki payını arttırıyor.



Endüstriyel atıkların dünyayı çok hızlı bir şekilde kirletmesinin ardından çevreci örgütlerin ve toplumun da baskısıyla, daha az kirleten ürünlerin üretimi için yoğun AR-GE çalışmaları yapılıyor son yıllarda. Bizim çalışma alanımız olan “Gıda Sektörü”ndeki “sürdürülebilirlik” çalışmaları da özellikle gıda ambalajı konusunda epeyce yol kat etti.

Ambalaj Endüstrisinde daha sağlıklı gıda seçenekleri, yenilikçi ambalaj çalışmaları, çevreci ve ürün kalitesini olumlu yönden etkileyen malzemenin kullanımı yönünde yoğun çalışmalar yapılıyor. Elbette bunda tüketicilerin yükselen talebi en büyük etken.

Geçen yıllarda amerikada gerçekleştirilen sürdürülebilir ambalaj çalışayı katılımcılarının pekçoğu için sürdürülebilirlik pek ön planda değilmiş. Sürdürülebilir ambalaj, komposto (çamur) haline getirilebilecek, geri dönüştürülebilecek veya yeniden kullanılabilir ambalajları ifade etmek için kullanılırken, 2018'de üreticilerin, atıkların azaltılmasına ve marka mesajlarını geliştirirken daha güvenli bir ürün sunmasına olanak tanıyan ambalaj teknolojilerine ve trendlere odaklandıklarını göreceğiz.

Sürdürülebilirliğin gıda ambalajında oldukça etkili olduğu birkaç nokta var, bunları küçük notlar halinde iletmeye çalışacağım.

Gıda Atıklarının Azaltılması



New York Times'a göre, her yıl yalnızca 60 milyon mt veya yaklaşık 162 milyar dolarlık gıda ABD'de boşa harcanıyor. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre, ülkemizde her yıl 1,7 milyar ekmek, 18 milyon ton meyve ve sebze kullanılmadan doğruca çöpe gidiyor. Gıda israfının toplam miktarı ise 214 milyar lira civarında. Kayıtlara geçenler böyle, bir de geçmeyenler var. Bu sadece önemli bir ekonomik yük değil, aynı zamanda doğaya da zarar veren bir israftır. Zira boşa harcanan yiyecek, sonunda oldukça güçlü bir sera gazı olan metan gazı üreten çöplüklerde yığılmaktadır. Epeycesisi de daha çöplüklere ulaşmadan çevremizi kirletmekte.

Yiyecek israfı kadim kültürlerde kötüdür, günahdır. Ancak yiyecek israfı kavramının modern hayattaki etkisini arttırmak için çevreci sorumluluk projelerine ihtiyaç duyulmaktadır. Boşa harcanan gıdaların dünyamıza etkisi herkesçe bilinir hale gelirken, insanlar evsel atıklarını daha evdeyken ayrıştırarak, yiyecekleri paylaşarak, hızlı bozulanları ve daha uzun süre dayanacak olanları ayırarak ilk çevreci adımları atıyorlar.



Gelelim yatırımcı ve üreticilere... Tüketicilerin sağlıklı ve uzun ömürlü gıdalara yönelik talepleri her geçen gün artıyor. Bu talebi karşılamak için, üreticiler, içerdiği ürünün kalitesini, sağlığını, lezzetini, görüntüsünü etkilemeden, raf ömrünü uzatan ambalajlar üzerine çalışmalarını yoğunlaştırmalıdır. Elbette bunun parasal bir bedeli olacaktır. Yatırım harcamaları, uygun ambalaj makineleri, uygun ambalaj malzemesi ve bunların AR-GE si, birim başı maliyeti arttıracaktır. Ama bu durum tüketicinin razı geldiği bir artıştır.

Günümüzde, ambalajlı ürünlerin raf ömrünü koruyucu madde eklemekten uzatmak için polipropilen ambalaj katmanları içine etilen vinil alkol (Ethylene Vinyl Alcohol - EVOH) bariyer katmanı veya silikon oksit eklenerek pasif/atıl (inert) bariyer teknolojisi (Inert Barrier Technology - IBT) içeren çok katmanlı bariyer teknolojisi (Multi-Barrier Technology - MBT) gibi ambalaj teknolojileri uygulanarak plastik kabın iç ve dış alanlarının lamine edilmesi yöntemleri tercih edilmektedir.

Bu ambalajlar CAP (Controlled Atmosphere Packaging) veya MAP (Modified Atmosphere Packaging), SKIN gibi kapatma yöntemleriyle kapatılmaktadır. Herhangi bir katkı maddesi veya kimyasal kullanılmadan ambalajın içindeki bütün hava kademeli vakum yöntemleriyle dışarı alınmakta yerine ürünün bozulmasını yavaşlatacak Azot/CO₂ benzeri doğal gıda gazları konulmakta ve ambalajın dışarıyla bağlantısı kesilmektedir. Bu yapı bir de soğuk zincire sokulursa yeterli raf ömrü sağlanmaktadır.

Sağlık bilincine sahip tüketicilerin daha az katkı maddesiyle "doğal" gıdalar aradıkları günümüzde, üreticilerin bu kritik konuya sahip çıkmaları oldukça önemlidir.

Gıda Güvenliği

Bir ürünün raf ömrünü uzatırken, gıda tazeliğini koruma ve kirliliğin ortadan kaldırılması gibi çevresel etkilerle karşılaşırız. Bu nedenle küresel gıda atıklarını azaltmak ve tüketici sağlığı sorunlarını önlemek için bazı önlemler almak gerekir. Ürüne raf ömrü kazandırmak ve ambalaj içinde mikrobiyal gelişimi (contamination) engellemek için yapılan çalışmalar; gıda malzemesinin üretimi, ambalaj ve taşınması sırasında ortaya çıkan aksaklıklar tüketicide olası sağlık sorunlarına yol açabilir. Üretim ve lojistik zincirdeki hatalar dolayısıyla iade edilen ürünler markaya telafisi mümkün olmayan zararlar verebilmektedir. Bu durumda boşa harcanan gıda malzemeleri, boşa harcanan ambalaj malzemeleri, iade edilen ürünün zararı ekonomik olarak firmalara büyük darbe vurabilir.

Günümüzde tüketiciler, gıdalarının kalitesi hakkında daha fazla bilgi talep ediyorlar. Üretim ve son kullanma tarihini dikkatle kontrol ediyorlar. Ambalajın şişmiş / ezik / patlak / hasarlı olmamasına özen gösteriyorlar. Müşterinin güvenini ve sadakatini korumak için, gıda güvenliği ile sürdürülebilirliğin dengelenmesi şarttır.

İadelerin bir firmanın markasına zarar verdiği ve bir şirketin finansal istikrarını da olumsuz yönde etkilediği bilinen bir gerçektir. Üreticiler, riski en aza indirmek için devletler ve üniversiteler bünyesinde bulunan kurumlardan gerekli sertifikaları mutlaka almalıdır. Tedarik zinciri boyunca gıda güvenliğinin sağlanması için üretim-ambalaj-lojistik-market rafı-son tüketici hattı ile ilgili her türlü hataya karşı maksimum dikkat şarttır. Müşteri bir kez markaya tepki duyarsa bunun telafisi çok zordur.



Marka ve Sürdürülebilirlik İlişkisi

Dünyadaki gelişmiş ülkelerin tüketicileri artık her zamankinden daha çevreci ve bilinçlidir. Çoğu zaman yaşamları üzerinde büyük değişiklikler yapmadan çevreci olmanın yollarını aramaktadırlar. Sürdürülebilir ambalajlar içinden ürün seçmek ya da sürdürülebilir uygulamaları ile bilinen şirketlerle ilgili ürünleri kullanmak, tüketicilerde “bir fark yaratıyormuş hissi” uyandırır ve bu algı marka değerini yükseltmek için uygulanan en kolay yöntemlerden birisidir.

Son yapılan araştırmalarla, çağdaş tüketicilerin neredeyse yarısının, çevreci ilkeleri ve ürünleri olan markalara daha fazla para ödemeyi tercih ettikleri tespit edilmiş durumdadır.



Ambalajda çevreci algı oluşturmanın yöntemi olan cam ve kağıt unsurların kullanımı giderek yaygınlaşıyor. Raflarda bunların örneklerini görmemiz mümkün. İleri görüşlü üreticiler, yeni ve ilgi çekici ürünlerini sadece kendi ambalajlarına yerleştirmekle kalmayıp aynı zamanda camın üzerine plastik ambalaj koyma ya da bir karton elemanı ekleme, kağıt etkisi uandıran mat filmleri tercih etme gibi ambalaj stratejileri uyguluyorlar.

Sürdürülebilirlik Yatırımı

Modern dünyada para harcamadan yapılabilecek hiçbir şey kalmadı. Çevreci üretimler için de ön yatırım kalemleri kaçınılmaz olarak artıyor. Pek çok şirket, sürdürülebilir iyileştirmeler yapmaktan mali gerekçelerle kaçınıyordu. Ancak geleceğin tüketici taleplerine gözümüzü kapatamayız. Bu yatırımları şimdiden yapmak, gelecek günlerde markaların pazar payları konusunda oldukça belirleyici olacaktır.

Tüketici kitlelerinin istek ve ihtiyaçlarını gerçekten dinleyen yenilikçi şirketler, daha güvenli bir ürüne ve daha sağlıklı bir gezegene doğru yollarına devam edecektir. Piyasanın gereklerine ve gerçeklerine hızlı tepki göstermeyen firmalar ve markaların, bu acımasız yarışta nefesinin kesileceği gün gibi aşıkardır.

