www.gidateknolojisi.com.tr

Gıda Teknolojisi

FOOD TECHNOLOGY IN TURKEY

Ağustos 2023 Yıl: 27 Sayı: 4

AMBALAJDA HEDEF 10 MİLYAR DOLAR İHRACAT

Zeki Sarıbekir – ASD

GÜNDEM

HER GÜN BİR AVUÇ FINDIK TÜKETİLMELİ

Prof. Dr. Mehmet Pala

Gıda fiyatlarındaki artışlar

AMBALAJ KAYNAKLI DEĞİL

Tüketicilerin %77'si

CAM AMBALAJI GÜVENİLİR BULUYOR

2040 yılında

sürdürülebilir ambalaj için trendler

ŞEKERLEMEDE

sağlıklı seçeneklerin yükselişi

STRES

tuzlu atıştırmalık tüketimini artırıyor

DÖHLER
NATURAL FOOD & BEVERAGE INGREDIENTS



NATURAL INGREDIENTS
INGREDIENT SYSTEMS
INTEGRATED SOLUTIONS

Hayata yeni fikirler katıyoruz!

Bir sonraki ürününüz için
eşsiz portföyümüzü keşfedin.

Bize Ulaşın:
www.dohler.com.tr | sales@dohler.com.tr

WE BRING IDEAS TO LIFE.

Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Türk gıda sektörünün rekabet gücünü artırmak için uygulamaya alınan
IPA-INNOFOOD projesi kapsamında,
TÜBİTAK MAM Yaşam Bilimleri'nin liderliğinde

TÜGİP

TÜRKİYE GIDA İNOVASYON PLATFORMU

GIDA SEKTÖRÜNDE
İNOVASYON ORTAĞINIZ












- 9 Pilot Gıda İşletme Hattı
- Konu uzmanlarına ve teknik rehberliğe ulaşım olanağı
- İleri Gıda Güvenlik Laboratuvarına erişim olanağı
- Topluluk Oluşumu ve Ekosisteme Ulaşım

Ayrıcalıklarla Dolu
Benzersiz Üyelik Sistemine Dahil Olmak İçin

TÜGİP ile tanışın!

www.tugip.org.tr

tugip.food tugipfood tugip

Bu ilan, Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti'nin maddi desteği ile oluşturulmuştur. İçerik tamamıyla, Eurecna SpA tarafından yönetilen konsorsiyumun sorumluluğundadır ve hiçbir şekilde Avrupa Birliği ve/veya Türkiye Cumhuriyeti'nin görüşlerini yansıtmamaktadır.

T.C. SANAYİ VE TEKNOLOJİ BAKANLIĞI

REKABETÇİ SEKTÖRLER PROGRAMI

TÜBİTAK MAM


Sonsuz ve
EŞSİZ
Başarınızın yıldızlarla yazıldığı,
çeşitlilik dolu bir galaksi.
BİLETİNİZİ
HEMEN ALIN!
Daha fazla bilgi için:
www.iba.de
iba
2023
22.–26.10.
Munich
www.iba.de
THE WORLD'S LEADING TRADE FAIR FOR
THE BAKING AND CONFECTIONERY INDUSTRY

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL YAYIN KURULU BAŞKANI (EDITOR IN CHIEF OF THE SCIENTIFIC BOARD)

Prof. Dr. Mehmet PALA
Yıldız Teknik Üniversitesi Kimya Mühendisliği Bölümü

BİLİMSEL YAYIN KURULU (SCIENTIFIC EDITORIAL BOARD)

Prof. Dr. Jale ACAR Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Filiz Açkurt Haliç Üniversitesi
Prof. Dr. Necla ARAN İTÜ
Prof. Dr. Nevzat ARTIK Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Murat BALABAN University of Florida, USA
Prof. Dr. Fikri BAŞOĞLU Uludağ Üniversitesi
Prof. Dr. Dilek BOYACIOĞLU İTÜ
Prof. Dr. Faruk BOZOĞLU ODTÜ
Prof. Dr. Bekir CEMEROĞLU Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Aziz EKŞİ Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Özgül EVRANUZ İTÜ
Prof. Dr. Hasan FENERCİOĞLU Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Artemis KARAALİ Yeditepe Üniversitesi
Prof. Dr. Şükrü KARATAŞ İstanbul Aydın Üniversitesi
Prof. Dr. J.L. KOKINI Illinois Üniversitesi, USA
Prof. Dr. Hazım ÖZKAYA Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Emel SEZGİN Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Muammer UĞUR İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa ÜÇÜNCÜ Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Sezgin ÜNAL Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Prof. Dr. Ünal YURDAGEL Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Sevinç YÜCECAN Kıbrıs Yakın Doğu Üniversitesi

Bu Sayıda İlanı Olan Firmalar

ANT TEKNİK: www.antteknik.com
AZELİS: www.azelis.com
DÖHLER: www.dohler.com.tr
EKİN ENDÜSTRİYEL: www.ekinendustriyel.com
EKSUN GIDA: www.eksun.com.tr
ERKAYA MAKİNE: www.www.erkaya.com
GCA: www.gca.com
IBA: www.iba.de
JOKEY TÜRKİYE: www.jokey.com
JUICEFUL İSTANBUL SUMMIT: www.juicefulistanbul.org
KARMA GRUP: www.karmalt.com
MAYSA GIDA: www.maysagida.com.tr
MURATBEY: www.muratbey.com.tr
OMYA: www.omya.com
PALSGAARD: www.palsgaard.com
PRINOVA: www.prinovaeurope.com
TOMRA: www.tomra.com.tr
TÜGİP: www.tugip.org.tr
3. ULUSAL SÜTÇÜLÜK KONGRESİ: www.sutkongresi.com.tr
WORLDFOOD İSTANBUL: www.worldfood-istanbul.com





MAKALE

48 Dilek Altay / Aromsa: Stresli olduğumuzda neden tuzlu atıştırmalıklara hayır diyemeyiz? Tuzlu atıştırmalıkların kalbi peynir tatları

60 **Prof. Dr. Vural Gökmen / Hacettepe Üniversitesi – INNOFOOD Projesi TÜGİP Ekibi: Gıda sektöründe Ar-Ge ve yenilik gündemi**

ADVERTORIAL

20 **Jokey Türkiye 25 yaşında**

GIDA ÜRETİM VE AMBALAJLAMA TEKNOLOJİLERİ

22 Ambalajda hedef 10 milyar dolar ihracat

26 **Ömer Halit Turmuş /Ant Teknik Cihazlar: Geri dönüştürülmiş PET'de asetaldehit ve limonen analizi için HS-GC/MS sistemi kullanımı**

30 Tüketicilerin yüzde 77'si camı sağlık sağlık nedeniyle tercih ediyor

32 **Erkaya Makine/Food Tech. Satış & Pazarlama Müdürü Erk Erkaya: "Çeyrek yüzyıldır gıda üreticilerine geniş kapsamlı çözümler sunuyoruz"**

36 Perla Fruit kusursuz ürün kalitesine TOMRA teknolojileriyle ulaşıyor

39 **Prof. Dr. Y. Birol Saygı / Alanya Üniversitesi: 2040 yılında sürdürülebilir ambalaj için önemli trendler**

44 Ekin Ailesi, MIT eşanjörler ile gıda üretiminde değer yaratıyor

ÇİKOLATA VE ŞEKERLİ MAMULLER

52 **Dilara Sert ve Öznur Kargı / Döhler Türkiye: Lezzetli bir dönüşüm: Şekerleme endüstrisinde sürdürülebilirlik ve sağlıklı seçeneklerin yükselişi**

54 Saniye Öztürk ve Meltem Kale / Azelis Türkiye: Yumuşak şekerlerde zoru başarın: Sağlık, lezzet ve eğlence bir arada

56 **Şeyma Özonuk / Palsgaard Türkiye: Dondurma kaplama çikolatasında 'her anlamda' bir devrim yaratmak mümkün mü?**

HABER VE RÖPORTAJ

46 Eksun Gıda'nın AR-GE merkezi ihtiyaca göre un geliştiriyor

50 **Muratbey'in zenginleştirilmiş ürünleri yaşama değer katıyor**

58 Karma Grup Satış Pazarlama Koordinatörü Gıda Mühendisi Sinem Bahçekapılı: "Rafta kaliteyi tüketici eğilimleri ve sürdürülebilirlik penceresinden ele alacağız"

64 **3. Ulusal Sütçülük Kongresi 'sürdürülebilirlik' perspektifinden sektöre ışık tutacak**



PALSGAARD ÇIKOLATA EMÜLGATÖRLERİ

Parlak, zengin, ağızda eriyen, dayanılmaz

Hem kakao yağı tasarrufu yaparak hem de kalıp çikolatada hava baloncuklarının oluşumunu, kaplama çikolatada ise çapak oluşumunu önleyerek lezzetli ürünler üretebilir misiniz? Yanıt yüksek sesle evet olmalı. Palsgaard'ın emülgatörlerini kullanarak kalıplanmış veya kaplanmış çikolatalarınız ile tüketici beklentilerini tam olarak karşılarken üretim maliyetlerinizi de ciddi ölçüde azaltabileceksiniz. Palsgaard partiden partiye değişmediğini garanti ettiği PGPR ve AMP çözümlerini sunar.

Danimarka, Türkiye, Meksika, Singapur ve Çin olmak üzere dünyanın birçok yerinde uygulama merkezlerimiz bulunmaktadır. İstanbul'da yer alan çikolata uygulama merkezimizde endüstri uzmanlarından oluşan ekibimiz her zaman reçeteler için yardımlarını sunmaya hazırdır.

Çikolata emülgatörlerimizle ilgili daha fazla bilgi için **www.palsgaard.com/tr**

İYİ ŞEYLERİ BİR ARAYA GETİRİR

Palsgaard®



Tarımda yasaklı maddelerin kullanımı devam ediyor

Gıda veya yemde belirlenen ciddi risklere karşı alınan önlemler konusunda bilgi alışverişini sağlayan RASFF (Gıda ve Yemler için Hızlı Alarm Sistemi) 2022 raporunda Türkiye menşeli meyve ve sebzede pestisit kaynaklı 430 bildirim yapmıştı. Bu bildirimlerin sayısı 2023'ün ilk yarısında 103'e ulaştı. Bildirimlerden 80 parti ürün sınırda reddedilerek ülkemize iade edildi ve neredeyse yarısı yasaklı pestisit aktif maddelerini içeriyor.

PAN Uluslararası Yüksek Tehlikeli Pestisitler Listesi'nde belirtildiği üzere;

» Fenbutatin Oxide, Aldicarb, Chlorothalonil pestisit aktif maddeleri solunduğunda ölümcül;

» Butachlor, Chlorothalonil, Ethylen Oxide sırasıyla insan kanserojeni, yüksek olasılıkla kanserojen, bilinen/varsayılan kanserojen;

» Klorprifos, Klorprifos metil, Methiocarb, Aldicarb bal arılarına karşı yüksek düzeyde toksik;

» Propikanazol insan üreme sistemine karşı şüpheli toksik; Ethylen Oxide insan üreme hücrelerinde kalıtsal mutasyona yol açtığı bilinen maddelerdir.

TÜRKİYE'YE EN ÇOK İADE EDİLEN ÜRÜN BİBER

2023 yılının Ocak - Haziran ayları arasında biber başta olmak üzere limon, mandalina, domates, greyfurt, nar, portakal, kabak, ayva gibi meyve sebzelerde; ayrıca kimyon, kuru nane, sumak gibi baharatlarda ve asma yaprağı, rezene gibi ürünlerde limit üzeri pestisit kalıntısı tespit edildi. Geçtiğimiz yıllarda nardaki tarım zehri bir çocuğun ölümüne neden olmuştu. Bildirimlere bakıldığında narda Acetamiprid, Imazalil, Sulfozaflor ve yasaklı olan Propiconazole'un aynı anda kullanıldığı görülüyor. Bu sonuç acı sonuçlardan bile ders çıkarılmadığını ortaya koyuyor.

Bildirilen diğer meyve ve sebzede de birden fazla pestisit kullanıldığı dikkat çekiyor. Birden fazla pestisit aktif maddesi birbiriyle etkileşime girerek kokteyl etkisi yaratıyor ve böylece daha zararlı hale gelebiliyor. Yasal düzenlemeler için yapılan toksikolojik çalışmalar yalnızca tek bir toksik kimyasal maddenin yol açtığı sağlık sorunlarına odaklanıyor. Aynı gün içerisinde farklı gıdalardan alınan pestisitleri, aynı gıdadan alınan farklı pestisitleri veya çevresel yolla maruz kalınan diğer kimyasalları hesaba katmıyor.

Rekor seviyelerle tarım zehiri bildirimleri giderek artan Türkiye'nin tarımsal üretim potansiyeli yüksek olmasına rağmen ticari itibarı zarar görüyor. Bildirimlerin artması ve yasaklı pestisitlere dair bildirimlerin devam etmesi ise denetimler konusunda tüketicide endişe yaratıyor. Tarım ve Orman Bakanlığı pestisit kalıntıları konusunda iç pazarda denetimler yapsa da denetim sonuçlarının şeffaflıkla paylaşılmaması, ihraç edilen ürünlerde pestisit kaynaklı bildirimlerin artması ve kullanımı sonlandırılan pestisitlerle ilgili bildirimlerin bulunması iç pazara sunulan ürünlerde daha fazla pestisit bulunabileceğine dair endişeleri artırıyor.

Özgür ÇİLEK

Gıda Teknolojisi

ESM Yayıncılık Eğitim ve Tanıtım Ltd. Şti. Adına İmtiyaz Sahibi (Publisher) ve Genel Yayın Yönetmeni (Editor-in-Chief)
Cem KAÇMAZ

Kurucu (Founder)
Hüsamettin ÜNSAL

Yazı İşleri Müdürü (Sorumlu)
Burcu GÜRSES KAÇMAZ

Haber Müdürü
Özgür ÇİLEK

Haber Merkezi (Reporter)
Gülbahar SALIK

Reklam Rezervasyon
0212 283 55 65

Ankara Temsilcisi
Aydın ARICIOĞLU

Adana Büro
Burhan AVŞAR (Temsilci)
(0532 441 40 92)

Abone (Subscription)
0212 283 55 65

Yönetim Yeri
ESM Ltd. Şti.
İnönü Cad. Yıldırım İşhanı 11/1
4. Levent- İSTANBUL
Tel: (0212) 283 55 65 (pbx)
Fax: (0212) 282 36 18
e-mail: gida@esmyayincilik.com.tr

Baskı ve Cilt: ŞAN MATBAA
Anadolu Caddesi No: 50/3
Kağıthane / İSTANBUL

Gıda Teknolojisi yılda 6 sayı yayımlanır.
Dergide yer alan yazılar kaynak gösterilmeden kısmen veya tamamen başka bir yere aktarılamaz. İmzalı yazılarda belirtilen görüşler yazarına aittir.

YEREL SÜRELİ
ISSN 1301 - 1782

FAM stumabo
INDUSTRIAL FOOD CUTTING SOLUTIONS

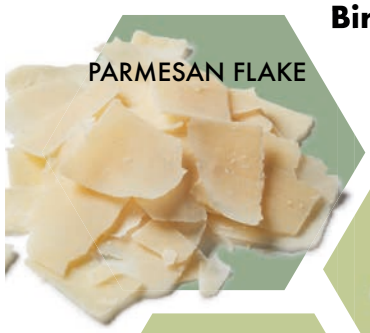
Lider Peynir Kesim Teknolojileri

Erkaya® Food Technology

FAM Centris 400C Optitec

Bir çok farklı şekillerde peynir rendeleyebilen yüksek kapasiteli rende makinesi

PARMESAN FLAKE



RENDE PARMESAN
TOZ HALİNDE







V KESİM RENDE MOZZARELLA





FAM Makinelerini YENİ SHOWROOM/ TEST merkezimizde deneyebilirsiniz.

FAM Flexifam 55

Esnek ve sorunsuz operasyonlar için dizayn



KÜP MOZZARELLA
4X4X4 mm KÜPLER



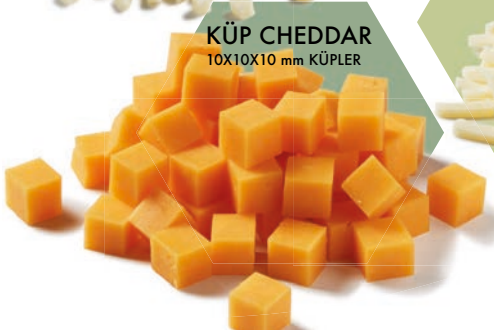
ŞERİT CHEDDAR
3X3X25 mm JÜLYEN



ŞERİT MOZZARELLA
4X4X20 mm JÜLYEN



KÜP CHEDDAR
10X10X10 mm KÜPLER



www.erkaya.com
info@erkaya.com



Prof. Dr. Mehmet Pala
mpala@superonline.com

HER GÜN BİR AVUÇ FINDIK TÜKETİLMELİ

Fındık, Türkiye'nin en önemli tarımsal ürünlerinin başında gelmektedir. Nitekim yıllara göre değişmekle birlikte ortalama 650-700 bin ton kabuklu fındık üretilmektedir. Dünya fındık üretimi ve ticaretinin %65'ini Türkiye elinde tutmaktadır. Fındık ihracatından ülkemiz yılda ortalama 2,2 milyar dolar gelir sağlamakta ve doğrudan veya dolaylı olarak 4 milyon insan fındıktan geçinmektedir. Fındık ülke ekonomisi için büyük önem taşımaktadır. Fındığın aynı zamanda içerdiği besin bileşenleri bakımından da sağlıklı beslenmede önemli bir besin kaynağı olduğunu belirtmekte yarar vardır. Fındık, içerdiği yüksek orandaki tekli doymamış yağ asidi (oleik asit), fitosteroller, lif, vitamin ve mineraller nedeniyle sağlıklı beslenmenin vazgeçilmez gıdaları arasında sayılmaktadır.

Bu yazımızda, yerli ve milli bir ürünümüz olan fındığın besin değeri ve insan sağlığına olan olumlu etkilerini gündeme taşımak istiyoruz. Türkiye her ne kadar en çok fındığın üretildiği ülke olsa da fındık tüketiminde yeterli düzeye gelememiştir. Türkiye'de yıllık kişi başı fındık tüketimi ortalama 0,7 kg'dır. Bunun da kişi başı günlük fındık tüketiminin sadece bir adet iç fındığa tekabül ettiğini göstermektedir. Fındık üreticisi bir ülke için tüketimin çok düşük olduğunu söylemek zorundayız. International Nut Council verilerine göre, Avustralya ve İtalya'da 1,6 kg, İsviçre'de 1,25, Avusturya'da 1,18 ve Almanya'da da 1,04 kg kişi başı yıllık fındık tüketildiği anlaşılmaktadır. Yıllar önce fındık konusunda yaptığımız çalışmalarda fındığın önemli fonksiyonel bir besin olduğunun farkına varmış ve bu konuda çeşitli toplantılar düzenlemiş ve yayınlar yapmıştık. Bu bağlamda 1991 yılında söylediğimiz "Her gün bir avuç fındık tüketilmeli" sloganı yaygınlaşmış ve toplumca bilinir hale gelmiştir. Bugün son yıllarda yapılan çok sayıdaki bilimsel araştırmalarda da sağlıklı beslenmek, kalp-damar ve kanser gibi kronik hastalıklardan korunmada günde 28-30 gram (bir avuç) fındık ve kabuklu yemişin tüketilmesi önerilmektedir.

Türkiye'de fındık tüketiminin çok düşük olmasında toplumun fındığın beslenme değeri hakkındaki bilgisinin az olması ve fiyatının da yüksek olmasının etkisi olduğunu düşünüyorum. Ayrıca fındığın kullanıldığı ürün sayısının da artırılması gerektiğine inanıyorum. Toplum sağlığının korunması için fındık tüketiminin yaygınlaştırılması ve artırılması gerekmektedir. Fındık, sağlık için yararlı bir gıda olmasını sağlayan çeşitli nutrasötik özelliklerle karakterize edilmektedir. Fındık da diğer kabuklu yemişlere benzer şekilde, yüksek besin içeriği ve bu besinlerin biyoyararlılığı nedeniyle birçok ülkenin beslenme kılavuzlarında yer almaktadır. Ayrıca fındıkta bulunan biyoaktif moleküllerin insan sağlığına çeşitli faydaları olduğu bilinmektedir.

Fındığın kolesterol metabolizması üzerine etkileri konusunda 1996 yılında Cerrahpaşa Tıp Fakültesi'nde yaptığımız klinik çalışmalarda günde 30-40 gram fındık tüketiminin toplam kolesterolü %11 ve kötü huylu kolesterolü (LDL) de %26 düşürdüğü saptanmıştır. Böylece fındığın dünyada ilk defa kolesterolü düşürücü etkisinin olduğu ortaya konmuştur. Daha sonra ülkemizde ve başka ülkelerde yapılan bilimsel çalışmalarla bu sonuç bilimsel olarak kanıtlanmıştır. Fındıkla zenginleştirilmiş diyetler, lipid ve lipoprotein düşürücü etkilerinin yanı sıra endotel fonksiyonunu iyileştirerek, LDL oksidasyonunu ve inflamatuar belirteçleri önleyerek antiaterojenik etki gösterebilmektedir. Çok sayıda sistematik inceleme ve meta analiz çalışmalarında fındık ve kabuklu yemişlerin günde 30 gram tüketiminin kalp-damar hastalık riskini %21-29 azalttığı belirlenmiştir.

Fındığın kansere karşı koruyucu etkileri de bulunmaktadır. Fındık yağının özellikle serviks kanseri hücrelerinde daha fazla olmak üzere, kolon kanseri hücrelerinin canlılığını önemli ölçüde inhibe ettiği gösterilmiştir. Fındık tüketiminin kanser riskini de %15 azalttığı belirlenmiştir. Ayrıca fındık ve kabuklu yemişlerin tüketimiyle insülin duyarlılığında iyileşme ve bunun sonucunda da Tip-2 diyabet riskinin %13 azaltılabileceği ortaya konmuştur. Fındığın inflamasyon ve oksidatif stres üzerine etkilerine ilişkin yapılan klinik çalışmalarda ara öğün olarak 40 gram fındık tüketiminin oksidan reaksiyonlara ve iltihaplanmaya neden olan genlerin düzenlenmesi yoluyla vücudun antioksidan kapasitesinin iyileştirilmesinde rol oynadığı görülmüştür

Sonuç olarak, fındığın sağlıklı beslenme ve toplumun hastalıklardan korunması adına daha fazla tüketilmesi önerilmektedir. Kronik hasatlıklardan korunmada fındık tüketiminin önemi olduğu bilimsel verilerle ortaya konmuştur. İçerdiği besin ögeleri ve mikro besin elementleriyle fındık fonksiyonel gıda katagorisine girmektedir. Bu nedenle, ***"Her gün bir avuç fındık tüketilmelidir."***





Your **Solution** Partner to **Differentiate** End **Products**

Discover our product range of

- Natural Calcium Carbonates
- Carrageenans, Alginates and Functional Stabilizer Blends
- Emulsifier Blends
- Smoke Flavourings, Sugar Browning Agents, Smoked Ingredients, Grill Flavourings
- Natural Antimicrobials & Antioxidants
- Authentic Savoury Tastes: Bouillon, Meat, Fish, Chicken, Vegetables, Umami
- Precipitated Silicas: Free flowing Agent, Anticaking Agent, Process Aid
- Non Dairy Coffee Creamers
- Ready to use Cooked Onion and Garlic

Omya Madencilik A.Ş.

Metrocity D Blok. Kırgülü Sok. 34394
Istanbul / Turkey
Tel: +90 212 337 46 46

info.food@omya.com

THINKING OF TOMORROW

Zeytinyağı ihracatı 1 Kasım'a kadar durduruldu

Ticaret Bakanlığı, dünyada azalan zeytinyağı rekoltesinin sebep olduğu artan dış talep ve dünya fiyatları sebebiyle yükselen dökme ve varilli zeytinyağı ihracatının yurt içi tüketici fiyatlarına olan olumsuz etkisinin devam ettiğini, 1 Kasım'a kadar ihracata yönelik ek tedbirler alındığını bildirdi. Bakanlık, kısıtlama kararının kısa sürede iç piyasadaki yükselen fiyatları geri çekeceğini açıkladı. Dünya Gazetesi'nde yer alan habere göre Ticaret Bakanlığı'nın, dünyada artan talep nedeniyle zeytinyağı ihracatının yurt içi tüketici fiyatlarına olumsuz etkisinin önüne geçilmesine dönük hayata geçirdiği ihracat yasağı, sektörde büyük bir etki yarattı. Hem üreticiler hem de ihracatçılar sezon sonunda alınan bu kararın sektörde uzun vadeli sıkıntılar yaratacağını düşünüyor. Piyasada konuşulan iddialara göre; son dönemde yaşanan hızlı fiyat artışları sonrası, pek çok şirketin daha önce yaptığı anlaşmalardaki yükümlülüklerini yerine getirememiş olması, bu kararda etkili oldu.



Dimes'ten çevre odaklı enerji verimliliği yatırımı

Türkiye'nin önde gelen içecek markalarından Dimes, gerçekleştirdiği çevre odaklı enerji verimliliği yatırımıyla İzmir üretim tesisinde yüksek tasarruf değerleri elde etti. Türkiye'nin önemli enerji hizmet şirketlerinden ESCON Enerji iş birliğinde gerçekleştirilen çalışmada soğutma gruplarına bağlı elektrik tüketiminde yüzde 73,4 oranında düşüş elde edildi ve yıllık 97,6 TEP enerji tasarrufu elde edilirken, karbon emisyonlarında 571 ton karbon azalım sağlandı. Dimes Türkiye Genel Müdürü Cem Kurt, şirket olarak çevresel sorumluluklarını tüm iş süreçlerinde öncelik olarak gördüklerini, tüm iş kararlarını insan ve doğa için en iyisini gözeterek aldıklarını belirterek, "Sorumlu ve sürdürülebilir üretim yaklaşımımızla çevresel etkimizi azaltmak için en son teknolojileri kullanmaya önem veriyoruz. Bu kapsamda gerçekleştirilen yeni yatırımla, söz konusu sistemlerimizin elektrik tüketiminde yüzde 73'ü aşan oranda düşüşle yıllık 97,6 TEP enerji tasarrufu elde ederken, karbon emisyonlarında 571 ton gibi önemli azalım sağlamış olmaktan mutluluk duyuyoruz" diye konuştu.



Tetra Pak yeni tesisinde günde 100 ton ambalaj atığı ayrıştıracak

Tetra Pak, Momentum Atık Yönetimi'yle yaptığı iş birliği kapsamında yeni ambalaj atığı toplama ve ayrıştırma tesisini faaliyete geçirecek. Günde 100 ton ambalaj atığını türlerine göre ayrıştıracak tesiste, Türkiye'de ilk kez içecek kartonlarını otomatik olarak diğer atıklardan ayıran bir teknoloji de kullanılacak. Yatırımın toplam değeri 2,5 milyon Euro olarak belirlenirken, Tetra Pak'ın projedeki desteği ise yaklaşık 1,5 milyon Euro olacak. Konuya ilişkin açıklamalarda bulunan Tetra Pak Türkiye Genel Müdürü Konstantin Kolesnik, "Şirket olarak küresel sürdürülebilirlik politikalarımız çerçevesinde üretim ve tüketimin tüm süreçlerinde çevreyi korumayı prensip ediniyoruz. Momentum Atık Yönetimi'yle gerçekleştirdiğimiz iş birliği sayesinde ambalaj atığı toplama ve ayıklama kapasitemizi genişlettik. Bu yatırım, Tetra Pak'ın Türkiye'deki sistem geliştirme çalışmalarına yön verecek pilot bir proje niteliğinde olacak" dedi. Momentum Atık Yönetimi ve Danışmanlık Genel Müdürü Sema Nur Çetinkaya ise, "Sıfır atık ve döngüsel ekonomi ilkeleriyle Tetra Pak ile birlikte kompozit ambalaj atıklarının ve özellikle de içecek kartonu adını verdiğimiz süt ve meyve suyu kutularının geri dönüşümünü arttırmak için çalışmalarımıza başladık" diye konuştu.





Algida ve Ford Otosan'dan iş birliği

Algida, küresel karbon salımını azaltma hedefiyle, şehir içi dağıtım filosunu elektrikli araçlarla yenilemeye başladı. Ford Otosan iş birliğiyle Algida filosuna katılan Türkiye'nin ilk tam elektrikli hafif ticari aracı E-Transit, Ford Türkiye İş Alanı Lideri Özgür Yücetürk tarafından Unilever Türkiye ve Orta Doğu Dondurma Genel Müdürü Toloy Tanrıdağlı ve Unilever Türkiye, Kuzey Afrika ve Orta Doğu Tedarik Zinciri ve Müşteri Operasyonları Başkanı Graham Sommer'e teslim edildi. Bu adımıyla Algida, Türkiye'de yüzde 100 elektrikli dondurma araçlarını şehir içi filosuna katan ilk marka oldu. Elektrikli araçlar, Algida depolarında yeşil enerji ile şarj edilecek. Algida'nın şehir içi dağıtım filosu, 2025 sonuna kadar yüzde yüz elektrikli araçlarla tamamlanacak.



Pınar Su ve içecek yönetiminde bayrak değişimi

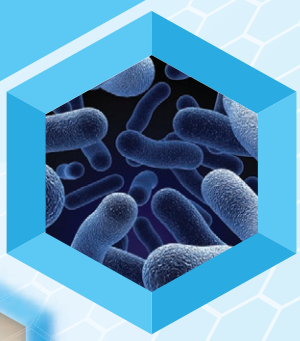
Türkiye'yi ambalajlı suyla ilk kez tanıştıran kuruluşlardan Pınar Su ve İçecek yönetiminde bayrak değişimi gerçekleşti. Pınar Su ve İçecek'te 2015 yılından bu yana operasyonlar direktörü olarak görev yapan Selçuk Yaşar'ın torunu ve Yaşar ailesinin 3. kuşak temsilcisi Koral Kalpaklıoğlu, genel müdür pozisyonuna getirildi. 2011 yılında Bilkent Üniversitesi İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi Siyaset Bilimi Bölümü'nden mezun olan Kalpaklıoğlu, çalışma hayatına 2011 yılında Pınar Su ve İçecek şirketinde Genel Müdür Asistanı olarak başladı ve 2015 yılında Operasyonlar Direktörü görevini üstlendi.

maysa











HAYVANSAL PEYNİR MAYALARI

maySECOREN

MİKROBİYEL PEYNİR MAYALARI

MUCOREN

YAYLA

FERMENTE KİMOZİN

maySFERMENTE

STARTER KÜLTÜRLER

mySTARTER CULTURE

KÜLTÜR GELİŞTİRME ORTAMLARI

MİLKECOL

DOĞAL GIDA KORUYUCULARI

maMICIN

DOĞAL GIDA KORUYUCULARI

maNISIN

DOĞAL GIDA KORUYUCULARI

maLYSOZYME
FOOD PRESERVATIVE

STABİLİZER & EMÜLSİFİER KARIŞIMLARI

TextuRole
Stabilizer & Emulsifier Systems

ERİTME PEYNİR BAZLARI

MAPROMIX

ENZİM MODİFİYE PEYNİR VE TEREYAĞI

FlavoRole
Enzyme Modified Cheese & Butter

ERİTME PEYNİR TUZLARI

kasomel

CHARM TEST KİT VE CİHAZLARI

CHARM SCIENCES INC

GERBER INSTRUMENTS LABORATUVAR ÜRÜNLERİ

GERBER INSTRUMENTS
Since 1892

ndi Natural Dairy Ingredients

www.maysagida.com.tr

WorldFood İstanbul, gıda sektörünün profesyonellerini bir araya getirecek

Uluslararası Gıda Ürünleri ve Teknolojileri Fuarı – WorldFood İstanbul, 6 – 9 Eylül 2023 tarihlerinde Tüyap Kongre ve Fuar Merkezi'nde düzenlenecek. 70 ülkeden 600'ü aşkın yabancı satın almacının ağırlanacağı fuarda katılımcılar ve ziyaretçiler; piyasadaki yenilikleri ve ürünleri görme, uluslararası ve yerli firmalara erişim, tedarikçilerle ve üreticilerle ilişkileri geliştirme fırsatlarını yakalayacak. 30'dan fazla ülkeyi ağırlayacak fuar, 713'ü yerli, 83'ü yabancı toplamda 796 katılımcıya da ev sahipliği yapacak. WorldFood İstanbul Fuarı'nın panel başlıkları arasında, "Afet Dönemlerinde Gıda Arz Güvenliği", "Sürdürülebilir Tedarik Zinciri – Umudu Yeşertelim!", "Zehirsiz Güvenli ve Atıksız Sofralar", "Sosyal Fayda, Dayanışma ve Nasıl Ayağa Kalkacak Küçük Girişimci ve Bölge?" yer alıyor. Depremin tarım ve gıda sektöründeki bilançosunun, ihtiyaçlar, destek programları- Sektörün 2023 analizi ve 2024 öngörülerinin de paylaşılacağı fuarda "İhracatın Kalbinde Gıda Sektörü, İhracatta Yeni Pazarlar & Büyüme Stratejileri" gibi konular da ele alınacak



Mondelēz International Türkiye'den yeni atama



Mondelēz International Türkiye'nin satış operasyonlar müdürlüğü görevine Berkay Özdil getirildi. 2022 yılında Mondelēz International Türkiye ailesine katılan Berkay Özdil lisans eğitimini Bilkent Üniversitesi Endüstri Mühendisliği'nde tamamladı. Yüksek lisansını EADA Business School İspanya'da Uluslararası İşletme alanında yapan Özdil, kariyerine 2011 yılında Brisa Bridgestone'da endüstri mühendisi olarak başladı. 2013 – 2014 yılları arasında Borusan Lojistik'teki çalışmasının ardından Özdil, yüksek lisans eğitimi döneminde 2015 yılında ACCIO İspanya'da görev yaptı. Berkay Özdil daha sonrasında Metro Cash&Carry'de, 2018 yılında ise PepsiCo'da çeşitli departmanlarda yönetici olarak görev yaptı. Özdil son olarak 2021'de Perfetti Van Melle'de iş geliştirme müdürlüğü görevinde bulunuyordu. Özdil yeni görevinde Mondelēz International Türkiye'nin satış sistemleri & teknoloji, analitik & raporlama ve pazara gidiş modelleri ajandasına liderlik ederken, Mondelēz International Global tarafından takip edilen dijitalleşme ajandasına da katkı sağlayacak.

Rusya'ya domates ihracatında kota 500 bin tona çıktı

Türkiye'nin Rusya'ya domates ihracatında 350 bin ton olan kota 500 bin tona çıkarıldı. Rusya'ya domates ihracatında 350 bin ton kotanın dolduğunu dile getiren Ege Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Başkanı Hayrettin Uçak, kota artırma kararının tam zamanında alındığını ve sektöre ilaç gibi geldiğini kaydetti. "Kota artırımıyla Türk domatesi Rus sofralarındaki yerini daha güçlü bir alacak" diyen Hayrettin Uçak, "Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan ve Rusya Devlet Başkanı Vladimir Putin arasındaki görüşme sonrasında artan kota bizleri mutlu etti.



Geçtiğimiz yıllarda domates ihracatında lider olan Rusya Federasyonu kota sorunu nedeniyle 5. sıraya kadar gerilemişti. Kota artırımıyla Rusya'ya domates ihracatımızın tekrar eski parlak günlerine dönmesini bekliyoruz. Domates ihracatında 2023 yılı için belirlediğimiz 500 milyon dolar hedefine ulaşmamızı sağlayacak bir karar" şeklinde konuştu. Türkiye'nin domates ihracatı 2022 yılının ocak – haziran döneminde 247 milyon dolar iken, 2023 yılının aynı döneminde yüzde 32'lik artışla 326 milyon dolara yükseldi.



Yavuz Eroğlu yeniden EuPC yönetimine seçildi

Avrupa Plastik Üreticileri Birliği (EuPC) yönetim kurulu üyeliğine ilk kez Avrupa Birliği üyesi olmayan bir ülke olan Türkiye'den seçilen Yavuz Eroğlu, tekrar aynı göreve oybirliğiyle seçilerek güven tazeledi. Konuyla ilgili konuşan Eroğlu, "Türkiye'de yaptığımız çalışmaları ve değişimi gören EuPC, sadece AB üyesi ülke temsilcilerinin yer alabildiği 8 kişiden oluşan yönetim kurulunda Türk plastik sektörüne temsil hakkı verdi. Bu karar, şahsımın seçilmesinin ötesinde Türkiye'deki dinamizme olan inancın da işareti. EuPC yönetiminde olmamı; Türkiye'nin en büyük ihracat pazarı olan Avrupa Birliği ile plastik sektöründeki ilişkilerimizin güçlenmesi ve iş birliğimizin artması adına fırsat olarak görüyorum" dedi.



Çiğ süt tavsiye fiyatına yüzde 35 zam

Artan girdi maliyetlerine rağmen baskılanan çiğ süt fiyatlarına üreticilerin şikayetlerinin ardından zam yapıldı. Ulusal Süt Konseyi'nden yapılan açıklamaya göre, 1 Ağustos 2023 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere yüzde 3,6 yağ ve yüzde 3,2 protein içeriğine sahip çiğ inek sütü tavsiye satış fiyatı 8,50 TL'den 11,50 TL'ye çıkarıldı. Açıklanan fiyata şuan 50 kuruş olan destek priminin dahil edilmediği ifade edildi. Açıklamada soğutma, nakliye ve diğer cari giderlerin üretici tarafından karşılanması durumunda bu giderlerin üreticiye ilave olarak ödeneceği duyuruldu.Baz alınan yağ ve protein oranlarındaki her bir dizyem için 17 kuruş fark uygulanacağı bildirildi. Son 1 yılda girdi maliyetleri yüzde 100'e yakın artan üreticilerin beklentisi ise fiyatın 14-15 TL bandında açıklanması yönündeydi.

Türkiye'deki
25. Yılımız



JOKEY
Individual

Müşterilerinize keyifle kullanacağı ambalajlar sunar

Jokey Size Özel - sıradışı ambalajlar.
Sıradışı şekil ve zarif dekorasyon olanaklarıyla,
size özel ambalaj seçeneklerimizi keşfedin.

Ambalajınızı, kendi markanız kadar farklı kılıyoruz. Şimdi bizimle iletişime geçin satis@jokey.com

jokey

Packaging Done Wisely.

Kervan Gıda'dan Mısır'da üretim tesisi hamlesi

Dünya genelinde 3 ülkede 7 üretim tesisiyle faaliyet gösteren Kervan Gıda, küresel büyümesine yeni yatırım hamlesiyle devam ediyor. Önümüzdeki dönemde Mısır'da yumuşak şeker üretim tesisi kurarak toplamda 30 milyon dolarlık yatırım yapacak olan Kervan Gıda, bir yıl içerisinde bir licorice hattını ve sonrasında da bir jelly hattını tamamlayarak 10 bin ton üretim kapasitesine ulaşmayı hedefliyor. Global anlamda büyümek için çalışmalara hız verdiklerini belirten Kervan Gıda İcra Kurulu Başkanı Burhan Başar, "Bu çerçevede yurt dışındaki stratejik yatırımlarımızdan olan Polonya'ya ilaveten Mısır'a da yatırım yaparak Orta Doğu ve Afrika pazarındaki pozisyonumuzu güçlendirmeyi hedefliyoruz. 105 milyonluk nüfusuyla Kuzey Afrika'nın en büyük ülkelerinden olan Mısır, önemli bir üretim merkezi haline geliyor. Önümüzdeki süreçte planladığımız 30 milyon dolarlık yatırımımızla, Mısır ekonomisine hem istihdam hem de büyüme anlamında önemli katkı sağlayacağımızı düşünüyoruz" dedi.



Bitki Bazlı Gıdalar Derneği (BİTKİDEN) faaliyetlerine başladı

Daha sürdürülebilir bir dünya için bitkisel bazlı beslenme sistemine katkı sağlayan paydaşları çatısı altında toplayan Bitki Bazlı Gıdalar Derneği (BİTKİDEN), faaliyetlerine başladı. Uluslararası paydaşlarıyla iş birliği yaparak projeler geliştirmeyi hedefleyen dernek, bitki bazlı gıdaları sürdürülebilir ve bilimsel bir yaklaşımla gıda sistemindeki dönüşümün odağına taşımayı hedefliyor. BİTKİDEN Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Ebru Akdağ, derneğin vizyonunun insanlara ve gezegenimize fayda sağlamak adına sürdürülebilir beslenmeyi odağına alarak bu alandaki tüm paydaşlar için öncü ve lider dernek olduğunu söyledi. Akdağ, "Sürdürülebilir bitkisel bazlı beslenme sistemine katkı sağlayan tüm paydaşları çatımız altında toplayarak bitki bazlı gıdalara yönelik dönüşüme öncülük etmeyi, tüketicilerde ilgi ve farkındalık yaratmayı, ilgili politikalara yön vermeyi, çatımız altındaki paydaşları bitkisel bazlı gıdalara yönelik bilimsel araştırmalar ve inovasyon yapmaları için teşvik etmeyi hedefliyoruz" dedi.



Balparmak'ın Genel Müdürü Ali Bozer oldu

Balparmak'ın genel müdürlüğüne, hızlı tüketim ürünleri sektörlerinin deneyimli ismi Ali Bozer atandı. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Fizik Bölümü'nden mezun olan Ali Bozer, MBA yüksek lisans derecesini Bilkent Üniversitesi'nde tamamladı. 1999'da Colgate Palmolive'de satış temsilcisi olarak başladığı profesyonel kariyerine, Henkel'de bölge müdürü ve modern kanal Türkiye satış müdürü (2000 – 2007), L'Oréal'de modern kanal Türkiye satış müdürü (2007-2009), Barilla'da Orta Doğu ve Afrika satış lideri (2009-2014) olarak devam ettikten sonra, Nisan 2014'te Kraft Heinz Türkiye genel müdürlüğünü üstlendi (2014-2017). Sonrasında Eylül 2017 ile Şubat 2022 arasında Hero Group'un Türkiye Genel Müdürü olarak Türkiye ve CIS pazarlarının sorumluluğunu üstlendi. Son olarak Dr. Oetker Türkiye'de satış, pazarlama, halkla ilişkiler, insan ve kültür, Ar-Ge ve kalite sağlama bölümlerinden sorumlu eş genel müdürlük görevini yürüten Bozer, 2 kız babası ve en büyük tutkusu basketbol.



DAL 1877 Barilla®

Barilla sera gazı emisyonunu yüzde 32 azalttı

Küresel gıda devlerinden Barilla, 2022 yılı iş ve sürdürülebilirlik sonuçlarını yayımladı. Şirket, tarım projelerine dahil olan 9 bini aşkın çiftçiyle tarladan sofraya sürdürülebilir tedarik zinciri taahhüdünü sürdürdü. Makarna, sos, pesto, ekmek, bisküvi ve atıştırmalık ürün paketlerini geri dönüşüm için yeniden tasarlayan Barilla, geçen yıl 40 yeni ürünü tüketicileriyle buluşturdu. 13 yılda 500 ürününü yeniden formüle ederek geliştiren şirket, sera gazı emisyonunu 2010 yılına göre yüzde 32, su tüketimini ise yüzde 24 azalttı. Barilla, 13 yıl içinde 300 olimpik yüzme havuzunu dolduracak kadar su tasarrufu sağlarken, inovasyon ve sürdürülebilirlik alanında 5 yıllık yeni yol haritasını açıkladı. Grup, sürdürülebilirlik, yenilik ve gezegenin korunması için 5 yıl içinde 1 milyar euro yatırım yapacak.



Taze incirden 100 milyon dolarlık ihracat beklentisi

Ege Bölgesi'nin önemli tarımsal ürünlerinden taze incir, başta Almanya, İngiltere, Hollanda, Fransa gibi Avrupa ülkeleri olmak üzere dünyanın dört bir yanına ihraç ediliyor. Sarılop taze incirin ihracatı 31 Temmuz'dan itibaren başladı. Kesim tarihi 6 Ağustos, ihracat tarihi ise 7 Ağustos olarak belirlenen siyah incir de raflarda yerini aldı. Ege Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Başkanı Hayrettin Uçak, "2022'de 24 bin 16 ton taze inciri yaklaşık 60 ülkeye ihraç ettik. Taze incir ihracatımızın 45 milyon dolarlık büyük dilimi Bursa siyah incirinden elde edildi. Sarılop incirin ihracatı ise 12 milyon dolar oldu. 2023 yılında 100 milyon dolarlık taze incir ihracatı hedefliyoruz" dedi.

GCA

CAMI
SİZİN İÇİN
KALİTEYLE ŞEKİLLENDİRİYORUZ

FORMING GLASS WITH QUALITY
FOR YOUR CONVENIENCE



GCA

Satış ve Pazarlama
Lapishan Plaza Esentepe Mah. Cevizli
D-100 Güney Yanyol Cad. Soğanlık
Kartal İstanbul
T +90 216 488 66 00(pbx)
F +90 216 576 22 62

Üretim Tesisleri
1.OSB Rıza Güral Caddesi
No:1 Merkez Kütahya

T +90 274 277 01 20
F +90 274 277 01 10

gcaturkiye | GCA Türkiye info@gca.com www.gca.com

BAROMETRE

BAL



Türk balı 46 ülkeye İHRAÇ EDİLDİ

Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği (DKİB) verilerinden derlenen bilgilere göre, arıcılık için uygun iklime sahip Türkiye'nin 6 aylık bal ihracatı 5 bin 119 ton olarak kayıtlara geçti. Bu ihracattan da 16 milyon 804 bin 88 dolar gelir sağlandı. Söz konusu dönemde ABD, Almanya ve İsrail başta olmak üzere 46 ülkeye Türk balı satıldı. Ocak-haziran döneminde ABD'ye 7 milyon 220 bin 617, Almanya'ya 2 milyon 347 bin 366 ve İsrail'e de 1 milyon 923 bin 859 dolarlık bal ihraç edildi. Geçen yılın aynı döneminden farklı olarak Suudi Arabistan, Hırvatistan, Venezuela, İsveç, Özbekistan ve Kamerun'a da bu dönem bal satışı gerçekleştirildi. Bal üretiminin, ülkeye önemli oranda döviz girdisi sağlayan bir sektör olduğuna dikkati çeken DKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ahmet Hamdi Gürdoğan, Türk balının daha fazla ülkede ağızları tatlandıracağına inandıklarını dile getirdi. Gürdoğan, bazı bölgelerde havaların çok sıcak gitmesinin, bazı bölgelerde de aşırı yağışların bal rekoltesini olumsuz etkileyeceğini belirtti.

NARENCİYE



Narenciye rekoltesinde REKOR ARTIŞ

Narenciye ürünlerinin Ege Bölgesi'ndeki rekoltesi 2023/24 sezonunda geçen sezona göre 335 bin 186 ton aratarak 769 bin 302 ton olarak tahmin edildi. 2022/23 sezonunda 412 bin 30 ton, 2021/22 sezonunda 361 bin 478 ton, 2020/21 sezonunda 434 bin 116 ton, 2019/20 sezonunda ise 442 bin 349 tondu. 2022 yılında Türkiye geneli narenciye ihracatının 904 milyon dolara ulaştığını hatırlatan Ege İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkan Yardımcısı ve Ege Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Başkanı Hayrettin Uçak, "2022 yılında 4 düşüşle 2 milyar 953 milyon dolarlık Türkiye geneli yaş meyve sebze ihracatımızda narenciyenin payı 30 olarak gerçekleşti. Türkiye genelinde 2020'de 1 milyon 802 bin ton narenciye ihraç ederken, 2021 yılında 1 milyon 963 bin ton, 2022'de ise 1 milyon 940 bin tona ulaştık" dedi. Uçak, 2022 yılı Türkiye geneli turunçgil ihracatında yüzde 2 artışla 463 milyon dolarla mandarin ilk sıradayken, limon ihracatında da yüzde 272 milyon dolara ulaşıldığını, portakal ihracatının 98 milyon dolar, greyfurt ihracatının ise 69 milyon dolar olarak gerçekleştiğini açıkladı.

YEME İÇME SEKTÖRÜ



Tüketicilerin yeni gözdesi KAHVE DÜKKANLARI

Türkiye'de yiyecek ve içecek sektörünün büyüme ivmesi yükselirken, pazarın yıldızı kahve dükkanları oldu. Kiralama ve perakende hizmetleri danışmanlık şirketi Dealer'ın gerçekleştirdiği son araştırmaya göre Türkiye'de yiyecek, içecek ve turizm harcamaları 35 milyar doları aşarken, bunun 5,2 milyar dolarını kahve dükkanlarından elde ediliyor. Kahve dükkanlarının pazar payını %15'e ulaştırdığı aktarılıyor. Son dönemde tüketicilerin satın alma gücünün azalmasının etkisiyle birlikte restoran tercihlerinin değiştiğine ve kahve dükkanlarının popüleritesinin arttığına dikkat çeken Dealer Kurucusu Yahya Pulat, "Türkiye'nin yiyecek - içecek pazarı, ekonomik dalgalanmalara rağmen büyüme trendini sürdürüyor. Araştırmalarımız, sektörün kendini yeniden şekillendirerek kazançlı alanlara yönelmeye başladığını gösteriyor. Personel sayısından menü kısıtlamalarına kadar birçok alanda daralmalar yaşanmasına karşın sektör oyuncuları, bu zorlukları fırsata çevirmek için yeni stratejiler geliştiriyor" dedi. (Dünya Gazetesi)

MURATBEY PLUS

Kaymaklı

Zengin D vitamini, Prebiyotik ve **Whey Protein** içeren

Eşsiz Kaymaksı Lezzet



TARİFLER İÇİN OKUTUNUZ





GÜÇLÜ BAĞIŞIKLIK SİSTEMİ İÇİN D VİTAMİNLİ

muratbey.com.tr | /MuratbeyPeynir



Golf Bravo Junior'dan tropik meyve lezzetleri

Golf Dondurma'nın lezzet serisi Bravo Junior'un tropik meyvelerden oluşan ananaslı, guavalı ve ejder meyveli ürünleri, çoklu paketlerle buzdolaplarında yerini aldı. Ayrıca Golf Dondurma'nın Bravo Junior çoklu paketli ürün serisinde; klasik çikolatalı, bademli, sade çeşitlerinin yanı sıra Belçika çikolatalı böğürtlen, çilek, pirinç patlaklarıyla kaplı yeni Bravo Crazy Fruity gibi ürünler de bulunuyor.



Dardanel'in yeni pratik ürünü Ton & Somon Poşet

Dardanel'in pratik bir alternatif olarak sunduğu poşet ürünleri, lezzeti ve kolay taşınabilir paketleriyle raflardaki yerini aldı. Ton & Somon Poşet ailesi, yenilikçi ambalajı sayesinde paket açıldıktan sonra yağını ya da suyunu süzdürmeye gerek kalmadan tüketime hazır hale geliyor. Zeytinyağlı, ayçiçek yağlı ve suda ton balığıyla sızma zeytinyağlı somon çeşitleri her an ve her yerde lezzetli ve sağlıklı bir öğün olmaya aday.



Kahvaltıların gözdesi Dutlu & Hurmalı Dutella

Birbirinden farklı ürünüyle her öğünün lezzetli eşlikçisi olmayı hedefleyen Anında Bitiyo, Dutella ile kahvaltı sofralarına sağlık taşımaya aday. Fındık, yer fıstığı, dut ve hurma ana bileşeninden oluşan Dutella, lezzeti ve sağlıklı içeriğiyle ön plana çıkıyor. Doğal pancar şekeriyle tatlandırılan dutlu&hurmalı Dutella, sağlıklı beslenirken tatlı ihtiyacını gidermede en güvenilir seçeneği sunmayı amaçlıyor.



Hasata ürünleri kilitli ambalajlarla raflarda

Özenle seçilmiş tohumlardan gelen Aslını Korumuş Lezzetleri tüketicilerle buluşturan Tiryaki Agro'nun yeni markası Hasata'nın, en ideal bölgelerde yetiştirilen tahıl ve bakliyatları tüketicilerle buluşturuyor. Markanın ürünleri tamamen doğal bir yöntem olan kontrollü atmosfer teknolojisi sayesinde kelebeklenmiyor. Öte yandan Hasata ürünleri aç kapa kullanıma uygun kilitli ambalajı sayesinde kullanım ve saklama kolaylığı sunuyor.



Knorr'dan afetler için Mercimekli Erişte Aşı

Knorr, Dünya Sağlık Örgütü'nün önerilerinden yola çıkılarak belirlenmiş beslenme kriterlerini gözeterek afet durumlarına özel Knorr Mercimekli Erişte Aşı'nı geliştirdi. Enerji içeriğinin %18'i protein kaynaklarından gelen Mercimekli Erişte Aşı, sahip olduğu besin değerleriyle afetlerden etkilenen bireylerin protein, lif ve sıvı alımına katkıda bulunacak. Yeni ürün, AFAD koordinasyonunda bölgedeki konteynır kentlere ulaştıracak.



Şekersiz sert şeker Olips Zero

Mondelēz International Türkiye'nin ferahlatıcı şeker pazarındaki yenilikçi ve sevilen markası Olips, bir yeniliğe daha imza atarak tüketicilerini Türkiye'nin tek şekersiz sert şekeri Olips Zero ile tanıştırdı. Mentol & Ökalüptüs ve Limon & Portakal & Greyfurt aromalı olmak üzere iki farklı çeşidiyle raflardaki yerini alan Olips Zero, yeni ambalajı/kutusuyla da dikkat çekiyor.

TOMRA

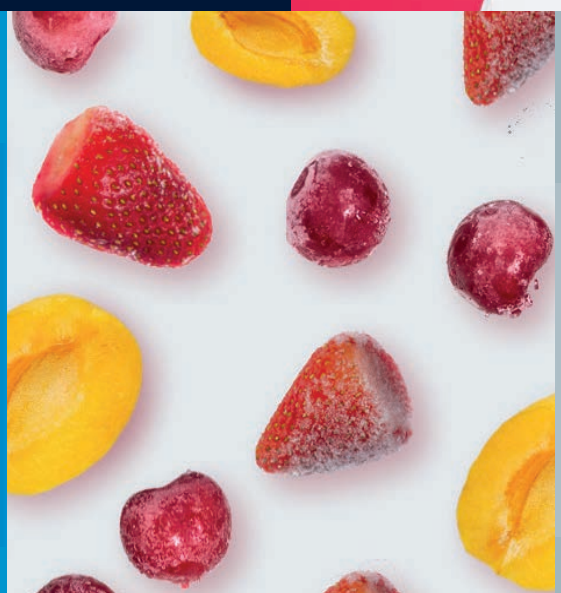
Her Bir Kaynak Değerlidir.
Bu bilinç ile gıda güvenliğini
en yüksek seviyelere
taşımak ve gıda kaybını
en etkili şekilde önlemek
için küresel gıda üretimini
dönüştürüyoruz.

www.tomra.com/food



TOMRA 5B





BUHARLI SOYMA HATTI



TOMRA 5C





BLIZZARD





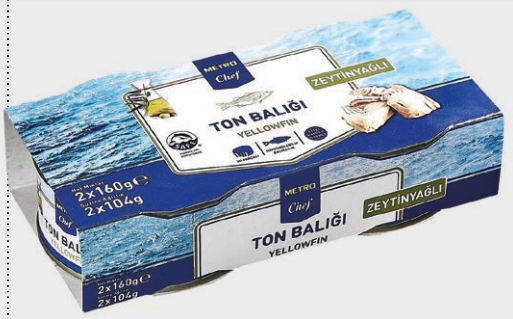
7UP'tan sıcak günlerde ferahlatan seçenekler

Dünyanın en büyük yiyecek ve içecek şirketlerinden PepsiCo'nun içecek grubu markalarından 7UP'ın ferahlatan lezzetleri raflarda yerini aldı. Tüketiciler tarafından büyük ilgi gören 7UP'ın kutu, pet ya da cam şişe seçenekleri, ferahlatıcı etkisi ve beğenilen lezzetiyle bu yaz da serinlemek isteyenlerin tercihi olmaya aday. Marka, yeni ürünleriyle birlikte uzun süren sohbetlere eşlik ederken, her anı eğlenceli hale getirmeyi amaçlıyor.



Corny'den düşük kalorili çikolatalı fındıklı bar

Koruyucu içermeyen Corny Çikolata Fındıklı Tam Tahıl Bar düşük kalorisi, tam tahıl ve kuruyemişlerden gelen besleyici özelliğiyle enerji veriyor. Her biri 100 kalori altında karışık meyve, kakao kırmızı meyve, kakao muz, fındık& yer fıstığı, karışık kuruyemiş ve yeni çikolatalı fındıklı olmak üzere 6 çeşidiyle lezzetli Corny barlar enerjiyi yükseltirken, zengin içeriğiyle hızlı ve pratik lezzetli bir alternatif sunuyor.



Metro Chef, MSC sertifikalı ton balığını sundu

Metro Türkiye, avcılıkla yakalanmış balık türlerinin sürdürülebilirliğini amaçlayan küresel sertifikasyon programı Marine Stewardship Council (MSC) sertifikasına sahip ton balığını kendi markası altında raflarına getirdi. Tüm süreçlerde sürdürülebilirliğin sağlandığı Metro Chef zeytinyağlı ve ayçiçek yağlı ton balığı çeşitleri aynı zamanda Türkiye'deki ilk MSC sertifikalı ton balıkları özelliğine sahip.



Abalı Ayçiçek Yağı Migros mağazalarında

Farklı satış kanallarıyla büyümeye odaklanan Abalıoğlu Yağ, ayçiçek yağıyla en fazla tercih edilen online market uygulamalarından sonra Türkiye'nin en büyük perakende mağazalarından olan Migros raflarında 1, 2, 4 ve 5 litrelik seçenekleriyle yerini aldı. Ayçiçeğinin sahip olduğu tüm vitaminler, kullanılan ileri teknoloji sayesinde Abalı Ayçiçek Yağ'ın içerisinde tamamen korunuyor. Abalı Ayçiçek Yağı el değmeden şişeleniyor.



Peyman'dan glütensiz kuruyemiş ve kuru meyve

Günümüzde pek çok insan, glüten intoleransı, çölyak hastalığı veya sağlıklı yaşam gibi hassasiyetler nedeniyle glütensiz ürünlere yöneliyor. Eskişehir'deki fabrikasına yaptığı yatırımla glütensiz kuruyemiş üreten ve "Gluten Free" sertifikasıyla sektörde bir ilke imza atan Peyman, Bahçeden markasıyla kullanıcıları glütensiz, yüksek lifli ve sağlıklı ürünlerle buluşturdu. Marka bu doğrultuda glütensiz kuruyemişi ve kuru meyveyi pazara sundu.



Bebeto'dan iki yeni vegan şeker

Bebeto, zengin ürün portföyüne yeni ürünler eklemeye devam ediyor. Kırmızı ve turuncu kalpli kalıp olan Fizzy Peach Hearts ürünüyle yumuşak şeker keyfini şeftali lezzetiyle buluşturan Bebeto, yeşil, turuncu ve kırmızı halka kalıplı Fizzy Ring Mix'le ise elma, çilek ve mavi ahududu lezzetini bir arada sunuyor. Vegan ve helal sertifikasına sahip olan Fizzy Peach Hearts ve Fizzy Ring Mix çanta boyu paketiyle dikkat çekiyor.

HİJYENİK
PLAKALI EŞANJÖRLER

"Gıda proseslerinde kullanılan, hijyenik ısı transferi sağlayan ve bakteri üremesini engelleyen ekipmanlar."

İmalatın yenilikçi adresi MIT 'i tercih et, mikroorganizmalardan kurtul!



+90 216 232 24 12
www.ekinendustriyel.com
info@ekinendustriyel.com

EKIN ENDUSTRIYEL
Isıtma - Soğutma San. Tic. A.Ş.

JOKEY TÜRKİYE 25 YAŞINDA



Emre Altınel
Satış Direktörü -
META (Orta Doğu, Türkiye, Afrika)
Jokey Türkiye Ambalaj San. A.Ş



1968 yılından bu yana Jokey demek plastik enjeksiyon üretiminde mükemmel uzmanlık demektir. Almanya'nın Wipperfürth kentinde yerleşik bir aile şirketi olarak, sert plastik ambalajlar alanında dünyanın en büyük üreticilerinden ve teknoloji liderlerinden biridir. Aynı zamanda 30 yılı aşkın bir süredir sürdürülebilir ambalaj sektörünün öncüsüdür. Jokey Grubu, 12 farklı ülkede 15 fabrikası, 90 ülkede 2 bini aşkın çalışanıyla plastik enjeksiyon üretimi alanındaki faaliyetlerine uzun yıllardır başarılı bir şekilde devam ediyor.

HER AMAÇ İÇİN DOĞRU AMBALAJI ÖNERİYOR

Jokey Türkiye Ambalaj, Türkiye'deki ve çevre ülkelerdeki bütün ölçekte sayısız müşterisine 1998 yılından beri göz alıcı ve fonksiyonel ambalaj ürünlerini Dilovası-Kocaeli'de bulunan fabrikasında üretmeye devam etmektedir. Gıda dolumundan gıda dışı ürünlere, standarttan özel çözümlere kadar Jokey'de bütün uygulama alanları için her biçim ve hacimde ürün serileri sunulmaktadır. Her amaç için doğru ambalajı önermek ana hedeftir. 100 ml'den 35 litreye kadar her şekil ve ebatta çeşitli yardımcı aksesuar ve aksamlar da dâhil olmak üzere, IML dekorasyonlu kova ve kapaklar üretmektedir. Hem de farklı miktarlara kadar kullanılabilinen yeniden değerlendirilmiş sürdürülebilir ham maddelerle.



"Thinwall" olarak adlandırılan ince cidarlı, hafif ürünler üretilmektedir. Böylece plastik kullanımını müşterilerinin ve Jokey'in sürdürülebilirlik hedefleri doğrultusunda en aza indirgemeye çalışmaktadırlar. Jokey'de ambalajlar 1990 yılından bu yana %40 oranında hafifledi. Bu da sadece çevre ve iklime faydalı değil, müşterilerinin de yararınadır.

Standart ürünlerin dışında Türkiye ve farklı ülkelerde bulunan Ar-Ge ekipleri, grup bünyelerinde bulunan kalıp fabrikası ve müşterilerinin ekipleriyle gerçekleştirdikleri ortak çalışmalarla müşterilerilerine ve sektöre özel ürünler üretmektedirler.



Jokey'de ideal ambalajın maksimum işlevselliğine inanılıyor. Bu nedenle de Jokey, Eko Konsepti geliştirildi. Hedef ise, en az karbon ayak iziyle azami ürün işlevselliği sağlamaktır. Ekolojik strateji, ekolojik kaynaklar ve ekolojik tasarım konularında eylem planları oluşturularak hedefe ulaşmak için çaba gösterilmektedir.

JOKEY'İN VİZYONU 2030'A KADAR SIFIR İKLİM ETKİSİ

Jokey'in vizyonu 2030'a kadar sıfır iklim etkisidir. Bu yolda, müşterilerine sürdürülebilir iklim projelerindeki sertifikalarla CO_2 dengesi sunulmaktadır. 2022 Sürdürülebilirlik Raporu'nu yayınlayan Jokey, kendi iş modellerini küresel hedeflerle uyumlaştırmakta ve bu bağlamda çalışmalarını sürdürmektedir.

Jokey İş Modellerini Küresel Hedefler ile Nasıl Uyumlaştırıyor?





Amaç 4: Nitelikli Eğitim

Sürdürülebilir kalkınmanın temelini kaliteli eğitime ve yaşam boyu öğrenmeye erişim fırsatları oluşturur. Jokey, yüksek kaliteli ve ileri eğitime büyük önem verir. Tercihen tesislerimizin bulunduğu bölgeler başlıca olmak üzere, eğitim projelerine bağış ve yardımlar yapıyoruz



Amaç 5: Toplumsal Cinsiyet Eşitliği

Tüm Jokey fabrikalarımızda, genel olarak toplumsal cinsiyet eşitliği hedefi için çalışıyoruz. Son yıllarda merkezi yönetim pozisyonlarımızı kadın çalışanlarımız ile doldurmayı başardık. Ama daha da fazlası için hala potansiyelimiz var.



Amaç 8: İnsana Yakışır İş ve Ekonomik Büyüme

Sürdürülebilir ekonomik büyüme, tam istihdam ve herkes için insana yakışır iş – durumlarını, uluslararası bir aile şirketi olarak biz, kurumsal değerlerimiz ve hedeflerimiz arasında görmekteyiz. Bunun da ötesinde, Küresel İlkeler, SMETA'ya göre belirlenmiş SEDEX denetimi, ve tedarikçi değerlendirmelerimiz kapsamında gerekli yükümlülüklerimizi yerine getiriyoruz.



Amaç 9: Sanayi, Yenilikçilik ve Altyapı

Jokey, istikrarlı altyapıyı ve sürdürülebilir sanayileşmeyi desteklemek için yeniliğe güveniyor ve inanıyor.

İster iklim hedefleri olsun, ister kapalı devre yada bizim döngüsel ekonomiye yönelik Eko Dizayn çalışmalarımız gibi 360 derece projeleri olsun bütün Jokey Eko Konsept sahaları bu SDG ye katkıda bulunur. Çünkü bu geleceğe hazır ve sürdürülebilir bir iş modeli anlamına gelir.



Amaç 12: Sorumlu Üretim ve Tüketim

Sürdürülebilir tüketim ve üretim modelleri için Jokey, dünya çapında mümkün olan her yerde döngüsel ekonomiyi destekler. Tüm Eko Konseptimizin eylem alanları buna yöneliktir. Stratejik olarak, 2030'a kadar karbon nötr olmayı hedefliyoruz.



Amaç 13: İklim Eylemi

İklim değişikliği ve etkileriyle mücadele önlemleri adına Jokey Eko Konsepti ve onun CO2 salınımını azaltmak ve döngüsel ekonomiye yönelik eylem alanları da bu SGD'ye katkıda bulunur.



Amaç 14: Sudaki Yaşam

Okyanusları, denizleri ve bunların kaynaklarını korumak için, Waste Free Oceans da dahil olmak üzere çeşitli girişimlere katıldık. "Sıfır Pelet Kaybı" veya Jokey Küresel Temizlik Günü gibi grup çapındaki girişimlerle çalışanlarımızı, hem kendi özel çevrelerine karşı hem de kamusal alandaki atık kirliliğine karşı daha duyarlı hale getirmeyi istiyoruz.



Amaç 17: Amaçlar İçin Ortaklıklar

Sürdürülebilir kalkınmanın içerisindeki yeni hayatta nefes almaya devam edebilmek için küresel ortaklıklar şarttır.

Ekolojik ve sosyal zorlukların ancak değer zincirindeki bütün üyelerin birlikte çalışması ile çözüleceğine inanıyoruz. Jokey fabrikaları için ne uygunsa, Jokey in bütün ağları için de o uygundur. Çeşitliliğe yöneliğizdir. Bu nedenle farklı düşünen insanlara ve paydaşlara açığız.

Böylece WWF, PREVENT Waste Alliance, Circular Plastics

Alliance (CPA) veya Waste Free Oceans (WFO) bağlantı kurduğumuz uluslararası

Ambalaj Sanayicileri Derneği (ASD) Başkanı Zeki Sarıbekir, Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşunun 100'üncü yılı olan 2023 yılında ambalaj sektörünün pazar büyüklüğünü 30 milyar dolara, kişi başı ambalaj tüketimini 380 dolara ve ambalaj ihracatını ise 10 milyar dolara çıkarmayı hedeflediklerini belirtiyor. Sarıbekir ile ambalaj sektöründe yaşanan son gelişmeleri konuştuk.

Ambalajda HEDEF



Zeki Sarıbekir

10 MİLYAR DOLAR İHRACAT

Sayın Zeki Sarıbekir, elinizdeki son veriler ışığında Türkiye ambalaj sektörünün genel durumu hakkında bilgi verebilir misiniz?

Hızlı şehirleşme, orta sınıfın çok hızlı büyümesi ve başta ABD, Çin, Hindistan, Brezilya Meksika, Endonezya ve Türkiye gibi ekonomilerin gelişmelerini istikrarlı bir biçimde devam ettirmeleri, küresel ambalaj endüstrisinin büyümesini motive eden ana etkenleri oluşturuyor. 2018 yılında 974,5 milyar dolar olarak hesaplanan küresel ambalaj endüstrisi yılda ortalama yüzde 3 büyürken; en büyük iki pazarı ABD ve Çin olarak belirtebiliriz. Sektörümüzün 2017 yılı büyüklüğü üretim miktarı olarak yaklaşık 9 milyon ton ve toplam ciro olarak 20 milyar dolar; 2018 yılı büyüklüğü üretim miktarı olarak 9 milyon ton ve 22 milyar dolar; 2019 yılı büyüklüğü 9,4 milyon ton ve 23 milyar dolar; 2020 yılı büyüklüğü ise üretim miktarı olarak yaklaşık 10,3 milyon ton ve 25 milyar dolar olarak hesaplandı. Türkiye ambalaj sanayinin üretimi 2021'de artarak yaklaşık 11,2 milyon ton olarak gerçekleşti, sektörün cirosu ise 28 milyar dolar oldu ve böylelikle ülkemizde yaklaşık 490 milyar dolarlık bir ekonomik hareket ambalajlarla sağlandı. Yani Türkiye'de toplam GSYİH'nin (819 milyar dolar) yüzde 60'ı ambalajla mümkün oldu diyebiliriz. Bu rakamlara baktığımızda ülkemizin dünyada 16'ıncı, Avrupa'da ise 6'ıncı büyük ambalaj üreticisi konumunda bulunduğunu söyleyebiliriz.

"2022 YILI İHRACATIMIZ 7,5 MİLYAR DOLAR CİVARINDA"

2021 ve 2022 yıllarında Türkiye kaç ülkeye ne kadarlık ambalaj ihracatı gerçekleştirdi? Etkili olduğumuz ve odaklandığımız pazarlar hakkında bilgi paylaşabilir misiniz? Yıl sonunda ihracatta hedefler neler?

2021'de 6 milyar 491 milyon dolarlık ihracat gerçekleştiren Türkiye ambalaj sektörü 2022'de bu rakamı yüzde 15 artırarak 7 milyar 467 milyon dolara çıkardı. Miktarda ise 2021'de 3 milyon 83 bin ton olan ambalaj ihracatı 2022'de 3 milyon 257 bin tona yükseldi. Ambalaj türüne göre ihracatın dağılımına bakıldığında ilk sırada yüzde 63'lük payla plastik ambalajlar yer aldı. Plastik ambalaj ihracatı 2021'e göre yüzde 11 artışla 4 milyar 732 milyon dolara çıktı. Ambalaj ihracatında ikinci sıra yüzde 25'lik payla kağıt/karton/oluklu mukavva ambalajların oldu. Yüzde 22'lik artışın yaşandığı kağıt/karton/oluklu mukavva ambalaj ihracatı 1 milyar 834 milyon dolar seviyesine ulaştı. Metal ambalajlar ise sektörün ihracatında yüzde 8'lik pay alarak



üçüncü sırada yer aldı. Metal ambalaj ihracatı 479 milyon 502 bin dolardan 603 milyon dolara yükseldi. 2022 yılında toplam ambalaj ihracatında ilk 10 ülke ise şöyle oluştu: Birleşik Krallık, Almanya, Irak, İtalya, İsrail, ABD, Fransa, Rusya, Hollanda ve Bulgaristan.

İhracatımızın yüzde 60'ı Avrupa'ya gidiyor. Bu orana rağmen hala Avrupa'nın yüzde 10'unu karşılayabiliyoruz. Avrupa'ya gerçekleştirdiğimiz ihracat şu an 4,5-5 milyar dolar seviyelerinde. Bunu yüzde 20'lere çok rahat çıkartabiliriz. Böylece sadece Avrupa ülkelerine 10 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirebiliriz. Avrupa'ya yakın bir coğrafyadayız. Tırla 3 günde Avrupa'nın herhangi bir kasabasına ürünümüzü kolaylıkla ulaştırabiliyoruz. Avrupa dışında ABD de hedeflerimiz arasında yer alıyor. ABD pazarındaki payımızı da artırmamız gerekiyor. Çünkü Türk ambalaj sektörü yaptığı yatırımlarla, teknolojik gelişmelerle bunu karşılayabilecek güce sahip. 2022'de sektörümüzün dış ticaret fazlası 2,7 milyar dolar oldu ve ülke ekonomisinin en önemli sorunlarından biri olan dış ticaret açığının kapanmasına sağladığımız katkıyı artırarak sürdürdük. 2023 yılı ihracat hedefimiz ise 10 milyar dolar.

Öte yandan 2021 yılında 1 milyon 847 bin 907 ton olan ambalaj ithalatımız 2022 yılında 2 milyon 117 bin 56 ton olarak gerçekleşti. Değer bazında ise 2022'de gerçekleştirilen



Tatlı Anılar, Sağlıklı Lezzetler: Yumuşak Şekerlerle Eğlenceye Davetlisiniz!

Her gıda ve içecek ürününün mutluluk, sağlık ve güvenle tüketilmesinin müşterilerimiz için ne kadar önemli olduğunu biliyoruz. Bizim önceliğimiz de müşterilerimizin her üründe bir başarı hikayesi yazması.

Teknik uzmanlığımız, ürün bilgimiz, pazar deneyimimiz, çözüm odaklı ekibimizle bir sonraki başarılı ürüne ilham verecek yeniliklerin peşindeyiz. Dünyanın en iyi üreticilerinin temsilcisi olarak kıvam vericilerden emülgatörlere, stabilizatör, doğal tatlandırıcı ve aromalardan fonksiyonel gıda içeriklerine kadar sürdürülebilir, yenilikçi, rekabetçi ürünler sunuyoruz. İstanbul'daki Gıda ve Beslenme laboratuvarımız ise ürün deneme, formülasyon geliştirme ihtiyaçları için müşterilerimizin hizmetinde.

Bize ulaşın. Size destek olmaktan mutluluk duyacağız.

Azelis Türkiye **+90 216 504 44 44** **info@azelis.com.tr**

Innovation through formulation

azelis

ithalat 4 milyar 832 milyon dolar oldu. 2021'de ise söz konusu ithalat 3 milyar 794 milyon dolar seviyesindeydi. Buna göre; 2022 yılında ambalaj sektörünün toplam ithalatı 2021'e göre miktar olarak yüzde 15, değer olarak yüzde 27 arttı diyebiliriz.

"GIDA FİYATLARINDAKİ ARTIŞLAR AMBALAJ KAYNAKLI DEĞİL"

Ülkemizde ambalajlı gıda ve içecek ürünleri tüketimi ne miktarda, artan gıda fiyatları ambalajlı gıda tüketimini ne yönde etkiliyor? Ambalajlı gıda tüketimi gelişmiş ülkelerde ne yönde?

2020 yılında Türkiye'de ambalaj tüketimi yaklaşık 298 dolar/kişi (nüfus 84 milyon) olarak hesaplanırken, 2021 yılında ise yaklaşık 325,4 dolar/kişi (nüfus 85 milyon) seviyesindeydi. Plastik ambalaj tüketimi 187 dolar/kişiyle ilk sırada yer alırken, oluklu mukavva 64,6 dolar/kişi, metal ambalaj 26,2 dolar/kişi, cam ambalaj 24 dolar/kişi, karton ambalaj 16 dolar/kişi, ahşap ambalaj 6 dolar/kişi ve kağıt ambalaj 2 dolar/kişi olarak hesaplandı. Cumhuriyetimizin kuruluşunun 100. yılı olan bu yılda kişi başı tüketimi 380 dolara çekmek istiyoruz. Genel olarak ambalajların değerinin ürünün satış fiyatının günlük ihtiyaç maddelerinde yüzde 3 ila 5'i, daha az hareket gören ve nispeten daha lüks tanımlanacak emtiada ise yüzde 10'u civarında olduğunu söyleyebiliriz. Bu doğrultuda gıda fiyatlarında yaşanan artışların ambalaj maliyetlerindeki yükselişten kaynaklandığı düşünülmemeli.

Her zaman vurguladığımız gibi ambalajlı gıdalar insan sağlığını çevresel risklerden uzak tutar ve korur. Ayrıca ambalaj olmadan ürünlerin bir yerden bir yere sevk edilmesi de mümkün olmamaktadır. Özellikle pandemiyle birlikte halkımız artık ambalajlı ürün almaya yöneldi. İnsan sağlığını çevresel risklerden uzak tutan ve koruyan ambalajlı gıdaların önemi daha da ortaya çıktı.

AMBALAJLI GIDALARDA YÜKSELEN TRENDLER

Dünyada ve ülkemizde tüketiciler ambalajlı gıda ürünlerinde en çok hangi özelliklere önem veriyor? Bu bağlamda trendleri ve eğilimleri aktarabilir misiniz?

> "Döviz kurlarının yükselmesi ihracata odaklanan ambalaj sektörümüz için pozitif görünse de maliyetlerimizi ciddi anlamda yükseltiyor. Sektörümüz büyük oranda ithal ettiğimiz ham maddelerle üretim yapıyor. Ham maddeyi dövizle alırken yurt içinde TL bazlı satış yapabiliyoruz. Enerji, ücretler vb. maliyetler yükseliyor ama ihracat pazarlarındaki rekabet gücümüzü kaybetmemek için ambalaj sektöründeki üreticiler kârlılıklarında ödün vermek zorunda kalıyorlar."

Ürünün kolay taşınabilmesi, kolay açma – kapama (fermuarlı ambalajlar vb.), ambalajın içindeki ürün görünürlüğü (şeffaf / pencereli ambalajlar) yani kullanım kolaylığı, ergonomi ilk sırada yer alıyor. Bazı ürünlerde tekrar kullanma/doldurma öne çıkıyor. Raf ömrünü uzatan yapılar; hazır yemek ambalajları tüm dünyada ve ülkemizde çok tercih edilmeye başlandı. Ambalaj üzerindeki grafik tasarımının maksimum görsellik ve bilgi içeriyor olması da çok önemli. Temizlik ve hijyen bu dönemde daha fazla ön plana çıkıyor. Bu sebeple insan sağlığını çevresel risklerden uzak tutan ve koruyan ambalajlı gıdalar ve içecekler tercih ediliyor. Satın alınan ürünün ambalajı onun güvencesidir. Ambalajın üzerindeki etikette içerdiği ürünün besin değeri, ürünün miktarı, son tüketim tarihi, üretici adres bilgileri yani ürünün muhteviyatı, nerede ve kim tarafından nasıl üretildiği, ambalajın geri dönüştürülebilirliğini ve sürdürülebilirliğini içeren tüm bilgiler bulunur. Dünyada insan sağlığı için ambalajlı gıda olmazsa olmaz niteliğinde.

Yine dünyada ve ülkemizde gıda ambalajlama teknolojilerinde son zamanlarda öne çıkan yenilikler nelerdir?

Tüketicilerin bilinçlenmesi sonucunda sağlık, güvenlik ve besleyici özelliklerin ürün etiketi üzerinde yer alan gıdalar ile markalı ve kalitenin vurgulandığı ürünlerin tüketimine yönelik talebin artacağını düşünüyoruz. Bu doğrultuda talebe uyumlu ambalajlama teknolojilerinin geliştiğini söyleyebiliriz. Ayrıca dijitalleşmeyle başlayan ve pandemiyle hızlanan e-ticaretin büyümesi devam ediyor. Bu da daha çok ambalaja ihtiyaç duyulacağını gösteriyor. Çünkü e-ticarette ürün iyi bir şekilde ambalajlanmalı ve güvenli bir şekilde tüketiciye gitmeli. Bu nedenle önümüzdeki yıllarda perakende sektörleri için ambalajın öneminin daha da artacağına inanıyoruz.

"AVRASYA'NIN AMBALAJ MERKEZİ OLMA YOLUNDA KARARLIYIZ"

2023'ün sonu ve sonraki yıllara ilişkin olarak Türkiye ambalaj sektörünün hedeflerini bizimle paylaşabilir misiniz?

Son yıllarda ülkemiz güvenli bir liman olduğunu ispatlamayı başardı. Gerek jeopolitik olarak lojistik yönden avantajımız gerekse fiyat kalite dengesine sahip olmamız bilinciyle çatı kuruluşu olarak sektörümüzün ihracatını artırmaya yönelik çalışmalara devam edeceğiz. Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşunun 100'üncü yılı olan 2023 yılında ambalaj sektörümüzün pazar büyüklüğünü 30 milyar dolara, kişi başı ambalaj tüketimimizi 380 dolara ve ambalaj ihracatımızı 10 milyar dolara taşımak için çalışmalarımızı sürdürüyoruz. 2030 yılına sektör büyüklüğümüz için 50 milyar dolar, ihracat için de 20 milyar dolar hedef koyduk. Sektör olarak rekabet gücümüz ve potansiyelimiz yüksek. Türkiye ambalaj sektörünün ürünleri dünyada 180 ülkeye direkt ve dolaylı ihraç ediliyor. Türkiye ambalaj sanayisi, Avrasya'nın ambalaj merkezi olma yolunda kararlı adımlarla yürüyor.



"HAM MADDEDE DIŞA BAĞIMLILIK EN BÜYÜK SORUN"

Türkiye ambalaj sektörünün başlıca sorununun ham maddede dışa bağımlılık olduğunu belirten Zeki Sarıbekir, "Çünkü ara mamul ve ham madde üreten işletmeler sektörün ihtiyacına yanıt veremiyor. Plastik, kâğıt, karton, ahşap ve metal ambalaj malzemelerinin ham maddeleri ağırlıklı olarak yurt dışından temin ediliyor. Hatta camın ham maddesi olan kumu bile yurt dışından satın alıyoruz. Sektörün beklentisi ise ham maddede dışa bağımlılığın azaltılması için ara mamul ve ham madde üreten işletmelerin yatırımlarını sürdürmesi" dedi.



KALİTE VE ÜRÜN DENEYİMİ SEMİNERİ

RAFTA KALİTE, TÜKETİCİ EĞİLİMLERİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

AJANDANIZA NOT EDİN!

İSTİNYE ÜNİVERSİTESİ
TOPKAPI KAMPÜSÜ

23-24 KASIM 2023

karmagrup

www.karmalt.com
0 216 906 00 40



Ömer Halit Turmuş
Kimyager / Chemist
Aplikasyon Takım Lideri
Ant Teknik Cihazlar Ltd. Şti.



GERİ DÖNÜŞTÜRÜLMÜŞ PET'DE ASETALDEHİT VE LİMONEN ANALİZİ İÇİN HS-GC/MS SİSTEMİ KULLANIMI

KULLANICI AVANTAJLARI

» Bir Headspace örnekleme cihazı (HS) kullanarak plastikteki asetaldehit ve limonen, plastik çözücüde çözülmeden ölçülebilir.

» HS-GC/MS sistemi kullanılarak yüksek kontaminant seviyeleri nedeniyle zor tespit edilen hedef bileşenler kalitatif ve kantitatif olarak analiz edilebilir.

» HS-20 NX ünitesi kullanılarak, düşük ve orta kaynama noktalı bileşenler yüksek hassasiyetle analiz edilebilir.

Dünyayı tehdit eden çevresel problemlerden biri plastik atıklardır. Ambalaj atıkları, evsel atıkların ağırlık bazında %20 ile %30'unu, hacim bazında ise %60'ını oluşturur. Özellikle içecek şişeleri ve çeşitli diğer kaplar için yaygın olarak kullanılan polietilen tereftalat (PET) hafif olması ve dayanıklılığı nedeniyle, PET'in yeniden kullanımı için çeşitli yöntemler düşünülmektedir. Japonya'da PET şişelerin %96.7'si toplanmakta ve %88.5'i geri dönüştürülmektedir, ancak Avrupa'da sadece yaklaşık %40'ı ve Amerika Birleşik Devletleri'nde yaklaşık %20'si geri dönüştürülmektedir.

PET'in geri dönüşümü için, Japonya'daki geri dönüşüm şirketleri kendi kalite ölçümlerini uygulamaktadır. Bunlardan biri, gaz kromatograf kütle spektrometresi (GC-MS) sistemi kullanarak yapılan bir yöntemdir.

Gaz kromatograf kütle spektrometresi (GC-MS) sistemleri, tespiti zorlaştıran birçok kontaminant içeren örnekler için hedef bileşenlerin kalitatif ve kantitatif analizinde bileşen piklerini tanımlamak için kullanılabilir.

Su bazlı içecekleri içeren PET ambalajlarda asetaldehit kalıntısı olabileceği, narenciye bazlı içecekleri içerenler PET ambalajlarda ise limonenin bulunabileceği bilinmektedir. Bu makalede, PET şişelerdeki asetaldehit ve limonenin kalitatif ve kantitatif analizi için bir GCMS-QP 2020 NX sistemi ve HS-20 NX ünitesi (Şekil 1) kullanımına dair bir çalışmaya yer verilmektedir.



Şekil 1. GCMS-QP2020 NX + HS-20 NX Sistem

NUMUNE HAZIRLIĞI

Farklı ön işlemlerden geçen altı farklı çeşitte numune hazırlandı. Numune çeşitleri, geri dönüştürücüden elde edilen granül ve donmuş toz peletler ile ticari olarak satılan şişelenmiş su içeren iki farklı PET şişe, limonlu çay ve portakal suyu içeren birer PET şişedir. Her numune çeşidi, bir HS şişesine mühürlenmiştir.

Her numunenin durumu ve miktarı Tablo 1'de belirtilmiştir.

Tablo 1. Ön İşlem Görmüş Numuneler Hakkında Bilgi

Örnek	Durum	Miktar
Pelletler*1	Pelletler	5 g
Toz*1	Toz	0.5 g
Su 1*2	Makasla parçalara ayrılmış	1 g
Su 2*2	Makasla parçalara ayrılmış	1 g
Limonlu çay*2	Makasla parçalara ayrılmış	1 g
Portakal suyu*2	Makasla parçalara ayrılmış	1 g

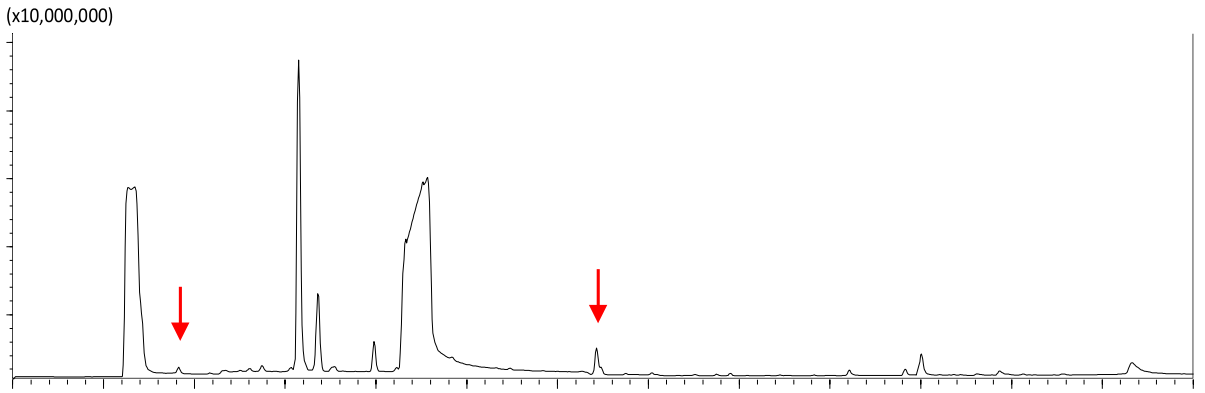
**1 Bir geri dönüşüm şirketi tarafından sağlanan PET numunesi (pellet ve toz halinde aynı örnekler)*
**2 Ticari içecekler için kullanılan PET şişeler (suyla hafifçe yıkanmış ve makasla kesilmiş)*

ANALİTİK KOŞULLAR

GC-MS Analitik Koşulları
Model: GCMS-QP2020 NX
Kolon: SH-PolarWax
(0.25 mm I.D. × 30 m, d.f. = 0.5 µm)
Kolon Sıcaklığı: 40°C – 10 °C/dak – 250 °C
Toplam 21 dakika
Enjeksiyon Modu: Split 1 : 20
Taşıyıcı Gaz Kontrolcüsü: Sabit lineer hız modu (He)
Lineer Hız: 30 cm/saniye
İyon Kaynağı Sıcaklığı: 200 °C
Arayüz Sıcaklığı: 250 °C
Ölçüm Modu: Tarama/SIM (Eşzamanlı Ölçümler)
Tarama Aralığı: m/z 10 ile 250
SIM: m/z 43, 29, 42 (Asetaldehit)
m/z 136, 68, 93 (D-Limonen)
Süresi: 0.3 saniye

HS Analitik Koşulları
Fırın Sıcaklığı: 80 °C
Örnek Hattı Sıcaklığı: 150 °C
Transfer Hattı Sıcaklığı: 150 °C
Vial Karıştırma: Kapalı
Vial Hacmi: 20 mL
Vial Isıtma Süresi: 30 dakika
Vial Basınçlandırma Süresi: 0.5 dakika
Vial Basınç: 80.0 kPa (He)
Yükleme Süresi: 0.5 dakika
İğne Temizleme Süresi: 5 dakika
Enjeksiyon Hacmi: 1 mL

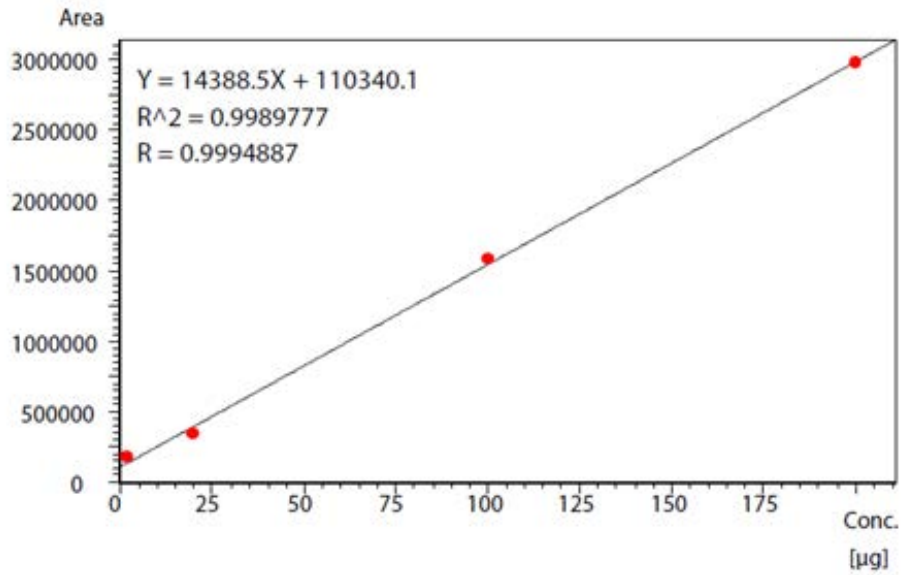
TIC Kromatogramı



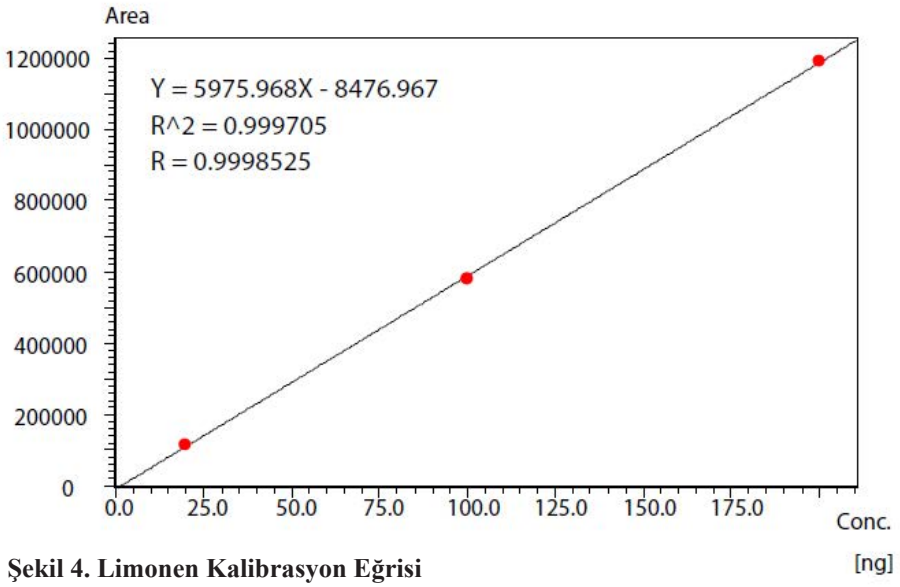
Şekil 2. Toz Örneğinin TIC Kromatogramı

KALİBRASYON EĞRİLERİ

Kalibrasyon eğrileri, numunelerin aseton çözeltisi ile sırasıyla seviye 2, 20, 100 ve 200 µg asetaldehit ve 20, 100 ve 200 ng limonen miktarlarında seyreltilmesiyle hazırlandı. Daha sonra bu numuneler, Tablo 2'de belirtilen analitik koşullara göre headspace numune şişelerinde analiz edildi. Asetaldehit ve limonen için kalibrasyon eğrileri sırasıyla Şekil 3 ve Şekil 4'te gösterilmiştir.



Şekil 3. Asetaldehit Kalibrasyon Eğrisi



Şekil 4. Limonen Kalibrasyon Eğrisi

ANALİZ SONUÇLARI

Tablo 2'de, ilgili viallere mühürlenmiş olan numune miktarlarının gram başına asetaldehit ve limonen miktarları listelenmektedir.

Örnek	Hesaplanan Asetaldehit Miktarı (µg/g)	Hesaplanan Limonen Miktarı (ng/g)
Pelletler	2.3	96
Toz	25	140
Su 1	63	N.D.
Su 2	8.7	N.D.*1
Limonlu çay	23	N.D.*1
Portakal suyu	15	N.D.*1

Tablo 2. Her Numune İçin Miktarsal Analiz Sonuçları

*1 ***Limonen tespit edilmese de, limonene benzeyen terpinen, komşu bir alıkonma zamanında tespit edildi.***

KAYNAKÇA

» 01-00311 Shimadzu Uygulama Notu- Analysis of Acetaldehyde and Limonene in Recycled PET Using an HS-GC/MS System



Geniş Hammadde Portföyümüz ile Piyasada Öncü Olun

Lider ve zengin içerikli üreticiler ile işbirliği

- Aminoasitler
- Proteinler
- Tatlandırıcılar
- Vitaminler & Türevleri
- Asitler & Asitlik Düzenleyiciler
- Potasyum Sorbat & Sorbik Asit
- Hidrokolloidler ve Kıvam Arttırıcılar
- Fosfatlar
- Aroma Kimyasalları
- Patentli İçerikler
- Zenginleştirme & Premiks Karışımları

Prinova Gıda ve Kimya Tic. Ltd. Şti | +90 212 573 13 95 | info@prinova.com.tr

Prinova
NAGASE Group

©2022 Prinova Europe Ltd.
All rights reserved. prinovaglobal.com



Dr. Abdullah Gayret

Tüketicilerin yüzde 77'si CAMI SAĞLIK NEDENİYLE TERCİH EDİYOR

2015 yılından bu yana Gürok Grubu bünyesinde faaliyetlerini sürdüren ve Türkiye'nin cam ambalaj sektörünün öncülerinden olan GCA'nın Cam Ambalaj Kullanım Araştırmasına göre cam ambalaj kullanımında "sağlık ve güven" algısı belirleyici oluyor. Sonuçlara göre su ve maden suyu tüketicileri; yüzde 77 sağlıklı olması, yüzde 49 gıda maddelerine tat ve koku vermemesi, yüzde 48 güvenilir olması, yüzde 32 daha uzun raf ömrü nedeniyle camı tercih ediyor.

GCA Genel Müdürü Dr. Abdullah Gayret, farklı inovatif müşteri ilişkileri yaklaşımı ve yönetimini odaklarına alarak müşterilerini iş ortakları olarak gördüklerini ve ihtiyaçlarını kendi işleri gibi analiz ederek çözmeye çalıştıklarını açıkladı. Müşteri deneyimini merkeze alarak, geleneksel ölçüm yöntemleriyle değil modern yöntemlerle müşterilerinin sesini dinleyerek verdikleri geribildirimleri iş modellerine yansıttıklarını anlatan Gayret, "Bu vizyonla yaptığımız son araştırmamızdan çıkan sonuçlara göre cam, tüketiciler tarafından insanları ve gezegeni koruyan en iyi malzeme olarak görülüyor. Su ve maden suyu tüketicileri için cam ambalajın en önemli avantajları; yüzde 77 sağlıklı olması, yüzde 49 gıda maddelerine tat ve koku vermemesi, yüzde 48 güvenilir olması, yüzde 32 daha uzun raf ömrü olarak ifade ediliyor. Camın raftaki dayanıklı nitelikleri, insanların en sevdikleri ürünleri daha uzun süre koruyarak gıda atıklarını da azaltmalarına olanak tanıyor" dedi.

"TÜM SÜREÇLERİ OTOMASYON VASITASIYLA YÜRÜTÜYORUZ"

Tüketicinin en önemli beklentisi olan ürün güvenliği ve hijyenini merkeze koyduklarını ve GCA tesislerinde full otomasyon sistemine yatırım yapmayı sürdürdüklerini kaydeden Abdullah Gayret, "Cam damlasının oluşmasından depolama sürecine kadar tüm süreçleri otomasyon vasıtası ile manuel işlem olmadan yürütüyoruz. Her proses noktasında faydalandığımız özel takip sistemleri ve sensörler vasıtası ile hem üretim sürecinin verimliliğini arttırmak hem de kaliteyi maksimize etmek için her türlü veri ve istatistiksel analiz yeteneklerine sahibiz. Fabrikamızın kuruluşundan bu yana en gelişmiş ERP sistemini kullanıyoruz. BT ve depo ekibimiz her yıl yazılım üzerinde geliştirmeler yapıyor. Böylece hem



süreçleri hızlandırıyor hem de dijital çağı yakından takip ederek entegrasyonu sağlıyoruz" şeklinde açıklamalarda bulundu.

"2023'TE DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ İŞİMİZİN MERKEZİNE ALIYORUZ"

Cam ambalajın teknoloji konusunda şanslı sektörlerden biri olduğuna dikkat çeken Abdullah Gayret, "Cam ambalaj sektörünün otomasyon ve makine bazlı bir üretim yapısı var. Dolayısıyla, dijital dönüşüme çok uygun. Ana üretim prosesleri, ham madde hazırlama ve cam ergitme süreçleri komple otomasyon sistemiyle yönetiliyor. Ürün şekillendirme de mekanik ve elektronik olarak üst düzey otomasyonla yönetilen bir proses adımı. Hemen arkasında kalite kontrol, paketleme ve paletleme prosesleri var. Orası da tamamen kameralı, görsel görüntü işleme teknolojisiyle çalışan bir otomasyon ve kontrol sistemine sahip. Dolayısıyla bu ana proseslerin birbirleriyle haberleşmesi, yapay zekâ teknolojileriyle güçlendirilmesi ve daha otonom üretim sistemleri haline getirilmesi, diğer sektörlere göre çok daha kolay olacaktır" diye konuştu.

Cam ambalajda diğer üretim sektörlerine göre daha hızlı bir gelişim olacağını kaydeden Abdulah Gayret, "Şu an cam ambalaj sektörüne teknoloji üreten firmalar da bizler de bu konuda ciddi Ar-Ge projeleri yürütüyoruz. Sahip olduğumuz ileri otomasyon bazlı teknolojilerin akıllı teknolojilere dönüşümü için ciddi çalışmalar yapıyoruz. Bu da cam ambalaj sektörünün gelecekte de önünü açacaktır. Sektörün sürdürülebilirliği de bu şekilde artırılacaktır. 2023 bizim için dijital dönüşümü işimizin merkezine aldığımız çok özel bir yıl. Yapay zekâ algoritmalarıyla desteklenmiş görüntü işleme sistemlerini ve üst düzey otomasyon yazılımlarını bir araya getirdiğimiz akıllı üretim teknolojilerini kendi bünyemizde geliştirerek hayata geçiriyoruz. Yine bu doğrultuda hayata geçirdiğimiz sevkiyat randevu yazılım sistemimizle iş ortaklarımızın deneyim memnuniyetini artırarak yüzde 100 müşteri memnuniyeti hedefimize ulaşmayı amaçlıyoruz" ifadelerini kullandı.



"GCA'YI DAHA DA İLERİYE TAŞIMAYI HEDEFLİYORUZ"

Teknoloji geliştirme çalışmalarının GCA'yı rakiplerinden ayırdığına vurgu yapan Abdullah Gayret, bu kapsamda 2023 yılında özellikle görüntü işleme teknolojileri ve bunların cam ambalaj üretiminde kullanılması üzerine çalışmaya devam ettiklerini söyledi. Gayret şöyle devam etti: "2023 yılı için en önemli önceliğimiz işlerimizde dijital dönüşümü gerçekleştirmekti. Bu doğrultuda grubumuz içinde büyük bir çalışma gerçekleştiriyoruz. Bu çalışma sonucunda hayata geçireceğimiz projelerle müşteri deneyimimizi daha da yüksek seviyelere çıkarmayı, GCA'yı cam ambalajda öncü rolünde daha da ileriye taşımayı, teknolojik alt yapımızı daha da ileriye götürmeyi hedefliyoruz."

"ÖNEMLİ FUARLARDA ÜLKEMİZİ TEMSİL ETMEYİ SÜRDÜRECEĞİZ"

Temelleri 2015 yılında atılan GCA, Gürok Grup'un 30 yıla yakın süredir sofra camı üretiminden edindiği birikim ve deneyimini cam ambalaj sektöründe de yenilikçi bir yaklaşımla devam ettiriyor. Sadece Türkiye'de değil, dünya çapında da önemli başarılara imza atan GCA, uluslararası arenada cam ambalaj sektöründe öncelikli tercih edilen oyunculardan biri olma yolunda hızla ilerliyor. Bu kapsamda 11-14 Ekim'de İstanbul'da 28. Uluslararası Avrasya Ambalaj Endüstrisi Fuarı ve 2-4 Ekim'de Monako'da LUXE PACK Monako 2023 Fuarı'na katılım sağlayacaklarını açıklayan GCA Genel Müdürü Dr. Abdullah Gayret, "Böylece iş ortaklarımızla her fırsatta bir araya gelerek ihracatın toplam işimiz içindeki payını da daha yükseklere çıkarmış olacağız" dedi.





Erk Erkaya

Çeyrek yüzyıldır gıda üreticilerine

GENİŞ KAPSAMLI çözümler sunuyoruz

Her biri kendi alanında uzman olan Amerika ve Avrupa menşeli makine/tesis üreticilerini çeyrek yüzyıldır Türk gıda sanayicileriyle buluşturarak katma değerli çözümler sunduklarını belirten Erkaya Makine/Food Tech. Satış & Pazarlama Müdürü Erk Erkaya ile firma olarak çalışmalarını, orta ve uzun vadedeki projelerini ve hedeflerini konuştuk.

Erk Bey öncelikle kısaca sizi tanıyabilir miyiz?

1987 İstanbul doğumluyum. Tüm öğretim hayatımı İstanbul'da geçirdim, işletme mezunuyum. 2016 senesinden beri aktif olarak aile şirketimizde satış, pazarlama ve iş geliştirme konularında aktif olarak çalışıyorum.

Dünyanın önde gelen makine firmalarının ürünlerini Türk gıda sanayicilerinin hizmetine sunan Erkaya Makine, güvenilir, kaliteli ve katma değerli gıda üretimine katkı yapıyor. Firmanızın kurulduğu tarihten bugüne kadar serüvenini ve gelişim hikayesini sizden dinleyebilir miyiz?

Erkaya FoodTech, 1983 yılında İsveç'in dünyaca ünlü Alfa-Laval ve Frigoscandia firmalarının gıda proses makineleri satış mühendisi olarak çalışma hayatına başlamış olan ve daha sonra Alfa-Laval'ın Türkiye'deki irtibat bürosunun kuruluşunu gerçekleştirerek 1989 yılına kadar Alfa-Laval Türkiye Müdürü olarak görev yapan Cumhur Erkaya tarafından 1998 yılının Ocak ayında kurulmuştur. O tarihinden itibaren her biri kendi alanında uzman olan Amerika ve Avrupa menşeli makine/tesis üreticileriyle iş birliği yapmış ve 25 yılı aşkın süredir Türk gıda sanayine hizmetlerine devam etmektedir. Bugün artık 40 seneye yaklaşan tecrübe ve 'know how' birikimini genç kuşakların heyecanı ve dinamikliğiyle birleştiren Erkaya FoodTech gelecek yıllara güvenle bakmaktadır.

Gıda sanayicilerine sunduğunuz başlıca ürünler ve hizmetler nelerdir? Gıda endüstrisinde hangi alt sektörlerde ürünleriniz kullanılıyor?

Erkaya olarak gıda endüstrisine sınduğumuz ürünlerimiz ve çözümlerimiz; gıda proses makine ve ekipmanları, küp, şerit kesme, doğrama ve rende makineleri, IQF ve spiral şoklama tünelleri, paslanmaz çelik örme ve tel bantlar, viraj konveyörleri, ürün geliştirme ve danışmanlık hizmetleriyle satış sonrası servis hizmetlerini kapsamaktadır.

GIDA ÜRETİCİLERİNE ESNEKLİK SAĞLAYAN TEKNOLOJİLER

Türkiye temsilciliğini yaptığınız markalar hakkında bilgi verebilir misiniz? Özellikle de Türkiye distribütörlüğünü yaptığınız FAM kesme makinelerinin özelliklerini açıklayarak FAM'dan söz edebilir misiniz?

FAM: FAM, gıda sanayicilerinin özgün üretim ihtiyaçlarına göre ekipmanlar tasarlar, üretim hattına uyacak ekipmanları, aynı zamanda üreticilere en fazla esnekliği sunacak şekilde geliştirir. Bu sayede, kolay ve zahmetsiz ekipman ve uygulama







geçişleri yapılabiliyor. FAM mühendis ve tasarımcıları, müşterilerden gelen bildirim ve sektörel deneyimimizle ideal makineleri dizayn ederler. FAM'ın çözümleri arasında; ideal dilim, şerit ve küp kesimler, farklı ürün ve kesimler için özel tamburlar, giriş ve çıkış besleme bantları yer alıyor. Tüm kesme bıçakları gıda standartlarında en kaliteli paslanmaz çelik malzemeden kendi fabrikamızda imal edilmektedir. Kesme işleminde doğru bıçakların seçimi hassas ölçülerde ve temiz kesim sağlayarak son ürün kalitesini artırarak ürün kaybını minimuma indirir. Operatör ve bakım personelinin güvenliği her aşamada göz önüne alınmıştır. FAM firmasına ait Stumabo firmasının ürettiği yüksek verimli sertleştirilmiş bıçaklar, kesim sırasında ürüne zarar vermeden, yapışkan olmayan ve mükemmel kenarlı kesimler elde edilmesini sağlıyor. Ayrıca FAM - Stumabo dilim, daire ve lama (cross-cut) bıçaklarımızı özel aplikasyonlarımız ile bileyliyoruz.

CTI FoodTech: CTI FoodTech, şeftali ve kayısı konusunda uzmanlaşmış gıda işleme makineleri geliştirmekte ve şeftali / kayısı işleme için komple üretim hatları uretmektedir. Küresel ticari varlığı sayesinde CTI FoodTech şeftali çekirdek çıkartma için dünyada en yaygın kullanılan iki makineden birisidir. Her üretim ihtiyacına yönelik eksiksiz bir makine yelpazesi sunan CTI FoodTech, dünyadaki tüm şeftali çekirdek çıkartma teknolojilerini sağlayabilen tek şirkettir. Beş kıtada meyve işleme tesislerinde kurulu ve çalışır haldeki 600'den fazla makinesiyle CTI FoodTech, şu anda kullanılan makine sayısıyla şeftali üreticileri arasında dünya pazarında ikinci sırada yer almaktadır. Şirketin her yıl ürettiği makinelerle küresel pazarın yüzde 40'ını temsil eden 6 milyar şeftali

> "FAM, gıda sanayicilerinin özgün üretim ihtiyaçlarına göre ekipmanlar tasarlar, üretim hattına uyacak ekipmanları, aynı zamanda üreticilere en fazla esnekliği sunacak şekilde geliştirir. Bu sayede, kolay ve zahmetsiz ekipman ve uygulama geçişleri yapılabiliyor."

işlenmektedir.

AIT: Ait; brokoli / karnabahar kesme ve çiçek açma makineleri alanında dünya lideridir. Silex, benzersiz bir kesim prensibine sahip ilk brokoli çiçek açma makinesidir. Silex brokoli çiçek açma makinesi, brokolinin her bir çiçeği için otomatik olarak özelleştirilmiş bir kesim sunan türünün tek örneğidir. Bir sensör, makineye giren her bir başlığın boyutunu belirler ve ölçüsüne bağlı olarak programlanan parametrelere göre farklı bir kesim uygular. Bu işlem tamamen otomatiktir; farklı boyut ve çeşitteki ürünler için uygundur. Özel sistemi sayesinde, ürünleri boylamaya veya makine parça değişimine gerek kalmadan maksimum verimi sunmayı hedefler. Silex brokoli çiçek açma makinesi, maksimum verimlilik ve en yüksek performansı sunar.

Polux floretleme makinesi büyük ebat ve miktarlarda karnabaharları kesebilir, artırılmış verimi sayesinde daha fazla sayıda bitmiş çiçek elde edilebilir. Akıllı kesim sistemimizle her türlü karnabaharı işlemenizi sağlayan üretim maliyetlerini düşürür ve ön seçim ihtiyacını ortadan kaldırır.

GIDA DEVLERİNİN TERCİHİ FAM MAKİNELERİ

Daha önceki açıklamalarınızdan birinde bu yıl itibariyle Türkiye'de kurulu 130'dan fazla FAM ekipmanı olduğunu belirtmiştiniz. Bu ekipmanlar genel olarak hangi sektörlerde kullanılıyor? FAM makinelerini kullanan bazı önemli iş ortaklarınızdan bahsedebilir misiniz?

Dondurulmuş ve taze meyve & sebze, peynir ve süt ürünleriyle parmak patates ve patates dilim (cips) en ağırlıklı bulunduğumuz sektörler. İş birliği yaptığımız şirketler arasında Özgörkey, Kerevitaş (Süperfresh), Rella Gıda, Namet, Sütaş, Dohler-Ege, NİMS Gıda, Mapeks, EkoFood, Seven Foods, Nilbatu, Işık Organic, MBH Süt Ürünler, MKP Süt Ürünleri, Betka Gıda, Muti Gıda ve ERM Tarım (Pol's) ilk aklıma gelenler.

"AMACIMIZ MÜŞTERİLERİMİZİN İHTİYAÇLARINA HIZLICA CEVAP VEREBİLMEK"

Bildiğimiz kadarıyla FAM ekipmanlarının yerli teknik servis hizmetine başladınız. Ayrıca Bodrum 'da FAM-Erkaya

"Belçika'da eğitim almış, mekanik ve tekniğe hakim bir servisimiz var. Programa ve ihtiyaca göre 1 ila 3 gün içinde Türkiye'nin her bölgesine teknik destek servisi verebiliyoruz. FAM – Erkaya ortaklığıyla bir demo / test merkezi açtık. Amacımız hem ilgilenenlerin makineleri görebilmelerini ve kendi ürünleriyle test yapabilmelerini sağlamak hem de ihtiyaç halinde makineyi 3 gün içerisinde üretim tesislerine ulaştırıp çalışabilir duruma getirmek."



ortaklığında oluşturduğunuz bir test merkeziniz var. Hem yerli teknik servis hizmetiniz hem de test merkezinin detaylarını bizlerle paylaşabilir misiniz?

Belçika'da eğitim almış, mekanik ve tekniğe hakim bir servisimiz var. Programa ve ihtiyaca göre 1 ila 3 gün içinde Türkiye'nin her bölgesine teknik destek servisi verebiliyoruz. FAM – Erkaya ortaklığıyla bir demo / test merkezi açtık. Amacımız hem ilgilenenlerin makineleri görebilmelerini ve kendi ürünleriyle test yapabilmelerini sağlamak hem de ihtiyaç halinde makineyi 3 gün içerisinde üretim tesislerine ulaştırıp çalışabilir duruma getirmek. Burada aynı zamanda yedek parça ve bıçak da bulunduruyoruz, ihtiyaç halinde 1 ile 2 gün içerisinde tesislere hemen gönderebiliyoruz.

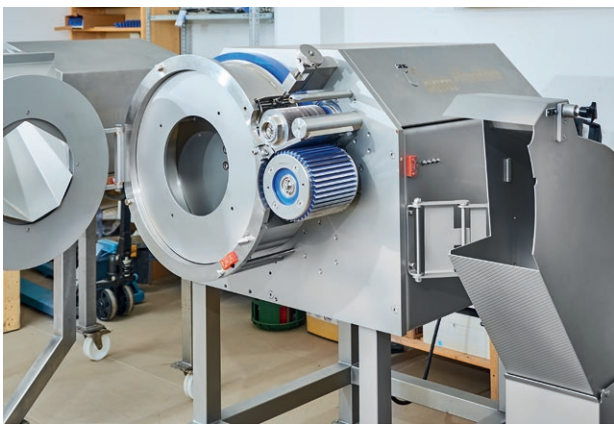
Birçok tesiste 1 FAM makinesinin, herhangi bir sebeple durması, saatte 2 ila 8 ton üretimin aksamasına yol açabilir. Bu sebeple temel amaçlarımızdan biri, müşterilerimizin ihtiyaçlarına hızlıca cevap verebilmek.

Yakın zamanda sektöre sunduğunuz ya da sunmaya hazırlandığınız yeni ürünleriniz var mı?

2024 yılında Berlin'de yapılacak Fruit Logistica Fauı'nda tanıtılması planlanan, yüksek kapasiteli, düz bantlı kesim makinemiz Yuran300 geliyor, testleri devam etmekte. Özellikle yoğun ıspanak, biber ve kapya biber işleyenler için saatlik 4 ila 8 ton kesim kapasitesi sunabileeğiz.

Günümüzde gıda üretim makinelerinin gıda sanayi açısından önemi ve bu makinelerde öne çıkan trendleri açıklayabilir misiniz?

Son yıllarda özellikle freze-dry ürünlerin öne çıktığını görüyoruz, FAM uzun yıllardır dünyada freeze-dry işlemi öncesi tercih edilen donuk meyve ve sebzelerin kesiminde çok aktif ve Avrupa'da sektör lideri. Dondurulmuş brokoli son yıllarda çok öne çıkan bir ürün oldu, AIT (İspanya) firmamız, brokoli göbek alma – floretleme makineleriyle Türkiye'de kendini kanıtladı, halihazırda çalışan 7 hattımız var.



Son olarak kısa, orta ve uzun vadeli hedeflerinizi ve geleceğe yönelik projelerinizi açıklayabilir misiniz?

Orta vadede makine kiralama, daha çeşitli ve hızlı bıçak / yedek parça tedariği konuları üzerine yoğunlaşıyoruz.

"2024'TE MAKİNE KİRALAMA OPSİYONU SUNACAĞIZ"

2024 yılından itibaren gıda sanayicilerine orta vadeli makine kiralama opsiyonu sunacaklarını ve bu yöndeki hazırlıkların devam ettiğini açıklayan Erk Erkaya, "Yoğun sezonda 1 ay ila 3 aylık dönemlerle üretim tesislerindeki sezonluk yoğunluklarda yardımcı olmayı hedefliyoruz. Öncelikle Tridis180, 3 boyutlu (dilim, şerit & küp kesim) ile başlamayı planlıyoruz. Halihazırda meyve, sebze, peynir ve patates gibi sektörlerde faaliyet gösteren gıda sanayicilerinin çok büyük bir bölümüyle uzun yıllardır süren bir ilişkimiz var. Kiralama konusunda FAM müşterileri öncelikli olacak" dedi.

WorldFood Istanbul

ufi Approved Event



WorldFood

31. Uluslararası Gıda Ürünleri ve Teknolojileri Fuarı

31st International Food Products & Processing Technologies Exhibition



6 - 9 Eylül / *September* 2023

TÜYAP FUAR ve KONGRE MERKEZİ İSTANBUL

TUYAP Fair Convention and Congress Center ISTANBUL

www.worldfood-istanbul.com





Gıda Dünyasının Türkiye Buluşması

Where the World of Food Meets

Destekleyenler / *Supporters*

T.C. TARIM VE ORMAN BAKANLIĞI

T.C. TİCARET BAKANLIĞI

KOSGEB

İşbirliğiyle / *In Cooperation with*

İHBİR

Organizatör / *Organiser*

icaevents

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.
THIS FAIR IS ORGANIZED UNDER SUPERVISION OF TOBB (THE UNION OF CHAMBERS AND COMMODITY EXCHANGES OF TURKEY) IN ACCORDANCE WITH THE LAW NO.5174



Perla Fruit kusursuz ürün kalitesine TOMRA teknolojileriyle ulaşıyor

Türkiye'nin önde gelen yaş meyve sebze ihracatçılarından Perla Fruit, kiraz üretimindeki iddiasını TOMRA'nın sunduğu teknolojilerle artırıyor.

1986 yılında taze incir ihracatıyla yaş meyve ve sebze alanında faaliyetlerine başlayan, 1992 yılında kiraz ihracatıyla gelişen aile deneyimi ve vizyonu üzerine 2019'da kurulan Perla Fruit, yeni bir yatırımla sektöre hızlı bir giriş yapmıştı. Kısa zamanda kiraz ve incir başta olmak üzere Türkiye'nin güçlü olduğu ürünlerde ihracat liderleri arasında yerini alan Perla Fruit, tesis ve işleme süreçlerinde en gelişmiş teknolojileri kullanıyor. 2020 yılında ilk kiraz ürünlerini paketleyen Perla, kurulu 16 hatlı TOMRA InVision2 optik boylama ve tasnif makinesi ile sezonlarını yüksek kalite ve kapasite ile tamamlıyor.

SEKTÖRÜNDE TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜK İLK BEŞ İHRACATÇISI ARASINDA

Bursa'da 2019 yılında 10 milyon dolar yatırım ile faaliyete başlayan Perla Fruit, ikinci kuşak deneyimiyle kısa sürede Türkiye'nin en büyük ilk beş ihracatçısı arasına girmeyi başardı. İhracat ve yurtiçi pazarında dominant bir paya sahip olan Perla'da ürün gamının yüzde 30'unu kiraz, yüzde 30'unu incir, yüzde 25'ini domates ve 15'ini ise blueberry, nar, nektarın, kayısı, şeftali gibi diğer ürünler oluşturuyor. Uludağ İhracatçılar Birliği'nin en büyük ihracatçıları arasında bulunan Perla, 5.000 ton/yıl kiraz dahil olmak üzere yıllık toplam 15 bin ton

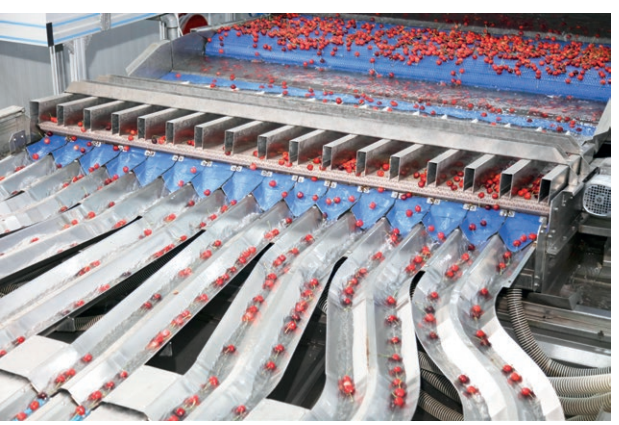


ürünü ihracata ve 2 bin ton ürünü ise iç pazara sunuyor. TOMRA makinelerinin de katkısıyla gelecek 3 yıl içerisinde üretimlerini iki katına çıkartacaklarına değinen Perla Fruit Yönetim Kurulu Başkanı Kerim Taner; "2020'de satın alımını yaptığımız TOMRA makinelerimiz ile hedefimiz, kiraz işleme ve paketleme kapasitemizi iki katına çıkartmak. İncirde olduğu gibi kirazda da Türkiye'nin lider ihracat şirketi olabilmeyi planlıyoruz. Bu hedeflere ilerlerken Perla Fruit olarak tolerans göstermediğimiz kurum değerlerimiz bulunuyor. Bunlardan birincisi kalite, ikincisi ürün güvenliği, üçüncüsü ise sürdürülebilirlik. Perla Fruit, kısa sürede hem iç hem dış pazarda çok güçlü ve güvenilir bir yaş meyve sebze markası haline geldi ancak tabi ki bu bir tesadüf değil. Yıllara dayanan aile deneyimi, sadece yöneticilerin değil tüm ekibimizin tecrübeleri ve doğru teknolojiye yatırım yapmak, bizi başarıya

ulaştırdı. Bu konuda TOMRA Food ve entegre çözüm ortağı ICOEL tarafından kurulan makine alt yapımızın katkısı ise çok büyük" dedi.

Kerim Taner, yatırım kararları öncesindeki fizibilite çalışmalarında Şili ve Amerika başta olmak üzere diğer ülkelerde ve Türkiye'de bazı kiraz paketleme tesislerini ziyaret ettiklerini belirterek, "Bu ziyaretlerimiz sırasında TOMRA'nın boylama ve tasnif performansındaki başarı ve doğruluk ile kaliteden feragat etmeden sağlanan yüksek kaliteden oldukça etkilendik. Bugün Perla Fruit markamız ile sunduğumuz ürünlere duyulan güvende TOMRA'nın katkısı oldukça büyük diyebiliriz. Örneğin Almanya, Avrupa kabul oranlarının da altında kabul oranları ile zorlu ve çok talepkâr pazarlardan biri. Uzak doğu da aynı hassasiyete sahip. Dolayısıyla bu pazarlarda güçlü bir oyuncu olabilmek için doğru optik boylama ve tasnif makinelerine yatırım yapmanız şart. TOMRA makineleri sayesinde kiraz gibi riskli bir ürünü en zorlu pazarlara dahi yüksek kalite ve kapasitelerde sunabiliyoruz" diye konuştu.

Perla Fruit, Haziran'da tek ve Temmuz ayında iki vardiyada kiraz ürünlerini işleyerek paketliyor. Ürünlerinin yüzde 40'ı Haziran, yüzde 60'ı Temmuz ayında işleniyor. Bu yoğun sezonda, TOMRA Food ve İtalyan entegre çözüm ortağı ICOEL tarafından kurulan yeni Küçük ve Saplı Meyve Boylama (SFS) InVision2 optik boylama ve tasnif makinesi, Perla Fruit tesisinde her gün işlenen tonlarca kirazı boyut, şekil, renk ve kusurlara göre doğru bir şekilde ayıklıyor. Kerim Taner bu konuyla ilgili olarak, "Kiraz, yaş meyve sebzede en zorlu ürünlerden biridir. Çok değişken, küçük ve riskli bir üründür. En küçük kutuda 500 kiraz bulunduğunu düşünelim. Bozuk bir kiraz bile çıkması büyük bir risk. Öte yandan ortalama iki





aylık kısa bir sezonda yüksek kalite ve kapasitede ürün işlemeniz gerekir. Bu anlamda TOMRA'nın kiraz paketleme tesislerinin risk yönetimi açısından katkısının çok büyük olduğuna inanıyoruz. Türkiye'de bölgelere göre farklı kirazlar üretiliyor ve işlediğiniz ürünler karışık oluyor. Perla Fruit olarak 22, 24, 26, 28 ve 30mm olmak üzere 5 ayrı boy, iki farklı renk, iki farklı kalite ile üretim yapıyoruz. Yani toplamda 12 farklı ürün gamı sunuyoruz. Bunu sağlayan da TOMRA'nın teknolojisi. TOMRA sayesinde son ürüne baktığınızda boyutuna, rengine ve kalitesine göre çok temiz bir ürün elde edebiliyoruz. Ancak şunu özellikle belirmek isterim ki TOMRA'nın teknolojisinden yararlanmıyor olsaydık örneğin ürünlerin çok değişkenlik gösterdiği Haziran ayında hedeflediğimiz kalitede ürünü sunmamız mümkün olmazdı" ifadelerini kullandı.

"İKLİM DEĞİŞİKLİKLERİ, YAŞ MEYVE-SEBZE SEKTÖRÜNÜ TEHDİT EDİYOR"

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de bölgesel olarak değişmekle beraber iklim koşullarının kiraz üretimini zorlaştırdığı gözlemleniyor. Özellikle son iki yıldır bu zorluklar arttığını belirten Kerim Taner; "Global pazarda güçlü olduğumuz konumumuzu koruyabilmek üzere ise ürün kalitesinden ödün vermeden gıda kaybının yaşanmamasına dikkat etmemiz gerekiyor. Bu da ancak otomasyon yatırımları ile mümkün olabilir. 2022 yılında Türkiye'nin toplam 47 bin ton kiraz ihracatı gerçekleştirdi. Ne kadar istihdam sağlarsanız sağlayın optik makinenin kapasitelerine manuel olarak ulaşma şansınız yok. Bu nedenle sensör tabanlı optik boylama ve tasnif teknolojilerine yatırım yapmak aslında bir zorunluluk ancak burada önemli olan doğru çözüm ortağı ile yatırımı gerçekleştirmek. TOMRA, sadece teknolojileri ile değil Türkiye'deki yerel varlığı ile de bu anlamda önemli bir çözüm ortağı" şeklinde konuştu.

"MAKİNEYE YATIRIM YAPMAK KADAR OPTİMUM DÜZEYDE İŞLETİLMESİNİ SAĞLAMAK DA ÖNEMLİ"

Perla Fruit, kiraz ürünlerinin %70'ini Almanya, %10'unu İskandinavya, %10'unu Uzak Doğu, %10'unu ise diğer Avrupa ülkelerine sunuyor. Kerim Taner, Türkiye'nin yaş meyve sebzede en büyük pazarının Almanya olduğunu belirterek, "Perla olarak zorlu pazarlara ürün sunuyoruz. Uzak doğu bölgesinde de pazar payımızı arttırmayı hedefliyoruz. Ürün kalitesi ve gıda güvenliğinden ödün vermeden iki aylık yoğun bir sezonda ürünlerinizi işlemeniz gerekiyor. Dolayısıyla makineye yatırım yapmış olsanız bile en optimum düzeyde işletebilmeniz ayrı bir disiplin gerektiriyor. Hatta yaşanacak bir saatlik bir sorunun bile kaybı, çok ciddi hasarlar verebiliyor. Tam bu noktada satış sonrası teknik desteğin önemi ortaya çıkıyor. TOMRA, bu açıdan çok güvendiğimiz bir iş ortağı. Her sezonda muhakkak yanımızda yer alıyorlar. Sezon öncesi bakımlar, sezon boyunca kalibrasyonlar ile işimizi oldukça kolaylaştırıyorlar" dedi.

DÜNYADAKİ RAKİPLERİ ARASINDA KENDİ BÜNYESİNDE LABORATUVARI BULUNAN TEK ŞİRKET

Perla Fruit, gıda güvenliği alanında "sıfır tolerans" prensibiyle şirket bünyesinde laboratuvar yatırımları gerçekleştirdi. Firmalarının kendi akredite laboratuvarı olan tek meyve ihracatçısı konumunda bulunduğunun altını çizen Kerim Taner, "Doğru sonuç, hızlı sonuç mottosuyla hayata geçirdiğimiz laboratuvarlarımız, gıda güvenliğini garanti altına alma stratejilerimizin en önemli kalemlerinden biri. Hem doğruluk hem de hız anlamında Türkiye'deki en iddialı laboratuvarlardan birine sahibiz. Numunemizin birkaç saat içinde sonucunu aldığımız, bu sonuca göre ürünleri tercih edebildiğimiz çok dinamik operasyonel bir yapıya sahibiz. Geçen sene sadece kirazda 15.000 analiz gerçekleştirdik. Bu da girdi ürünlerimizi hassasiyetle seçebilmemizi sağlıyor, sonra ise görev TOMRA boylama ve tasnif makinelerinin oluyor" şeklinde açıkladı.

KİRAZ ÜRETİCİLERİ BÜYÜK HASSASİYETLE TESPİT EDİLİYOR

Perla Fruit, ürünleri sağladığı kiraz üreticilerinin hepsini özenle belirliyor. Kerim Taner, kurulan laboratuvarları ve yürütülen analizler sayesinde Türkiye'de bir farkındalık yarattıklarını açıklayarak şunları söyledi: "Çok sık aralıklarla analizler yapıyoruz. Aynı üreticiyi hasat süresince farklı zamanlarda defalarca analiz ediyoruz. Bu doğrultuda üreticilerimiz de kendilerini geliştiriyor. Beklediğimiz kaliteyi, zorlu koşullara rağmen karşılamaya özen gösteriyorlar."

"PAKETLERİMİZİN ÜZERİNDE VE İÇİNDE MARKAMIZI DÜNYAYA TAŞIYORUZ"

Perla Fruit, Perla markasıyla ürünlerinin yüzde 20'sini dökme, yüzde 20'sini kase, yüzde 60'ını çantalı olarak sunuyor. "Amacımız kaliteli ve güvenilir



ürünü sunmak ve marka değerimizi de korumak olduğu için bu değerlere sahip müşteriler ile çalışıyoruz" diyen Kerim Taner, "Yani aslında tedarikçimiz olan üreticileri belirlerken gösterdiğimiz hassasiyeti müşterilerimize de taşıyoruz. Paketlerin üzerinde ve içinde markamızı dünyaya taşıyoruz. Dolayısıyla markamızın değerine sahip çıkan müşteriler ile çalışmayı tercih ediyoruz. Bu nedenle portföyümüzde fiyattan çok kaliteye odaklı müşteriler bulunuyor"şeklinde açıklamalarda bulundu.

TOMRA Fresh Food bölümünün Türkiye temsilcisi ve distribütörü olan SARDAS'ın Genel Müdürü Mustafa Sakarya ise, "TOMRA Food, kiraz işleme uygulamalarında hasattan sonra paketleme entegre çözümlerinin lider üreticisi olarak tüm dünyada büyük bir başarıya sahip. TOMRA ekibi olarak müşterilerimizin verimini artırmalarına, israfı en aza indirmelerine, işçilik maliyetlerini düşürmelerine, devam eden zorluklara, gelecekteki pazar ihtiyaçlarına ve artan kalite gereksinimlerine destek olabilmek üzere her zaman onlara yakın çalışıyoruz. Türkiye'de kiraz üretiminde dünya lideri. TOMRA ve ICOEL teknolojilerinin sağlam ortaklığı sayesinde Türkiye'de kiraz alanında optik boylama ve tasnif sistemlerinde TOMRA, sektör lideri bir konuma sahip" ifadelerini kullandı.

ÜRÜNÜ EN GENİŞ AÇIDA GÖRÜNTÜLEYEBİLEN KONTROL TEKNOLOJİSİ

TOMRA InVision2 görüntüleme platformu, tüm özellikleriyle ürünü en geniş açıda görüntüleyebilen mevcut tek kontrol teknolojisi. Diğer boylama makineleriyle karşılaştırıldığında InVision2'nin üç görüş açılı kamera sistemi, en uygun görüntüleme açılarında meyve yüzeyine en yakın konumda bulunuyor. Görüntüleme kabinin içindeki yüksek led aydınlatma özelliği, yüksek pikselli kameralar ile sağlanan üstün görüntü kalitesi sayesinde her türlü dış yüzey hasarının, burun - sap çatlaklarının tespiti ve tanımlanmasını daha da iyileştiriyor. Ayrıca Küçük ve Saplı Meyve Boylama (SFS) makineleri olarak kiraz boylama ve tasnif makinesi, kirazları hat boyunca su içerisinde yürütülerek en nazik şekilde paketleme bantlarına kadar taşıyan bir dizi patentli sistem kullanarak, piyasada bulunan diğer tüm teknolojilerden daha yüksek hassasiyette işlem yapabiliyor.

DÜNYA KİRAZ PAZARI BÜYÜYOR

Dünyada kiraza yönelik talepte çok yüksek bir artış görülürken pazar araştırmacıları, küresel kiraz pazarının önümüzdeki beş yıl içinde %5 ila %10 arasında bir bileşik yıllık büyüme oranıyla genişlemeye devam edeceğini ön görüyorlar. Mustafa Sakarya konuyla ilgili olarak, "Talebi karşılayabilme yarışında dünyanın en büyük kiraz üreticisi olarak Türkiye'nin konumunu korumamız önemli. İster iç ister dış pazar olsun tüketiciler, kirazların tutarlı bir renge, pürüzsüz, sağlam, lekesiz bir kabuğa ve tazeliğin göstergesi olan uzun yeşil saplara sahip olmasını bekliyor. Kirazlar, taşıma hasarlarına karşı çok hassas, ayırma ve boylaması son derece güç meyveler olduğundan bu tarz tüketici talepleri karşılamak büyük bir özen gerektiriyor. Ancak en gelişmiş tasnif ve boylama teknolojileri ile bu beklentileri karşılamak mümkün oluyor" dedi.

2040 YILINDA *sürdürülebilir ambalaj için* ÖNEMLİ TRENDLER



Önümüzdeki on yıl, bilinçli bir tüketim çağını başlatacaktır. Sorumlu paketleme teknolojilerini geliştirmek ve pazarlamak için rekabet yüksek bir noktaya ulaşırken, sorumlu yaklaşımlar, iş birliği ve fikri mülkiyet alışverişi, ortak fayda için galip gelecektir. Unesco'nun 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinden birinin tek kullanımlık plastiklerin önemli ölçüde azaltılması olduğu göz önüne alındığında, tüketiciler, çevre dostu ambalaj kullanımı da dahil olmak üzere sürdürülebilir uygulamaları uygulayan şirketleri ödüllendirecek olup bu sadakati sağlamanın anahtarı eğitimdir. Tüketiciler, markaların neyin "daha az kötü" değil, gerçekten daha iyi olduğunu anlamalarına yardımcı olmasını istemektedir. Çevreye duyarlı ambalaj geliştiren, pazarlayan ve kullanan markalar, ambalaj üreticileri ve perakendeciler, kullanmayanlardan daha başarılı olacaktır. Önemli bir gerçek ise Y kuşağının %44'ü çevre dostu uygulamalara sahip şirketlerden satın almayı tercih etmektedir.

Eğilimler tüm endüstri için aynı olsa da önümüzdeki on yıldaki etkileri ambalaj malzemesine bağlı olarak farklılık gösterecektir. Örneğin, birincil ve ikincil ambalajın yakınsaması, ambalaj malzemelerinin kullanımının azaltılmasını gerektirmektedir. Bu da katlanır kutu ve esnek ambalaj sektörlerinde cam veya metal ambalaja göre daha büyük bir etkiye sahiptir. Buna karşılık, sağlık ve zindelik ürünlerine yönelik artan talep, toplu satış yapan perakendeciler



Prof. Dr. Y. Birol SAYGI
Alanya Üniversitesi

ve dolayısıyla cam veya metal ambalaj sektörleri için daha büyük fırsatları temsil etmektedir. Artan sürdürülebilirlik baskısına rağmen, dönüştürücülerin geri dönüştürülebilirliği ve üretimleri için kullanılan geri dönüştürülmüş ham madde yüzdesini artırması koşuluyla, plastiklerin maliyet, otomasyon ve kalite açısından çekici özelliklerinin birleşik gücü, muhtemelen sert ve esnek plastik alt tabakaları artıracaktır. Kendi paylarına kâğıt ve karton, e-ticaretin büyümesinden yararlanmaya devam edecek olup RFID etiketleri, hızlı yanıt kodları ve diğer Nesnelerin İnterneti teknolojileri gibi çözümlerin uygulanması için ideal malzeme haline gelecektir. Ayrıca cam ve metalin çok kanallılık açısından önemli zorluklarla karşı karşıya olduğu, ancak güçleri, ürün korumaları ve sürdürülebilirlik profillerinin, plastik ambalajları diğer malzemelerle değiştirmek isteyen markalar için onları ilginç bir seçim haline getirmektedir. Geleceğe baktığımızda, ambalajın nasıl çalışacağı, değer zincirinin nasıl göründüğü ve hangi sorunu çözdüğü hakkında düşünmek için marka sahipleri, perakendeciler, yukarı ve hatta aşağı geri dönüştürücülerle çok daha yakın iş birliği kurmaları önemlidir. İnovasyonun sırrı, müşterinin çözemeyeceği en büyük sorunu bulmaktır. Sonra onu nasıl çözeceğinizi düşünüp, bu tek kişilik bir iş olmadığının ve bir ekosistem gerektirdiğinin bilincinde olmalarıdır. Ambalaj şirketlerinin önümüzdeki on yıla hazırlanmak için yaklaşımlarını değiştirmeleri gerekmektedir. İnovasyona, çevikliğe, varlıkların ve kaynakların yeniden tahsisine, iş birliğine ve sürdürülebilirliğe dayalı bir iş modeli geliştirerek dönüştürücüler, geleceğin ambalajının ortaya çıkardığı zorluklara ve fırsatlara şimdiden hazırlanabilirler. Ambalajın geleceğini şekillendirecek temel trendler şunlardır;



Ekonomik ve demografik büyüme: Küresel ekonomideki genel genişlemenin, gelişmekte olan tüketici pazarlarındaki büyümeyle birlikte önümüzdeki on yılda da devam etmesi beklenmektedir. Genel olarak gelirlerin artması ve ambalajlı ürünlere yapılan harcamalar için tüketici gelirinin artması beklenmektedir. Küresel nüfus artmakta olup özellikle Çin ve Hindistan gibi gelişmekte olan önemli pazarlarda kentleşme hızı artmaya devam edecektir. Bu olgu, tüketim mallarına yapılan harcamalar için artan tüketici gelirlerinin yanı sıra modern perakende kanallarına maruz kalma ve güçlenen bir orta sınıfın küresel markalar ve alışveriş alışkanlıkları ile ilişki kurma arzusu anlamına gelmektedir. Özellikle Japonya gibi önemli gelişmiş pazarlarda artan yaşam beklentisi nüfusun yaşlanmasına yol açacak, sağlık ve ilaç ürünlerine olan talebi artıracaktır. Aynı zamanda, kolay açılır çözümlere ve yaşlıların ihtiyaçlarına göre uyarlanmış ambalajlara ihtiyaç vardır. 21. yüzyıl yaşamının bir diğer önemli olgusu, tek kişilik hanelerin sayısındaki artıştır. Bu, daha küçük porsiyon boyutlarında paketlenmiş ürünlere olan talebi artırmaktadır.

Sürdürülebilirlik: Ürünlerin çevresel etkilerine ilişkin endişe yerleşik bir olgudur. Ancak 2017'den beri özellikle ambalajlamaya odaklanan sürdürülebilirliğe olan ilgi çok yüksektir. Bu, merkezi hükümet düzenlemelerine, tüketici tutumlarına ve ambalaj yoluyla iletilen marka sahibi değerlerine yansımaktadır. Plastik atıklara özel bir odaklanma olup yüksek hacimli, tek kullanımlık bir ürün olarak plastik ambalajlar özel bir inceleme altındadır. Alternatif malzemelerle ikame etmek, biyo-bazlı plastiklerin geliştirilmesine yatırım yapmak, geri dönüşümde işlenmesini kolaylaştırmak için ambalajlar tasarlamak ve plastik atıkların geri dönüşümünü ve işlenmesini iyileştirmek de dahil olmak üzere, bunu ele almak için bir dizi strateji ilerlemektedir. Sürdürülebilirlik tüketiciler için önemli bir motivasyon kaynağı haline geldiğinden, markalar çevreye olan bağlılıklarını açıkça gösteren ambalaj malzemeleri ve tasarımlarına giderek daha fazla ilgi duymaktadır. Küresel olarak üretilen gıdaların %40'a varan oranı yenilmediğinden, gıda israfını en aza indirmek, politika yapıcılar için bir başka önemli hedeftir. Modern paketleme teknolojisinin büyük bir etkiye sahip olabileceği bir alandır. Nano-tasarlanmış malzemelerin entegrasyonu da dahil olmak üzere, paketleme bariyeri teknolojisini geliştirmeye yönelik çok sayıda Ar-Ge çalışması yapılmaktadır. Gıda kayıplarının en aza indirilmesi, dağıtım zincirlerindeki atıkları azaltmak ve tüketicilere ve perakendecilere paketlenmiş gıdaların güvenliği konusunda güvence vermek için akıllı ambalajın daha geniş kullanımını da desteklemektedir.

Tüketici eğilimleri: Çevrimiçi perakendecilik için küresel pazar, internet ve akıllı telefonların yaygınlaşmasıyla hızla büyümeye devam etmektedir. Tüketiciler giderek daha fazla çevrimiçi ürün satın almaktadır. Bu olgu gelecekte de artmaya devam edecek ve malları daha karmaşık dağıtım kanallarından güvenli bir şekilde sevk edebilen ambalaj çözümlerine (özellikle oluklu mukavva biçimlerine) yönelik artan bir talep görecektir. Daha fazla insan hareket halindeyken yiyecek, içecek, ilaç gibi ürünleri tüketmektedir. Bu, esnek plastik sektörünün ana yararlanıcılardan biri olduğu kullanışlı ve taşınabilir ambalaj çözümlerine olan talebi artırmaktadır. Tek kişilik yaşama geçişle paralel olarak, daha fazla tüketici (özellikle genç yaş grupları) market alışverişini daha sık ve daha küçük miktarlarda yapma eğilimindedir. Bu, market perakendeciliğinde büyümeyi ve daha uygun, daha küçük boyutlu formatlara olan talebi artırmayı sağlamıştır. Tüketiciler kendi sağlık konularına daha fazla ilgi göstermekte ve bu da daha sağlıklı yaşam tarzlarına yol açmaktadır. Bu nedenle, reçetesiz ilaçlar ve besin takviyelerinin yanı sıra sağlıklı yiyecek ve içecekler (örneğin glütensiz, organik/doğal, porsiyon kontrollü) gibi paketlenmiş ürünlere olan talebi artırmaktadır.

Marka sahibi trendler: Şirketler hızlı büyüyen yeni sektörler ve pazarlar aradıkça, hızlı tüketim malları endüstrisindeki birçok markanın uluslararasılaşması artmaya devam etmektedir. E-ticaret ve uluslararası ticaretin küreselleşmesi, marka sahipleri arasında taklit ürünlere karşı koruma sağlamak ve dağıtımlarının daha iyi izlenmesini sağlamak için RFID etiketleri ve akıllı etiketler gibi bileşenlere olan talebi de arttırmaktadır. Gıda, içecek, kozmetik gibi nihai kullanım sektörlerinde birleşme ve satın alma faaliyetlerinde sanayi konsolidasyonunun da devam etmesi beklenmektedir. Daha fazla marka tek bir sahibin kontrolü altına girdikçe, paketleme stratejilerinin konsolide olması muhtemeldir. 21. Yüzyıl tüketicisi markaya daha az sadıktır. Bu, özelleştirilmiş veya versiyonlanmış paketleme ve onlarla etki yaratabilecek paketleme çözümlerine olan ilgiyi simüle etmektedir. Dijital baskı, bunu yapmak için önemli bir araç sağlamaktadır. Bu, sosyal medyaya bağlanmak için

Bugün	*2040'a kadar*
Yiyeceklerin çoğu birkaç günde bir yerel marketlerden satın alınır, çeşitlilik yerel tedarik zinciri olanakları ve raf alanı sınırlamaları ile sınırlıdır.	Tüm ürünler birkaç tıklama ve birkaç dakika uzaklıkta olacak, hız ve kolaylık sağlayan çok kanallı paketleme çok önemli olacaktır.
Bakkallar, perakendeciler için işlevsel ve yüksek maliyetlidir. Yeni başlayan markalar için giriş engeli azalmaktadır. Tüketiciler için gerekli ve sıradandır.	Perakende ortamları daha deneyimsel hale gelecek, ürün lansmanlarına ve katılıma odaklanacaktır.
Paketleme, minimum düzeyde doğrudan etkileşim veya kişiselleştirme ile toplu pazarlama sağlar. Küresel marka ambalajının bölgesel veya demografik farklılıkları çok azdır veya hiç yoktur.	Ambalaj, son derece özelleştirilmiş veya kişiselleştirilmiş kampanyalar ve sürükleyici teknoloji sayesinde önemli bir tanıtım rolü oynamaya devam edecektir.

bir ağ geçidi sağlayan ambalaj ile entegre pazarlama arzusuyla daha da uyumludur.

Sürdürülebilir gıda ambalajı için gelecekte neler var? Sürdürülebilirlik, tüketici kolaylığı ve ticari zorunluluğun birbiriyle yarışan baskılar, yeni inovasyonları ve paketleme teknolojilerini nasıl şekillendirecek? Bu olgu ambalaj değer zinciri için hangi fırsatları ve zorlukları yaratacak? Bu soruları ve daha fazlasını ele almak için, sektörden temel eğilimleri değerlendirerek 2040'ta sürdürülebilir gıda ambalajına ilişkin bir bakış açısı oluşturmak için yapılan araştırmada, gıda ambalajlarındaki önemli değişikliklerin olasılığına ve etkisine bakmak için dünyanın dört bir yanından ve ambalaj değer zinciri boyunca 200'den fazla ambalaj uzmanıyla anket yapılmıştır. Araştırma, endüstrinin uzun vadede tek kullanımlık plastikler pahasına elyaf bazlı gıda ambalajlarında artış beklediğini göstermektedir. Kullanım ömrü sonu seçenekleri için yeniden kullanım, geri dönüştürülebilirlik ve kompostlaştırmada bir artış görülmesi beklenmektedir. Bununla birlikte, bazı ambalaj malzemeleri, yirmi yıl sonra bile çöp sahasına ve yakmaya gönderilecektir.

Trend 1. Tüketiciler



Sürdürülebilirlik ile Rahatlık Arasında bir seçimi kabul etmezler: 2040'a kadar tüketiciler, sürdürülebilirlik ve rahatlık arasında bir seçime müsamaha göstermeyecek olup her ikisini de bekleyeceklerdir. Markalar, kolaylık ve performanstan ödün vermeden iyi kullanım ömrü sonu seçenekleri sunan ambalaj çözümlerine ihtiyaç duyacaktır. Markalar ve perakendeciler, son yirmi yılda e-ticarete hızlanan bir kanal kayması, start-up'lardan ve çevrimiçi markalardan gelen yeni yıkıcı rakipler ve daha sürdürülebilir olmak için artan baskı ile önemli bir bozulma yaşamıştır. Önümüzdeki yirmi yılda markalar hem değerini hem de temel sürdürülebilirlik hedeflerini uzlaştırmaya çalıştıkça, amaca yapılan vurgu yoğunlaşacaktır. Bunu değişen perakende bağlamında başarmaları ve hız ve rahatlık için artan tüketici talebini karşılamaları gerekecektir. Bu gereksinimleri karşılamak için daha akıllı ve daha özelleştirilmiş paketleme çözümleri gerekli olacaktır. Örneğin markalaşmada giderek daha önemli bir role hizmet edeceğinden, gelecekte ambalaj tasarımının daha da karmaşık olmasını beklenmektedir. E-ticaretin payı arttıkça markaların pazarlama ihtiyaçlarını karşılamak için paketlemeye güvenileceğine inanılmaktadır. E-ticaret, paketlemede daha fazla kişiselleştirme talebini de artıracaktır. Bununla birlikte, pazarlama ve paket performansı gereksinimleri, sürdürülebilirlik hedeflerinden ödün veremez. E-ticaret o kadar hızlı büyüyen bir alan ki, marka sahiplerinin sürekli olarak tüketicileri için ambalaj atıklarını azaltmanın yollarını düşünmelidir. Akıllı paketleme, işlevsellik ve kişiselleştirme, daha fazla sürdürülebilirlik, izlenebilirlik, kimlik doğrulama ve koruma ve daha iyi bir tüketici deneyimi için paketleme için kilit büyüme faktörleri olacaktır. Ambalajın işlevselliği ve çevresel etkisi, satın alma kararı sürecinde çok etkili olacaktır. Kolaylık sağlanacak, akıllı paketleme sayesinde ürünün ve paketin çevresel ayak izi en önemli farklılaştırıcı olacaktır.

Trend 2. Sürdürülebilirlik Katı Bir Hükümet Görevi Olacaktır: 2040'a kadar sürdürülebilirlik; bir marka seçimi değil, katı bir hükümet zorunluluğu olacaktır. Çevresel performans eşik değerlerine ulaşmayan malzemeler ve paket türleri kullanıma sunulmayacaktır. Sürdürülebilirlik, ambalaj endüstrisinde en yüksek profilli konulardan biri haline gelmiş olup tüketici, perakendeci ve marka odağına ek olarak, STK'ların ve düzenleyicilerin de odak noktası haline gelmiştir. Birçok ülke, döngüsel ekonomi ilkelerine daha uygun hale getirilmiş ve ambalaj değişikliklerini yönlendiren mevzuatı uygulamaya koydu veya uygulamaya geçirmeyi düşünmektedir. Geri dönüştürülmüş liflerin kullanımına yönelik bir zorluk, gıda paketleme uygulamalarında geri kazanılmış liflerin kullanılmasını önleyen gıdayla temas yönetmelikleridir. Muhtemelen geri dönüştürülmüş lif kullanımının en

büyük zorluklarından biri, düzenleyici bir sorundur ve geri dönüştürülmüş lif içeren kâğıdın güvenliği göstermek için karşılaması gereken kirletici maddeler (mürekkepler, yapıştırıcılar vb.) için üzerinde anlaşmaya varılmış bir dizi standarda sahip olmaktır. Bu engel AB düzeyinde aşılabilirse, bu büyük bir engeli ortadan kaldıracaktır. Endüstri, daha iyi geri dönüşüm süreçleri, iyileştirilmiş izlenebilirlik ve iyileştirilmiş bariyer özelliklerinin bir kombinasyonu yoluyla "gıda için güvenli" geri kazanılmış elyafın artan kabulü ile önümüzdeki yirmi yılda proaktif değişikliklerin olacağını tahmin edilmektedir. Bu, elyaf bazlı ambalaj sektörü için büyümeyi hızlandıracak ve markaların ürünleri için daha fazla geri dönüştürülebilir ve kompostlanabilir seçenekler bulmasını sağlayacaktır. Bunu sağlamak için tedarik zinciri görünürlüğünde önemli bir artış gerekecektir. İlginçtir ki, küresel olarak tüm katılımcılar bunu son derece etkili olarak görse de sürdürülebilir ambalajın bir hükümet zorunluluğu haline gelme olasılığı konusunda ABD'li ve Çinli katılımcılar arasında belirgin bir fikir ayrılığı vardır. Çin'de daha iyi toplama ve daha fazla altyapı yatırımı yoluyla geri dönüştürülebilirliği önemli ölçüde artırmaya yönelik son girişimler, sektördeki hükümet kontrolünün artmasıyla bunun bölgede zaten büyüyen bir öncelik olduğunu göstermektedir. Yönetmelikler her ülkedeki geri dönüştürülebilirlik trendlerini yönlendirecektir.

Trend 3. Sürdürülebilir Ömür Sonu Hedeflerine Ulaşmadaki Zorluklar: 2040 yılına kadar Elyaf bazlı ambalaj, tüketiciler tarafından en sürdürülebilir ambalaj çözümü olarak algılanacaktır. 2040'a kadar geri dönüşüm, yeniden kullanım ve kompostlama önemli ölçüde artacaktır. Ancak tüm gıda ambalajlarının %21'i hala çöp sahasına ve yakmaya giden yolu bulacak olup bu da birçok markanın sürdürülebilir ambalaj



hedeflerini uyarlaması gerekeceği anlamına gelmektedir. Günümüzde tüketilen ambalajların çoğu geri dönüştürülmemektedir ve düzenli depolama ve yakma en yaygın imha yöntemleridir. Geri dönüşüm oranları, malzemeden malzemeye ve bölgeden bölgeye önemli ölçüde farklılık göstermektedir. Ancak dünyanın her yerinde ambalaj değer zinciri, geri dönüşüm oranlarını artırmanın yollarını bulmak için birlikte çalışır. Özellikle endüstri, depolama ve yakmanın yirmi yıl içinde ambalaj için gerekli bir kullanım ömrü sonu seçeneği olmasını hâlâ beklemektedir. İlerlemenin önünde çok sayıda teknik ve ticari engel olup bu zorluklar, ankete yanıt veren ambalaj liderlerine çok tanıdık gelmektedir.

Sonuç olarak, geri dönüşüm oranlarının önemli ölçüde artacağına dair bir iyimserlik olsa da sektör, tüm ambalajların tahmin tipi çerçevesinde geri dönüştürülebileceğinin gerçekçi olmadığını düşünmektedir. Mevcut durumdaki en önemli değişiklik, yeniden kullanılabilir ambalajın 2040 yılına kadar kullanılan tüm ambalajların %1'inden azından, %20 'sinin üzerine çıkmasıdır. Bununla birlikte, katılımcıların bazıları hem paketleme gereksinimlerinde hem de tüketici davranışında önemli bir değişiklik gerektireceği için daha şüphecidirler. Yeniden kullanılabilir ambalajın %5'in üzerinde büyüyeceği iyimserdirler. Aslında, yeniden kullanılabilir ambalajlarda büyümenin kuru gıdalara ve taze ürünlere odaklanacağı öngörülmektedir. Sektörün en büyük endişelerinden biri, ambalajlar doğası gereği daha geri dönüştürülebilir olsa bile, geri dönüşüm oranlarını iyileştirmek için yeterli geri dönüşüm altyapısının bulunmamasıdır. Döngüsel ekonomi için kritik başarı kriterlerinden biri, sağlam bir geri dönüşüm altyapısının desteklenmesidir. Tüketici davranışları değişse ve daha yüksek bir geri dönüşüm oranı elde etsek, marka sahipleri harika teknolojiler bulsa da geri dönüştürülebilir ambalajlar doğru toplanmaz ve ayrıştırılmazsa, yaşam döngüsünün başlangıcına geri dönmeyecektir. Ayrıca, bazı sektör katılımcıları bu açığı kapatmak için yeterli yatırım alma konusunda şüpheci olmuşlardır. Elyafın geri dönüşüm oranları, başta plastik olmak üzere diğer ambalaj malzemeleriyle karşılaştırıldığında

Bugün	*2040 Tarihinde*
Gelişmiş pazarlarda yerleşik EPR sistemleri, ambalaj malzemelerini etkileyen iklim değişikliği düzenlemelerinin yaygınlığının artması	Fosil yakıt bazlı ve geri dönüştürülemeyen birçok ambalaj malzemesi artık yasaklanmıştır ve şirketler, yeniden kullanılmayan veya geri dönüştürülmeyen ambalajlar için ağır vergiler ve cezalarla karşı karşıya kalmaktadır.
Gıda ile temas eden uygulamalarda geri dönüştürülmüş lif kullanımı, gıda güvenliği/göç endişeleri ve net yasal standartların bulunmaması nedeniyle engellenmiştir.	Gıda için güvenli geri dönüştürülmüş lifler, FDA ve EFSA onaylıdır. Geri dönüşüm teknolojisindeki gelişmeler ve daha iyi tedarik zinciri izlenebilirliği, geri dönüştürülmüş lifin gıda uygulamalarında güvenli kullanımını sağlar.
Tüketiciler, kullandıkları malzemelerin çevresel etkileri ve uygun şekilde imha edilmesi konusunda bilinçli ambalaj seçimleri yapmakta zorlanıyor.	Akıllı paketleme, tüketiciler için bilinçli sürdürülebilirlik seçimleri ve değer zinciri boyunca daha iyi izlenebilirlik sağlayacaktır.

Bugün	*2040 Tarihinde*
Tüm gıda ambalajlarının %1'inden azı yeniden kullanılıyor, döngü gibi pilot girişimler deneme amaçlı uygulanıyor ve hacimler çok düşük.	Gıda ambalajlarının %23'ü, bir dizi perakendeci iade ve mağazada toplama sistemleri yoluyla ve tüketicilerin katılım fiyatı yoluyla teşvik edildiği teslimat yoluyla kullanılabilir.
Gıda ambalajları ağırlıklı olarak plastiktir ve geri dönüşüm oranları nispeten düşüktür. Elyaf bazlı ambalajlar, gıda dışı kullanım için yaygın olarak geri dönüştürülür	Plastik ve elyaf bazlı gıda ambalajları için geri dönüşüm oranları önemli ölçüde arttı. Elyaf bazlı ambalajlar, gıda uygulamalarında kullanılabileceği için döngüselliğe yaklaşıyor
Kompostlanabilir paketleme, maliyet engelleri ve sınırlı imha seçenekleri ile yeni ortaya çıkan bir teknolojidir.	Tüm gıda ambalajlarının %17'si evde kolayca kompostlanabilir

zaten yüksektir ve sektör katılımcıları, geri dönüşüm teknolojileri geliştikçe bu oranların artmaya devam etmesini beklemektedir. Buna ek olarak, artan hükümet zorunlulukları ve gıda için güvenli geri kazanılmış liflerin daha geniş kabulü ile ilgili olarak son bölümde tartışılan eğilimler, bu alanda daha fazla büyüme sağlayacaktır. Anket, endüstri katılımcılarının aynı zamanda tek kullanımlık plastiğin ana ambalaj kullanımından çıkmasını beklediğini öne sürse de bu, polimer bazlı ambalajların gıda uygulamalarında kullanılmayacağı anlamına gelmemektedir. Bunun yerine kullanımı, yüksek mukavemet ve bariyer gereksinimleri olan ve yeniden kullanılabilirliğin gerekli olduğu sağlam uygulamalara odaklanacaktır. Bir senaryo, perakendecilerin ambalajın 'sahibi' olması ve tüketicilerin her kullanımdan sonra ambalajı temiz bir şekilde iade etmeye teşvik edilmesi olabilir. Bu olgu yukarıda önerilen yeniden kullanılabilir paketlemedeki artışla desteklenmektedir. Kompostlanabilirliğe ilişkin yanıtlar, ambalaj için kullanım ömrünün sonunda bir seçenek olarak kompostlaştırmanın hem fizibilitesi hem de arzu edilebilirliği açısından çok geniş bir endüstri algısı olduğunu göstermiştir.

Trend 4. Elyaf Esaslı Ambalaj Hâkim Olacaktır: 2040'a kadar geri dönüşüm, yeniden kullanım ve kompostlama önemli ölçüde artacak, ancak tüm gıda ambalajlarının %21'i yine de depolama ve yakma yolunu bulacaktır. 2040 yılına kadar elyaf bazlı ambalajlar, tüketiciler tarafından en sürdürülebilir ambalaj çözümü olarak algılanacaktır. Ambalaj yenilikleri, yeni gıda uygulamalarında başarılı olmak için daha akıllı, daha etkileşimli ve daha yüksek performanslı elyaf bazlı ambalajı mümkün kılacaktır. 2021'de tüm ambalaj malzemelerinin yaklaşık yarısı, değer olarak küresel pazarın %40'ını temsil eden polimer bazlıdır. Bununla birlikte, tüketicilerin plastiğe karşı duyarlılığı arttıkça ve birçok büyük marka, plastik kullanımını azaltmaya çalışarak yanıt verdikçe, ankete katılanlar, en yaygın paketleme malzemesi olarak elyaf bazlı ambalajın polimer bazlı ambalajı geride bıraktığını görülmesi beklenmektedir. Elyaf ambalaj, sürdürülebilir gıda ambalajı geliştirmek için tek çözüm değil, ancak tüketicilere iletmek daha kolaydır. Elyaf bazlı ambalajın yeni gıda ambalajı pazarlarına girebilmesi için önemli ilerleme kaydedilmesi gerekecektir. Özellikle elyaf bazlı ambalajın, geri dönüştürülebilirlikten ve genel dayanıklılık performansından ödün vermeden bariyer performansını iyileştirmesine olanak tanıyan ambalaj çözümlerinin bulunmasıyla ilgili olarak, ambalaj inovasyonlarında yapılan yenilikler özellikle satılabilirliği ve geçirgenliği artırmak için önemli olabilir. Bununla birlikte, kaplamaların geri dönüşüm ve/veya kompostlanabilirlikte kolayca çıkarılması gerekmektedir. Ambalaj değer zincirinde çalışan ankete katılanlar, bu tür iyileştirmeler sağlanabilir demektedir. Bu vaadi yerine getirmek için, elyaf bazlı ambalajın maliyet performans oranlarını iyileştirmesi ve yeni pazarların gereksinimlerini karşılamak için işlevsellik eklemesi gerekecektir.

Gıda ambalajında, özellikle kuru ve taze ürünlerde plastikten kâğıda orantısız bir geçiş görülmesi muhtemeldir. Kâğıt bazlı ambalajlar için hem yüksek performans hem de geri dönüştürülebilirlik elde etme zorluğu, bazı durumlarda tamamen pazarlama nedenleriyle geri dönüştürülemez kâğıt bazlı ambalajların kullanılması anlamına gelebilir. Markalar ve dönüştürücüler, tüketicinin elyaf bazlı ambalaj algısı konusunda farklı bir bakış açısına sahiptir. Ankete yanıt veren marka sahiplerinin, tüketicilerin elyaf bazlı ambalajları dönüştürücülerden daha çok tercih etmesini bekleme olasılığı daha yüksektir. Blockchain, endüstri 4.0 ve akıllı paketleme gibi gelişen teknolojiler de daha izlenebilir ve uyumlu bir geri dönüşüm sistemi sağlamak için bir araya gelecek. Bu teknolojiler aynı zamanda tüketicilerin uygun kullanım ömrü sonu seçeneklerini daha iyi anlamalarını sağlamanın yanı sıra bir promosyon aracı olarak hizmet edecektir. Kullanım alanını genişletebilmek için elyaf bazlı malzemelerin maliyet etkinliğini artırmamız gerekmektedir.

KAYNAKLAR

» Ellington, R. (2022). The key trends moulding the future of packaging, Packaging Gateway, https://www.packaging-gateway.com/analysis/the-key-trends-moulding-the-future-of-packaging/

» McClelland, J. (2018). What next after Blue Planet?, Future of Packaging, s. 3 file:///C:/Users/SAYGI/Downloads/the-future-of-packaging-chandon.pdf

» Smithers, (2022). Four key trends that will shape the future of packaging to 2028 https://www.smithers.com/resources/2019/feb/future-packaging-trends-2018-to-2028

» Szaky, T. (2019). The Future of Packaging, (1st ed.), Berrett-Koehler Publishers, 320 s.

» UPM, (2022). Sustainable Food Packaging in 2040, 27 s. https://www.upmspecialtypapers.com/sustainable-packaging/sustainable-food-packaging-trends-2040/?gclid=CjwKCAiAuaKfBhBtEiwAht6H76Y0qGYiU1Br2YIlmsx9yYv4_SY7SZ3YVTqAsl3RPssjm-r_D2YZnxoCBy4QAvD_BwE

Ekin Ailesi, MIT eşanjörler ile gıda üretiminde değer yaratıyor

Ekin Endüstriyel A.Ş. tarafından üretilen MIT paslanmaz plakalı eşanjörler, süt ve süt ürünleri, meyve suyu, konserve gıda endüstrisi, alkollü içecekler ve hazır yemek gibi birçok sektörde ürünlerin raf ömrünü uzatıyor.

Gıda endüstrisinde adından sıkça söz ettiren Ekin Endüstriyel A.Ş., üretimlerine hız kesmeden devam ediyor. Firma, hijyen standartlarını yukarıya taşımak, su ve enerjiden maksimum tasarruf sağlamak için AR-GE departmanıyla maksimum verimlilik adına çalışmalarını sürdürüyor. Bununla birlikte paslanmaz plakalı eşanjör üretiminde de müşteri taleplerine göre oldukça titiz çalışarak, ihracat kapasitesini de artırıyor.







GIDALARIN RAF ÖMRÜNÜ UZATAN TEKNOLOJİLER

Pastörizasyon eşanjörü olarak da bilinen paslanmaz plakalı eşanjörler, özel paslanmaz dokularıyla sütü yüzeylerinde eşit dağıtarak homojen bir pastörizasyon sağlıyor. Bu işlem mikroorganizmaların büyük ölçüde öldürülmesi veya etkisiz hale getirilmesi için uygulanarak gıdaların raf ömrünü uzatıyor. Su, enerji ve kimyasallardan tasarruf ediyor. Burada akla ilk gelen gıda süt olsa da, meyve suyu, peynir altı suyu ve salamura gibi farklı gıdalarda da tercih ediliyor. Süt ve süt ürünleri, meyve suyu, konserve gıda endüstrisi, alkollü içecekler ve hazır yemek gibi birçok endüstride kullanım olanağı sunan paslanmaz plakalı eşanjörler, ürünlerin raf ömrünü uzatıp, hijyenik ve etkili bir şekilde işlenmesine yardımcı oluyor. Bira ve alkollü içeceklerde ise mikrobiyal kontaminasyonu önleyerek kaliteyi koruyor.

Plakalı eşanjörlerde yenilikçi imalat anlayışıyla MIT'i üreten Ekin Ailesi, paslanmaz plakalı eşanjör üretimi konusunda da insan sağlığını oldukça önemsiyor.

EKİN ENDÜSTRİYEL A.Ş.'DEN NORVEÇ'E ÖZEL İMALAT SOĞUTUCU

Kaliteli ve prosesin ihtiyacına uygun ürünler geliştirerek sektörde yerini alan Ekin Endüstriyel A.Ş. özel imalat alanında da yenilikçi sistemlerle müşterilerinin taleplerini karşılıyor. Norveç'te bir balık çiftliğinden gelen sipariş üzerine özel yapım soğutucu üreten firmanın mühendisleri bir başarıya daha imza attı. Sistem, yüksek basınçlı ısı pompası sayesinde hem ısıtma hem de soğutma yapabiliyor. Özel yazılımı sayesinde herhangi bir operatöre ihtiyaç duymadan çalışabilen bu soğutucu, endüstri, 4.0'a uygun bir şekilde dizayn edildi. Ürün, yaz ve kış aylarındaki sıcaklığa göre balık havuzunu sabit bir ısıda tutabiliyor.

IRAK'TA İLAÇ FABRİKASI İÇİN ORTAM ISITICI ÜRETİMİ

Ekin Endüstriyel A.Ş., özveri ve fedakarlıkla çalışarak ihracat konusunda hızla büyüyor. Müşteri taleplerini karşılama konusunda her gün kendini geliştirmekte olan firma, Irak'ta bir ilaç fabrikası için ortam ısıtması üzerine özel imal ettiği ürünü teslim etti. Prosese uygun otonom sistemlerinde ilklere imza atan Ekin Ailesi, ürünü endüstri 4.0'a uygun bir şekilde, kullanıcının konforunu ön plana çıkaracak şekilde tasarladı. Beklenti ve taleplere cevap veren özel ısıtıcı, mobil erişimle de uzaktan kontrol yetkisi sunuyor. Otomasyonun, operatörü bilgilendirme, sesli ve ışıklı arıza bildirimi verme, otomatik açma-kapama ve tatil dönemlerinde sistemin kendini kapatması gibi birçok fonksiyonu bulunuyor.

meyed



12th JUICEFUL ISTANBUL SUMMIT

21 September 2023

Radisson Collection Hotel, Vadistanbul

Hosted by meyed | Supported by AIJN EUROPEAN FRUIT JUICE ASSOCIATION, IFU, SGF

For more information:
ipekisbitiren@meyed.org.tr
juicefulistanbul.org

Eksun Gıda'nın AR-GE merkezi ihtiyaca göre UN GELİŞTİRİYOR



Türkiye'nin lider un üreticileri arasında yer alan Eksun Gıda, inovatif ve insan odaklı çalışmalar yürüten AR-GE merkezinden aldığı güçle kendi sektöründe öncü bir rol üstleniyor. Bugüne kadar sosyal fayda sağlayan ürünleri tüketiciyle buluşturan firma, bu yıl 60'ıncı yılını kutlayan ve un pazarının önemli markalarından olan Sinangil ile "ihtiyaca göre un" vizyonuyla yenilikçi projelere imza atıyor.

Eksim Holding bünyesinde faaliyet gösteren Türkiye'nin lider un üreticilerinden Eksun Gıda, sağlıklı ve nitelikli gıdada sürdürülebilirliği desteklemek amacıyla AR-GE ve inovasyon odaklı yenilikçi adımlar atmayı sürdürüyor. Yıllık 600 bin ton un üretim kapasitesine; un çeşitleri, ekmek karışımları, nişastalar, pişirme yardımcıları, pastacılık ürünleri, glutensiz unlar ve atıştırmalıklar ile 200'den fazla ürün çeşidine sahip olan Eksun Gıda, Türkiye'de un pazarında lider kuruluşlardan biri konumunda bulunuyor.

İkisi Tekirdağ'da, biri Konya'da olmak üzere yaklaşık 96 bin metrekare açık ve kapalı alana sahip üç ayrı tesiste üretim gerçekleştiren şirket, 30'dan fazla ülkeye ihracat gerçekleştiriyor. Eksun Gıda, 2022 verilerine göre Türkiye'nin en büyük şirketlerinin sıralandığı Fortune 500 ve Capital 500 listesinin yanı sıra Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) hazırladığı "Türkiye'nin İlk 1000 İhracatçı Firması" arasında yer alıyor.

60. yaşını kutlayan Sinangil'i bünyesinde barındıran Eksun Gıda, Sinangil Gluten Yok markasıyla da glütensiz unlu mamüller pazarının en önemli oyuncularından biri. 2020 yılında Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı onayı ile kurulan AR-GE merkezinde tüketici ihtiyaçlarına göre yenilikçi çalışmalara imza atan şirketin gıda ve un pazarına getirdiği yenilikçi yaklaşımlarını, Eksim Holding Gıda Grubu Başkanı ve Eksun Gıda Genel Müdürü Ahmet Demir aktardı.

"GLÜTENSİZ ÜRÜNLER TİCARİ FAYDANIN ÖTESİNDEYDİ"

Kuruluşundan bu yana Eksun Gıda'nın hane ve ev dışı tüketim kanalları için farklı ihtiyaçlara yönelik, ayrışan özelliklerde çok sayıda ürün geliştirdiğini ifade eden Ahmet Demir, örnek olarak baklavalık-böreklik-mantılık un, ekmeklik-poğaçalık-simitlik un, makarna-pizza hamuru için ideal sarı semolina unu, antioksidan nitelikli mor un, kek unları, ekmek karışımları gibi ürünleri sıralıyor. Ürün geliştirme süreçlerinde kazandıkları deneyimi AR-GE çalışmalarına nasıl aktardıklarını ise şu sözlerle anlattı: "Çölyak hastası tüketicilerin taleplerine kulak vererek 2006'da Sinangil ile Türkiye'nin ilk paketli glütensiz ununu ürettik. Ticari faydanın çok ötesindeki bu adımı atarken kurumsal sosyal sorumluluk anlayışıyla hareket ettik. Daha sonra fenilketonüri (PKU) hastaları için geliştirdiğimiz düşük proteinli nişasta karışımıyla eş zamanlı glütensiz un plus, karabuğdaylı un gibi ürünlerle portföyümüzü çeşitlendirdik. Ardından, glutensiz ekmek ve atıştırmalıkları tüketiciyle buluşturmak hedefiyle kendi bilgi birikimimiz, öz sermayemiz ve altyapımızı kullanarak AR-GE çalışmalarına yoğunlaştık. Hammadde deneme ve reçetelendirme süreciyle eş zamanlı hat kurulum çalışmalarımızı tamamladık. Nihai ürünlerde belirli bir aşamaya ulaştığımızda çölyak dernekleriyle iletişime geçerek buralara numuneler gönderdik. Aldığımız geri bildirimler neticesinde gerekli modifikasyonları gerçekleştirerek ürünlerimizi nihai hale getirdik. 2022 yılının ilk çeyreğinde 'Sinangil Gluten Yok' markası altında glütensiz ekmek ve atıştırmalık ürünlerimizi



Ahmet Demir





tüketicilere sunmaya başladık. Geldiğimiz noktada glütensiz un pazarının lideriyiz.”

Ahmet Demir, çölyak hastaları için geliştirilen un ve nihai ürünlerin yanı sıra diyabet hastaları için yürütülen çalışmalara hız vereceklerinin altını çiziyor.

TECRÜBE YENİLİKLE BULUŞUYOR

Geçmişten gelen deneyim ve tecrübelerini, yenilikçi ürünler geliştirme heyecanıyla çalışmalarına yansıttıklarını ifade eden Demir, “Koşulların, beklentilerin ve ihtiyaçların hızla değiştiği günümüzde, kusursuz müşteri memnuniyetini sağlamanın en iyi yolunun müşterilere özel çözümler sunmaktan geçtiğine inanıyoruz. Özellikle nitelikli AR-GE projelerinin yürütülmesine öncelik veriyoruz. Geliştirdiğimiz projelerin; araştırma yoğunluklu, uluslararası rekabetçiliği yüksek, ulusal ve uluslararası bilgi kaynağına katkı sağlayacak, üniversite, sanayi ve kamu kuruluşu iş birliklerine öncelik veren projelerden oluşmasına dikkat ediyoruz” diye konuştu.

EKSUN AR-GE’NİN İKİ DAYANAĞI: TEKNOLOJİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Eksun Gıda AR-GE olarak kısa, orta, uzun vadeli teknolojik ve inovatif çalışmaların öngörülebilmesi için ‘Teknoloji Yol Haritası’ oluşturduklarının altını çizen Demir, “Dünyadaki ve Türkiye’deki gıda sektörü trendlerini inceliyor, fırsatların risk analizini gerçekleştiriyoruz. Bu kapsamda AR-GE merkezimizdeki çalışmaları, şirketimizin büyüme planları ekseninde sürdürüyoruz. Gıda teknolojileri alanında dünyadaki gelişmeleri takip ediyor, şirketimize entegre edebileceğimiz iş modelleri ve teknolojiler üzerine araştırmalar gerçekleştiriyoruz. Şirketimiz ve AR-GE merkezimiz, bütünleşik ve birbirini benimseyen bir yaklaşımla sürekli gelişmeye devam ediyor” dedi. Sürdürülebilirlik noktasında da rakiplerden ayrıştıklarını belirten Demir, “Eksun Gıda olarak bölgede ve Türkiye’de faaliyet gösteren tohum firmalarıyla ve üniversitelerin ziraat fakülteleriyle iletişim halindeyiz. Kuraklığa ve değişen iklim koşullarına dayanıklı buğday çeşitlerinin belirlenmesi için iş birliği, analiz desteği ve bilgi alışverişi yapıyoruz. Ayrıca AR-GE merkezimizin projeleriyle ülkemizin farklı üniversiteleriyle çalışarak akademik bilgi sağlıyor, yeni ve güncel konuları takip ediyoruz” ifadelerini kullandı.

DİYABET HASTALARINA ÖZEL ÜRÜN ÜZERİNDE ÇALIŞILIYOR

AR-GE faaliyetleri kapsamında diyabet hastalarına yönelik ürünler de geliştirmeyi hedeflediklerini belirten Ahmet Demir, “Tamamlanan diğer çalışmalarımız arasında, özel bir kimya firması iş birliğiyle geliştirdiğimiz bitkisel kaynaklı ‘Diyabetik Hastalara Yönelik Doğal Gıda Katkı Malzemesi Geliştirilmesi’ projemiz bulunuyor. Birinci etabını başarıyla tamamladığımız multidisipliner bir çalışma olan projeyle, diyabetik hastalar için özel bir ürün geliştirilmesini hedefliyoruz. Namık Kemal Üniversitesi ile birlikte yürüttüğümüz ‘Baklagiller ile Un Zenginleştirilmesi’ projemiz ise bir üniversite-sanayi iş birliği olarak öne çıkıyor. Projeyi; baklagillerin un zenginleştirme süreçlerine etkisini gözlemleyen bir çalışma olarak tanımlayabiliriz” şeklinde çalışmaları özetledi.

EKSUN GIDA’NIN 3 YENİ AR-GE PROJESİ

1) Hamur bileşenlerinin ekmek kalitesi üzerindeki etkisinin araştırılması: Aynı lokasyonda farklı ekmek kalitelerinin ortaya çıkmasıyla ilgili bu projeyle, hamurda önemli rol oynayan su ve diğer girdilerin kalitesinin, nihai ürünü ve hamur kalitesini nasıl etkilediğinin sayısal verilerle ortaya koyulması hedefleniyor.

2) Gıda üretiminde ortaya çıkan atıl ya da yan ürünlerin katma değerinin araştırılması: Gıda sanayinde yan ya da atıl olarak ortaya çıkan ürünlerin katma değerli hale getirilmesine yönelik bu çalışma ile ekmeğin tat, koku gibi fiziksel özelliklerinin iyileştirmesi ve doğal yollarla kalitesini artırılması amaçlanıyor.

3) Tıbbi ve aromatik bitki ekstraktlarının hamur ve ekmek kalitesi üzerine etkilerinin araştırılması: Bu projede, farklı gıda ürünlerinde kullanılan tıbbi ve aromatik bitki ekstralarını, unlu mamullerde deneyerek, doğal yollarla nihai ürünün zenginleştirilmesi hedefliyor. Özellikle bazı tıbbi ve aromatik bitkiler içerdiği lifler ve antioksidan özellikleriyle hamur gelişimini ve fortifikasyonunu (güçlendirme) destekliyor.

İLK 6 AY FİNANSAL SONUÇLARI

60 yılı geride bırakan Sinangil ve Sinangil Gluten Yok markalarıyla 200’ü aşkın ürün çeşidini bünyesinde barındıran Eksun Gıda, 2023 yılı ilk altı ay finansal sonuçlarını paylaştı. Yapılan açıklamaya göre Eksun Gıda, 2023 yılının ilk altı ayında yüzde 48’lik artışla 224,7 milyon TL’lik net kârını kamuoyuna duyurdu. Şirketin 2023 yılının ilk altı aylık dönemindeki cirosu, geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 47 artarak 2,4 milyar TL’nin üzerinde gerçekleşti. Eksun Gıda Genel Müdürü Ahmet Demir yaptığı açıklamada, “Ülkemizin lider un üreticisi olarak sürdürülebilir büyümemize ivme kazandırmaya devam ediyoruz. Yükselişimizde en önemli pay, yüzde 21 ile ihracat rakamlarımıza ait. İhracat gerçekleştirdiğimiz 30’dan fazla ülke arasına, yılın ilk 6 ayında Dubai ve İngiltere’yi de dahil ederek hacmimizi genişlettik” ifadelerini kullandı.

Stresli Olduğumuzda Neden Tuzlu Atıştırmalıklara Hayır Diyemeyiz? “Tuzlu Atıştırmalıkların Kalbi Peynir Tatları”



Dilek Altay
Aromsa Teknik Satış Müdürü



Innova Market Insights 2023 (YTD) raporlarına göre global tuzlu atıştırmalık pazarı yaklaşık 128 milyar dolar. Bu pazar patates cipsi, ekstrude cipsler, mısır patlağı, meyve ve sebze kuruları, kuruyemiş gibi alt kategorileri içeriyor. Buna karşılık tuzlu bisküvi ve kraker kategorisinin global pazar payı ise 19 milyar dolar. Pazarın büyüme rakamlarına bakıldığında tuzlu atıştırmalık pazarı son bir yılda %3,8 büyürken, tuzlu bisküvi ve kraker pazarı %2.7 büyüme kaydetmiş görünüyor. Yeni ürün lansmanları açısından tuzlu atıştırmalıklar %1,5 artış gösterirken, tuzlu bisküvi ve kraker yeni ürün lansmanlarındaki artış %0,7. Bu rakamlara bakıldığında tuzlu bisküvi ve kraker pazarı, toplam tuzlu atıştırmalık pazarına göre daha küçük bir pazar. Alt kategorilere baktığımızda ise cipsler; yenilikçi yaklaşımlar, inovatif tat ve tekstürler açısından tüm kategorinin sürücü gücü gibi görünüyor.

TUZLU ATIŞTIRMALIKLARIN TÜKETİMİNİ ARTIRAN FAKTÖRLER NELER?

Atıştırmak açlık bastırmanın yanında duygu durumuyla ilgili bir davranıştır. Tatlı atıştırmalıklar daha çok kendimizi ödüllendirmek ve şımartmak için tüketilirken, tuzlu atıştırmalıklara çoğu zaman stresli zamanlarda yöneliriz. Tabii ki bunun bilimsel bir nedeni var. Tuzlu atıştırmalıklar aslında vücudunuzun stres seviyesini düşürmesine yardımcı olur. Nasıl mı? Stres, insan vücudunda ‘stres hormonu’ olarak adlandırılan kortizol hormonunun yüksek seviyeleriyle karakterize edilir. Florida Üniversitesi’nde yapılan bilimsel araştırmalar hem hayvanlarda hem de insanlarda artan tuz tüketiminin kortizol düzeylerini düşürmede çok etkili olduğunu göstermiştir. Dahası araştırmacılar, tuz seviyeleri arttığında vücudun oksitosin seviyelerinin arttığını bulmuşlardır. Oksitosin zevk, rahatlık ve güvenli bağ kurmayla ilişkili bir iyi hissetme hormonudur.

aromsa
YARATICI LEZZET ORTAĞINIZ



ABD Ulusal Sağlık ve Beslenme Muayene Anketi’nden elde edilen veriler, daha az tuz tüketen kişilerde depresyon ve stresin daha yüksek olduğunu göstermiştir; bu eğilim, kadınlarda erkeklerden daha yaygındır. Bu araştırmalara göre tuzlu yiyecekleri aşermek, günlük stresle başa çıkmak için geliştirdiğimiz biyolojik bir savunma mekanizması olabilir. Yaz aylarında tuzlu atıştırmalık tüketiminin kışa oranla artması da tuz ihtiyacımızla ilgilidir. Çünkü terle birlikte sadece vücudumuzdaki suyu değil tuzun da dahil olduğu elektrolitleri de kaybederiz ve metabolizmamız kaybettiği elektrolitleri almak için tuzlu gıdalara aşererek bu ihtiyacı karşılamayı hedefler. Dolayısıyla tuzlu atıştırmalıklar günlük yaşamımızda hem elektrolit dengesini sağlamak hem de mod düzenleyici, stres azaltıcı olarak önemli bir etkiye sahiptir.

PEKİ “NİBBLİNG ETKİSİ” NEDİR?

Tuzlu atıştırmalıkların tüketimini artıran bir diğer faktör de “nibbling” etkisidir. Türkçeye kemirmek diye çevrilse de aslında nibbling, bir şeyi çok küçük



lokmalar alarak yemek ya da bir şeyi nazikçe ve tekrar tekrar ısırmak şeklinde tanımlanıyor. Bu tanım çoğunlukla çekirdek, kuruyemiş, cips, kraker gibi tek lokmalık ve bir süre devam eden yeme biçimleri için kullanılır. Bu tekrarlayan ve süreklilik arz eden hareketler sinir sistemini yatıştırıcı etkiye sahiptir.

Tuzlu atıştırmalıkların stres azaltıcı, sakinleştirici etkisinden yararlanmak için atıştırmalığın diğer bileşenlerinin de bu amaca uygun olması gerekir. Yani ürünün bileşenleri proteince, lifce, vitamin ve minerallerce zenginleştirilirse tuzlu atıştırmalıklar sadece kısa süreliğine stres ve anksiyete azaltıcı bir etki sunmanın yanında uzun vadede sağlıklı olmamız için imkan sağlayacaktır. Ayrıca kalp, tansiyon gibi kronik rahatsızlıkları olanların günlük tuz alım miktarlarını da dikkate almaları gerekmektedir.

TUZLU ATIŞTIRMALIKLARDA ÖNE ÇIKAN TATLAR

Innova Market Insights'ın 2016-2022 yılları arasında hem tuzlu atıştırmalıklar hem de tuzlu kraker ve bisküvi kategorilerinde öne çıkan aromalar listesine baktığımızda ilk sırada peynirin yer aldığını görüyoruz. Listede ayrıca parmesan ve çedar peynir tatları da öne çıkıyor.

Global oyuncular bu trendi ürünlerine inovatif şekillerde yansıtmaya devam ediyor. Sadece "peynirli" demek artık yeteri kadar ilgi çekici değil. Ürünlerini peynirin çeşidine, elde edildiği coğrafi bölgeye, prosesine hatta rengine vurgu yapan isimlendirmelerle konumlandırarak özellikle Z kuşağı tüketicileri hedefliyorlar. Peynir tek başına çok zengin ve lezzetli bir tat olmanın yanında iyi bir eşlikçi. Yani peynir; kekik, biberiye, nane, fesleğen gibi baharatlar ile domates, zeytin gibi kahvaltı tatları ile hatta soğan, mantar ve et tatları ile de kombinlenebildiği için tuzlu atıştırmalık ürünler için vazgeçilmez bir tat.

Hatta bölgesel tat tercihlerine baktığımızda Asya Pasifik bölgesinde füzyon tatlar olarak tatlı ile tuzlu kombinasyonlarında da peynir tadı önemli bir rol oynuyor.

AROMSA OLARAK YENİ NESİL PARMESAN AROMA PORTFÖYÜMÜZÜ OLUŞTURDUK

Biz de Ar-Ge ve inovasyon ekibimizle birlikte güncel ham maddelerle geliştirdiğimiz ve yeni tat tercihleriyle uyumlu olabilecek yeni nesil parmesan aroma portföyümüzü oluşturduk. Bu aromaları, geliştirdiğimiz kraker reçetelerinde pilot tesislerimizde optimum dozajlarda uyguladık. Uygulanan aromaların bir kısmı hamur içi uygulamaya özel geliştirilen ısıya dayanıklı aromalar iken, bir kısmı da serpme/kaplama uygulamaları için geliştirilen yoğun tatları deneyimleyebileceğiniz aromalar. Aromalarımıza eşsiz, dolgun ve doğal bir tat profili kazandırmak için kendi üretimimiz olan "Enzim Modifiye Peynir" tozlarını kullandık. Kraker ve cips olmak üzere 14 çeşit üründen oluşan yeni portföyümüzü iş ortaklarımızın beğenisine sunuyoruz. Bu uygulama alanları sadece birer örnek olup yeni parmesan portföyümüz kraker ve cipsin yanında çerezlerin kaplanması, dip soslar gibi diğer uygulama alanlarında da değerlendirilebilir.

Yeni parmesan portföyümüz ile ilgili daha fazla bilgi için web sayfamızı inceleyebilirsiniz: www.aromsa.com.tr





Muratbey'in zenginleştirilmiş ürünleri yaşama değer katıyor


Necmi Erol

Sağlıklı yaşamı destekleyen ürünleri ve inovasyondaki öncülüğüyle sektörde öne çıkan Muratbey Gıda'nın Yönetim Kurulu Başkanı Necmi Erol, "D vitamini, prebiyotik ve benzeri değerlerle zenginleştirilmiş inovatif ürünlerimizle, tüm dünyada hâkim olan sağlıklı yaşam trendine uygun yenilikçi, güvenilir ürünler geliştiriyoruz. Bilim, Ar-Ge, üniversite ve uzman iş birlikleriyle farkındalık oluşturmak ve halk sağlığına katkı sağlamak için çalışıyoruz. Tüm faaliyetlerimizde kalite ve inovasyon odak noktamız" dedi.

Peynir sektörüne adım attığı 1965'ten beri istikrarlı bir şekilde yükselen büyüme oranıyla tüm dünyaya adını duyuran Muratbey, Türkiye çapında ve 5 kıtaya yayılan ihracat pazarlarında büyük ilgi gören ürünleriyle 'özel peynirler' kategorisindeki liderliğini koruyor. Halk sağlığını destekleyecek önemli çalışmalara imza atan Muratbey, D vitaminiyle zenginleştirilmiş inovatif ürünleriyle de bağışıklığın güçlendirilmesine önemli katkılar sağlıyor. Muratbey Gıda Yönetim Kurulu Başkanı Necmi Erol, "Türkiye de ve birçok ülkede gerçekleştirdiğimiz araştırmalara dayanarak toplum sağlığı için çok kritik olan ve dünya çapında eksikliği yaşanan D vitamini başta olmak üzere prebiyotik, whey protein gibi önemli değerlerle zenginleştirilmiş inovatif ürünler geliştiriyoruz. Bu yenilikçi ve güvenilir peynirlerimiz ile tüm dünyada hâkim olan sağlıklı yaşam trendi ile gelen ihtiyaçları proaktif şekilde karşılıyor, sektördeki öncülüğümüzü devam ettiriyoruz" dedi.

Marka olarak yıllardır bünyelerinde bulunan iki Ar-Ge merkeziyle halk sağlığına katkı sağlamak için çalışmalar yaptıklarını anlatan Erol, "Ar-Ge çalışmalarımızın odağında zenginleştirilmiş ürünler var. Muratbey Plus alt markasıyla sunduğumuz bu peynirlerimizin sadece 100 gramları, TC Sağlık Bakanlığı Türkiye Beslenme Rehberi (TÜBER)'e göre 2 yaş üstündeki tüm bireylerin günlük D vitamini gereksiniminin % 33 'ünü tek başına karşılıyor. 'Kalite ve İnovasyon' odak noktamız. Bu doğrultuda bir sosyal sürdürülebilirlik projesi olarak da



gördüğümüz 'Zenginleştirilmiş Peynirler' projesi kapsamındaki son ürünümüz Kaymaklı Plus. D vitamini, Prebiyotik ve whey (serum) protein içeriğiyle bağışıklık, kas gelişimi ve sindirim sistemlerine destek olan ve aynı zamanda az tuzlu olan Muratbey Plus Kaymaklı; özellikle spor yapanlar, çocuklar ve tüm sağlıklı beslenmek isteyenler için son derece değerli bir içeriğe sahip. Muratbey Plus Kaymaklı 'nın 100 gramında 5 mcg D vitamini bulunuyor. TGK 'ye göre Muratbey Plus Kaymaklı'nın 100 gramı günlük kalsiyum ihtiyacınızın %88'ini ve fosfor ihtiyacınızın %93'ünü karşılamaya yetiyor. Ekim ayında Güvenilir Ürün Zirvesi kapsamında düzenlenen Feed the Future Ödül Töreni'nde de Süt Ürünleri ve Çocuk Gıda kategorilerinde bağışıklığı destekleyen D vitaminli şekil şekil peynirimiz Misto ile iki dalda ödül aldık" şeklinde konuştu.

"MURATBEY SAĞLIKLI NESİLLER İÇİN ÇALIŞIYOR"

Ar-Ge ve inovasyona verdikleri önem ve uzun yıllardır süren yoğun çalışmalar sonucunda hayata geçirdikleri "Muratbey Zenginleştirilmiş Peynirler" projesinin örnek bir sosyal sorumluluk projesi olduğunun altını çizen Necmi Erol, "Muratbey, D vitaminiyle zenginleştirilmiş ürünleriyle gelecek nesillerin sağlıklı ve sürdürülebilir gıdalarla beslenmesi yönünde çalışıyor. Aynı zamanda Sürdürülebilir Gıda Platformu (SGP) üyesiyiz, sektörümüzle birlikte gıdanın geleceği için çalışıyoruz. SGP bünyesinde Sorumlu Tüketim ve Sağlıklı Beslenme Grubu Eş Başkanı

olarak başta gıda güvenliği ve gıdaların doğru saklanması konuları olmak üzere tüketicinin bilinçlendirilmesi yönünde çalışmalar yürütüyoruz. İnsanların sağlıklı, besleyici gıdaları sürdürülebilir şekilde tedarik edebilmesi için üretimden tüketime her halkada en yüksek verimliliğe ulaşmayı sağlayacak çalışmalar planlıyoruz" ifadelerini kullandı.

DAHA İYİ BİR GELECEK İÇİN "DOĞRU BESLEN MUTLU YAŞA" PROJESİ

Sosyal sorumluluk projelerine önem veren bir marka olduklarını vurgulayan Erol, "Toplumun genelinde görülen D vitamini eksikliğine dikkat çekmek için Zenginleştirilmiş Peynirler projemizi hayata geçirmiştik. Sağlıklı nesillere katkı sağlamak adına hayata geçirdiğimiz Doğru Beslen Mutlu Yaşa projemizle de bu yöndeki çalışmalarımızı destekledik. 'Doğru Beslen Mutlu Yaşa' projesinde yoğun bilgi kirliliğinin önüne geçmek için Prof. Dr. Muazzez Garipağaoğlu'nun desteğiyle doğru beslenme ve bağışıklık konularında halkımızı bilimsel ve doğru bilgilerle aydınlatmayı amaçladık" diye konuştu.

"PEYNİRLERİMİZ AB'DE VE ABD'DE BÜYÜK İLGİ GÖRÜYOR"

Muratbey'in, Türk peynirciliğinin yeni pazarlara tanıtılması adına önemli bir misyon üstlendiğini belirten Erol şöyle devam etti: "TURQUALITY® kapsamında süt ürünleri üreticisi olan yalnızca 3 firmadan biri ve tek peynir markasıyız. 2008'de yurtdışına açılarak 60'a yakın ülkede marka tescili aldık. 2013'den bu yıla ihracat yaptığımız ülke sayısı 2,7 kat arttı. 2018'den beri Türkiye'den AB ülkelerine sürekli yükselen bir grafikle peynir ihraç ediyoruz. Almanya, Fransa, İngiltere, Belçika, Danimarka, Avusturya ve Hollanda başta olmak üzere Avrupa Birliği ülkelerine ihracat yapıyoruz. Bu döneme kadar Avrupa Birliği ülkelerine peynir ihracatını sürdürülebilir şekilde başaran öncü markayız. Şu anda Avrupa Birliği ve Ortadoğu ülkeleri, ABD ve Türki Cumhuriyetler ağırlıklı olmak üzere 25 civarında ülkeye ihracatımız var. Avrupa ülkelerine Burgu, Kaymaklı, Topi, Sürmeli, Misto, Naturena çeşitleri, Plus serisi D vitaminli yenilikçi peynirlerimiz yanında Anadolu Lezzetleri, Antep, Örgü, Izgara Peynir, Van Otlu Peynir ve Tel Peynir gibi yöresel çeşitlerimizi de içeren geniş bir ürün gamı ile ihracat yapıyoruz. Türkiye'den aldığımız gücü ve kaynağı inovasyonla harmanlayarak global bir oyuncu olma yolunda ilerliyoruz."

"ATIK YÖNETİMİ VE İNOVASYON ODAKLI ÇALIŞIYORUZ"

Muratbey olarak paydaşlarıyla birlikte sürdürülebilir ve güvenli gıda, gıdada atık yönetimi ve israfın önlenmesine yönelik olarak çalışmalarını sürdürdüklerini belirten Erol; "Tüm üretim süreçlerimizde çevreyi de düşünüyor ve bunun için inovatif çözümler geliştiriyoruz. Birleşmiş Milletler'in Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları arasında bulunan 'Gıda kayıp ve israflarının 2030 yılına kadar yarı yarıya azaltılması' hedefine yönelik yürütülen WRI 10x20x30 girişiminde gönüllü olarak



yer aldık. Sürdürülebilir Gıda Platformu üyesi olarak üretimden tüketime kadar tedarik zincirinin tüm aşamalarında israfın önlenmesi için yürüttüğümüz çalışmalara ivme kazandırıyoruz. Su ve enerji tasarrufu projelerine odaklı olarak çalışıyoruz. Güneş enerjisi santrali (GES) projesiyle öz tüketimimizin yıllık yüzde 40-45 oranında enerjisinin sağlanması planlanmıştır. GES sayesinde bugüne kadar 6 milyon 708 bin 823 adet ağaç kurtulurken 2 bin 281 kiloton karbon salınımı da engellenmiştir. Bunun yanı sıra enerji verimliliği projelerimizle de karbon salınımını azaltmak için planlamalar yapıyoruz. Muratbey olarak geleceğimizin teminatı ve daha mutlu günlerin sigortası olan sürdürülebilirlik konusundaki adımlara hem kendi içimizde hem de Sürdürülebilir Gıda Platformu'nda olduğu gibi farklı platformlarda elimizden geldiğince destek vereceğiz" dedi.

MURATBEY, LEZZETİN TARİFİ'YLE BRANDVERSE AWARDS'DA 5. KEZ ALTIN ÖDÜL ALDI

Muratbey, Brandverse Awards'da veri analitiği dalında süt ürünleri kategorisinde üst üste 5. kez altın ödülün sahibi oldu. Deloitte Türkiye Danışmanlık Lideri Hakan Göl'den ödülü takdim alan Muratbey İletişim ve İş Geliştirme Direktörü Gülnur Uluğ, yaptığı açıklamada, üst üste beşinci kez altın ödülü kazanan bir marka olmanın gurur verici olduğunu belirterek şunları söyledi: "Brandverse Awards pazarlama, iletişim ve reklam çalışmalarıyla öne çıkan markaların sosyal medya performanslarını ölçen çok değerli bir organizasyon. Bizler Muratbey Lezzetin Tarifi başlığı altında yaptığımız birbirinden başarılı ve özgün içeriklerle gerek takipçi kitlemizi gerekse de etkileşim sayımızı önemli ölçüde ve istikrarlı bir şekilde artırdık ve üst üste 5. kez altın ödülün sahibi olduk. Bugüne kadar sosyal medyada videolarımız, influencer iş birliklerimiz, ülkenin kültürel kodlarına uygun hazırladığımız içeriklerimiz, önemli günlerde yaptığımız toplumsal paylaşımlarımız, sosyal medya yarışmalarımız, sağlıklı bilgi günleri, çevre ve sürdürülebilirlik çalışmalarımız gibi birçok paylaşımla tüm dünyadaki peynir severlerle buluşuyor, takipçilerimizle sıcak bağlar kuruyoruz. Sağlıklı nesillere katkı sağlamak adına hayata geçirdiğimiz 'Doğru Beslen Mutlu Yaşa' projesinde Prof. Dr. Muazzez Garipağaoğlu'nun desteği ile sağlık ve bağışıklık konularında farkındalık yaratan, bilgilendirici içerikler paylaşmaya devam ediyor ve Muratbey youtube kanalında doğru beslenmenin ve mutlu yaşamın ipuçlarını anlatıyoruz. Muratbey olarak önümüzdeki tüm işlerde mutlulukları çoğaltmaya, yaşama değer katmaya devam edeceğiz"





Lezzetli Bir Dönüşüm: Şekerleme Endüstrisinde Sürdürülebilirlik ve Sağlıklı Seçeneklerin Yükselişi



Dilara Sert
Market Segment Manager - Food



Öznur Kargı
Product Manager - Taste



Şekerleme endüstrisi, tam anlamıyla bir lezzet şöleni sunan ve tüm yaş gruplarından tüketicilerin ilgisini çeken bir dünyaya kapı aralıyor. Sakızdan çikolataya, sert ve yumuşak şekerden jelibona, lokumdan drajeye, marshmallow'dan şeker kaplı meyvelere kadar, bu ürünlerin çeşitliliği neredeyse sınırsız. Keyif almak ve lezzetin tadını çıkarmak isteyen herkesin tercihi oluyorlar. Bu büyülü endüstri, ülkemizde de ekonomik açıdan büyük bir öneme sahip. 2023 yılında, sektörün perakende satış değerinin **%63'lük bir büyüme ile 14,9 milyar TL**'ye ulaşması öngörülüyor. Ve heyecan verici olan bir başka öngörü de bu büyümenin istikrarla devam ederek 2028 yılında 38,1 milyar TL'ye yükseleceği yönünde. Bununla birlikte, şekerleme endüstrisinin başarısı dolaylı olarak diğer endüstrileri de olumlu yönde etkiliyor. Bu tatlı dünyanın büyüsü, sadece tatlı severlerin değil, ekonominin geniş bir kesiminin de gözdesi haline geliyor. Tüketiciler bu tatlı lezzetin keyfini çıkarırken sağlıklarını da önemsiyorlar. Özellikle kutlamalar, özel günler ve sevdiklerini misafir ederek şeker, çikolata ve tatlılar misafirperverlikleriyle buluşuyor, böylece tüketim miktarı artıyor.

Neden şekerleme tüketiyoruz?

Türk tüketicilerinin %89,5 'i şekerlemeleri sadece lezzeti için tercih ediyor.

Şekerleme endüstrisi son derece dinamik bir yapıya sahip. Tüketici tercihleri ve pazar trendlerine göre sürekli şekilleniyor. Sakız üreticileri, pandemi sonrası tüketicilerin **"sağlık" ve "daha iyi hissetme"** ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik yenilikçi tatlar ve akılda kalıcı dokular sunarken, çikolata kategorisinde **"egzotik", "fonksiyonel" ve yeni deneyimler/tekstürler"** sunan tatlar öne çıkıyor ve benzersiz aromalar ve renkler yeni ürünlerde tercih ediliyor.

> **Taste Birimi Ürün Müdürümüz Öznur Kargı**,
>
> *"Döhler'de, global gıda trendleri yakından takip ediyoruz ve bu trendlere uygun, yenilikçi ve inovatif ürün çalışmaları yürütüyoruz. Doğal ekstraktlarımızın önemi giderek artıyor, vitamin ve mineral açısından zengin içeriklerimizle uyumlu aromalar geliştirmeye odaklanıyoruz. Böylece müşterilerimizin taleplerine tam anlamıyla cevap verebiliyor ve lezzet dünyasında daha sağlıklı ve doğal seçenekler sunuyoruz,"*





Botanik Ekstraktlar, Vitamin-Mineral Karışımları, Doğal Renkler ve Çeşitli Meyve Bileşenleri Çözümlerimiz

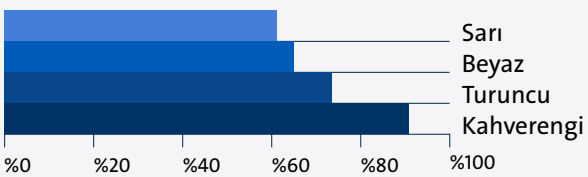
Sağlıklı yaşam tarzı ve beslenme bilincinin artması, şekerleme tercihlerini de önemli ölçüde geliştirdi. Tüketiciler artık özellikle **daha az şeker içeren, doğal bileşenlerden üretilen, doğal ve sağlıklı** şekerlemelere yöneliyor. İşte burada Döhler devreye giriyor ve fonksiyonel ürün taleplerini karşılamak amacıyla botanik ekstraktlar, vitamin-mineral karışımları, doğal renkler ve çeşitli meyve bileşenlerini kullanarak bu tüketici taleplerini karşılıyor. Tüketicilerin keşfetme arzusu, üreticileri yenilikçi ürünler ve benzersiz lezzet kombinasyonları geliştirmeye yönlendiriyor. Lezzetlerin dünyasına doğru ilerlediğimizde, çikolatalı ürünlerde en çok tercih edilen **fındık, karamel, badem ve süt aromaları** vazgeçilmeyen favoriler arasında kendine yer buluyor. Döhler olarak, dünya çapında popüler olan bu lezzetlerle ilgili olarak Ar-Ge ve Uygulama birimlerimizde uzman ekiplerimizle müşterilerimize en uygun ürün portföyünü sunma hedefimizi daima ön planda tutuyoruz.

Global Tüketicilerin %75 i yeni ve heyecan verici tatlar ve tekstürler deneyimlemek istiyorlar.

Aroma ve Döhler

2021 yılından itibaren Karaman'daki **aroma** fabrikamızla faaliyet gösteriyoruz ve hızla değişen trendlere yönelik ihtiyaçları karşılamak adına geniş bir ürün ve lezzet portföyü sunuyoruz. Geleneksel ve yenilikçi tatları, yüksek kalite ve standartlarda iş ortaklarımıza sunduğumuz ürün portföyümüzde, **toz ve sıvı aromalar, ekstraktlar, yağlar, esanslar ve FTNF** ürünlerimiz bulunuyor. Ayrıca, Karaman'da ürettiğimiz **doğal renk çözümlerini** de ekleyerek müşterilerimizin taleplerini baştan sona karşılıyoruz.

Şekerlemelerde hangi renkler tüketim alışkanlıklarımızı şekillendiriyor?



Şekerleme endüstrisinde tüm sektörlerde olduğu gibi, **sürdürülebilirlik** konusunun önemi her geçen gün artıyor. Tüketiciler, en fazla lezzet ve dokuya odaklanmalarına rağmen, sürdürülebilirlikle uyumlu ürünlere de önem veriyorlar. Dolayısıyla, tüketicileri sürdürülebilirlik konusunda dahil etmek, endüstrinin bir sonraki adımı haline geliyor. Yine de çevre dostu ürünler ve ambalajlarla ilgili endişeleri nedeniyle, şekerleme endüstrisindeki oyuncuların sürdürülebilirlik çabaları tüketiciler tarafından takdir ediliyor. Bu trende uyum sağlamak için, geri dönüştürülebilir, düşük karbon ayak izli ve doğa dostu ambalajlara sahip şekerlemeler geliştiriliyor.

Gıda Sektörü Pazarlama Müdürümüz Dilara Sert,

"Çikolata ve şekerli mamuller alanında tüketicilerin değişen beklentilerini karşılamak için, Türkiye'de ve dünyanın farklı yerlerindeki fabrikalarımızda ürettiğimiz **aroma, ekstrakt ve renk ürünlerini, aplikasyona özgü farklı kurutma teknolojileri kullanılarak üretilen özel meyve ve sebze ürünleri, pektin, parlatma ajanı gibi ürünlerimizi iş ortaklarımıza sunuyoruz.** *Teknik destek ve uygulamalarımızla birlikte çözümler sunmaya devam ediyoruz, böylece şekerleme endüstrisi değişen ihtiyaçlara uyum sağlayabiliyor ve tüketicilere unutulmaz lezzet deneyimleri sunulabiliyor."*

Yumuşak Şekerlerde Zoru Başarın: Sağlık, Lezzet ve Eğlence Bir Arada





Saniye Öztürk & Meltem Kale
Azelis Türkiye Gıda ve Beslenme Uygulama Laboratuvarı Ekibi

Araştırmalara göre tüketiciler, Covid-19 sonrasında fiziksel ve zihinsel olarak iyi hissetmek amacıyla 'gıdaları ilaç olarak kullanmak' da dahil olmak üzere, sağlık kavramına daha bütüncül bir yaklaşımı benimsiyor. Küçüğünden büyüğüne herkesin sevebileceği farklı tatlara ve şaşırtıcı bir tekstüre sahip yumuşak şekerler artan sağlık-iyilik arayışına cevap veren bir çözüm olarak karşımıza çıkıyor. Çocuklar, yumuşak şekerlerin eğlenceli yumuşak yapısına ve şekillerine bayılırken, yetişkinler çocukluklarına duydukları özlemle ve sağlık faydaları sebebiyle bu ürüne yöneliyor.

Zorluk, bu şekerli atıştırmalıkları besleyici içerikler barındıran sağlıklı seçeneklere çevirmekte yatıyor. Bu zamansız lezzet, bugün dünyanın önde gelen tedarikçilerinin geliştirdiği özellikli gıda bileşenleri sayesinde bir dönüşüm geçiriyor. Azelis olarak biz de bir yandan yumuşak şekerlerin çok sevilen lezzet ve dokusunu koruyan, diğer yandan tüketicilerin temel vitamin ve mineral ihtiyaçlarını karşılayan yenilikçi formülasyonlar hazırlıyor, müşterilerimize bu yükselen sağlık trendine uygun fonksiyonel ürün çözümleri sunuyoruz.

YUMUŞAK ŞEKER DENEYİMİNİ YENİDEN TANIMLAMAK

Yumuşak şekerleri her yaştan tüketicinin çok sevdiği bir ürün haline getiren en önemli özellikleri özel yumuşak, esnek yapılarıdır. Azelis olarak bilgi birikimimiz, laboratuvar hizmetlerimiz, geniş tedarikçi ağımız sayesinde yolculuğunun her aşamasında yumuşak şekerlerin bu özel yapısının muhafaza edilmesini sağlayan çözümler sunuyoruz. Üstün bir yumuşak şeker deneyimi için dünya çapında lider tedarikçi ortaklarımızın yüksek kaliteli ham maddeleri, özellikle pektin, gellan gam ve karragenanları ile müşterilerimizin hizmetindeyiz.





YUMUŞAK ŞEKER FONKSİYONELLİĞİNİ ÇEŞİTLENDİRMEK

Yumuşak şeker formatındaki vitaminler ve takviye edici gıdalar, aynı zamanda kullanım kolaylığı sağlamaları, lezzetli olmaları ve ilaç algılarının düşük olması nedeniyle daha sık tüketiliyor. Azelis'in tedarikçi ortaklarının farklı tipte kolajenler, vitamin-mineral karışımları ve omega yağları gibi fonksiyonel bileşenler içeren portföyleri sayesinde pazarın ve müşterilerimizin taleplerini tam olarak karşılayan yumuşak şeker formülasyonlarını laboratuvarımızda geliştiriyoruz.

YUMUŞAK ŞEKER LEZZETİNİ FARKLI BOYUTA TAŞIMAK

Tüketicilerin tat konusundaki beklentileri her geçen gün bir üst seviyeye taşınıyor. 2020 Innova Report'a göre tüketicilerin %70'i sürprizli tatları, tatlı ve ekşi gibi beklenmedik tat karışımlarını sevdiğini belirtiyor. Azelis olarak aroma alanındaki güçlü tedarikçi ortaklarımızın bilgi birikimi ve gelişmiş teknolojileri sayesinde müşterilerimizin lezzet alanında karşılarına çıkan zorlukları aşmalarında destek oluyoruz. Fonksiyonel bileşenlere ait istenmeyen tatları maskeleyebiliyor, yumuşak şekerleri yepyeni aromalarla buluşturuyoruz. Bu sayede, müşterilerimizle birlikte özellikle çocukları keyifli ve eğlenceli bir lezzet yolculuğuna çıkaracak sağlıklı atıştırmalıklar ortaya çıkarabiliyoruz.

Azelis olarak, geniş tedarikçi ağımız ve yeni uygulama laboratuvarımızla bir sonraki formülünüze ilham vermeye, formülasyon sürecinde karşılaşabileceğiniz zorluklar için size yardımcı olmaya hazırız. Zengin ham madde çeşitlerimizi ve başarılı bir ürüne giden yolda size destek olabilecek tüm yaratıcı, yenilikçi fikirlerimizi sizinle paylaşabilmemiz için ***info@azelis.com.tr*** adresimizden bizimle iletişim kurabilirsiniz..

USKO 2023

III. ULUSAL SÜTÇÜLÜK KONGRESİ

05-06 EKİM **ANKARA '23**

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK PERSPEKTİFİNDEN

SÜT ENDÜSTRİSİNİN GELECEĞİ



cermodern

Erken kayıt fırsatları ve sponsorluk imkanları için **sutkongresi.com.tr**' yi ziyaret edebilirsiniz.

Organizasyon

karmagrup



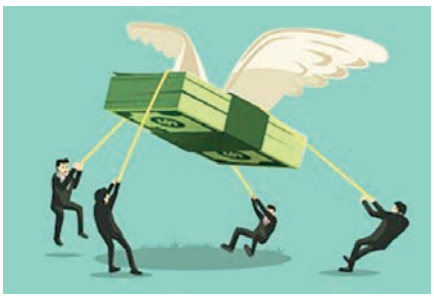
DONDURMA KAPLAMA ÇİKOLATASINDA

‘HER ANLAMDA’ BİR DEVRİM YARATMAK MÜMKÜN MÜ?



Şeyma ÖZONUK
Çikolata ve Endüstriyel Fırıncılık Ürünleri Teknik Satış ve Uygulama Müdürü
Palsgaard Türkiye

Son yıllarda yalnızca ülkemizde değil tüm dünyada yüzleştiğimiz ve uzunca bir sürede yüzleşmek ve savaşmak zorunda kalacağımız bir ekonomik krizin gölgesi altındayız. Kontrol edilemeyen enflasyon, düşen alım gücü, yükselen maliyetler gibi birçok etken yalnızca gündelik hayatımızı etkilemiyor, uzun ve kısa vadede global olarak birçok noktaya dokunmaktadır.



Tüm bu süreçlerin gıda alanına yansımasına bakalım şimdi. Hem üretici hem tüketici tarafından satın alma gücünün azalması, piyasadaki hammadde ve son üründeki fiyat belirsizliği ve dengesizliği, firmaların yatırım yapma konusundaki tereddütlerini tek bir noktada toplayacak olur isek ortaya şu çıkıyor: Maliyet düşürme çalışmaları.

Özellikle üretim yapan bir gıda firması için her bir kuruşun çok önemli olduğu şu zamanda maliyet düşürmek en büyük hedeflerden birisi hatta belki de ilk sırada olanı. Mevcut reçetelerinde iyileştirmeye giden üretici, tüketiciye aynı kaliteyi daha düşük maliyetle ulaştırma gayreti içinde olmaktadır. Bu gayret neticesinde neler mümkün olmaktadır?

» Üretim maliyetlerini düşürdükleri takdirde piyasaya rekabetçi fiyat sunabilme şansı sunmakta ve bu sayede pazarda daha rekabetçi olmalarına yardımcı olmaktadır.

» Daha düşük maliyetler ile üretim yapabilme imkânı ile beraber karlılığın yükselmesi ve daha fazla yatırım ve inovasyon imkanı da peşi sıra gelmektedir.

Peki tüm bu maliyet avantajlarını tek bir üründe toplasak ve sizlere birçok avantaj ile beraber sunsak? Ve sonra bunun adını hep birlikte ‘Devrim’ koysak?

Bildiğiniz üzere dondurma kaplama çikolataları, normal bir çikolata reçetesinden farklıdır. En lüks çikolata olarak bilinen ve bir çikolata firmasının amiral gemisi olarak nitelendirilen madlen çikolatalar bile maksimum %28-29 toplam yağ içeriyorken dondurma kaplama çikolataları %42-45 arası toplam yağ içeriğine sahiptir. Eğer dondurma kaplamayı kokolin ile yapıyor iseniz bu oran %50 toplam yağ seviyelerine kadar hatta daha fazlasına çıkmaktadır.

Tam bu noktada asıl sorulması gereken soru şu oluyor: Amiral gemisi dediğimiz madlen çikolatalar bile %29 toplam yağ ile üretilebiliyorken, dondurma kaplamak için üretilen çikolatalar neden yaklaşık %15 daha fazla kakao yağı içeriyor ? Bu bir zorunluluk mu ? Başka bir yolu var mı?

Yukarıda sıraladığımız birçok ekonomik etmeni ve bu etmenlerin yarattığı maliyet düşürme çalışmalarını az önce sorduğumuz sorularla kesiştirelim.



Dondurma kaplama uygulaması en basit anlatımı ile şu şekilde gerçekleşmektedir; yaklaşık -20°C'lerde olan dondurmalar 40°C'lerde olan çikolataya daldırılmaktadır. Kısa sürede hızla donma sonrasında her bir dondurmanın aynı miktarda çikolata ile kaplanması istenmektedir.

Bu kaplamanın inceliği ise çikolatanın toplam yağ içeriği ile ilişkilendirilmektedir. Bu noktada çok kısa bir şekilde çikolata reolojisine değinmemiz gerekiyor.



Çikolata newtonik olmayan akışkanlar sınıfında olduğu için prosesin her adımında yani her hızda viskozitesi farklıdır. Örneğin kaplama uygulamalarında çikolatanın hızlı hareket etmesi beklenmektedir ki kaplanacak ürün (gofret, bar, dondurma vs) istenilen gramajda çikolata alsın, alabilsin. Bu durum ise çoğunlukla çikolatanın Casson ölçümlerindeki Plastik Viskozite(PV) değeriyle ilgili olmaktadır. Plastik Viskozite ne kadar düşük olur ise kaplama kalınlığı o kadar az olmaktadır.

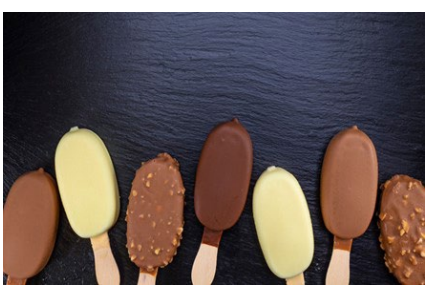
Peki bu kaplama kalınlığına etki eden Plastik Viskoziteyi düşüren etkenler nelerdir? Toplam yağ oranı, lesitin ve Amonyum Fosfatid.

Çoğumuzun bildiği üzere lesitinin optimum kullanım dozajı %0,4-0,5 civarlarındadır. Daha fazla kullanıldığında, çikolatanın Akma Noktası değerini artırdığı için kullanılamaz bir hale getirmektedir. Durum böyle olunca geriye iki seçenek kalıyor; yağ ve Amonyum Fosfatid.

Dondurma kaplama çikolatalarından ise her batırma işleminden sonra her defasında aynı gramajda olması beklenmektedir, bu nedenledir ki çok yüksek miktarda kakao yağı kullanılarak Plastik Viskozite değeri düşük tutulmakta ve kaplama kalınlığı kontrol edilmektedir.

Yazımızın başlığında belirttiğimiz üzere şimdi konu yaratmak istediğimiz 'Devrim'e gelsin. Yıllardır süre gelen bu fazla maliyetli, fazla kakao yağı kullanımını gerektiren bu süreci bir kenara bırakıyoruz ve minimum %5 daha az kakao yağı kullanarak aynı dondurma kaplama çikolatasını yapabileceğinizi söylüyoruz hem de her seferinde aynı gramajda kaplama elde ederken.

Yüz yılı aşkın süredir emülgatör ve stabilizatör dünyasına yüksek fonksiyonaliteli ve iş ortaklarına değer katan ürünleri ile hizmet sunan Palsgaard olarak bizler, bu konuda da çalışmalarımız ve geliştirdiğimiz ürünlerimiz ile çözümler sunmaya devam ediyoruz. Çikolata sektöründe bir devrim niteliği taşıyan Palsgaard AMP 4455 ve dünya üzerindeki en yüksek fonksiyonaliteye sahip Palsgaard PGPR 4190 yardımı ile yukarıda bahsettiğimiz maliyet avantajını dondurma kaplama çikolatası üreticilerine sunmaktan gurur duyuyoruz.



Şimdi gelin hep beraber sağlayacağımız bu maliyet avantajının diğer getirilerine bakalım.

» Daha az kakao yağı kullanarak, prosesin asıl amacı olan dondurmanızın hep aynı gramajda ve incelikte çikolata kaplanmasını sağlamış olacaksınız.

» Daha az kakao yağı kullanarak, giderek artan kakao yağı fiyatlarından maliyet avantajı sağlamış olacaksınız. Karlılığınızı artırabilir ve pazarda rekabetçi fiyatlarınızla yer alabilirsiniz. Sağladığınız maliyet avantajı ile yatırım ve inovasyon tarafınızı geliştirebilir, yeni projeleriniz için finansal desteğinizi hazırlamış olursunuz.

» Daha az kakao yağı kullanarak, toplamda daha az yağlı bir ürün elde ederek daha az kalorili bir ürün elde edebilirsiniz. Özellikle çocukların severek yediği dondurmalarda kalori azaltarak besin değerine katkı sağlamak ve yükseltmek en önemli noktalardan biri olsa gerek.



» Daha az kakao yağı kullanarak, sürdürülebilirliğe katkı sağlamış olursunuz. Nasıl mı? Bitkisel yağların üretimi, işlenmesi, taşınması gibi süreçler yoğun su ve enerji tüketimi gerektiren bir süreç, bu nedenle su ve enerji kaynaklarının sürdürülebilirliğine katkı sağlamış olursunuz.

Daha sayamayacağımız birçok avantajdan dolayı biz bu projemize 'Devrim' diyoruz.

Palsgaard'ın tamamen CO2 nötr fabrikalarında üretilen emülgatör çözümleriyle ve İstanbul merkezimizdeki uygulama merkezimizde sizlerle beraber bu çok değerli projeyi çalışmak ve siz değerli iş ortaklarımıza, hizmet verdiğiniz müşterilerinize, gelecek nesiller için borçlu olduğumuz bu dünyamızın kaynaklarının sürdürülebilirliğine değer katabilmek için sabırsızlanıyoruz.

Kalite ve Ürün Deneyimi Semineri



Sinem Bahçekapılı

23-24 Kasım 2023 tarihlerinde İstinye Üniversitesi'nde gerçekleşecek Kalite ve Ürün Deneyimi Semineri'nde, alanında uzman akademisyenler ve sektör liderleri tasarımın gücü ve tüketici davranışlarına etkisini, gıda işleme süreçlerinde geri kazanım stratejilerini ve sürdürebilirliği, rafta kaliteyi sürdürebilirlik bakış açısıyla değerlendirecek.

Rafta kaliteyi tüketici eğilimleri ve sürdürülebilirlik penceresinden ele alacağız

Raflarda çeşit çeşit ürünler, renkli ambalajlar, farklı içerikler… Tüketici olarak kimi zaman ambalajına kimi zaman içeriğine bakarak karar veriyoruz. Peki, tüketici alım kararını nasıl veriyor, üretici tüketiciyle yeterince iletişim kuruyor mu, gıda endüstrisinde bu benzeri pek çok soru cevap bekliyor. Karma Grup bu yıl ikincisini düzenleyeceği Kalite ve Ürün Deneyimi Semineri'yle sosyolojik açıdan tüketici eğilimlerini, yeni gıda trendlerini, karar anının (moment of truth) son aşaması olan satışa sunulan üründe izlenebilirlik ve satış noktasıyla üretim dinamiklerini sürdürülebilirlik bakış açısıyla el alarak programı tamamlayacak. Seminer tüketicinin beş kader anını ele almak için yola çıkmıştı, geçen yıl sektörden yoğun ilgi gören seminer bu yıl son kader anı ile gıda endüstrisine iki gün boyunca bilgi ve deneyim dolu bir program hazırladı.

Gıda sektörünün önde gelen firmalarının ve yetkin isimlerinin bir araya geldiği seminerde birçok başlık ele alınacak. Seminerin mimarı ve Karma Grup Satış Pazarlama Koordinatörü Gıda Mühendisi Sinem Bahçekapılı ile seminerin yolculuğuna ve bu yılki içeriğine ilişkin keyifli bir sohbet gerçekleştirdik.

"SEMİNER SEKTÖREL BİR KAZANIM OLACAK"

Karma Grup olarak eğitim konsepti ve içeriklerinizle markalaşma yolunda ilerliyorsunuz. Biraz seminerin yolculuğunu bize anlatır mısınız?

Bu yıl ikincisi düzenlenecek olan Kalite ve Ürün Deneyimi Semineri'nin ilki geçtiğimiz yıl İstanbul Teknik Üniversitesi'nin ev sahipliğinde gerçekleşmişti. Seminerde, gıda tasarımı ve tüketici kalite algısının her aşaması, üretim ve kalite yöneticileri tarafından üretimin içinden gelen uzmanlarca aktarıldı. Ürün tasarımından tasarım sürecinin detaylarına, ürün ve kalite kültüründen duyusal analiz ve temel bilgilendirmeye kadar birçok başlık konunun uzmanlarınca ele alındı. Sektörün bileşenleri sadece düzenlenen panellerde değil, verilen aralarda da verimli sohbetler gerçekleştirerek fikir alışverişinde bulundu. Kalite ve Ürün Deneyimi Semineri'ni sektörel bir kazanım olarak değerlendiriyorum. Bu programların bir hikayesinin ve alt yapısının olması, sektör çalışanlarının fabrikadan pazarlamaya tüm zincirin birlikte ilgi duyacağı içerikler hazırlanmanın önemini geçen yıl seminere gösterilen yoğun katılımdan anlayabiliyoruz.

Bu yıl da yine değerli üniversitelerimizden biri olan İstinye Üniversitesi'nin ev sahipliğinde 23-24 Kasım tarihlerinde ikincisini düzenleyeceğimiz seminerin ana mottosu



"Rafta Kalite Tüketici Eğilimleri ve Sürdürülebilirlik" olacak.

HEDEFİMİZ BİLİNÇLİ ÜRETİCİDEN BİLİNÇLİ TÜKETİCİYE ULAŞMAK"

Peki neden bu başlık öne çıktı bu yıl?

Bu yıl gerçekleştireceğimiz seminerlerde amacımız hem sektörün hem de tüketicinin yeni dünya düzeninde bilinçli üretici ve tüketici ilişkisine zemin oluşturmaya katma değer sağlayabilmek. Bilinçli üreticiden başlayarak bilinçli tüketiciye ulaşmak. Özellikle bizim alanımız olan gıda sektöründe tüketicinin kafasını karıştıran birçok uyaran var. Ambalaj, içerik, marka, sosyal medya… Tüketicinin talebini ve tüketici iletişiminin anahtarlarını, hem sosyolojik açıdan hem ticari açıdan ele alarak, dünya kaynaklarımızın korunması, tedarik zincirinde iyi uygulama örnekleri, private labelda tasarım, ambalajın tasarım açısından detaylarına ve fonksiyonel gıdaya daha yakından bakacağız.

Kalite ve Ürün Deneyimi Semineri'nde bu yıl alanında uzman akademisyenler ve sektör liderleriyle tasarımın gücü ve tüketici davranışlarındaki etkisi, gıda işleme süreçlerinde geri kazanım stratejileri ve sürdürülebilirliği, raflarda kalite konuları ele alınacak. Gerçekleştireceğimiz bu seminerle; üretim, kalite, Ar-Ge ve pazarlama ekipleri arasındaki hedefleri tanımlamak, kalite ve pazarlama prensiplerinin kader anlarına etkilerini inceleyerek, sektörün uzmanlarının deneyimlerinden faydalanılmasını amaçlıyoruz. "Bilinçli sektör ve bilinçli tüketici" kavramlarının sürdürülebilirlik ve toplumsal sorumluluk ilkelerine dayanan bir yaklaşım olduğunu, işletmelerin ve tüketicilerin, üretim ve tüketim süreçlerinde çevresel, sosyal ve ekonomik etkileri dikkate alarak daha bilinçli kararlar almasına katkı sağlayacak unsurları içerdiğini Kalite ve Ürün Deneyim Semineri'yle paydaşlar eşliğinde aktarılmasını hedefliyoruz.

DÜNYA ŞAMPİYONU MİLLİ ATLET RAMİL GULİYEV'DEN BESLENME TÜYOLARI

Seminerde fonksiyonel gıdalar üzerine bir network etkinliği de göze çarpıyor. Fonksiyonel gıda konusu son birkaç yıldır yükselen bir trend. Bu konudan da biraz bahsedebilir misiniz, seminerde nasıl ele alınacak?

Fonksiyonel gıda bilimi mevcut sağlık durumunu korumak veya iyileştirmekle hastalık riskini azaltacak koşulları oluşturmayı hedeflemekte. Sağlığa olumlu etkisi bulunabilecek gıdaların kategorize edilerek sağlık harcamalarını düşürmek amacıyla ulusal bir girişim olarak 1991 yılında Japonya'da FOSHU tanımı ortaya çıktı. Japonya'da sağlık bakanlığı tarafından ortaya koyulan tanıma göre fonksiyonel gıda; 'belirli sağlık durumu için kullanılan gıdalar (FOSHU)' olarak belirlendi. FOSHU (Foods for Specific Health Use) terimi ayrıca sağlık üzerine olumlu etkileri olan bileşenleri içeren gıdalar olarak belirtilirken, insan vücudu üzerindeki fizyolojik etkilerinin resmen kanıtlanmış olması gerekmekte. Bazı fonksiyonel gıdaların sağlık üzerine kısa dönemli etkileri olurken, diğer birçoğu ise bazı hastalıkların etkilerini uzun dönemli azaltmakta etkili olabilmektedir.

Fonksiyonel gıdalarda yeni eğilimler konusunda iki değerli hocamız sunum yapacak. Bu isimler Süleyman Demirel Üniversitesi'nden Prof. Dr. Zeynep Banu Güzel Seydim ve Ankara Üniversitesi'nden Prof. Dr. Nuray Yazıhan. Ayrıca Türk milli atlet Ramil Guliyev de bir dünya şampiyonunun beslenmesi hakkında oldukça keyifli bir sohbet gerçekleştirecek. Bir sporcu olarak yaşadığı deneyimleri katılımcılara aktaracak.

Kalite ve Ürün Deneyim Semineri'nde hangi konuşmacılara yer verdiniz?

Geçen yıl olduğu gibi bu yıl da çok değerli isimler seminerimizde yer alacak. Seminerde PLAT Özel Markalı Ürünler Sanayicileri ve Tedarikçileri Derneği





Yönetim Kurulu Başkanı M. İmer Özer ve Prof. Dr. Uğur Batı, CBN Lojistik'ten Fahri Dündar, Marmara Üniversitesi'nden Prof. Dr. Ardan Ergüven, alanında uzman isimler sektörel deneyimlerini paylaşacak. Tüm isimleri ve programı Eylül ayında açıklayacağız. Karma Grup olarak gıda endüstrisiyle ilgili daha birçok etkinliğe ve eğitime imza atıyoruz. "Duyusal analiz eğitimi", "gıda güvenliği ve kalite kültürü eğitimi", "gıda etiketleme mevzuatı "eğitimi gibi çalışmalarımız sürerken, Süt Akademisi gibi markalaşmış programlarla ve bu yıl üstlendiğimiz Süt Kongresi- USO 2023 ile de yolumuza devam ediyoruz.

"AMBALAJIN RAF ÖMRÜNE ETKİSİNE ODAKLANACAĞIZ"

Kalite ve Ürün Deneyimi Semineri'nde ambalajdaki son trendlere ve tüketicinin beklentilerine çok daha yakından bakılacağını belirten Sinem Bahçekapılı. "Ambalajın raf ömrüne ve gıda güvenliğine etkisi, etiket okuma ve tüketicilerin bilgilendirilmesindeki rolü gibi birçok farklı konuyu ele alacağız. Tüm katılımcılar için ufuk açıcı olacağına inandığımız seminer, bilgi alışverişi açısından da önemli fırsatlar barındırıyor. Etkinlikte konusunda uzman akademisyenler, sosyolojik açısından da tüketici tercihlerini, zincirde kalite kriterlerini, geri dönüşümü ve sürdürülebilirliği ele alacak. Katılımcılara maksimum faydayı sağlamaya ve eğitiminde deneyim olarak gören Karma Grup ekibi olarak iki gün süreyle seminerde katılımcılara network geliştirme imkanı da sunuyoruz. Her iki günde 30 dakika süre ayırdığımız ve güne yaydığımız etkinlikte katılımcılara farklı bir eğitim tecrübesi sunmaya hazırlanıyoruz" dedi.



Gıda Sektöründe Ar-Ge ve Yenilik Gündemi

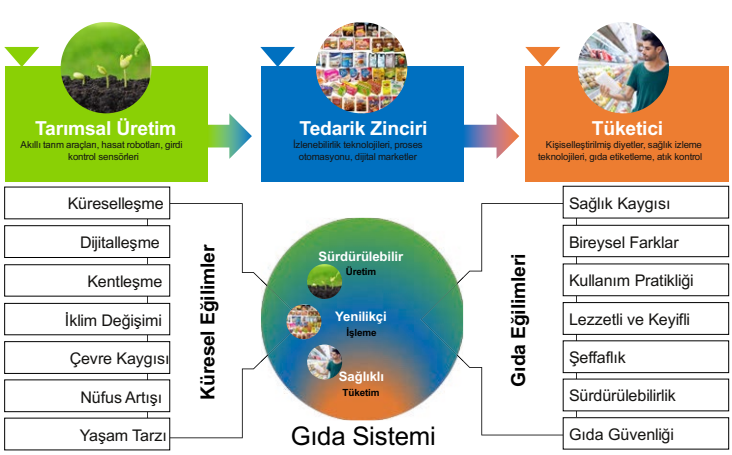


Prof. Dr. Vural Gökmen
Hacettepe Üniversitesi, Gıda Mühendisliği Bölümü, Gıda Kalitesi ve Güvenliği (FoQuS) Araştırma Grubu, INNOFOOD Projesi TÜGİP Ekibi

1. TEDARİK ZİNCİRİ VE GIDA SİSTEMİNİN GENEL GÖRÜNÜMÜ

Tedarik zinciri, gıda sistemine dahil olan birincil üreticiler (tarımsal üretim), işleyiciler (imalat sektörü), perakendeciler, tüketiciler ve diğer girdi tedarikçilerinden oluşan paydaşları ve süreçleri kapsar. Küresel gıda sistemi ana hatlarıyla tarımsal üretim, tedarik zinciri ve tüketici katmanlarından oluşmaktadır. Bu katmanların paydaşları, süreçleri ve dinamikleri çok yönlü etkileşim içindedir. Bu nedenle gerek iklim değişikliği, nüfus artışı, küreselleşme ve dijital dönüşüm gibi küresel gelişmeler ve gerekse sağlıklı beslenme, gıda kalitesi ve güvenliği gibi gıda alanına spesifik eğilimler gıda sistemini doğrudan etkilemektedir (Şekil 1).

1).



Şekil 1. Gıda sisteminde değişim ve dönüşümü etkileyen güncel eğilimler

Gıda sistemi bir yanda giderek artan nüfusun yakın gelecekte gıda ihtiyaçlarını karşılamak için çözümler ararken, günümüzde dünyanın belli bölgelerinde yaşanan yanda açlık ve yoksulluk sorunları ile karşı karşıyadır. Günümüzde gıda arzı güvenliği tam anlamıyla sağlanabilmiş değildir. Ülkelerin %50'si gıda tedariğinde kendi kendine yetememektedir. Dünyada genelinde çocukların %22'si kötü ve yetersiz beslenirken, kırsal nüfusun yaklaşık %80'i aşırı yoksulluk sorunu yaşamaktadır. Dünya genelinde 2 milyardan fazla insanın gerekli mikro besinleri diyet yoluyla yeterince alamadıkları bilinmektedir. Bununla birlikte dünya nüfusunun %75'i aşırı kilodan kaynaklı sağlık sorunları yaşamaktadır.

Küresel CO2 emisyonunun yaklaşık dörtte üçünden gıda sistemi sorumludur. Bunun önemli bir kısmı hayvancılıktan kaynaklanmaktadır. Küresel iklim değişikliği ve tarımsal üretim üzerine etkileri gıda sisteminin dönüşümünü zorunlu kılmaktadır. Tarım ilaçlarının aşırı ve bilinçsiz kullanımından dolayı mevcut tarım alanları zarar görmüş durumdadır. Aynı sebeple tüketiciler de sağlık için tehdit oluşturan tarım ilacı kalıntıları içeren gıdalara maruz bırakılmaktadır. Tarımsal üretimin yaklaşık %75'i buğday, mısır, patates ve pirinç gibi ana ürünlerden oluşması küresel anlamda biyoçeşitliliğin giderek azalması riskini beraberinde getirmektedir.

Tüketiciler gıda sisteminden kaliteli, güvenilir, lezzetli ve sağlıklı gıdaları talep etmektedir. Bu durum günümüzde gıda sektöründe Ar-Ge ve yenilik öncelikleri ile rekabet koşullarını belirler hale gelmiştir. Üretimin ve tüketimin birlikte yönetimini öngören "iki zincir konsepti" gıda sisteminde yeni bir yaklaşım ve anlayış olarak öne çıkmaktadır (Şekil 2). Üretimin yönetimi, "tarladan ağza" diye ifade edebileceğimiz tedarik zincirinin "düşük maliyetli, kaliteli ve güvenilir gıdaların sürdürülebilir arz güvenliğini sağlamak" hedefine, tüketimin yönetimi ise "ağızdan kolona ve beyine" diye ifade edebileceğimiz ağız-burun-bağırsak-beyin ekseninin "besleyici, sağlıklı, fonksiyonel ürünler ile insan sağlığına ve refahına katkı sağlamak" hedefine odaklanmaktadır.

Değer zincirinin koordinasyonu gıda kalitesi ve güvenliği ile ilgili temel kontrollerin ötesinde, ekstra değer yaratımına odaklanmalıdır. Bunun için yeni iş süreçlerinin geliştirilmesi ve uygulanması, bilgi-iletişim teknolojileri başta olmak üzere sosyal bilimler ve yaşam bilimleri alanlarından bilimsel araştırmaya dayalı girdilerin gıda sistemine etkili şekilde dahil edilmesi gerekmektedir. Üretim aşamalarında değer zinciri boyunca yüksek düzeyde şeffaflığın sağlanması da gelecekte gıda sisteminin gündeminde önemli yer tutacaktır.

2. KÜRESEL GIDA VE İÇECEK SEKTÖRÜNDE GENEL EĞİLİMLER

Tüketicilerin gıda tercihlerinin biyolojik (lezzet, iştah, açlık gibi), ekonomik (maliyet, gelir durumu gibi), fiziksel (erişim kolaylığı, eğitim durumu, beceriler ve zaman gibi), sosyal (kültür, inanç, aile ve akranlar gibi) ve psikolojik (ruh hali, stres ve suçluluk duygusu gibi) faktörlerden etkilendiği bilinmektedir. Günümüzde tüketiciler gıda sisteminden kaliteli, güvenilir, lezzetli ve sağlıklı gıdalar talep etmektedir. Başka bir deyişle tüketici gıda sektöründen güvenle tüketebileceği, herhangi bir sağlık riski taşımayan, besleyici özellikleri yeterli ve hatta biyoaktif bileşikler eklenerek fonksiyonel hale getirilmiş, ancak duyusal açıdan bakıldığında da albenisi ve yeme kalitesi yüksek ürünler beklemektedir.

Beslenme ile sağlık arasındaki ilişkiyi daha iyi anlamaya yönelik bilimsel çalışmalar son dönemde giderek artmaktadır. Bu durum insan sağlığına olumlu etkisi olduğu kanıtlanan bazı biyoaktif bileşiklerin değişik formlarda farklı gıda formülasyonlarında kullanımı yönünde Ar-Ge çalışmalarında artışa neden olmuştur. Fonksiyonel gıdalar olarak adlandırılan bu yeni ürün kategorisinin pazar payı gelişmiş ülkelerde (Amerika Birleşik Devletleri, Japonya, Avrupa Birliği ülkeleri) giderek artmaktadır. Nitekim günümüzde fonksiyonel gıda pazarının 150-200 milyar USD/yıl düzeyine ulaştığı tahmin edilmektedir. Bu gelişmeye paralel olarak küresel gıda şirketlerinin Ar-Ge birimlerinde Fonksiyonel Gıdalar Programı oluşturdukları ve bu yönde araştırmalara ciddi bütçeler ayırdıkları bilinmektedir. Bu tür fonksiyonel gıda programlarının nihai hedefi tip 2 diyabet, obezite, Alzheimer gibi kronik hastalıkları önlemeye yardımcı olan yeni nesil gıda ürünlerinin geliştirilmesidir.

Günümüz gıda endüstrisinde küresel düzeyde geçerli olan eğilimlerin başında, belirli bir miktarın üzerinde tüketildiğinde insan sağlığını olumsuz etkilediği bilinen gıda bileşenlerinin azaltılması amacı ile reformülasyon çalışmaları gelmektedir. Diğer taraftan insan sağlığına faydalı olduğu bilinen bileşenlerin miktarlarının ise artırılması yönünde güçlü eğilimler de mevcuttur. Buna göre dünyada bugün geçerli olan eğilimleri gıdalarda daha az (şeker, tuz, yağ, kalori) ve daha çok (besinsel lifler, doğal antioksidanlar, prebiyotikler, probiyotikler, postbiyotikler, biyoaktif ve nöroaktif bileşikler) olması arzu edilen bileşenler şeklinde özetlenebilir. Bilimsel araştırma sonuçları aşırı gıda tüketimi ile obezite başta olmak üzere diğer bazı kronik hastalıklar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki olduğunu göstermektedir. Bu durum yukarıda da ifade edildiği gibi küresel gıda firmalarında reformülasyon çalışmalarının ciddi şekilde artmasında neden olmuştur. Reformülasyon çalışmalarına paralel olarak farklı teknikler ile gıdaların ya da bazı bileşenlerinin yapılarının yeniden tasarlanması yönünde ciddi Ar-Ge çalışmaları öne çıkmaktadır. Böylelikle gibi tokluk hissini artıran, gözenek hacmi artırılmış, glisemik indeksi düşürülmüş, besinsel lifler ve antioksidanlarca zenginleştirilmiş ürünler ortaya çıkmaya başlamıştır.



Şekil 2. Gıda sisteminde üretimin ve tüketimin birlikte yönetimine odaklı iki zincir konseptinin temel bileşenleri ve hedefleri

3. TÜRK GIDA VE İÇECEK SEKTÖRÜNDE AR-GE VE YENİLİK ÖNCELİKLERİ

3.1. Sektörün Genel Görünümü

Gıda maddeleri üretimi, Türkiye ekonomisinin büyük ve önemli bir bileşeni durumundadır. GSYH'nin yaklaşık %20'si gıda ve içecek sektörü tarafından karşılanmaktadır. Türk gıda ve içecek sanayii 54 bine yakın işletmede 555 bin çalışana istihdam sağlamaktadır. 2021 yılı verilerine göre gıda ve içecek sanayii toplam cirosu 465,9 milyar TL'ye ulaşırken, toplam ihracatı 17,7 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Aynı yıl 8,1 milyar dolarlık gıda ve içecek ithalatı yapıldığı düşünüldüğünde sektörün açık ara net ihracatçı olduğu görülmektedir.

2021 yılı itibarıyla ihracatta öne çıkan ürünlerin sırasıyla fındık içi (1,3 milyar dolar), un (1,1 milyar dolar), makarna (0,80 milyar dolar), rafine ayçiçeği yağı (0,7 milyar dolar) ve ambalajlı fındık (0,7 milyar dolar) olduğu ve bu ürünlerin toplam ihracat içindeki payının yaklaşık %20'sini oluşturduğu görülmektedir. En çok ithal edilen ürünler ise sırasıyla buğday (2,3 milyar dolar), soya fasulyesi (1,5 milyar dolar), ham ayçiçeği yağı (1,1 milyar dolar), palm yağı (0,6 milyar dolar) ve arpa (0,6 milyar dolar) olarak sıralanmaktadır. Bu veriler ithalatın daha çok kritik bazı hammaddelerden kaynaklandığını işaret etmektedir. İhracatın ise ağırlıklı olarak hammadde ve az işlenmiş ürünler olduğu dikkat çekmektedir. Bu durum ülkemiz açısından gıda sektörünün katma değeri yüksek son ürünler ihracatına dayalı olarak gelişmesi açısından fırsat olarak görülmelidir. Bu fırsatın değerlendirilmesinde sektörün hem altyapı hem de insan kaynakları bakımından Ar-Ge ve inovasyon odaklı gelişmeye yönelik yapılanma çabalarının önemli olduğu aşikardır.

Ülkemiz gıda ve içecek sektöründe özellikle uluslararası rekabet potansiyeli olan büyük firmalarda Ar-Ge ve inovasyon konularında farkındalık oldukça artmıştır. Genel itibari ile tüm sektörlerde çalışan Ar-Ge personeli sayısı ve Ar-Ge faaliyetlerine ayrılan bütçe her geçen yıl artmakla birlikte halen küresel düzeyde rekabet edebilecek durumdan oldukça uzaktır. Ar-Ge faaliyetlerinde istihdam edilen personel, araştırmacı, teknisyen ve destek personelinden oluşmaktadır. Gıda ve içecek sektörünün küresel rekabet gücünü artırmak için Ar-Ge önceliklerinin sistematik olarak gözden geçirilmesi ve bu önceliklere odaklanmış yüksek lisans ve doktora programları geliştirip yaygınlaştırılarak nitelikli araştırmacıların daha yüksek oranda sektörde istihdamının önü açılmalıdır. Öte yandan, 2010 yılında gıda sektörünün hükümet tarafından hızlı büyümenin ana alanı olarak ilan edilmesiyle sektöre yönelik Ar-Ge programlarının çeşitliliği ve destek tutarları önemli ölçüde artmıştır. Bu durum gıda ve içecek sektöründeki firmaların rekabet alanlarını daha da genişletmiştir. Bugüne kadar müşterilerine sunduğu ürünlerle rekabet eden firmalar, kamu finansman kaynakları aracılığıyla sunulan Ar-Ge ve inovasyon projeleriyle de rekabet etmeye başlamıştır. Gıda ve içecek sektörü, gelişmekte olan pazarlara yakınlığı, ülkenin zengin doğal kaynakları, genç nüfus yapısı ve modern sanayisi ile önemli bir büyüme potansiyeline sahiptir. Bu potansiyelin yakalanması, Ar-Ge ve inovasyon alanında atılacak adımlara ve bu alanlardaki gelişmelere bağlıdır. Öte yandan, bazı girdilerin dışa bağımlılığı, teknik eleman ve bilgi eksiklikleri, sektörün uzun vadeli sürdürülebilir kalkınma planları için önemli tehditler oluşturmaktadır.

3.2. Ar-Ge ve Yenilik Öncelikleri

Türk gıda ve içecek sektöründe uzun vadeli beklentilerin karşılanması için Ar-Ge ve inovasyon çalışmaları

1. Ürün (hammadde, ingrediyenler, katkı maddeleri) ve proses (proses yardımcıları, proses ve ambalaj ekipmanları) girdilerinde dışa bağımlılığın ortadan kaldırılması,
2. Kayıpların azaltılması, artıkların değerlendirilmesi ve ürün çeşitlendirme olanaklarının araştırılması yolu ile verimlilik artışı sağlanması,
3. Son ürün kalitesinin artırılmasına yönelik yenilikçi tekniklerin geliştirilmesi ve daha az işlenmiş ürünlerde raf ömrünün geliştirilmesi,
4. Tüketici beklentilerini karşılayan sağlıklı ürünlerin tasarımı ve üretimi olanaklarının sağlanması,
5. Tedarik zincirinde gıda güvenliği risklerinin giderilmesi ve hızlı teknikler ile izlenebilirliğin geliştirilmesi,
6. Sanayi tipi yüksek kaliteli hammadde ve ara mal çeşitlerinin geliştirilmesi ve sürekli temininin sağlanması

hedeflerine odaklanmalıdır. Kısa ve orta vadeli stratejik araştırma programları ile bu hedeflerin karşılanması sektörün sürdürülebilir ekonomik büyümesi açısından büyük önem arz etmektedir.

3.2.1. Dışa Bağımlı Girdilerde Bilgi Birikiminin Artırılması

Gıda ve içecek sektöründe bazı teknik konularda bilgi birikimi eksikliği nedeni ile dışa bağımlılık fazladır. Bu durum aşağıda belirtilen girdilerde dış alım giderlerini artırmaktadır;

- Proses ve ambalaj makine ve ekipmanları
- Ürün ve proses yardımcı girdileri (starter kültürler, katkı maddeleri, ingrediyenler, aşılar, vb)
- Test malzemeleri ve analiz kitleri
- Ambalaj malzemeleri ve izlenebilirlik teknolojileri

3.2.2. Atık ve Artıkların Değerlendirilmesi

Gıda ve içecek sektörünün alt dallarında sürdürülen üretim faaliyetleri dikkate alındığında, sektör tarafından değerlendirilmeyen, ancak yüksek katma değerli ürünlere dönüştürme potansiyeli yüksek olan ciddi miktar ve çeşitlilikte artık materyal bulunmaktadır. Artık materyalin değerlendirilmesine yönelik Ar-Ge projeleri ile yeni ve katma değerli ara ürün ve girdilerin elde edilmesi hedeflenmelidir. Bu sayede hammaddenin daha verimli bir şekilde değerlendirilecek ve sektörün karlılığı artırılmış olacaktır. Endüstriyel artıklardan elde edilen yeni ürünlerin bir kısmının gıda sektörü tarafından girdi olarak kullanılma potansiyeli bulunmaktadır. Ülkemiz gıda ve içecek sektörünün faaliyetleri dikkate alındığında özellikle meyve ve sebze işleme, deniz ürünleri işleme tekniklerinin önemli düzeylerde atık ve artık materyal çıkardığı dikkat çekmektedir. Ar-Ge çalışmaları ile bu atık ve artıkların aşağıda belirtilen şekillerde değerlendirilme olanakları incelenmelidir;

- Protein kaynağı
- Lif kaynağı
- Biyoaktif madde kaynağı

3.2.3. Kalitenin Yükseltilmesi ve Raf Ömrünün İyileştirilmesi

Gıda ve içecek sektörü taze meyve ve sebze, az işlenmiş (meyve suyu konsantresi, kurutulmuş ürünler) ve minimum işlenmiş ürünler bakımından Avrupa Birliği ülkeleri başta olmak üzere dünya pazarlarında önemli bir tedarikçi durumundadır. Ancak geleneksel ve yaygın işleme tekniklerinin olanak verdiği ürün kalitesi ve raf ömrü olanakları, hedef pazarların genişlemesini sınırlandırmaktadır. Kaliteli ve daha uzun raf ömrüne sahip minimum işlenmiş gıda ürünlerinin elde edilmesine yönelik

yeni yaklaşım ve teknolojilerin geliştirilmesi, ülkemizi gıda alanında ekonomik olarak daha güçlü bir duruma getirme potansiyeline sahiptir. Bu nedenle konvansiyonel teknolojilere alternatif yeni teknolojilerin geliştirilmesi, yeni ve fonksiyonel ambalaj materyallerinin geliştirilmesi, ürüne özel kullanılabilecek ve doğal kaynaklardan elde edilen koruyucu maddelerin üretilmesine yönelik Ar-Ge çalışmalarının öncelikli olarak ele alınması ve hayata geçirilmesi gerekmektedir. Ülkemiz gıda ve içecek sanayi açısından aşağıda belirtilen ürün kategorilerinde kalite yükseltmeye ve raf ömrü iyileştirmeye yönelik Ar-çalışmaları öne çıkmaktadır;

- Minimum işlenmiş gıda ürünleri (meyve-sebze, taze et, süt)
- Yeni teknolojiler vasıtasıyla daha az işlenmiş gıda ürünleri
- Yapay kimyasal katkı maddeleri kullanılmadan üretilen temiz etiketli gıda ürünleri
- Yüksek kaliteli kurutulmuş ürünler (kuru meyveler, bakliyat, fındık, fıstık)
- Raf ömrüne katkı sağlayan yeni ambalaj malzemeleri

3.2.4. Güvenilir ve Sağlıklı Ürünler Geliştirilmesi

Güvenilir ve sağlıklı ürün geliştirme, ürün formülasyonu ve proses koşullarında bazı modifikasyonları veya yeni yaklaşımlar geliştirmeyi gerektirmektedir. Zira sık tüketilen gıdaların bilinen risklerden arındırılması, sektörün rekabet edebilirliği açısından büyük önem taşımaktadır. Tarım ilaçları, mikrobiyal metabolitler ve ağır metaller bakımından kalıntı problemi olan bazı ürünler ekonomik kayıp ve yanı sıra sektörün itibar kaybına neden olmaktadır. Kalıntı sorunu kullanılan hammaddenin kalitesi ile ilgili olduğu kadar, uygulanan işleme ve depolama teknikleri ile de ilgili olabilmektedir. İç ve dış piyasalarda sorun yaşanan gıda ürünlerinde kalıntıların engellenmesine veya en aza indirgenmesine yönelik Ar-Ge çalışmaları önemini korumaktadır.

Diğer taraftan son yıllarda ortaya çıkan yeni bilimsel bilgi ve bulgular beslenme ile sağlık arasındaki ilişkiyi daha iyi anlamamıza olanak sağlamaktadır. Uluslararası eğilimlere paralel olarak daha sağlıklı gıda ve içecek ürünlerinin geliştirilmesi için aşağıda belirtilen konularda iyileşme ve gelişme sağlanması amaçlanmaktadır;

- Daha az kalorili ürünler (yağ ve şeker içeriği azaltılmış) ürünler (obezite ve diyabet gibi sağlık sorunlarına karşı)
- Daha az tuz içeren ürünler (yüksek tansiyon sorununa karşı)
- Daha çok lif içeren ürünler (sindirim sistemi sorunlarına karşı)
- Daha çok antioksidan içeren ürünler (yaşlanma ve bazı metabolik hastalıklara karşı)
- Genetik hastalıklara karşı spesifik ürünler (glutensiz, laktozsuz, yumurtasız gibi)

3.2.5. Kaliteli ve Yeterli Hammadde Temini

Gıda ve içecek sanayisinin sürdürülebilir büyümesi için rekabetçi fiyatlardan kaliteli ve yeterli miktarda hammaddeye gereksinimi bulunmaktadır. Rekabetçi fiyatların önündeki en önemli engelin yani enerji maliyetlerini azaltmanın önemi açıktır. Ayrıca iklim değişikliğinin yaratacağı etkilerin de göz önüne alınması ve üstün özelliklere sahip türlerin/tohumların (hayvansal ve bitkisel alanlarda) geliştirilmesi, hastalıklarda etkin şekilde mücadele edebilmek için aşı ve ilaçların geliştirilmesi, amaca uygun yem ve yem katkı maddelerinin geliştirilmesi gıda endüstrinin sürdürülebilir büyümesinde kritik öneme sahip konular olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca ulusal ve uluslararası pazarlarda giderek artan organik gıdaların üretimine yönelik hammaddelerin yeterli miktar ve çeşitlilikte elde edilmesi de öne çıkan diğer bir konudur.

4. İNOVASYON KAYNAKLARI VE TRANSDİSİPLİNER YAKLAŞIM

Gıda ve içecek sektöründe tüketici nezdinde kabul gören yenilikçi yaklaşımların geliştirilmesinde, mühendislik temel işlemlerinde sahip olunan birikim ve temel bilimlerin sunduğu prensiplerin yanı sıra, zamanla ortaya çıkan tekniklerin önemli birer inovasyon kaynağı olarak potansiyel katkısı yadsınamaz. Gıda sistemi ile ilgili sorunların çözümünde farklı disiplinlerin kesişim noktalarının belirlenmesi ve transdisipliner anlayışla uygun yaklaşımların geliştirilmesi gereği bulunmaktadır. Bu bağlamda;

- Yeni izlenebilirlik yaklaşımlarının (RFID, görüntü analizi gibi) geliştirilmesi açısından bilgi ve iletişim teknolojileri,
- Yeni malzemelerin (akıllı ambalaj malzemeleri) ve tekniklerin (nanoenkapsülasyon, nanoemülsüyon gibi) geliştirilmesi açısından nanoteknoloji
- Yeni hammadde kaynaklarının geliştirilmesi açısından ziraat bilimleri ve biyoteknoloji
- Yeni işleme teknolojilerinin tasarımı ve uygulanması, ileri izlenebilirlik ve mekanistik modelleme yaklaşımları için mühendislik bilimleri,

gıda ve içecek sektörü için önemli birer inovasyon kaynağı olarak ön plana çıkmaktadır. Küresel gıda sisteminin dönüşümünde yukarıda belirtilen inovasyon kaynaklarının transdisipliner anlayışla ve hedef odaklı olarak ele alınarak yenilikçi yaklaşımların ve uygulamaların geliştirilmesinin önemli rol oynayacağı düşünülmektedir.

INNOFOOD PROJESİ NEDİR?

Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmekte olan, T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Rekabetçi Sektörler Programı kapsamında gerçekleştirilen INNOFOOD Projesi, gıda sektörünün bölgesel rekabet gücünün artırılmasına yönelik araştırma ve inovasyon tesislerinin geliştirilmesini kapsıyor. Türkiye'nin kalkınmada öncelikli bölgesi olarak tanımlanan ve Sinop-Hatay boylamının doğusunda yer alan 12 Düzey II bölgesinde başta olmak üzere, tüm Türkiye'de güçlü ve rekabetçi bir gıda ve içecek sektörünün oluşması hedeflenmekte.

INNOFOOD Projesi, gıda ve içecek sektöründe faaliyet gösteren KOBİ ve girişimleri desteklemek için; Ar-Ge, inovasyon, pilot işleme hatları ve test/analiz laboratuvarları kuran kapsamlı bir alt yapı yatırımı ve kapasite geliştirme projesidir. Projeyle gıda ve içecek sektöründeki KOBİ'lerin ürün kalitesini ve güvenliğini iyileştirmesi, Ar-Ge temelli ürün ve üretim teknolojisini geliştirmesi ve katma değerli ürünlerle ulusal/uluslararası rekabet gücünü artırması hedefleniyor.

KAYNAKLAR

- UGTP Stratejik Araştırma ve Yenilik Gündemi 'Vizyon 2023' (2013)
- Strategic Research Agenda of the European Technology Platform: Food for Life (SRA, 2007)
- TGDF Dış Ticaret Verileri Raporu (2021)

3. Ulusal Sütçülük Kongresi ‘Sürdürülebilirlik’ perspektifinden SEKTÖRE IŞIK TUTACAK

Türkiye’nin ilk ve tek süt kongresi olarak öncü bir rol üstlenen 3. Ulusal Sütçülük Kongresi (USKO 2023), 5-6 Ekim 2023 tarihlerinde Ankara CerModern’de gerçekleştirilecek. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Süt Teknolojisi Bölümü tarafından Karma Grup iş birliğiyle yapılacak USKO 2023’e Türkiye ve yurt dışından uzman isimler katılacak. Sektör bileşenleri arasında köprü görevi üstlenen kongrenin bu yılki ana teması, “Sürdürülebilirlik perspektifinden süt endüstrisinin geleceği” olarak belirlendi.

Cumhuriyet’in 100. yılında 90. kuruluş yıldönümünü de kutlayan Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Süt Teknolojisi Bölümü ev sahipliğinde, Karma Grup işbirliği ile düzenlenecek 3. Ulusal Sütçülük Kongresinde (USKO 2023) ‘Sürdürülebilirlik’ önemli başlıklardan biri olacak. CerModern’de gerçekleşecek kongrede, Avrupa Birliği’nin Yeşil Mutabakat sürecinin Türkiye süt endüstrisine etkisi, bu konuda yapılan çalışmalar ve yol haritası süt değer zincirinin bileşenleri arasında yer alan bazı kuruluşların CEO’ları tarafından değerlendirilecek.

Kongre kapsamında düzenlenecek ‘Sürdürülebilirlik Liderleri’ oturumunda Ak Gıda - İçim Süt CEO’su Ali Sözen, Schneider Electric TRCAP Endüstriyel Otomasyon İş Birimi Genel Müdür Yardımcısı Kerem Barlak, Pınar Süt Genel Müdürü Gürkan Hekimoğlu, Aromsa Yönetim Kurulu Başkanı Murat Yasa, Unilever Türkiye ve Ortadoğu Dondurma Genel Müdürü Toloy Tanrıdağlı konuşmacı olarak yer alacak. Yeni fikirlerin ve bilimsel çalışmaların paylaşılacağı sözlü ve poster bildiri sunumlarının da yer alacağı 3. Ulusal Sütçülük Kongresi’nin ikinci gününde en iyi sözlü ve poster bildiri sahipleri ödüllendirilecek.

“SÜT EĞİTİMİNİN VE TEKNOLOJİSİNİN 100 YILLIK GELİŞİMİNE AYNA TUTACAĞIZ”

Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Süt Teknolojisi Bölümü Öğretim Üyesi ve USKO 2023 Kongre Düzenleme Başkanı Prof. Dr. Barbaros Özer, süt endüstrisinde bilim ve teknolojiye dayalı büyüme stratejilerinin ve sürdürülebilirlik konularının öncelikli olarak tartışılacağı 3. Ulusal Sütçülük Kongresi için “Ülkemiz sütçülüğünün uluslararası rekabette var olabilmesi için süt değer zincirinin tüm paydaşlarının bilgi alışverişinde bulunacağı önemli bir platform olmayı hedefliyoruz” dedi.

“Sürdürülebilirlik perspektifinden süt endüstrisinin geleceği” ana temasıyla düzenlenen USKO 2023’ün sektöre yenilik getiren ve ufuk açan bilimsel çalışmaları gündeme taşıyacağını belirten Özer, “Türkiye ve yurt dışından bilim insanları, geleceğin süt endüstrisi çalışanları ve sektörün önemli isimleri iki gün sürecek kongremizde bir araya gelecek. Sürdürülebilirlik, gıda ve sağlık ilişkisi, hijyenik tasarım ve gıda güvenliği perspektifinden süt endüstrisinin konumunu yetkin isimlerce tartışmaya açacağımız oturumlar düzenleyeceğiz. Kongremizin üniversite-sanayi iletişimini güçlendirmesini ve ortak çalışma kültürünü teşvik etmesini umuyoruz. Cumhuriyetimizin 100. yılında, ülkemiz süt eğitimi ve süt teknolojisinin 100 yıllık süreçteki gelişimine de ayna tutacağız. Oturumlarımızın her birine bugün aramızda olmayan, Türkiye’de sütçülüğe emek vermiş öğretim üyelerimizin adını vererek onların anılarını da yaşatmak istiyoruz” diye konuştu.



Prof. Dr. Barbaros Özer

YENİ TEKNOLOJİLER SÜT SEKTÖRÜNE TANITILACAK

Süt ve süt ürünlerinin gerek üretimi gerek kalite kontrolü için birçok yeni teknoloji ve yeni analiz tekniklerinin bulunduğunu ve her geçen gün yeniliklerin hızla büyüdüğünü belirten Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Süt Teknolojisi Bölümü Bölüm Başkanı ve 3. Ulusal Sütçülük Kongresi Bilim Kurulu Üyesi Prof. Dr. Ebru Şenel Özkan, “Hızla değişen tüketici davranışlarını ve taleplerini karşılamak için süt ürünleri alanında strateji ve ürünlerde inovasyonu benimsemek önem arz ediyor. 3. Ulusal Sütçülük Kongresi’nde, süt ürünlerinde inovasyona odaklanan bilimsel çalışmalara öncelik verilerek ve daha fazla kitleye ulaşması sağlanması düşünülmektedir. İlaveten kongremiz süt endüstrisinde özellikle üretim, kalite kontrol ve analiz tekniklerinde son gelişmeleri, ekipman ve cihazları sunmaları için firmalara fırsat sağlayacak” diye konuştu.



FARK KATAN AR-GE ÇALIŞMALARIMIZ İLE GIDANIN GELECEĞİNE YATIRIM YAPIYORUZ

Eksun Gıda AR-GE merkezimizde, geliştirdiğimiz ürünlerle değişen tüketici ihtiyaçlarına cevap verirken gıda sektörünün geleceğine yönelik çalışmalara imza atıyoruz.



eksun

Sinangil 1963

Sinangil GLUTEN YOK

SHIMADZU
Excellence in Science

ANT TEKNİK



Gıda Analizlerinize Yenilikçi Çözümler

Deneyimli kadromuz, teknolojik olanaklarımız, üstün hizmet anlayışımız ve geniş kapsamlı analitik ve laboratuvar çözümlerimizle gıda laboratuvarlarınıza doğru analiz ve güvenilir üretim olanakları sunuyoruz.

LCMS/LCMSMS
- Pestisit Analizleri ▪ Veteriner İlaç ve Hormon Analizleri
- Multivitamin Analizi ▪ Multitoksin Analizi ▪ Gıda Boyaları Analizi
- Pirolizidin Alkaloidleri (PA) Analizi

GCMS/GCMSMS
- Pestisit Analizleri ▪ Yağ Asitleri Analizi ▪ Aroma ve Alkol Analizleri
- Koruyucu Analizleri ▪ Dioksin Analizleri ▪ Etilen Oksit Analizleri
- Gıda ile Temas Eden Madde ve Malzeme Analizleri

GC/GC-HS
- Yağ Asiti Metil Ester (FAME) Analizleri ▪ Hekzan Analizi
- Sterol Bileşimi, Wax Esterleri ▪ Alifatik Alkol ▪ Mineral Yağ

HPLC
- Aflatoksin Analizleri ▪ Katkı ve Renklendirici Analizleri
- Fenolik Bileşikler, Antioksidan, Vitamin Analizleri
- ECN 42 Trigliserit Analizi ▪ PAH (Benzopiren vb.) Analizi
- HMF (Hidroksimetilfurfural) ve Patulin Analizi

UV-VIS Spektrofotometre
- HMF (Hidroksimetilfurfural) Analizi
- Krom +6 Analizi ▪ Özgül Absorbans Analizi

FTIR Spektrofotometre
- Gıda ile Temas Eden Madde ve Malzeme Analizleri

AAS / ICP-OES/MS / EDX
- Gıda ile Temas Eden Madde ve Malzeme Analizleri
- Ağır Metal Analizleri ▪ Yabancı Madde Analizleri

BioUV



LCMS-8045
Sıvı Kromatografi Triple Kuadrupol Kütle Spektrometre



GCMS-QP2020 NX
Gaz Kromatografi Kütle Spektrometre

THINK BIG, SEE BEYOND
|antteknik.com|

©ANT Teknik, 2023 All rights reserved.

▶ Analitik Cihazlar ▶ Yaşam Bilimleri ▶ Endüstriyel Cihazlar ▶ Sarf Malzeme ve Aksesuarlar |Spektroskopi|▪|Kromatografi|