

# AMBALajsIZ GIDA KALMASIN



**Muharrem Demir**  
APACK Genel Müdürü

Biz de son yıllarda gıda piyasamızda AB standartlarına uymak için pek çok geleneksel pazarlama yöntemimizi değiştirmek zorunda kaldık. Seyyar satışlar azaldı, açıkta satılan ürünler dükkânlara girdi. Avrupa'nın ambalajlı ürün konusundaki bu istikrarlı gelişimi bizi de etkiledi. Kesekâğıtları, çuvallar, karton kutular, tenekeler artık tarihe karışıyor. Pazarlara getirilen sebze ve meyve bile çok değişik taşıyıcı kutularla Toptancı Hal'inden temin ediliyor. Hatta bazı ürünler hazır ½ veya 1 kiloluk küçük kaplarda satışa sunuluyor.

Gıda Ambalajı konusunda Avrupa ülkelerinden hiç de geri değiliz. Gerek makine parkı gerekse kapama teknolojileri dünyanın gelişmiş ülkelerinde olduğu gibi bizde de kullanılıyor. Ancak ülkemizde ambalajlı gıda malzemesi tüketim alışkanlığı henüz çok yeni. Tüketicinin taze gıdayı anlamak için "elleme" alışkanlığı hala sürmekte. Elleyemediği, koklayamadığı ürünü satın almakta tereddütler içinde tüketicimiz.

Elbette bunun geçmişten gelen etkileri var. Ülkemizde ambalajlı ürün konusunda yapılan ilk çalışmaların, ilk denemelerin sıkıntılı sonuçlar doğurması tüketicinin güvenini sarsmış.

Marketlerde satışa sunulan gıda ürünlerine daha uzun raf ömrü kazandırılması yolunda yıllardır pek çok çalışma ve deneme yapılıyor. Ülkemizdeki ambalajlı ürünlerin bir kısmında ne yazık ki hala katkı maddeleri kullanılırken, bazı ürünler sadece vakum ve gaz desteği ile hazırlanıyor ve satışa sunuluyor. Genellikle kimyasallardan oluşan katkı maddeleri üreticinin üretim-satış arasındaki sorunlarını (renk ve lezzet kaybı, biyolojik bozulma, küflenme vd.) çözmüş gibi gözüküyor. Hem de epeyce ucuza. Ancak sağlık uzmanlarının ortak kanısı bu ucuz çözümün uzun vadede insanların sağlığına kötü etkiler bırakacağı yönünde.

Çağdaş tüketici artık etiketleri okuyor, yediğinin içeriğine dikkat ediyor, besin değerlerini biliyor. Beslenmesine daha da dikkat eden çağdaş tüketici profilimiz, katkı maddeli ürünlere karşı oluşan algı dolayısıyla geleneksel alışveriş yöntemlerine kayma eğilimi göstermektedir. Et tüketimi giderek kasaplara, sebze-meyve tüketimi semt pazarlarına ve manavlara yöneliyor. Ama bir süre sonra dünya Gıda Normları gereği gıdalarımızı ambalajlı olarak üretmek ve satın almak durumunda kalacağız.

Dünya pazarlarının birleştiği bir rekabet ortamındayız. Muhteşem güzellikte bir mutfak geleneğimiz var. Bu lezzetleri dünya pazarına sunabilmenin yolu, bu hazineyi "doğru ve güzel" ambalajlamaktan geçiyor. Dünya marketlerindeki ürünlere bakınca işimizin hiç de

kolay olmadığı görülüyor. Çok şık, çok fonksiyonel, hijyenik ve sağlıklı binlerce gıda ürünü Avrupa raflarını süslüyor. O rafta yer alabilmek için dünya standartlarında üretim yapmalıyız.

Ekonomik direnç süresini etkilemeden, katkı maddeleri kullanmadan gıda ürünlerinin ambalajlanması günümüz teknolojileriyle mümkün. MAP (Modified Atmosphere Packaging) bu yöntemlerden birisi. Vakum bu yöntemlerden bir diğeri. Sous-Vide bir başka katkısız ambalaj teknolojisi. Bütün bu teknikler ürüne maksimum raf ömrünü kazandırırken, katkı maddeleri kullanmanızı da gerektirmiyor.

Avrupa ülkelerinin başını çektiği ambalajlı ürün pazarlama mantığı gerçekten de geleceğin yöntemi. APACK gıda ürünlerini katkısız olarak ambalajlama teknikleri konusunda yıllardır büyük emek vermekte ve laboratuvar çalışmaları yapmaktadır.

Doğru yolda olan bütün girişimcilere kapımız sonuna kadar açıktır.