

sudeajans.net

# packworld®

AMBALAJ, PLASTİK, GIDA, MAKİNA VE OTOMASYON SİSTEMLERİ DERGİSİ

TÜRKİYE

PACKAGING, PLASTICS, FOOD, MACHINERY AND AUTOMATION SYSTEMS MAGAZINE

AIKBARKOD	İSTANBUL TİCARET ODASI
AMD	KERAMİK
apeX	KOTA PACK
BECKHOFF	OMRON
BETA-PAK	30. YIL
DESAPAK	PATENT MÜHENDİSLİK
DOL-MAK	polipak
EFUN	POLYMAK
ELIT	ROTOGRAFK
ENDA	SMA SABAZ MAKİNA
ESIT	SCHMALZ
FESTO	SMC
gemak	tepro
GÜR-İŞ MAKİNA	Toper
HAKILKALE	tsp
HİPERMAK	LO100
HÜRMAK	UÇSAN
Ipak	Wilfmann
CHURCHILL	Yeni yurt makina
imeX	YILMAZ
imlrobot	YÖM VAKUM

## PERFORMANSI İLE BÜTÜN GÖZLER ÜZERİNDE

HİPERMAK HPR\_CM5000 yüksek performansı ve yenilikçi teknolojisi ile bütün dikkatleri üzerinde topluyor...



### HPR\_CM5000

Yüksek Hızlı  
Dikey Paketleme  
Makinesi

## HİPERMAK

GIDA AMBALAJ MAKİNE SANAYİ VE TİC. LTD. ŞTİ.

[www.hipermak.com.tr](http://www.hipermak.com.tr)

AYIN KONUĞU

## AKY TECHNOLOGY

• Ambalaj Sektöründen 29  
Firma ISO İlk 500'de!

• ROCKWELL Automation,  
6. Kez Dünya'nın En Etik  
Şirketi Seçildi

Doğal  
Soğutma  
Grupları  
Ambalajsız  
Kalmasin

**YENİLENDİK**  
Yeni Yüzümüzle  
Sizlerle





## Ambalajsız Gıda Kalmasın!

APACK AMBALAJ LTD.ŞTİ.  
GENEL MÜDÜRÜ  
Muharrem DEMİR

Avrupa'nın pek çok ülkesi, satışa sunulan gıda ürünlerinin daha hijyenik, sağlıklı ve uzun ömürlü olması için ambalajlı ürün yolunda büyük ve kalıcı adımlar atıyor. Türkiye'de son yıllarda gıda piyasasında AB standartlarına uymak için pek çok geleneksel pazarlama yöntemini değiştirmek zorunda kaldı. 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 halinden 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 hâlâ 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 ucuz. 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.

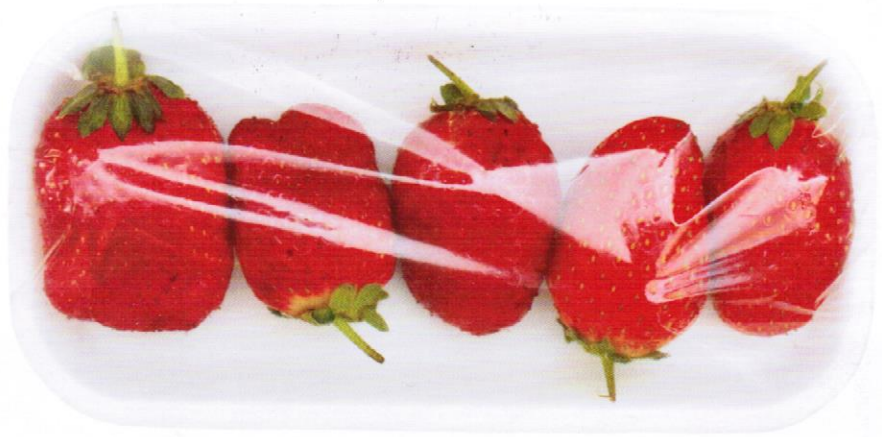
Ekonomik direnç süresini etkilemeden, katkı maddeleri kullanmadan gıda ürünlerinin ambalajlanması günümüz teknolojileriyle



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.



### **No More Unpacked Food!**

Many European countries are taking big and persistent steps on the way to packed products so that food products put on the market shall be hygienically, healthy and shall have a long shelf-life. We also had to change many traditional methods of marketing in our food market in order to comply with the European standards.

Peddling has been reduced, products sold openly have entered the shops. This consistent development of Europe on the packed products has also affected us. Paper bags, sacks, cardboard boxes, tin cans are becoming a thing of the past.

Even the vegetables and fruits brought to the bazaars are procured from Wholesale Market with many different types of handling packages. Moreover, some products are being presented in standard small packs of 1/2 or 1 kg.

We have not fallen behind the European countries at all in terms of food packing. Both the equipment pool and enclosing technologies are used in our country besides the advanced countries of the world. However, a consumption habit for packed food is so recent in our country.

Habit of the consumers to "handle" the food in order to understand its freshness is being continued. Our consumers have regrets in buying the products that they cannot touch and smell yet.

Of course, this has reasons from the past.

The fact that first studies, first attempts on the packed products in our country had caused some troubles has made consumers lose their confidence on these products.

Many studies and attempts have been made in order to provide a longer shelf life to the food products presented in the stores. Unfortunately, additives are used in some packed products in our country and some products are prepared and presented to the market by vacuuming and applying gas only.

Additives, usually consisting of chemicals, seem to resolve the manufacturer's issues (such as discoloration and loss of taste, biological decay, moulding etc) in the manufacturer's processes from production to sales. And for a very low price. However, the view of the healthcare professionals is that this cheap solution shall have adverse effects on the health of people in the long run.

Modern consumers are reading the labels, watching what they eat and know what nutritional values of the products are. Our modern consumer profile that also cares about his/her health more and more everyday tends to move to the traditional shopping methods because of the perception that is created against the products with additives.

Consumption of meat tends to move to butchers, consumption of vegetables and fruits tends to move to neighborhood bazaars and groceries. But, we shall produce our food and buy it as packed as per the Global Food Norms.

We are in a competitive environment where

all global markets meet each other. We have a magnificent cuisine. The way for presenting these tastes to global market is to pack this great treasure "correctly and attractively." When we look at the products on the global markets, we can see that this is not easy. Thousands of very attractive, very functional, hygienic and healthy food products are available in the shelves of European markets. We shall produce our goods complying with global standards in order to be in those shelves.

Packing food products without using additives and without compromising from the economical endurance life is possible with today's technologies. MAP (Modified Atmosphere Packaging) is one of these methods. And vacuuming is another method. Sous-Vide is also another additive-free packing technology.

While all these techniques provide maximum shelf life for the products, they also do not require using of additives.

Marketing of packed products as led by European countries is really the method of future. APACK has been making a great effort and doing laboratory work for many years on the packing of food products without additives.

We would like to welcome all entrepreneurs on the correct path.