

Çin tehlikesi tekstilciyi nasıl zeytinyağcı yaptı

SON yıllarda sayısı giderek artan zeytinyağı markalarına bir yenisi eklendi:

Zeytin İskelesi.

Ayvalık'ta zeytinyağcı dostlarımla geçirdiğim birkaç günden sonra soluğu **Tire**'de **Zeytin İskelesi**'nin yeni fabrikasında aldım.

Piyasaya hayli iddialı giren yeni zeytinyağı markasının özelliklerine geçmeden önce yatırımcı gruba değineceğim.

Zeytin İskelesi markasının arkasında **Kuloğlu Şirketler** Grubu var.

Aslen Tireli olan **İsmail Kuloğlu** 1970'li yıllardan beri tekstil işinde.

İzmir merkezli şirketi, yıllarca ev testilinden abiye kumaşa kadar geniş bir yelpazede üretim ve başta **Almanya** çoğu **Avrupa** ülkesine ihracat yapmış.

Peki neden tekstilden tamamiyle farklı bir sektöre yatırım?

İsmail Kuloğlu'nun bu soruya yanıtı şöyle:

"Tekstilde başta Çin, Pakistan, Hindistan karşısında rekabet şansı giderek azalıyor. Zeytinyağı'nda Çin tehlikesi yok. Çin'in zeytinyağı üretmemesi Türkiye'nin bir şansı".

"Ayrıca dışarıya bağımlı olmaktan ziyade yüzde yüz yerli bir ürüne yatırım yapmak istedik" diye de ekliyor.

Tekstilde ham maddenin büyük oranda yerli olduğu yıllar geride kaldı.

İsmail Kuloğlu tekstil işine devam etse de ürettiği abiye kumaşın malzemesi neredeyse yüzde 80'ni yurt dışından.

Hem rekabet şansı giderek azalıyor, hem ham maddede dışarı bağımlılık söz konusu.

HAVAYLA, IŞIKLA TEMAS YOK

Bir aile şirketinin patronu olan **İsmail Kuloğlu**'nun çocuklarını düşünerek geleceği olmayan bir sektörün yanı sıra **Türkiye**'nin en değerli ürünlerinden birine **"zeytinyağı"**na yatırım yapmış olması yerinde bir seçim.

İsmail Kuloğlu **"Dersimizi iyi çalıştık"** diyor.

Tariş'te uzun yıllar görev yapmış olan **Fatih Cenikli**'nin Genel Müdürlüğü'nü üstlendiği **Zeytin İskelesi**'nin hazırlıkları iki yıla yakın sürmüştü.

Piyasaya yeni giren bu zeytinyağı markasının farkı ne?



Tire' deki fabrikada yakından görme fırsatını bulduğumuz en önemli fark şu:

Zeytinyağı şişelere doldurulurken gelişmiş bir teknolojiyle havayla teması engelleniyor.

Hem boş, hem içine zeytinyağı doldurulmuş şişenin havası alınıyor.

Böylelikle zeytinyağının uzun süre tazeliğini, kokusunu saklaması sağlanıyor.

Bu işlem **İtalya**'da daha yeni yeni kullanılırken, **Türkiye**'de ilk kez uygulanıyor.

İşıkla temas edilmemesi için **"koyu renk"** şişeler tercih ediliyor.

Genel Müdür Yardımcısı **Tuba Çelikel**'in verdiği bilgiye göre, **Zeytin İskelesi**'nin şişeleri, dünyanın en eski cam imalatçısı **Saint-Gobain**'den satın alınıyor.

Sadece bu detay yeni markaya ne kadar özen verildiğinin kanıtı.

Bu arada **Paşabahçe**'nin renkli cam şişe üretmediğini dolayısıyla şişelerin yurt dışından alındığını öğrenmiş olduk.

JAPON KADINI ÖNCE YÜZÜNE

Zeytin İskelesi fabrikasında sıkma işlemi yapılmıyor.

Ayvalık ve **Edremit** zeytinyağı üreticilerden toplanıyor ve fabrikada gelişmiş laboratuvar kontrollerinden sonra şişeleniyor.

İsmail Kuloğlu'nun işaret ettiği gibi, piyasaya yeni bir markanın girmiş olması zeytinyağı üreticisi için yeni bir ekmek kapısı.

Yeni zeytinyağı markası için ilk hedef iç piyasa, ihracat ikinci adım.

Ihracat için **Zeytin İskelesi**'nin İngilizcesi **"Olive Pier"** adı düşünülmüş.

İsmail Kuloğlu ile sohbetinde, gönlünde nakış makinesi satın aldığı **Japonya**'ya zeytinyağı ihraç etmek yattığı ortaya çıktı.

Zaten kendisiyle görüşmeye İzmir'e gelen **Japon** işadamları özellikle kadınlarının sıkı sıkı tenbih etmeleriyle zeytinyağı alıp dönüyorlarmış.

"Japon kadınları zeytinyağını önce yüzüne, sonra saçına, en son da yemeğe kullanıyor" diyor **Kuloğlu**.

Japonya zeytinyağı pazarı büyük oranda **İtalyan** ve **İspanyolların** elinde.

Türkiye'nin 2005 yılında Japonya'ya zeytinyağı ihracatı **3 milyon 285 dolar** iken 2008 yılında **11 milyon dolara** yaklaşmış.

"Olive Pier"'de **Japonya**'nın yolunu tutacak elbet günün birinde.