

# 40 yıllık tekstilci, Çin'e karşı zeytinyağ üretimine girdi

Çin ve Hindistan'ın ucuz ve kalitesiz ürünleri ile mücadeleden bıkan tekstilci Kuloğlu Grubu 'Çin tehlikesi yok' diye 5 milyon euroluk yatırımın ardından zeytinyağı üretimine de başladı.

İZMİR - İzmir'de yaklaşık 40 yıldır tekstil sektöründe faaliyet gösteren Kuloğlu Şirketler Grubu, "Zeytin İskelesi" markasıyla zeytinyağı sektörüne de girdi. Tekstilde başta Çin olmak üzere Pakistan ve Hindistan karşısında rekabet şanslarının giderek azaldığını söyleyen Kuloğlu Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Kuloğlu, zeytinyağında Çin tehlikesi olmadığını belirterek, "Çin'in zeytinyağı üretmemesi Türkiye için bir şans. Ayrıca yüzde 100 yerli bir üretime yatırım yapma kararı aldık" dedi.



METE TAMUR OMUR

Yaklaşık 2 yıllık hazırlık döneminin ardından Zeytin İskelesi markasının ortaya çıktığını söyleyen Genel Müdür Fatih Cenikli ise, Tire Organize Sanayi Bölgesi'nde 22 dönüm üzerinde 5 milyon euroluk yatırım yaptıklarını anlattı. Cenikli, toplam 5 bin 500 metrekairelik kapalı alana sahip, tamamı İtalya'dan ithal son teknoloji ürünü makinelerin bulunduğu tesiste yıllık 15 bin ton natürel zeytinyağı işleme kapasitesine sahip olduklarını belirtti.

## Yurtdışına açılmayı planlıyoruz

Cenikli, önceliği iç pazara vererek Türk tüketicisine kaliteli zeytinyağı sunmak hedefiyle yola çıktıklarını anlattı. Tarişte uzun yıllar genel müdür olarak görev yaptığını ve oradaki bilgi-birikimini Zeytin İskelesi'ne taşıdığını söyleyen Cenikli, firma olarak sadece natürel zeytinyağları üzerinde uzmanlaşmak istediklerini vurguladı. Cenikli, "Üretim yelpazemizde sadece natürel sızma, natürel birinci ve natürel organik yağlar var. Ambalajda cam ve tenekeyi tercih ettik. 1 ile 5 litre arasında değişen ambalajlar var. Egeli üreticilerden toplayıp, Türkiye'deki sayılı tam donanımlı laboratuvarımızda 42

noktada kalite kontrolünden geçirdikten sonra şişeleyip tüketicinin beğenisine sunuyoruz" dedi.

Zeytin İskelesi'nin CarrefourSA ve Real mağazalarının raflarına girdiğini belirten Cenikli, Kipa ile anlaşma yaptıklarını, yakın bir zamanda orada da ürünlerinin bulunacağını ifade ederek, amaçlarının ulusal büyük hipermarket zincirlerinde butik ürün kalitesi ile yer almak olduğunu belirtti. Cenikli, yurtiçinde belirli bir pazara ulaşıktan sonra yurtdışına açılmayı planladıklarını söyleyerek, hedef kitlelerinin zeytinyağı tüketen herkes olduğunu ifade ederek, temel hedeflerinin, iç pazarda natürel zeytinyağı alanında önemli bir oyuncu olmak, ardından da dünyaya Türk zeytinyağını aynı kalitede sunmak olduğunu kaydetti.

## Şişeler İtalya'dan geliyor

Zeytinyağının en büyük üç düşmanının ısı, ışık ve havayla temas olduğunu belirten Fatih Cenikli, Zeytin İskelesi'nin farkının bu noktada ortaya çıktığını belirterek, "Zeytinyağını şişelere doldururken, gelişmiş bir teknolojiyle havayla temasını engelliyoruz. Hem boş hem de içine yağ doldurulmuş şişenin havasını alıyoruz. Böylelikle zeytinyağının uzun süre tazeliğini ve kokusunu korumasını sağlıyoruz. Azot yastıklaması dedğimiz bu yöntem sayesinde ürünü müz kapağı açılana kadar ilk günkü özelliğini koruyor. İtalya'da yeni yeni kullanılan bu yöntemi Türkiye'de ilk uygulayan firmayız. Işıklı temas edilmemesi için de maliyeti diğerlerine göre iki kat daha pahalı olan koyu renk şişe tercih ettik. Türkiye'de üretilmediği için dünyanın en eski cam imalatçılarından İtalyan Saint Gobain'den satın alıyoruz" bilgisini verdi.



Fatih Cenikli, üretim yelpazelerinde sadece natürel sızma, natürel birinci ve natürel organik yağların olduğunu söyledi.

## ZEYTİNYAĞI ULAŞILMAZ HALE GELDİ

Fatih Cenikli, son dönemde zeytinyağının pahalı ambalajlarda hediyeleşmiş gibi satıldığını ifade ederek, "Evlerin mutfakları yerine büfelerini süslemeye başladı. Ürün güzelleşti ama tüketim artmadı. Çünkü fiyatlar uçtu gitti. Zeytinyağı ulaşılmaz hale geldi. Biz bunda değişim yaratacağız. Ham yağ fiyatları değişmedikçe fiyatımız değişmeyecek. Yani ham madde fiyatı neyse raf fiyatı da öyle oluşacak" dedi.