

TÜRK AMBALAJ SANAYİ

PENÇELERİNİ GÖSTERİYOR

Yayın kurulumuzu temsilen her yıl düzenlenen bölgenin en büyük ambalaj fuarlarından Avrasya Ambalaj Fuarı'nı ziyaret ettim.

YAZI VE FOTOĞRAF: *BO WALLTEG*



Avrasya Ambalaj Fuarı, küçük bir ticaret fuarı değil. 43 ülkeden 1122 şirketin katıldığı her yıl düzenlenen büyük bir ticaret fuarı. Etkinlik bu yıl yirmi dördüncü kez düzenlenecek. (Çevirenin notu:31

Ekim - 3 Kasım 2018). Tüyp Fuar Alanı şehir merkezinden biraz uzakta yer alıyor. Şehir merkezine uzaklığı göz önüne alındığında fuarı ziyaret etmek isteyen ve İstanbul'un merkezinde bulunmaya ihtiyaç duymayanların etkinliğe yakın bir oteli tercih etmesi iyi bir fikir olacak. Biraz şehir keşfetme fırsatına sahip olmak için şehrin içinde kalmayı tercih ettim ancak uzun bir günün ardından otelde kalmak o kadar iyi geldi ki, otelden dışarı çıkmakta epey zorlandım.

Katılımcıların büyük bir kısmı donanımlı ve özel standlara çok para harcamış. Birçoğu şıkır şıkırdı ve oldukça gösterişliydi. Etkinlikte katılımcı düzeyinde en fazla plastik firmaları vardı. Kağıt ambalaj üreticilerinin sayısı ise gözle görülür şekilde azdı. Bu muhtemelen, Türkiye'nin kendi orman üretimine sahip olmaması sebebiyle ağaçların kesilmemesi gerektiğinden kaynaklanıyor. Yani tüm kâğıdın ithal edilmesi gerekiyor. Bununla birlikte esnek plastik, sert plastik, cam, metal ambalaj, kağıt, karton, oluklu mukavva, ahşap ambalaj, ambalaj makineleri, etiket, diğer yardımcı ambalaj malzemeleri üreticileri fuarda yer almaktaydı.



Aslıhan ARIKAN, Ambalaj Sanayicileri Derneği Genel Sekreteri

Ambalaj Sanayicileri Derneği (ASD), İngilizce'de "Packaging Manufacturers Association" anlamına geliyor.

Geçtiğimiz yıl kuruluşunun 25. yıldönümünü kutlayan dernek, bu fuarın sorumluluğunu 22 yıl önce üstlenmiş ve o tarihten bu yana fuarı organize ediyor.

Aslıhan Arıkan şunları paylaşıyor: "Türkiye'de yaklaşık olarak 3.000 ambalaj şirketi var ve büyük şirketler başta olmak üzere 200'ün üzerinde üyemiz var."

Üyelerinin Türkiye'deki ambalaj sektörü cirosunun yaklaşık %90'ına, yani yirmi milyar dolarlık bir paya sahip olduğunu belirtiyor ve bu durumdan memnun oldukları belli oluyor.

"Satış rakamlarına baktığımızda, dünyanın en büyük on altıncı Avrupa'nın ise en büyük altıncı ambalaj sektörü konumundayız ve hızla büyüyor. İç piyasadaki kişi başına ambalaj tüketimimiz yaklaşık 180 Euro civarında olup, bu oran Batı Avrupa'ya kıyasla daha düşük olsa da Doğu Avrupa ülkeleri ile karşılaştırıldığında daha fazla.

Türkiye, stratejik olarak hem batı ve doğu Avrupa pazarlarına, hem de Orta Doğu ve Asya'ya yakın bir coğrafi konuma sahiptir. En önemli ihracat pazarı Almanya, bununla birlikte Fransa, İngiltere, Irak ve Rusya gibi ülkeler de ihracatta ön plana çıkıyor. Komşu ülke Suriye sektör için önceden önemli bir ihracat pazarıydı, ancak ülkede yaşanan kargaşanın sonucu olarak ticaret tamamen bitmiş durumda.

İyi bir konuma ve kaliteli bir sektöre sahibiz. Ayrıca, işgücü maliyetleri söz konusu olduğunda da Çin ve Hindistan kadar olmasa da nispeten avantajlı konumdayız. Enerji fiyatları da iyi durumda.

Bundan sonraki süreçte gelişmeye devam etmek ve rekabet gücünü sürdürmek için odaklanmamız gereken alan teknoloji. Daha çok kol gücüne dayanan bir sektöre sahibiz. Bu yüzden kendimizi Endüstri 4.0'a adapte etmemiz gerekiyor. Yeni teknolojiler, gelişim için önemli bir rol oynayacak.

Mevcut durumda ürünlerin ve akıllı ambalajların gelecekte nasıl ele alınacağı konusunda hükümetle görüşmeler yapmaktayız."



Modern Türkiye'nin kurucusu Mustafa Kemal Atatürk, birçok yerde gözünü halkının üzerinden ayırmıyor. Ruhunu ambalaj fuarlarında da dolaşiyor.

PLASTİK AMBALAJLAR ÖN PLANDA

Aslıhan ARIKAN, plastik endüstrisinin Türk ambalaj sektöründe önemli bir rol oynadığını doğruluyor.

Aslıhan Arıkan şunları kaydediyor: "Ülkemizde çok sayıda plastik ambalaj şirketi bulunuyor, sayıları binin üzerinde ve iyi bir yoldalar. Birçoğu küçük işletmeler ve sert ambalajlar üretiyorlar, bu da başlangıçta oldukça kolay bir üretim. Genel olarak, birçok üçüncü nesil aile şirketi arasında oldukça başarılı şirketler var.

Plastiklerin ön plana çıkmasının bir diğer nedeni de Türkiye'deki ormanların hizmet dışı bırakılması yasağı. Diğer bir deyişle, kağıt ambalaj üreticileri ithal malzemelere yöneliyor ve bu da gelişme oranını sınırlıyor. Ama plastik endüstrisi bile ithalata dayanıyor. Nispeten küçük miktarda plastik hammaddesi üretimine sahipler. Bu yüzden bu bakış açısı gerçeği tam olarak yansıtmıyor olabilir.

Türk plastik sektörü geçtiğimiz yıl ilk çeyrekte %5,2, ikinci çeyrekte ise beklentileri aşarak yüzde 5,1 oranında büyüdü."

Sığ kalmış bir alan da ambalajların geri dönüşümü. Ancak Aslıhan Arıkan'a göre bu konuda bir hareketlenme var:

"2004 yılından beri, AB'deki gerekliliklere istinaden ambalaj atıkları için yasal bir çerçeve oluşturduk ve geri dönüşüm seviyeleri için çok çalışıyoruz. PET şişeler için, %55'lik bir geri dönüşüm oranını hedefliyoruz ve bunu 2025 yılına kadar %65'e çıkaracağız. Bunu başaracağız, ancak genel olarak AB seviyesine ulaşmak için daha çok yolumuz var. Aynı zamanda AB'nin de ulaşılması çok zor olan hedefleri var.

Plastik torbalarla ilgili sorun Türkiye'de de masada. ASD, Çevre Bakanlığı ile birlikte bu konudaki kuralların oluşturulması sürecine dahil oldu. Plastik poşetler yasaklanmıyor ancak mağazalar bunlar için ücret almaya başlayabilir. Mağazalar için gelir kaynağı olacak kadar yüksek bir bedel olmayacak ancak müşterileri poşete gerçekten ihtiyacı olup olmadığını düşündürmeye yetecek kadar yüksek olacak. Örneğin sebze taşıyacak kadar küçük poşetler kapsam dışı bırakılıyor.

"Tabii ki bunu kontrol etmek bir sorun. Köşedeki dükkanın bedeli tahsil edip etmeyeceğini nereden bilebiliriz? Öyle görünüyor ki, şimdilik sadece büyük mağazaların kontrol edilebilecek ve bu yüzden onlar da bu durumdan rahatsız."



İşte bu şişe ile geçen yıl için bir tasarım ödülü kazanıldı.
Abdullah GAYRET, Gürallar Cam Genel Müdürü.

CAM AMBALAJIN GELİŞİMİ

Türk ambalaj pazarı, her şeyden önce sadece plastikten ibaret değil. Dikkat çekici olan faktör, cam ve metal gibi malzemelerin her yıl başarılı bir şekilde gelişmesi. Gürallar Cam Ambalaj Şirketi ülkedeki önce gelen cam üreticilerinden biri. Şirketin standında Abdullah GAYRET ile tanıştık. Türkiye'deki cam ambalaj sektörünün geleceğini parlak görüyor.

Konuyla ilgili şunları paylaşıyor: "İyimser olmamızın birçok sebebi var. Cam ambalaj malzemesi plastik malzemelere kıyasla daha hızlı büyüyor. Son beş yılda, büyüme yılda %10 oldu. Türk halkı camı seviyor ve sağlık riskleri olmayan ve çevreye duyarlı bir malzeme olarak görüyor."

"Coğrafi olarak da iyi bir konumdayız. Orta Doğu'da cam pazarı çok büyük ve yerli üreticilerimizle karşılaştırıldığında üretimimizde çok daha iyi bir kaliteye ve verimliliğe sahibiz, bu durum bize birçok ürünü ihraç etme olanağı sağlıyor. Orta Doğu'da yiyecek ve içecek üreticisi Türk camını tercih ediyor.

Ayrıca, tüm içecek üreticileri premium ürünlerin cam olarak ambalajlanmasını istiyor.

Gürallar Cam Ambalaj, 1996 yılında üretime başlayan daha büyük bir grubun bir parçası. Bugün, LAV markası altındaki porselen ile dünyadaki yüzlerce ülkeye ihracat yapan altıncı büyük porselen üreticisi. Toplamda 1.500 çalışan istihdam ediyor.

Cam imalatı sadece üç yıldan beridir yapılıyor ancak rekor hızda artış göstermiş. Üretim, beyaz cam olan flint cam şişelerden oluşuyor. Her gün, ülkenin cam ambalaj ihtiyacının yaklaşık %10'unu karşılayan bir milyon birim (üç yüz ton) üretiliyor. Başka bir deyişle, büyüme potansiyeli mevcut.

Bugün bir cam fırınımız var ama en az bir tane daha yatırım yapmamız gerektiğini düşünüyoruz. İlk olarak flint cam için düşünüyoruz ancak bundan sonraki adım renkli cam için olacak. Türkiye'de maden suyu sektörü için çok fazla yeşil cam kullanılıyor. Burada kullanılan tüm camın %75'i yeşil renkte. Her fırın, yedi ile sekiz milyon avro arasında bir yatırım anlamına geliyor.

İki yıl içinde bir sonraki fırın ve beş yıl kadar sonra da üçüncüsü faaliyete girecek.

Cam ambalaj üretiminde Türkiye'de üç büyük oyuncu var. Gürallar ise sektöre yeni girdi. İki oyuncunun ise sektöre girmek için hazırlıklarını bu yıl tamamlamaları bekleniyor. Yani güçlü bir kapasite için talep var ancak bu, daha fazla yatırım planı için engel değil.

Cam kullanımı birçok kişi tarafından çevre açısından en iyi ambalaj malzemesi olarak görülüyor, ancak cam yapımının yüksek enerji tüketimini içermesi ve ambalajın nispeten daha ağır olması gibi iki sorun sektörün odaklandığı çalışmalar arasında yer alıyor.

Verimliliği artırmak ve camın ağırlığını azaltmak için AR-GE alanına diğer faktörlere göre daha fazla yatırım yapıyoruz.

Türkiye'de cam geri dönüşümünü geliştirmeye yardımcı olmak için çok çalışıyoruz. Şu anda AB ortalamasının çok altındayız. Hükümet bu alanı zorluyor ve bir artış görmek istiyor. Bu nedenle networkleri geliştirmeye ve bilgiyi yaymaya çalışıyoruz.

Gürallar'ın ürettiği ürünlerin çoğu, özel ambalajlar olup, sadece çok küçük bir kısmı standart ürünler. Ön planda olan ambalaj tasarımına çok emek veriyoruz.

Şu anda tasarım konusunda oldukça fazla yatırım yapıyoruz. Doğru yolda olduğumuzun açık bir işareti olarak 2017 yılında İstanbul'daki büyük turistik cazibe merkezlerinden biri olan Galata Kulesi'ni tasvir eden bir içecek şişesi için Red Dot ödülünü aldık. Bu ödülle gurur duyuyoruz.”



1.000 teneke kutu ile bir gitar figürü oluşturdu. Belki biraz farklı bir sesle...

METAL AMBALAJLAR HAYAT KURTARIYOR

Türkiye'de metal ambalaj sektörü de gelişiyor. Zeki SARİBEKİR, Sarten Ambalaj Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin CEO'su bizlerle şunları paylaşıyor: “Şirketimiz 1972’de kuruldu ve talebi karşılayabilmek için fabrika üstüne fabrika kurdu. Bugün Türkiye’de 14 ve Rusya’da bir fabrikamız var. Bulgaristan ve Hollanda’da da birer fabrika yolda.” İmalat; gıda, boya, aerosol, pestisit ve motor yağları için ambalajlama alanını kapsıyor. Yaklaşık 3.000 kişi istihdam ediliyor ve şirketin cirosu 320 milyon Euro civarında. Zeki Saribekir’e göre metal ambalaj sihirli bir şey. Yerin altından çıkıyor; geri dönüştürülmezse de yeniden yerin altına giriyor. Piyasa o kadar güçlü olmasa da devamlı büyüyor, dolayısıyla daha çok mağazaya satış yapıyoruz ve ihracatımız gelişiyor. Metal ambalaj, içindekileri uzun süre saklayabiliyor ve genellikle soğuk zincir gerektirmediğinden dezavantajlı bölgelere dağıtım için mükemmel bir seçim. Maalesef Türkiye’nin etrafında birçok sorunlu bölge var, metal kutular sayesinde gıdanın bu bölgelere ulaşmasını sağlamaya yardımcı olabiliriz. Büyümenin önümüzdeki beş yıllık dönemde devam edeceğine inanıyorum, daha uzun bir süreyi şimdiden öngörmek zor.”



Türk Kızılayı Bölge Müdürü Erhan TAN, Sarten CEO'su Zeki SARİBEKİR’den 5000 kutuluk yiyecek bağışını teslim aldı.

Fuarın ilk gününde, Sarten standında bir tören düzenledi. Fuar alanında Türk Kızılayı (yani bizdeki Kızıl Haç'ın muadili) Bölge Müdürü Erhan TAN vardı. Sarten, ihtiyaç sahibi insanlara dağıtılması için, 5 bin kutuluk yiyecek bağıışı yaptı. Bu yardım ise 1000 kutudan yapılmış bir gitar şeklinde sergilendi ve birçok kişi bu tasarımın önünde poz verdi.



Yunus Berker Yetişt, şirketinin yedi katman oluşturabilen ekstrüderleriyle gurur duyuyor.

İHRACAT PAZARLARININ AVANTAJLARI VE DEZAVANTAJLARI

İhracat Satış Sorumlusu Yunus Berker YETİŞTİ konuyla ilgili şunları kaydediyor: "Fitpak, 2012 yılında kurulduğu günden bu yana gıda endüstrisi için yüksek bariyerli laminat filmler üreten oldukça genç bir firma. Fitpak, kişisel kullanım ve satış için, ambalaj malzemeleri üretimi için Yonca firması tarafından kuruldu. Yaklaşık 100 civarında çalışanı olan bu şirketin üretiminin üçte biri ihraç ediliyor. Ayrıca üç katman oluşturacak bir ekstrüderimiz var ve buna ek olarak on renge kadar lamine ve flekso baskı yapabiliyoruz. Kısa süre içinde Türkiye'deki üç büyük film ekstrüderlerinden biri haline geldik ve ayda yaklaşık 600 ton malzeme işliyoruz."

İhracat satışlarının sorumluluğu göz önüne alındığında, bu konudaki tartışmanın yapılması doğaldı. Türkiye, Hollanda, İngiltere, İran, Orta Asya ve ABD için Fitpak dahil olmak üzere ihracat pazarlarındaki güçlü olmak için neler gerekiyor?

Bu soruya şu şekilde cevap veriyor: "İhracat pazarlarında kaliteli ürün ve düşük fiyatlar ile rekabet ediyoruz. Evet maalesef yurt dışındaki potansiyel müşterilerle bulduğumda, ilk soru neredeyse her zaman 'Fiyatınızı ne kadar düşürebilirsiniz?' oluyor. Genel olarak cevap vermek gerekirse yüzde on ile yirmiden bahsedebiliriz.

Çoğu durumda coğrafi konumumuz bir avantaj. Çin'den alım yapan Batılı şirketler genellikle istedikleri kaliteyi bulamadıklarını fark ediyor ve sonra bizim sağladığımız ürünleri ve fiyatımızın da uygun olduğunu görüyorlar. Ortalarda bir yerlerde olmak her zaman iyidir." diyor gülerek. "Batıya kıyasla daha düşük maaş maliyetimiz var, enerji maliyetlerini biraz daha düşürüyoruz ama Çin'e kıyasla oranlar çok daha yüksek.

Bizim açımızdan olumsuz yönlerden bahsetmek gerekirse, genel olarak seyahat süresinin uzunluğunu belirtebiliriz. Örneğin: ABD'ye yönelik bazı işler yapıyoruz, fakat daha sonra siparişlerin lojistik ve büyüklüğünü dikkate almamız gerekiyor. Müşterilerimiz için depo olarak hareket etme potansiyeline sahip değiliz.

Fitpak'ın son ürünleri arasında daha çok sebzeler için tasarlanan ısı korumalı ve yosun oluşmasını önleyen madde içeren bir film de var.



Melda BAYRAKTAR DÜNGEL, Elif'in en iyilerden olduğunu ve rekabetten çekinmediklerini paylaşıyor.

BİZ EN İYİLERDEN BİRİYİZ

Elif Plastik'de Müşteri Yöneticisi olan Melda Bayraktar DÜNGEL şunları paylaşıyor:

“Elif Plastik Ambalaj, fuarda yer alan büyük film üreticisi şirketlerinden biri. Elif, Türkiye'de hijyen ürünleri konusunda en büyük kapak film üreticisi, ayrıca Avrupa'da da bu alanda lider şirketlerden biri. Kumaşlar, kadın hijyen ürünleri, bebek bezleri, tuvalet kağıdı gibi ürünler İsveç de dahil olmak üzere tüm dünyaya ihraç ediliyor. Müşterilerimizin birçoğu Unilever, SCA Hygien ve Henkel gibi pazardaki en büyük oyuncular. Biri İstanbul'da, diğeri Kahire'de olmak üzere iki tesisi olan bir aile şirketiyiz. 1.000 kişi burada ve 300 kişi Mısır'da çalışıyor, üç yıl önce üretime başladık.

Sadece polietilen film üzerinde ekstruder ve baskı ile çalışıyoruz. Diğer materyaller gerekirse onları satın aldıktan sonra lamine ve baskı yapıyoruz. Baskı teknolojisinde, mesela hem holografik hem 3D baskıda iyi tanınıyoruz. Ayrıca ofset ve flekso baskıyı birleştirebilen yeni bir bandımız da var.

Şirketin satışlarının %35'i ihracat pazarlarından oluşuyor, diğer Türk şirketleri gibi Elif de düşük işçilik maliyetlerinden ve düşük enerji maliyetlerinden yararlanabiliyor olsa da, ürünü satmak istediğiniz hedef fiyattan kesinlikle satamıyorsunuz.

Çok rekabetçi bir pazarımız var ancak sadece evlerde kullanılan ürünlerde değil, rekabetin düşük olduğu üst segment ürünlerle de çalışabiliyoruz. En iyilerden biri olduğumuzu söylemeyi göze alabiliyoruz.”



Etisan Etiket şirketinin İdare Müdürü Ahmet ASLAN ortada. İşletmenin ihracat piyasasında kalite yönünden güçlü bir rekabete sahip olduğundan hiçbir kuşkusu yok.

SCANPACK FUARI

"Etisan, 1971'den beri etiket imalatı yapıyor, bu anlamda Türkiye'deki en eski işletmelerden biri. Son on beş yıldır, hızlı bir şekilde büyüme gösteriyor. Bir aile şirketi olarak ofset, fleksa ve dijital baskı ile etiket üretiyor. Etisan, en son düzenlenen Scanpack Fuarı'na katılmıştı ve bu yıl tekrar katılım gösterecek.

CEO Fatih Arslan, şunları söylüyor: "Bugün, Türkiye'deki gidişatı belirleyen yedi-sekiz etiket imalatçısından biriyiz. Fakat, piyasanın en büyüğünün Türkiye dışından gelen CCL olduğu açık. Çok başarılılar ve bu bizi mutlu etmiyor."

Her yerde olduğu gibi, burada da trend, her şeyin dijital hale gelmesi. Özenle kullandığımız bir HP 6800'ümüz var ve gelecekte esnek ambalaj üretimine de başlamak bizim için zor olmayacak.

Uluslararası rekabete önem veren bir kaliteye sahibiz ve bu artı değerlerimizi yeni işbirlikleri oluşturarak müşterinin güvenebileceği şekilde satmak istiyoruz."



Nijerya'da ambalaj endüstrisi bulunuyor ama daha yapacak çok şey var, Ahmed Alex OMAH

NİJERYA STANDINDA

Diğer birçok katılımcıya kıyasla daha küçük bir standda, Nijerya Ambalaj Enstitüsü ve Nijerya Ambalaj Dergisi'nin Genel Yayın Yönetmeni, Başkanı Ahmed Alex Omah oturuyor. Burada ne aradığını sormasak olmaz.

Bizimle şunları paylaşıyor: "Afrika kıtasının kuzey bölümü Türkiye için özellikle önemli ve biz de şirketler arasında yeni temaslar oluşmasını sağlamak istiyoruz.

Bu arada, Nijerya'da ambalaj üretimi hakkında daha fazla bilgi edinmek için işbirliği yapmak istiyoruz.

Nijerya ambalaj endüstrisi henüz başlangıç aşamasında. İkel baskı uygulamalarından ambalaj baskısına bir dönüşüm söz konusu ve şirketler lamine makinaları, clicker kalıplar, torba üretecek makineler satın alıyor ve fleksoya giderek daha fazla odaklanıyorlar.

Nijerya şu anda Afrika'da büyük bir ekonomiye sahip, ancak ülkede çoğunlukla bu alandaki iş hacimleri düşük seviyede. Plastik'in sahip olduğu oran iyi durumda olsa da en büyük payı kağıt oluşturuyor.

Eskiden gelir kaynağında en büyük alan petroldü, şimdi ise en çok ilgilendiğimiz alan tarım, bu da daha fazla ambalaj talep etmemizi sağlıyor. Bu doğrultuda bu sektör için gelecek parlak görünüyor.

Nijerya'da çok az sayıdaki ambalaj şirketinin gerçekten Nijeryalı olduğunu söylemek gerek. Şirketlerin yüzde seksen ile doksanı Hindistan merkezli ancak Nijeryalı şirketler büyüyor.

Diğer birçok ülkede olduğu gibi, plastik poşetlere şüpheyle bakılıyor ve konunun gelecekte nasıl ele alınacağı tartışılıyor.

Bir yasağın gelmesi beklenmiyor ancak bir tür kontrol gelebilir. Burada tek soru, bu sorunun nasıl yönetileceği ve uygun şekilde kontrol edileceği.

Bunları toplamanız ve geri dönüştürmeniz gerekecek mi?

“Evet, belki ama poşetlerle uğraşmak zor. Çok kullanılan PET şişeler için bunun yapılması daha kolay. Son zamanlarda, bir şirket geri dönüşüm için on beş milyon dolar yatırım yaptı.”

Ahmed Alex OMAH toplanan atıkların çoğunun halen Çin'e gönderildiğini söylüyor ve ekliyor; “Bu, Çin'in atık ithalatı için büyük engeller oluşturması nedeniyle sorgulanabilir.”

Avrasya Ambalaj Fuarı sadece bir malzeme ve ürün fuarı değil, aynı zamanda çok sayıda makine üreticisi de burada yer alıyor.

Ambalaj Ay Yıldızları Yarışması'nda Ödül Kazanan Bazı Örnekler



Ambalaj Sanayicileri Derneği, her yıl yüksek oranda ilgi gören bir ambalaj yarışması da düzenliyor. "Crescents & Stars for Packaging" ifadesi "Ambalaj Ay Yıldızları" olarak adlandırıldığı anlamına geliyor. Kazananlar WorldStar ve AsiaStar yarışmasına katılma hakkı kazanıyor ve ayrıca hepsi Ambalaj Ay Yıldızları Yarışma kataloğunda yer alarak sunuluyor. Ödüller, birçok katılımcının yer aldığı güzel bir akşam yemeğinin ardından eğlenceli bir törenle veriliyor. Scan Star'ı aynı şekilde ne zaman göreceğiz? Yarışma ile ilgili olarak, 2016'da 3 kategorinin kazananlarından bazılarını burada görebilirsiniz.

Ambalaj Bileşenleri ve Malzemeleri kategorisinde “Altın Ödül” ve aynı zamanda “Altın Ambalaj” ödülünü Sıcak Dolu PET Kavanoz kazandı. 95 dereceye kadar ısıtılabilen bir PET ambalajı olan bu ürün pastörize edilmiş. Oksijen bariyeri çok yüksek ve kutu hermetik olarak kapatılabilir. Tamamen geri dönüştürülebilir. Acemoğlu Gıda Sanayi tarafından üretilmiş.

Design Vena Tasarım, “Diğer Gıda Dışı Ürün” kategorisinde temizleme jeliyle altın ödül almış. Ambalajın şekli, sıvı dökülürken sıkmayı ve elden kayma riskini azaltan kolay tutmayı sağlıyor. Senapa Stampa şirketi ambalajın üreticisi olarak katalogta yer bulmuş.



Jokey Plastik İstanbul San, bu ambalajla

deniz ürünleri ve salatalar için “Gıda” kategorisinde a ödülüne layık görüldü. Üzerini kapatan bir folyonun yanı sıra markanın vurgulanması için kapağa kabartma da yapılabilir.