

Sarten'in metal kapaklarını sanata dönüştürdüler *They turned Sarten's metal caps for bottles into art*



Down Sendromlu çocukların ambalajlardan ürettiği resimler, Sarten'in yeni yıl takvimlerini süsledi.
Sarten's calendars are decorated with the art work made with Sarten's metal caps by the kids with Down Syndrome.

Sahnelerden doğaya transfer: Toprak Sergen

Transfer from the stage to the nature: Toprak Sergen

Sarten müşterilerinin ihracat başarısı

The export success of Sarten's customers

Sarten Adana Orta Doğu'nun ambalaj üretim üssü olacak

Sarten Adana will be the packaging manufacturing base of the Middle East

Süt ve süt ürünlerinde Türkiye'nin ambalajı



44 yıllık bilgi ve deneyimimizle; süt ve süt ürünleri sektörünün ambalaj ihtiyaçlarını **Karacabey Sarten Dairy Pak** fabrikamızla karşılamanın gururu ve sorumluluğunu taşımaktayız.



SARTEN AMBALAJ SAN. TİC. A.Ş.
Balmumcu Mh. Zincirlikuyu Yolu Sk. No: 4 Balmumcu 34349 Beşiktaş İstanbul
T: 0212 275 76 60, F: 0212 272 34 17, sarten@sarten.com.tr, www.sarten.com.tr

“Yeni başarılarla yelken açtık...”

2015 yılını geride bırakırken, yeni yılı yeni umutlar, yeni heyecanlar, yeni yatırımlar ve projelerle karşılıyoruz. Müşterilerimizden almış olduğumuz güçle Adana’da hizmete aldığımız fabrikamızı Akdeniz ve Orta Doğu’nun metal ambalaj üssü olarak yapılandırıyoruz. Silivri Fabrikamızda metal ofset alanında Avrupa’nın en büyük baskı hattını devreye aldık. 2016 yılında bu hattın ikincisi de devreye alınacak. Bunlar 2015 yılında yapılan yatırımların bazıları. Bu yatırımlar önümüzdeki yıllarda da, ülkemizdeki ve bulunduğumuz coğrafyadaki büyümeye paralel olarak devam edecek. Tüm bunları yaparken amacımız sadece büyümek değil tabii ki. 2020’li yıllara kendimizi daha iyi hazırlamak ve çocuklarımıza da güzel yarınlar inşa etmek istiyoruz.

Bu yıl da Türkiye’de ve dünyanın dört bir yanında düzenlenen fuarlara katılarak, ziyaretçilerimize Sarten teknolojisini ve Türkiye’nin ambalaj sanayisinde geldiği seviyeyi anlattık. Dünyadaki teknolojiyi yakından takip ederek Ar-Ge merkezimizi daha da güçlendiriyoruz. Çünkü Türkiye’nin katma değerli ürün üretmeye ihtiyacı var ve bunun yolunun da yüksek teknoloji ve kalifiye işgücünden geçtiğinin farkındayız. Bu amaçla Silivri Endüstri Meslek Lisesi’nde Bilgisayar Destekli Tasarım, CNC Teknolojileri ve Bakım-Onarım eğitimlerinin verildiği 33 kişilik bir bölüm açtık. Bu öğrencilerimiz haftanın bir günü fabrikamızda uygulamalı eğitim alıyor. Bunun sadece Sarten için değil ülke için bir kazanç olduğuna inanıyoruz.

Çalışanların eğitilmesi ve yönetim becerilerinin geliştirilmesi amacıyla Koç Üniversitesi ile birlikte yürüteceğimiz ‘Gelişim Fakültesi’ eğitimlerimiz de başladı. Büyük hedeflere ve başarıya güçlü ekiplerle ulaşabileceğimize inanıyoruz.

Gelin yeni yılda, yeni başarılarla yelken açalım. Biz, sizlerle birlikte güçlü bir aileyiz. 2016’da yatırımlarınızın başarılarla dönüşmesi dileğiyle tüm müşterilerimizin ve tedarikçilerimizin yeni yılını kutlar, sağlıklı ve başarılı bir yıl geçirmelerini dileriz.

“We set sail for new successes...”

As we leave 2016 behind, we welcome the arrival of the new year with new hopes, new excitement, new investments and projects. With the strength we derive from our customers, we structure the factory we opened in Adana to make it the base of metal packaging for Mediterranean and Middle East. In our Silivri factory we onlined the biggest pressing line in Europe in metal offset field. A second line will began functioning in 2016. These are some of the investments done in 2015. These investments will continue in the following years, in close parallel with the growth in our country and our geographic area. Naturally, growth is not our sole goal in doing all these. We want to make ourselves ready for the coming 2020s and build better futures for our children.

This year as well, we have participated in trade fairs organized all around the world and demonstrated the visitors Sarten’s technology and the level achieved by Turkish packaging industry. We are strengthening our R&D center by closely following the technology around the globe. Because Turkey needs to produce products with value added and achieving this depends on high technology and qualified workforce. To this end, we opened a new department where courses on Computer Based Design, CNC Technologies and Maintenance-Repair are offered to 33 students in Silivri Industrial Vocational High School. These students receive a day of practical training each week in our factory. We believe this is a gain not only for Sarten but also for the country.

Our trainings, organized in cooperation with Koç University, called ‘Development Faculty’, aimed to educate and improve the managerial qualities of employees has recently begun. We believe we can reach new goals and achievements with a stronger team.

Let us set sail for new successes on this new year. Together with you, we are a stronger family. We celebrate the new year of our customers and suppliers wishing a healthy, successful new year, hoping that all their investments bear fruit in 2016.



Sarten çalışanlarına Finans ve Tasarruf anlatıldı

Sarten'in teknoloji üssü Silivri Fabrikası'nda 17 Ekim Cumartesi günü 'Finans ve Tasarruf' paneli gerçekleştirildi. Sarten çalışanlarının katıldığı panelin moderatörlüğünü Sarten Pazarlama Direktörü Haluk Giray yaparken, Sarten CFO'su Ahmet Özbaş, Satınalma ve Lojistik Direktörü Ümit Kurbancıoğlu, Metal Ambalajlar Direktörü Avni Topsak ve Pazarlama Grup Müdürü Serdar Bulum konuşmacı olarak katıldı. Konuşmacılar panelde, tasarrufun önemi, departmanların tasarrufu nasıl sağlayabileceği, kişisel çalışanlar olarak neler yapabileceği konusunda bilgiler verildi.

Sarten staff informed about Finance and Saving

At Silivri Factory which is the technological hub of Sarten, a panel of "Finance and Saving" was held on the day of October 7, Saturday. Sarten Marketing Director Haluk Giray was the moderator of the panel during which Sarten CFO Ahmet Özbaş, Procurement and Logistics Director Ümit Kurbancıoğlu, Metallic Packaging Director Avni Topsak and Marketing Group Manager Serdar Bulum participated as speakers. At the panel, the speakers informed about the importance of saving, how the departments can make saving and what the employees can do.

Sarten markası da Brand Week İstanbul'daydı

Sarten Ambalaj, 16-21 Kasım tarihleri arasında düzenlenen Brand Week İstanbul kapsamında Innovation Workshop'a katıldı. Kâsenin Dışından Düşünmek atölyesine katılan Sarten ekibi, pazarlama konusunda uzman moderatörler eşliğinde pazarlamada nasıl fark yaratılabileceğini değerlendirdi.

The brand of Sarten as well was at Brand Week Istanbul

Sarten Packaging participated to the Innovation Workshop organized between November 16-21 at Brand Week Istanbul. The team of Sarten taking part in the workshop of "Thinking out of the Bowl", assessed with the accompaniment of the specialized moderators how to make a difference in marketing.



Sarten'den Tüyap'a görmekli katılım

Bölgesinin her yıl düzenlenen en büyük fuarı olma özelliğini taşıyan ve 22-25 Ekim 2015 tarihleri arasında Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi'nde düzenlenen Avrasya Ambalaj Fuarı'nda zengin ürün çeşidi ve görkemli standıyla ziyaretçilerin oldukça ilgisini çekti. Sarten, pazarlama ekibinin yanı sıra, Sarten üst yönetiminin de katılım sağladığı fuar boyunca, müşterilerle fikir alışverişini yapma imkanı bulundu. 90'dan fazla ülke ve 50 binden fazla ziyaretçinin katıldığı Avrasya Ambalaj Fuarı'nın oldukça verimli geçtiğini belirten Sarten Yöneticileri, yurt içi ve yurt dışındaki fuarlara Sarten olarak katılımın devam edeceği mesajını verdi.



Sarten's spectacular participation To Tüyap

At the Eurasia Packaging Fair organized at the TÜYAP Fair and Congress Center between October 22-25, 2015 and considered as the biggest fair organized regularly every year in the region, Sarten caught attention with its diversity of products and spectacular stand. Besides to the marketing team of Sarten, the senior executives of Sarten too participated to the fair during which they had the opportunity to exchange ideas. The managers of Sarten stated that the Eurasia Packaging Fair, where more than 90 countries and over 50 thousand visitors took part, was very productive and they indicated that as Sarten, they will continue to participate to the fairs, both local and abroad.



Sarten futbol takımı da Sarten gibi liderliğe oynuyor

Sarten Ambalaj'ın Karacabey merkezinde oluşturduğu futbol takımı, katıldığı turnuvada başarılı sonuçlar aldı. Karacabey bölgesindeki firmalar arasında yapılmakta olan turnuvaya Sarten, Or Metal, Nsk Metal, Gölecik, Eğitim Sen, Esnaf Spor, Şimşekler, Tadında ve Cengiz İnşaat firmaları katıldı. İlk maçı Gölecik takımıyla yapan Sarten, maçı 8 - 0 galip bitirdi. Or Metal ile oynan ikinci maçı Sarten 3 - 2 kazandı.

Sarten football team too plays to leadership

The football team created by Sarten Packaging at the center of Karacabey, got successful results at the tournament it took part in. Sarten, Or metal, Nsk metal, Gölecik, Eğitim sen, Esnaf spor, Şimşekler, Tadında and Cengiz Construction participated to the tournament organized among the companies located in the region of Karacabey. The first match was won 8-0 by Sarten against the team of Gölecik. Sarten played the second match against Or Metal and beat it 3-2.

Sarten, yılı ödülleri ile kapattı



Ambalaj Sanayicileri Derneği (ASD) tarafından geleneksel hale getirilen ve bu yıl altıncısı düzenlenen "Ambalaj Ay Yıldızları 2015 Ödül Töreni"nde, Sarten, yine ödülleri topladı." Sarten ürünleri bu yılki yarışmada, iki Altın, iki Bronz ve iki de Yetkinlik ödülü almayı başardı.



BİR ÖDÜL DE BULGARİSTAN'DAN

Sarten'in yurt içindeki ödül başarısı yurt dışındaki yatırımlarına da yansdı. Pleven Ticaret ve Sanayi Odası tarafından düzenlenen ödül töreninde Sarten Bulgaristan, 2015 İhracat ve Uluslararası Prestij Ödülü'nü alarak bir başarıya imza attı. Sarten'in ödülünü Bulgaristan Fabrika Müdürü Branimir Mladenov, Pleven Belediye Başkanı Georg Spartanski'nin elinden aldı.

ONE PRIZE FROM BULGARIA

The local prizes offered to Sarten had also an effect on the foreign investments. At the prize ceremony held by the Commerce and Industry Chamber of Pleven, Sarten Bulgaria had another achievement by being offered the Export and International Prestige Award for the year 2015. The prize of Sarten was offered by the Mayor of Pleven Georg Spartanski to Branimir Mladenov, the factory manager of Bulgaria.

Sarten Ambalaj, 2015 yılını üç farklı kurumun düzenlediği etkinliklerde aldığı çok sayıda ödülle kapattı.

Sarten closed the year with awards

Sarten Packaging closed the year 2015 with several prizes offered at the events organized by three different institutions.

At the "Award Ceremony for the Packaging Stars in 2015", a traditional organization held by the Association of Packaging Industrialists for the 6th time this year, Sarten collected again the awards. The products of Sarten were offered two Gold, two Bronze medals and two Competence awards.



İHRACAT BAŞARISI ÖDÜL GETİRDİ

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) ilk bin ihracatçı listesinde yer alan İstanbul Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği (İDDMİB) üyesi 78 başarılı firma ödüllendirildi. Vestel, Kibar Dış Ticaret, AKPA ve Oyak Renault gibi şirketlerin ödüllendirildiği gecede Sarten Ambalaj da gösterdiği ihracat başarısından dolayı ödül alan firmalar arasında yer aldı.

THE EXPORT SUCCESS WAS AWARDED

78 successful companies, members of the Iron and non-Iron Metals Exporters Union of Istanbul ranked on the list of the first two thousand exporters arranged by the Exporters Assembly of Turkey, were awarded. At the night ceremony during which the companies such as Vestel, Kibar Foreign Trade, AKPA and Oyak Renault were awarded, Sarten Packaging too was among the awarded corporations for its success in exportation.

44 Yıldır Ürettiğimiz Geri Dönüştürülebilir Ambalajlarla Sadece İçlerindeki Ürünleri Değil Çevreyi de Koruyoruz



www.sarten.com.tr

SARTEN AMBALAJ SAN. TİC. A.Ş. Balmumcu Mh.
Zincirlikuyu Yolu Sk. No:4 Balmumcu 34349
Beşiktaş - İST Tel: 0212 275 76 60
sarten@sarten.com.tr



sarten
ÇEVKO
üyesidir



Sarten, Bloomberg ve CNN Türk'te ambalajı anlattı

Bloomberg HT ve CNN Türk televizyon kanallarına katılan Sarten Ambalaj CEO'su Zeki Sarıbekir, ambalajın doğa ve ürünler için önemine dikkat çekti.

Sarten talked about packaging on Bloomberg and CNN Türk

Talking on Bloomberg HT and CNN Türk TV channels, Sarten Packaging CEO Zeki Sarıbekir drew attention to the importance of packaging for the nature and products.

Sarten Ambalaj CEO'su Zeki Sarıbekir, Bloomberg HT televizyonunda Ali Çağatay'ın sunduğu Ambalaj Dünyası programına katılarak ambalajın önemini anlattı. CNN Türk'te yayımlanan Yaşamın Kimyası programı da çekimlerin bir bölümünü Sarten'in Silivri Fabrikası'nda gerçekleştirdi. İnsan sağlığının korunması ve ürün israfının önlenmesi için bütün ürünlerin ambalaja girmesi gerektiğini öneren Zeki Sarıbekir, ambalajın, ürüne kimlik kazandırdığını belirterek "Henüz ambalajlayamadığımız ürün grubu kalmadı diyebiliriz. Ürünle ilgili tüm detayları ambalajında yazılı olarak görebilirsiniz. İsrafı da önleyen bir özelliği vardır" dedi. Ambalaj sanayisinin hızlı bir büyüme içinde olduğunu söyleyen Sarıbekir, şöyle konuştu: "Ambalajın hızlı büyümesinin altında iki büyük etken var. Birinci etken, süpermarketlerin çoğalmasıyla ürünlerin daha küçük ve az miktarlarda ambalajlanarak raflarda yerini alması. İkinci neden de ihracat. İhracatın büyümesi ambalaja talebi de artırıyor."

KATMA DEĞERİ YÜKSEK BİR SEKTÖR

Türkiye ambalaj sanayisinin dünyadaki teknolojiyi yakından takip ettiğinin altını çizen Sarıbekir, "En son hangi teknoloji çıkıyorsa, Türkiye'de de o teknolojiyi kullanabiliyoruz" diyerek şöyle devam etti: "Metal ambalajda 170 milyon dolar ihracat yaptık. Toplam ambalaj ihracatı 4.3 milyar dolar civarında. Bu, dünyada artık tercih edilebilir ve rekabet edebilir bir sektör olduğumuzu gösteriyor. Ayrıca katma değeri yüksek ürünler satıyoruz. Türkiye'nin genel birim/kilogram ihracat değeri 1.40 dolar iken metal ambalajın birim/kilogram değeri 3 dolardır. Türkiye ortalamasının iki katından daha fazla. Cari fazlası olan bir sektöüz."

Sarten Packaging CEO Zeki Sarıbekir was guest at the programme of "Packaging World" presented by Ali Çağatay on Bloomberg HT television where he talked about the importance of packaging. Some shots of the programme called "The Chemistry of Life" broadcast on CNN Türk, were made at the factory of Sarten in Silivri.

Zeki Sarıbekir proposes to pack all products in order to protect the human health and to stop the product waste and he adds that the packaging adds an identity to the product; "there is no product that we couldn't pack yet. You can see all details of the product written on the packaging. This is also a quality preventing waste" he says. Sarıbekir explains that the packaging industry is engaged in a fast growth course; "there are two main factors pushing the packaging to grow fast. The first factor is that the products are placed on the shelves, into small packaging bags and in fewer quantities as the number of super stores increases. The second reason is export. As the export grows, the demand for packaging rises."

AN INDUSTRY WITH A HIGH ADDED VALUE

Sarıbekir underlines that the packaging industry in Turkey follows closely the technology in the world; "in Turkey, we are able to use the cutting edge technology, whatever it is" he states; "we exported goods worth 170 million dollars in metal packaging. The total packaging export is worth around 4.3 billion dollars. These figures show that we are now a preferred and competitive industry over the world. We also sell products with high added value. While the general unit/kg export value of Turkey is 1.40 dollar, the unit/kg value of the metal packaging is 3 dollars. It's more than double of Turkey's average. We are an industry with a current account surplus. The Europe and the surrounding

Avrupa ve çevre ülkeler en büyük pazarımız. Rusya ve Orta Doğu da iyi pazarımız.”

AMBALAJ BİLİNCİ ARTIYOR

Ambalajın bir atık olduğu eleştirilerine “Çevreyi ambalaj değil, insanlar kirletir” diyen Zeki Sarıbekir, Türkiye’de geri toplanan ambalajın hala yüzde 40 seviyesinde olduğunun altını çizerek şunları söyledi: “Bu oran, Avrupa’da yüzde 80, Japonya’da yüzde 90 seviyesinde. Ambalajı geri toplayabildiğimiz kadar geri dönüştürme imkanımız var. Metal, sonsuz geri dönüşüm olarak farklı ürünlerde defalarca kullanılabilir. Kömür ve cevher kullanmadığımız için kaynakları koruyoruz ve bunların yakılmasıyla ortaya çıkan hava kirliliğini engelliyoruz. Ambalaj, günlük yaşamımızın ve hayatımızın her yerinde yer alıyor. Gençlerin daha bilinçli olduğunu görüyoruz, zamanla bu bilincin daha çok artacağına inanıyoruz. Önce çocuklara sonra topluma bu çevre bilincini vermek lazım.”

Teneke ambalajın en eski ambalajlardan biri olduğunu söyleyen Sarıbekir, Sarten olarak metal ambalajda, Avrupa ve Rusya pazarında oldukça aktif olduklarını belirterek “Bizim ciromuzun yüzde 80’ini metal ambalaj oluşturuyor” dedi.

CNN TÜRK, SARTEN SİLİVRİ FABRİKASI’NDA

CNN Türk’te Emin Çapa’nın sunduğu Yaşamın Kimyası programının 15 Kasım’daki bölümünde ambalaj sektörü mercek altına alındı. Ambalaj Sanayiciler Derneği Başkanı başta olmak üzere sektörün öncü firma yöneticilerinin de görüşlerine yer verildi. Çekimlerin bir kısmı Sarten’in Silivri Fabrikası’nda gerçekleştirilirken Sarten Ambalaj CEO’su Zeki Sarıbekir de görüşleriyle programa zenginlik kattı. “Ambalaj ürünün giysisidir” diyen Sarıbekir, Silivri Fabrikası’nın Avrupa’nın en büyük aerosal kutu üretim tesisi olduğunu belirterek “Yılda yaklaşık 600 milyon adet aerosal kutu üretiyoruz ve bunun yüzde 50’si Avrupa başta olmak üzere dünyaya ihraç ediliyor” dedi.

Programda ambalaj sektörünün ekonomik büyüklüğüne de değinen Sarıbekir, Türkiye’nin 4.3 milyar dolarlık ambalaj ihracatının yanı sıra Türkiye’de de 9 milyar dolar civarında ambalaj kullanımı var. Bunun 18 milyar dolara ihracatın da 10 milyar dolara çıkacağına inanıyoruz” yorumunu yaptı. Sarıbekir, Türkiye’de kişi başı ambalaj tüketiminin 200 dolar civarında olduğuna vurgu yaparak “Dünya ortalaması 100 dolardır fakat Avrupa’da kişi başı ambalaj tüketim ortalaması 300 dolar, Amerika’da 500 dolar ve Japonya’da 550 doların üzerinde. Türkiye de geliştikçe kişi başı tüketim artacaktır. Çünkü ambalaj gelişmişlikle alakalı bir şey. Bu nedenle gelecekte umutluyuz” diye konuştu.

countries are our largest market. Russia and the Middle East too are good markets.”

THE AWARENESS ABOUT PACKAGING RISES

Against those arguing that the packaging is a waste, Zeki Sarıbekir tells that not the packaging but the humans pollute the environment. He underlines that the packaging collected back is still around 40 per cent; “this percentage is 80 per cent in Europe and 90 per cent in Japan. We have the possibility to recycle the packaging as much as we collect them back. The metal can be used several times as an endless recycling in various products. We protect the resources since we don’t use coal and ore and thus, we prevent the air pollution occurring after burning them. The packaging is everywhere in our daily life. We see that the youths are more conscious and we believe that this consciousness will rise further in time. The children first and then the society should become conscious about the environment. Sarıbekir states that the tin packaging is one of the oldest packagings and as Sarten, they are very active in metal packaging, in the markets of Europe and Russia. “80 per cent of our turnover are generated by the metal packaging” he says.

CNN TÜRK IS AT THE FACTORY OF SARTEN IN SİLİVRİ

During the 15th November episode of the programme called “The Chemistry of Life” presented by Emin Çapa on CNN Türk, the packaging industry was put under examination. Mainly, the Chairman of the Association of Packaging Industrialists and the executives of the leading sector companies as well reported their opinions. Some of the shots of the programme were made at the factory of Sarten in Silivri and Sarten Packaging CEO Zeki Sarıbekir too enriched the programme with his opinions. “The packaging is the cloth of the product” stated Sarıbekir and explained the factory is Silivri is the biggest aerosol box manufacturing facility of Europe. “We manufacture around 600 million units of aerosol boxes annually and 50 per cent of them are exported to the world and especially to Europe” he stated.

At the programme, Sarıbekir talked also about the economic volume of the packaging industry and besides that, he said the packaging export of Turkey is worth 4.3 billion dollars and a packaging worth about 9 billion dollars is used in Turkey. “We believe that this figure will rise to 18 billion dollars and the export will rise to 10 billion dollars” he added. Sarıbekir explained that per capita packaging consumption in Turkey is about 200 dollars. “The global average is 100 dollars whereas in Europe, per capita packaging consumption is approximately 300 dollars, 500 dollar in US and over 550 dollars in Japan. Per capita consumption will rise as Turkey develops. Because the packaging has to do with the progress. Therefore, we are hopeful for the future” he stated.

Sarten Adana Orta Doğu'nun ambalaj üretim üssü olacak



Sarten'in son yatırımı Adana Fabrikası, büyüyen kapasitesiyle hedef büyüttü. 28 bin metrekarelik alana kurulan Adana Fabrikası'nın hedefi Orta Doğu'nun üretim üssü olmak.

Geçen yıl kendi arsasına taşınan Sartan Adana Fabrikası, yeni üretim hatlarıyla üretim kapasitesini artırırken yeni matbaasıyla ürün maliyetlerini düşürerek rekabetçi avantaj kazandı. Fabrika Müdürü İlyas Dolar, fabrikanın henüz yüzde 25 kapasiteyle çalıştığını belirterek "Bölgesel talep ve alt yapıımız fabrikanın gelecek dönemde yüzde yüz kapasiteyle çalışma potansiyeline sahip olduğunu gösteriyor" dedi. Fabrika Müdürü İlyas Dolar başta olmak üzere yeni fabrikanın A Takımı ile projeleri ve hedefleri konuştuk.

The recent investment of Sartan, which is the factory of Adana, raised the bar with its growing capacity. The factory of Adana built over an area of 28 thousand sqm. targets to become the manufacturing base of the Middle East.

The factory of Sartan in Adana which moved to its own land last year, increased its capacity with the new production lines and meanwhile, it decreased the cost thanks to its new printing machine and gained a competitive advantage. The Factory Manager İlyas Dolar states that the factory still operates with 25 per cent capacity: "the regional demand and our infrastructure show that the factory has 100 per cent working potential in the days ahead" he says. We talked with the Factory Manager İlyas Dolar and the A team of the new factory about the projects and goals.



olacak. Margarin kutularında 2, 5, 10 ve 16 kilogramlık olmak üzere otomatik hatlarımız hazırlanıyor. Yakın zamanda ayrıca kova üretimine de başlayacağız.

Yeni fabrikanın uyguladığı yeni sistemler neler?

Nisan 2014 yılında şirketimizin genelinde SAP sistemine geçildi. Sistemin tüm modülleriyle birlikte yerleşmesiyle beraber Malzeme İhtiyaç Planlaması (MRP) SAP sistemi üzerinde tüm süreçleriyle birlikte Adana fabrikamızda başarıyla uygulanmaya başlandı. Artık sistemin oluşturduğu talepler doğrultusunda diğer fabrikalarımızdan veya dış kaynaklardan tedarik yapılır hale gelmiştir. Burada elde edilen deneyim ve başarının ardından Çorlu fabrikamızda SAP üzerinde MRP uygulanmasına başlanmış ve planlanan takvim çerçevesinde diğer fabrikalarımızdaki çalışmalar hızlandırılmıştır.

Bu projenin hayata geçirilmesine Tansu Sönmez, Özgür Avcı ve Fatih Yumak liderlik etmişlerdir. Fabrikamızda da bu projede Ceylan Yakşı, Ayhan Kara, Mesut Gül başta olmak üzere tüm fabrika çalışanlarımız üstün gayret gösterip başarılı olmuşlardır. Merkez ofisimizden Hande Ergen ve Zeliha Karapınar sürece yoğun destek olmuşlardır.

Could you talk about the story of Sarten in Adana and the features of the new factory?

Sarten essentially rented a factory in Adana and began to make production for the cooking oil. Thanks to the demand in the region, it launched the canned food production in 2006. Therefore, the capacity of the existing factory failed to meet the growing demand. A land was purchased in Nizip, Antep for a bigger factory but because of the war in the Middle East, Sarten officials abandoned the plan to build a factory there and bought this factory in Adana and decided to remain in Adana. We moved from an area of 500 sqm to an area of 28 thousand sqm. We have a closed area of 6 thousand sqm. Sarten made such a big investment on the basis of the needs of the region. The aim was to become the export base of the Middle East. During the 15 years, our printed boards were coming from the other factories since there was not a printing machine at the factory in Adana. And this situation was a disadvantage in competition against others. In November, our two colorful print and lacquering lines became operational and we gained again a competitive advantage. We will meet 50 per cent of our printing needs. We hope we can add another new printing machine. We will have additional production lines. We



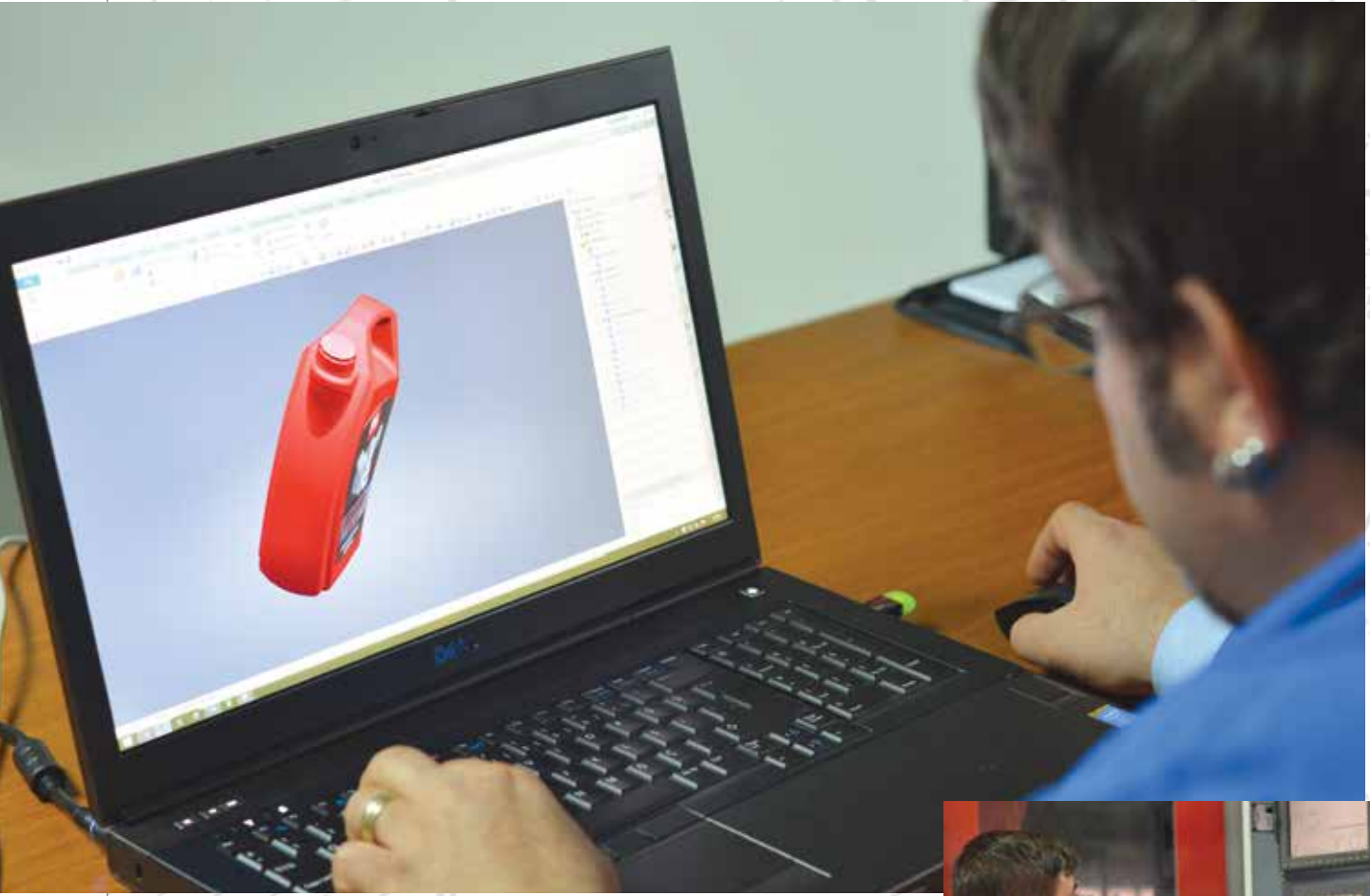
Ambalajı Sanata Dönüştürdüler

They Turned Packaging Into Art

Sarten Ambalaj, 'engel tanımayan çocuklara' yönelik iki yıldır geleneksel hale getirdiği sosyal sorumluluk projesine bu yıl da devam etti. İlk projede çocuklar, yılbaşında Sarten'in müşterilere gönderdiği çikolata drajelerini Sarten ambalajlarına koydular. Geçen yıl ise 'Yılbaşı Temalı' bir resim yarışması düzenlenerek çocukların çizdiği resimler, yılbaşı promosyonu olan mum kutularını süslemişti. Bu yıl da benzer bir projeye imza atıldı. Sarten yöneticileri bu kez, çocuklara ambalaj kapakları dağıtarak yaratıcılıklarını kullanmalarını bu kapakları sanata dönüştürmelerini istedi. Ambalaj kapakları, bir çocuğun çizdiği resimde, kardan adam olurken, bir başka çocuğun resminde yılbaşı ağacı oldu. Kimisi kamyon yaptı kapaktan, kimi de renkli balon. Geçen yıl olduğu gibi bu yıl da birinci seçilen resim, kova ambalajına uygulanarak, yılbaşı promosyonu olarak Sarten'in müşterilerine gönderilecek. Ayrıca yapılan çalışmalar, 2016 takvimlerinde kullanıldı ve tablo olarak Sarten'in Manisa'daki Sarkap Fabrikasının duvarlarını süsleyecek..

Sarten Packaging continued to implement its social responsibility project for the 'kids without hindrances', this year too; the project is regularly being realized since two years. In the first project, the kids put the chocolate dragées, sent by Sarten to the customers for the new year, into Sarten packagings. Last year, a painting competition with the theme of the New Year was organized and the drawings of the kids had decorated the candle boxes as the New Year promotion. This year too, a similar project was developed. This time, the managers of Sarten distributed packaging lids to the kids and asked them to use their creativity and to turn these lids into art. The packaging lids were turned into snowman on one drawing and into Christmas tree on another. Some kids built trucks with lids and some others made colorful balloon. As in the past year, the painting winning the first place, will be applied to the bucket packaging and sent to the customers of Sarten as the New Year promotion. The works were used in the calendars for the year 2016 and turned into painting, they will decorate the walls of Sarten's Sarkap factory in Manisa.





HEDEFTE AR-GE MERKEZİ VAR

Sarten Ar-Ge ekibinin her geçen gün büyüdüğü bilgisini veren Kaya, kısa dönemde bir Ar-Ge Merkezi kurmayı planladıklarını belirterek "Sarten Ar-Ge biriminde Manisa ve Karacabey fabrikalarıyla birlikte 110 çalışan bulunuyor. Şu anda yedi mühendisimiz var. Mühendis sayısını kısa zamanda arttırmayı planlıyoruz. Çünkü bir Ar-Ge merkezinde yaklaşık 30 mühendis görev yapmalı. Bu nedenle mühendis ve doçent istihdamını artırmamız gerekiyor. 2016 yılında Ar-Ge merkezi binasını inşa edeceğiz. Ar-Ge merkezinde özellikle yüksek lisans ve doktora yapmış kişileri istihdam edeceğiz. Bu şirket için önemli olan bir şey. İşlerimizin yüzde 60'ı Ar-Ge içerikli. Yani yurt dışındaki

THE TARGET IS TO BUILD R&D CENTER

Kaya explains that Sarten R&D team grows every day and they plan to establish R&D center in the short term; "there are 110 employees at Sarten R&D including the factories of Manisa and Karacabey. We have currently seven engineers. We plan to increase the number of engineers in the short term. Because about 30 engineers should work at a R&D center. Therefore, we have to hire more engineers and associate professors. In 2016, we'll build the R&D center building. We will mostly hire the post-graduates and the persons with doctorate degrees. This is an important factor for the company. 60 per cent of our works rely on R&D. In other words, we conduct R&D works to improve the machinery at our 15 factories in order not to depend on the foreign companies. The pieces that we had used to procure from abroad previously, are produced

yaşayan firmalara hizmet veriyoruz. Gelecek dönemde de ürün odaklı çalışmalar yapmaya başlayacağız. Pazarlama bölümüyle ortak yürüttüğümüz bir çalışmamız var. Bir tasarımcımız sadece müşteri odaklı çalışacak. Böyle bir çalışma başlattık yönetimden onay alırsak çalışmalara başlayacağız” diye konuştu. Minimum üç adet TÜBİTAK projesi olmak üzere yılda yaklaşık 200 proje üzerinde çalıştıklarını söyleyen Baran, şu bilgileri verdi: “Piyasaya çıkacak yeni bir plastik şişe ile ilgili çalışmalar da, 30 yıllık makinelerin revizyonları da proje olarak sayılıyor. Çok sayıda eski makinelerimizi, daha verimli hale getirdik. Çok ciddi patent ve faydalı model başvurularımız oluyor.”

“GELECEĞİN MÜHENDİSLERİNİ YETİŞTİRİYORUZ”

Sarten Ailesi gibi Ar-Ge biriminin de eğitime çok önem verdiğini söyleyen Ar-Ge Grup Müdürü Cemil Kaya, teknolojinin hızlı ilerlediğini ve ayak uydurmanın kaçınılmaz olduğunu ifade ederek şöyle devam etti: “Biz, en büyük değerimizin insan olduğunu düşünüyoruz. En alt personele kadar herkes alınması gereken eğitimi alıyor. Gerekliğinde hocaları buraya getirtiyoruz. Örneğin, Silivri Endüstri Meslek Lisesi’nde makine teknolojisi konusunda eğitim gören toplam 22 öğrenci haftanın bir günü burada vakit geçiriyor. Bu öğrenciler, gelecekte Sartene veya başka bir şirkette çalışabilir. Bunun sadece Sartene için değil ülke için bir kazanç olduğuna inanıyoruz. Bu amaçla Silivri Endüstri Meslek Lisesi’nde 33 kişilik bir bölüm açtık. Bölüm; Bilgisayar Destekli Tasarım, CNC Teknolojileri, Bakım-Onarım olmak üzere üçe ayrılıyor. Bu bölümde her çocuğu bir makinenin başına veriyoruz ve her biri uygulamalı eğitim alıyor.”





Biyolojik ilaçlarla öne çıkacak

Tarım ilaçları konusunda dışa bağımlılığı azaltmak için kendi şirketini kuran Faruk Eroğlu, 14 yılda yerli firmalar arasında sektör lideri olmayı başardı. Üretimin yüzde 20'sini ihraç eden Agrobest Grup, biyolojik ilaçlarla Türkiye'nin yaş sebze-meyve ihracatında yaşadığı sıkıntıları bertaraf edecek.

Prevailing with biopharmaceuticals

Faruk Eroğlu, who founded his own company to reduce foreign dependency in pesticides, became the industry leader among the local companies in 14 years. Thanks to the biological pesticides, Agrobest Group which exports 20 per cent of its production, will remove troubles Turkey faces in the export of fresh fruit and legume.

Ziraat Mühendisi olarak 2002 yılına kadar tarım ilacı sektöründe faaliyet gösteren üç yabancı firmada çalışarak bilgi birikimini artıran Faruk Eroğlu, 14 yıl önce kendi şirketini kurma yoluna gitti. "Dışa bağımlılığı azaltmak ve ülkemize katma değer sağlaması için bu işe soyunduk" diyen Faruk Eroğlu, birkaç yıldır da yerli firmalar arasında sektör lideri olduklarını kaydetti. Şirketi tek kişi kurduğunu ve inanmaktan başka sermayesi olmadığını söyleyen Eroğlu, "Bugün 200 çalışan olan, yılda 35 bin ton üretim tesisi ve 16 ülkede faaliyette bulunan bir şirket haline geldik" diye konuştu.

Faruk Eroğlu has a solid background since he worked until 2002 as agricultural engineer at three foreign companies operating in the pesticide industry and he founded his own company 14 years ago. "We are engaged in this business in order to reduce foreign dependency and to bring added value to our country" tells Faruk Eroğlu and he indicates that they are the industry leader among the local companies since a couple of years. He explains that he started the company alone and his unique capital was his belief in this business; "today, we are a company with 200 employees, producing 35 thousand tons annually and operating in 16 countries" Eroğlu explains.

YILDA 500 MİLYON AMBALAJ

Metal, plastik ve cam olmak üzere farklı boyutlarda yılda yaklaşık 500 milyon ambalaj dolumu gerçekleştiren Agrobest Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Faruk Eroğlu, Sarten'in çalıştıkları üç tedarikçiden biri olduğunu belirterek "Çözüm ortağı olma konusundaki yakınlıkları nedeniyle Sarten ilk tercihimiz oluyor. Bunun dışında kalite, satış sonrası hizmet de tercih nedenlerimizden" diye konuştu.



500 MILLION PACKAGINGS ANNUALLY

Faruk Eroğlu, Chairman of Agrobest Group filling annually about 500 million packagings in various forms like metal, plastic and glass, states that Sarten is one of the three suppliers they work with. "Sarten is our primary choice since they are the solution partner. Besides that, the notions like quality and after-sales service encourage us to prefer them" he tells.



büyüyecek pazar da orası. Türkiye'nin en büyük ihracat pazarı ise Türk Cumhuriyetleri, Rusya ve Afrika. İhracatın büyük kısmını da biz yapıyoruz. Avrupa'da ruhsat alma maliyeti 4-5 milyon Euro'yu bulduğu için bu pazara pek giremiyoruz. Avrupa'da faaliyet göstermeniz için 10 tane ruhsatınız olması gerekiyor. Bizim Türkiye'de 140'a yakın çeşit ürünümüze ait 450'ye yakın ruhsatımız var."

İHRACAT ARTIYOR

Yıllık üretim kapasitelerinin 35 bin ton olduğunu fakat şu anda kapasitenin üçte birini kullandıklarını söyleyen Faruk Eroğlu, "Yıllık üretim 12-15 bin ton arasında değişiyor. Üretimimizin yüzde 20'si ihracata gidiyor fakat bu oran her geçen gün artıyor" diye konuştu. Tarım ilaçlarının içindeki teknik maddenin Türkiye'de üretilmediğinin altını çizen Faruk

by Brazil and the European countries. Africa is currently the smallest market but it's also candidate to achieve the highest growth in the future. The largest export markets of Turkey are Turk Republics, Russia and Africa. And the big part of the export is made by us. We cannot enter to the European market because the cost of getting license is 4-5 million euros. You should have 10 licenses to operate in Europe. In Turkey, we have about 450 licenses for some 140 varieties of products."



Ece Boya, yeni tesisle üretimi ikiye katlayacak

Tuzla bölgesinde iki üretim tesisi bulunan Ece Boya, 2016 yılının ilk yarısında GEBKİM'de 49 dönüm üzerindeki yerine taşınarak üretim hacmini iki katına çıkaracak. Erco markasıyla bilinen Ece Boya'nın ikinci kuşak yöneticisi Ali Birtan Erdoğan, şirketin başarı hikayesini anlattı.

Ece Boya will double its production with the facility

With their two facilities in Tuzla area, Ece Boya will double their production capacity in first half of 2016 after moving to their new facility in GEBKİM. Known for their brand Erco, Ali Birtan Erdoğan, the 2nd Generation Director of Ece Boya tells us the company's success story.

Polyester reçineler ve boya-vernük grubunda faaliyet gösteren Ece Boya, 1982 yılında bir atölye olarak kuruldu. Bugün ise Tepeören ve Tuzla Deri Organize Sanayi Bölgesi'nde iki üretim fabrikası bulunduğunu ve yılda yaklaşık 22-23 bin ton üretim gerçekleştirdiklerini söyleyen Ali Birtan Erdoğan, 2016'da yeni fabrikaya taşınacaklarını belirterek yeni yatırımlarıyla ilgili şu bilgileri verdi: "Projemiz yaklaşık üç ay önce hayata geçirildi. Türkiye'nin en iyi kimya sanayi sitesi olarak nitelendirilen GEBKİM'de 49 dönüm arazimizde inşaat devam ediyor. Makine

Ece Boya began as a workshop in 1982 for polyester resins and paint-lacquer production. Today it owns two production factories, one in Tepeören the other in Tuzla Industrial Leather Zone with 22-23 thousand tonnes annual production, says Ali Birtan Erdoğan and adds that they will be moving to their new factory in 2016. "Our project began about three months ago. Construction is currently underway on 49 hectares of land on GEBKİM, known as the best chemical industrial zone in Turkey. We have already completed some of our machinery purchases,

“SARTEN, HIZLI ÇÖZÜM ÜRETEBİLİYOR”

“Sarten’le uzun yıllardır çalışıyoruz. Ambalajlarımızın çoğu Sarten’de üretiliyor. Türkiye’nin sayılı ambalaj üretim firmalarından işini ciddiye alan ve çözüm odaklı çalışan bir firma. Yoğun dönemlerde ambalajların hızlı tükenmesi konusunda zaman zaman sıkıntı yaşadığımızda Sarten, hızlı çözüm bulabiliyor. Farklı şehirlerdeki farklı ambalaj üretim firmalarının olması da profesyonel olduğunu kanıtlıyor.”

GOAL TO DOUBLE THE AMOUNT OF EXPORTS

While the Turkish market for paint and polyester sector is currently controlled by domestic producers, market for special applications is currently dominated by foreign brands, says Erdoğan. Stating that they have been exporting for many years, Erdoğan says that 25% of their current sales are in exports. “By 2020 we’re planning to increase the exports to 40-50%” says Erdoğan. “With this new facility project both our production and exports will increase Our target markets are the countries around Turkey. Primarily, Europe, old soviet block countries, Turkic republics, Middle East and Afrika” Erdoğan says.

İHRACATTA İKİ KAT HEDEFİ

Türkiye’nin boya sektöründe ve polyesterde yerli markaların pazara hakim olduğunu söyleyen Erdoğan, özel uygulamalarda bazı yabancı markaların üstünlüğü olduğunu kaydetti. Çok uzun yıllardır ihracat yaptıklarını ifade eden Erdoğan, şu anda tüm satışın yaklaşık yüzde 25’ini ihracatın oluşturduğunu açıkladı. Erdoğan, “2020 yılında ihracatı yüzde 40-50’ye çıkarmayı planlıyoruz. Yeni tesis projemizle hem üretimimiz hem de ihracatımız artacak. Hedef pazarımız, Türkiye çevresindeki ülkeler. Öncelikli olarak Avrupa, Eski Sovyet ülkeleri, Türk Cumhuriyetleri, Orta Doğu ve Kuzey Afrika” diye konuştu.

“SARTEN CAN OFFER FAST SOLUTIONS”

“We’ve been working with Sarten for many years. Most of our packaging are produced in Sarten. It is one of the select packaging producer firms, they are taking their business very seriously and are solution oriented. When we occasionally experience shortages in packaging during busy periods, Sarten can offer fast solutions. The fact that they have multiple packaging production firms is another indication of their professionalism.”



Supermarket of Packaging



The experience we have accumulated
in 44 years, reflected through our Quality
in Food, Industrial and Cosmetics sectors



www.sarten.com.tr

SARTEN AMBALAJ SAN. TİC. A.Ş.

Balmumcu Mh. Zincirlikuyu Yolu Sk. No:4 Balmumcu 34349 Beşiktaş - İstanbul TURKEY Tel:+90 212 275 76 60

sarten@sarten.com.tr



Genel Müdür
General Manager
Aykut Özüner

Kurumsal Müşteriler Birim Yöneticisi
Key Accounts Unit Manager
Melike Erbaşı

Yeni bir sektörün öncüsü oldu

Dünyada hızlı büyüme gösteren dış kaynak kullanımı, büyüyen Türkiye ekonomisinde de yaygınlaşmaya başladı. Bu sektörün öncüsü olan Zer A.Ş.'nin Genel Müdürü Aykut Özüner, yılda 2.5 milyar dolarlık bir satın almayı yönettiklerini kaydetti.

Became the pioneer of a new sector

Displaying a worldwide growth, outsourcing is gaining popularity in the growing Turkish economy. General Director of Zer A.Ş., the pioneer of this sector, Aykut Özüner says they manage an annual purchase of 2.5 million dollars.

Koç Holding'in 12 senelik genç bir şirketi olan Zer, Türkiye'nin en büyük satın alma şirketi olma unvanına sahip. Kurulma amaçlarının Koç şirketlerinin kendi alanları dışındaki endirekt satın almalarını konsolide edip verimlilik sağlamak olduğunu söyleyen Zer A.Ş. Genel Müdürü Aykut Özüner, şirketin hızlı büyüyerek Koç Grubu dışındaki şirketlere de hizmet vermeye başladığını belirtti. Özüner, "Bizim yaptığımız işe merkezi satın alma işi diyebiliriz. Türkiye coğrafyasında bizim ölçeğimizde bu işi yapan başka bir şirket yok" dedi. Dört ana kategoride hizmet verdiklerini ifade eden Özüner, o hizmetleri şöyle anlattı: "Birinci kategorimiz, lojistik. Tüm Koç Grubu şirketlerinin

Zer, a young company of 12 years under Koç Holding, holds the title of the company with Turkey's largest purchase volume. Stating their purpose of establishment as increasing the efficiency by consolidating indirect purchases of Koç corporations from outside their area, Aykut Özüner, General Director of Zer A.Ş., notes that their company grew rapidly and started serving corporations outside of Koç Group. Özüner says "You can call our business as centralized purchasing business. There are no other companies in Turkey geographic area that does it on a scale that we do". Stating that they operate on four chief categories, Özüner explains these services: "Our Primary category is logistics. This is the department where

“Avrasya'nın ambalaj merkezi olma hedefine hızla yaklaşıyoruz”

Ambalaj Sanayicileri Derneği
Yönetim Kurulu Başkanı
Chairman of the Association of
Packaging Industrialists
Sadettin Korkut

*Her yıl yüzde 15 büyüme gösteren,
17 milyar dolarlık pazar
büyüklüğüne sahip ve 100 bin
kişiye istihdam yaratan Türkiye
Ambalaj Sanayisi, ülkenin
umut veren sektörlerinden.
“Tüketicilerin son yıllarda
çevre duyarlılığının
artmasıyla birlikte tüm
dünyada olduğu gibi
Türkiye’de de artık
ambalajın insan
sağlığı ve ekonomi
için önemli olduğuna
dair bilinçlenmenin
yaşandığını gözlemliyoruz”
diyen Ambalaj Sanayicileri
Derneği Yönetim Kurulu
Başkanı Sadettin Korkut
ile ambalaj sanayisini ve
sürdürülebilir bir dünya için
ambalajın önemini konuştuk.*



“We are close to become the packaging hub of Eurasia”

The Packaging Industry of Turkey, growing by 15 per cent annually and with a market worth 17 billion dollars, providing jobs to 100 thousand persons, is one the promising industries of the country. “Parallel to the consumers’ rising consciousness about the environment in recent years, we observe that like across the world, people in Turkey too become aware of the importance of packaging for the human health and the economy” tells Sadettin Korkut, Chairman of the Association of Packaging Industrialists (API). We talked with him about the packaging industry and the importance of packaging for a sustainable world.

ambalaj sektörlerinde yaşanırken; 2016 yılına kadar yukarıdaki alt sektörlerde sırasıyla 40 milyar dolar ve 33 milyar dolarlık bir artışın olacağı anlaşılıyor. Ambalaja olan talep dünyayla birlikte Türkiye’de de giderek artıyor. İmalat sanayi yeni üretim tesisleri kazandıkça Türkiye ambalaj sektörü de yeni talepleri karşılamak için ekonomisi gelişmiş ve göreceli olarak ambalaj pazarı doyuma ulaşmış AB ülkelerine kıyasla daha hızlı bir gelişim gösteriyor. Türkiye ambalaj sanayi, 17 milyar dolar pazar büyüklüğüyle yaklaşık 250-300 milyar dolar arasında bir ekonomik büyüklüğü etkiliyor.

Türkiye’nin bu yıl ihracatında düşüş gözlemleniyor. Ambalajda durum nedir? Sektör 2015 sonunda ne kadarlık ihracat hedefliyor?

Yıllara göre Türkiye ambalaj sektörü ihracat rakamlarını incelediğimizde istikrarlı bir yükseliş görünüyor. Türkiye’de ambalaj sektörü, katma değerli ihracat yapan ve dış ticaret açığı vermeyen nadir sektörlerden bir tanesi. Ulusal ve uluslararası pazarlarda yaşanan yoğun rekabet ambalajın önemini daha da arttırıyor. Türkiye 2014 yılında 158 milyar dolar ihracat gerçekleştirdi. Dış ticaret açığı vermeyen, katma değerli ve sürdürülebilir bir üretim modelini benimseyen Türkiye ambalaj sektörü 2014 yılında kilogram başına 2,7 dolar ihracat yaparak 1,6 dolar olan Türkiye ihracat/kg ortalamasının üzerinde bir performansa imza attı.

2014’te 4 milyar dolar ihracat geliri elde eden sektör, bir önceki yıla göre hacim olarak yüzde 8; değer

cent each year, mainly thanks to the contribution of the economies of developing regions. The related growth is mainly noticed in the categories of paper/carton/corrugated paper and rigid plastic packaging and an increase of 40 billion dollars and a growth of 33 billion dollars are respectively anticipated in the above mentioned sub-categories until the year 2016. The demand for packaging grows both in the world and in Turkey. Since new manufacturing facilities are built in the manufacturing industry, the Turkish packaging industry too grows more rapidly compared to EU countries with developed economies and with a relatively saturated packaging industry. The Turkish packaging industry, with a market size of 17 billion dollars, has an impact over an economic growth between 250-300 billion dollars.

A decrease is seen in the export of Turkey, this year. What about the outlook in packaging? What is the export target of the industry until the end of 2015?

When we look at the export figures of the packaging industry on yearly basis in Turkey, we see a steady rise. In Turkey, the packaging industry is one of the rare industries doing export with added value and

“GÜNDE 1 MİLYON EKMEĞİN ÇÖPE ATILMASINI ENGELLEDİK”

Özellikle gıda maddelerinin bozulmadan taşınması ve tazeliğinin korunarak daha uzun süre saklanması ambalaj sayesinde mümkün olabiliyor. Bu bakımdan ambalaj, gıda israfının önlenmesi açısından çok önemli. Türkiye ambalaj sanayicileri olarak biz de ülkemizde gıda israfına önüne geçmek ve toplumsal bilinç oluşturmak için çeşitli çalışmalar yürütüyoruz. Örneğin, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Toprak Mahsulleri Ofisi ve ASD koordinasyonu ile 2013 yılında başlattığımız ‘Ekmek İsrafını Önleme Kampanyası’ sayesinde günde 1 milyon 50 bin, yılda ise 384 milyon adet ekmeği çöpe atılmaktan kurtardık. Ekmeği doğru ambalajlayarak ve tüketici taleplerine uygun şekilde porsiyonlara ayırarak sadece bir yıl içerisinde Türkiye ekonomisine toplamda 2,8 milyar liralık katkı sağlamak mümkün oldu. Gıdayı Korumayı (Save Food) Girişimi tarafından bu kampanya dünyada israf konusundaki çalışmalara katkıda bulunan örnek uygulama olarak gösterildi. Ambalajsız satılan diğer gıda ürünlerinde de benzer uygulamaya gidilmesi israfın önüne geçtiği gibi ülke ekonomimize de büyük yarar sağlayacak. Örneğin, büyük emeklerle üretilen yaş sebze ve meyvedeki yıllık kaybımız 16 milyar liraya ulaşmış durumda. Aslında her yıl neredeyse 5 milyar dolar çöpe gidiyor.



kaynak ve enerji kullanımıyla sürdürülebilir ambalaj üretimi hedefleniyor. Örneğin Türkiye'de 2000'lerin ortasında 500 ml'lik standart bir PET su şişesi ilk piyasaya çıktığında 22 gram iken bugün sadece 10,5 gram seviyesine gelmiş durumda. Önümüzdeki yıllarda bu ağırlığın 10 gramın altına düşmesi bekleniyor. 330 ml'lik teneke-alüminyum içecek kutusu ise 18,6 gramdan 12,7 grama indi. 1980'lerde standart çelik bir konserve kutusu için 103,3 gram malzeme kullanırken günümüzde kullanılan malzeme 77,5 grama düştü. Cam meşrubat şişesi için 2000'li yılların başında 215 gram malzeme kullanırken bugün bu rakam 180 gram seviyesine inmiş durumda.

ASD öncülüğünde ambalajın son dönemde görsel medyada oldukça aktif olduğunu görüyoruz. Bunu nasıl değerlendiriyorsunuz, bir bilinçlenme mi yoksa bir trend mi?

Ambalajın önemini daha bilinir kılmak, Türkiye ambalaj sanayinin ulaştığı uluslararası rekabet gücünü ortaya koymak ve sektörümüzün gündemini kamuoyu ile etkin ve doğru bir şekilde paylaşabilmek amacıyla her cumartesi BloombergHT TV'de, Ambalaj Dünyası isimli programımız yayınlanıyor. Çok güzel geri dönüşler alıyoruz. Nihayetinde toplumda ambalajla ilgili farkındalığı artıran yayınlar oldu. Bunun dışında derneğimiz bünyesinde yayınlanan Ambalaj Dünyası ve Pack Converting dergilerimiz ve çeşitli yayınlarımızla Türkiye ambalaj sanayi ile ilgili gelişmeleri sektörümüz ve toplumumuzla paylaşıyoruz. Bugün eminim, tüketicilerin büyük kısmının aldığı ürünün ambalajıyla ilgili bir fikri var. Bunu sağladık, daha büyük kesimlere ulaşmak için aynı yolda devam edeceğiz.

Ambalajın geri dönüşümü konusunda, belediyelerin çalışmalarını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Kullanılmış ambalajlar, belediyelerin atık sahalarında en çok göze çarpan objeler olduğu için, önyargılı davranılarak ambalajın asıl faydası göz ardı ediliyor. Kullanılmış ambalaj çöp değildir. Ambalaj Atıklarının Kontrolü Yönetmeliği gereği Türkiye'de üretilen tüm ambalajlar geri dönüşebilir/geri kazanılabilir malzemelerden üretilmek zorundadır. Ambalajlar kullanım ömürlerini tamamladıktan sonra geri dönüşüm sürecine girmelidir. Ambalaj Atıklarının Kontrolü Yönetmeliği doğrultusunda belediyeler ambalaj atıklarını kaynağında ayrı toplamak ya da toplattırmakla yükümlüdürler. Belediyelerimiz, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'ndan ambalaj atıklarının toplanması ve ayrılması konusunda lisans almış firmalar ve ÇEVKO gibi yetkilendirilmiş kuruluşlar ile işbirliği yapabiliyorlar. Bu konuda çok başarılı uygulamalar olduğunu gözlemliyoruz. Ambalaj atıkları, AB mevzuatının son derece başarılı bir şekilde uygulandığı bir alan. Malzeme gruplarına göre 2015 yılı yıllık geri kazanım hedefleri; cam, plastik, metal, kağıt/karton için yüzde 48, ahşap için yüzde

Is the packaging industry of Turkey ready for the export targets of the country for the year 2023?

We own a manufacturing infrastructure capable to answer the growth of the manufacturing industry in Turkey. The packaging industry in Turkey gains further strength thanks to its strong infrastructure, advanced technology, trained human resources and its management infrastructure following the global developments. It's close to the target to become the packaging hub of Eurasia. As the Association of Packaging Industrialists, our target is to rise the total export to 10 billion dollars, the market size to 30 billion dollars and per capita consumption over 300 dollars by 2023.

Which are the largest markets of the Turkish exporter in packaging?

The surrounding regions like EU, Mideast and North Africa, Caucasus and Balkans prevail as the markets where we are the strongest. The packaging industry products of Turkey are exported to 180 countries, principally to 180 countries. In 2014, the top 10 countries in export were ranked as Germany, Britain, Iraq, Iran, France, Holland, Israel, Italy, Azerbaijan and the Federation of Russia.

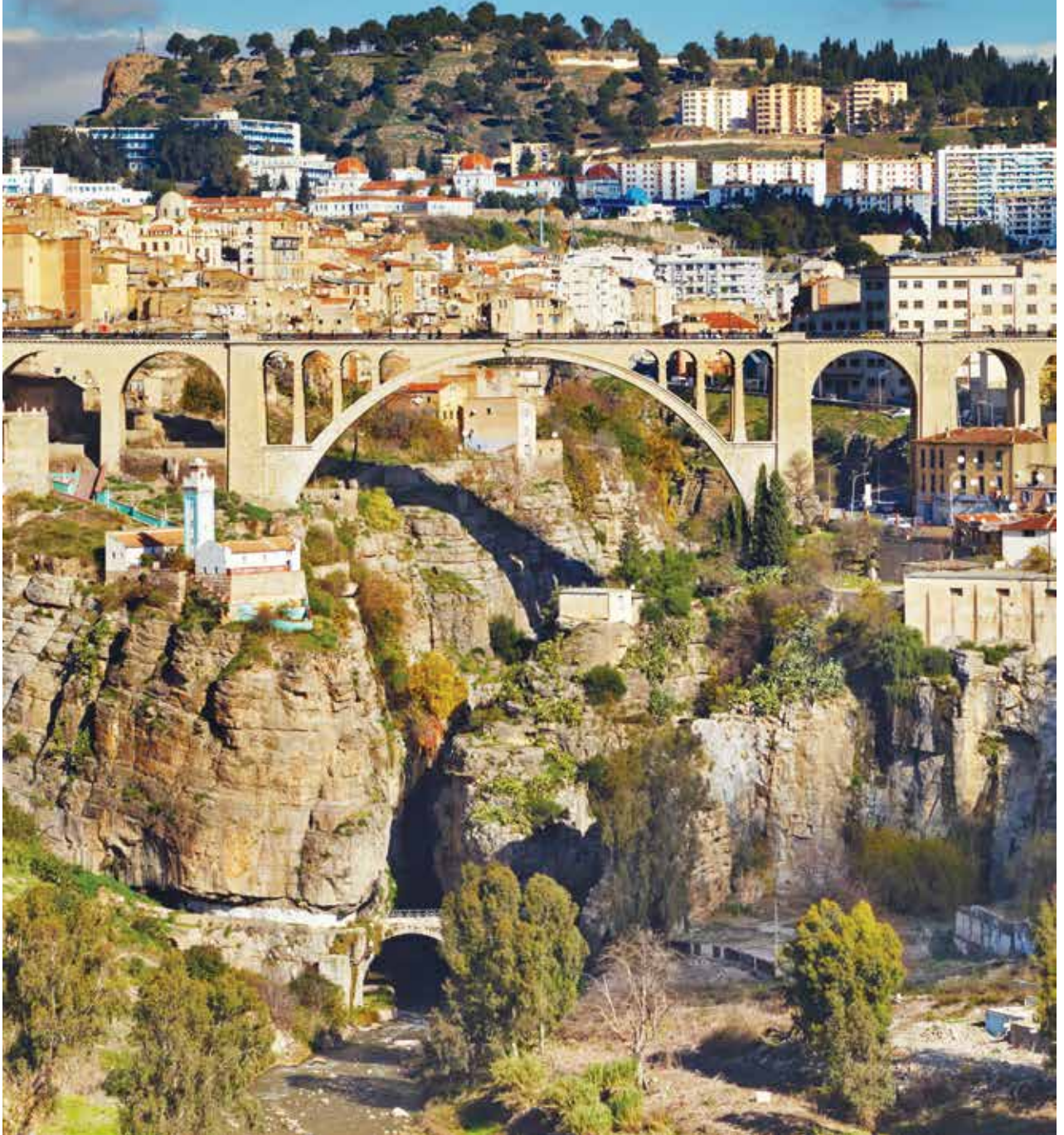
How does your association assess the packaging consciousness of the society? Could you talk about the works of API in this area?

As in the world, the consumers in Turkey too become more sensitive about the environment in recent years and we observe that people are now more conscious about the importance of the packaging for human health and the economy, it's not garbage and therefore, it should be separately collected. Meantime, the packaging technology too develops rapidly. Detailed works are conducted to provide a sustainable manufacturing with minimum raw material, natural resources and energy. Thus, the target is to have a sustainable packaging manufacturing with as much possible minimum usage of raw material, natural resource and energy. For example, in the mid of 2000s, a standard PET water bottle of 500 ml. introduced first to the market, weighed 22 g. whereas today, it's only 10,5 g. Over the next years, this weight is expected to fall below 10 grams. And a 330 ml. tin-aluminum beverage box is reduced from 18,6 grams to 12,7 grams. In 1980s, a material of 103,3 grams was used for a standard steel can whereas today, the weight of the material used fell to 77,5 grams. In early 2000s, a material of 215 grams were used for a glass beverage bottle but today this figure is reduced to 180 grams.

In recent times, we see that the packaging, led by API, is very active in visual media. How do you assess it; is it awareness or a trend?

Kuzey Afrika'nın 'enerji'k yıldızı: CEZAYİR

Arap Baharı sonrası, istikrarlı gelişimini sürdüren Cezayir, dağları köprülerle bağlayan doğasıyla ilginç bir gezi tecrübesi sunarken, büyüyen ekonomisiyle de Türk yatırımcılara fırsatlar yaratıyor.



iklimi bitkileri yetişen Cezayir, bakla tarımında dünya birincisi, incirde beşinci sırada bulunurken, hurmada altı, kayısıda dokuz ve bademde onuncu sırada bulunuyor. Cezayir'in tarımdaki bu zenginliği, gıda ambalajlarımız için büyük iş imkanları yaratıyor.

KÖPRÜLER ŞEHİRİ

Konstantin'de bulunduğumuz sürede iş görüşmeleri dışında şehri gezme fırsatı da buldum. Konstantin, Cezayir'in kuzey doğusunda kalıyor. 540 bin kişilik nüfusuyla ülkenin başkenti Alger (Cezayir) ve Oran'dan sonra üçüncü büyük şehri olarak biliniyor. Şehir, denize 80 kilometre uzaklıkta, 640 metre yükseklikteki bir plato üzerinde kurulu. Derin bir vadiyle çevrili olan şehirde dağlar köprülerle birbirine bağlanmış. Konstantin'in üzerine kurulu olduğu dağları birbirine bağlayan yedi tane köprüsü var. Bunlardan "Gantaret El Hibal", dünyanın en büyük ikinci asma köprüsü. Özellikle bungee-jumping tutkunlarının vazgeçilmez noktası olan köprü mutlaka görülmeli. Konstantin, Souk el-Ghazal gibi birçok güzel cami ile çevrili. Bunlardan en eskisi ve görkemli olanı 13. yüzyılda yapılmış Büyük Cami'dir (Grand Mosque). Görülmesi



Cezayir'in tarımdaki zenginliği, gıda ambalajlarımız için büyük iş imkanları yaratıyor.

This agricultural abundance of Algeria creates important business opportunities for our food packaging.

in explorable reserves. It's anticipated that the stable environment of Algeria and the sincere approach of the country's authorities may build the ground for a long term strategic cooperation in diplomacy.

As Sarten, our business relations and volume with Algeria are good. On the lands close to the sea and available to the agriculture, the vegetables proper to the Mediterranean climate and mainly olive are cultivated; the country is the global leader in fava bean cultivation and it's on the fifth rank in fig production; the country is also the sixth largest producer of date palm, the ninth largest producer of apricot and the tenth largest producer of almond over the world. This agricultural abundance of Algeria creates important business opportunities for our food packaging.

THE TOWN OF BRIDGES

During our stay in Constantine, I also had the opportunity to visit the town besides the business meetings. Constantine is located on the north-eastern part of Algeria. With its population of 540 thousands, it's the third biggest town following the capital city Alger and Oran. The country is founded on a plateau 80 km away from the sea and with a height of 640 meters. The mountains are connected with bridges in the town



TOPRAK SERGEN

Organik ve çoklu yaşamı tercih etti

Oyuncu, sinemacı ve sunucu olarak tanıdığımız Toprak Sergen, bugün farklı birkaç uğraşıyla karşımıza çıkıyor. Yedi yıl önce kurduğu topraksergen.tv yayın portalıyla internet yayıncılığı yapan Sergen, üç yıldır da Dalyan'da organik üretimle uğraşiyor. "Tek bir yere takılıp kalmanın anlamı yok. Enerjimi pek çok alanda kullanıyorum" diyen Toprak Sergen ile televizyon, teknoloji ve doğa üzerine keyifli bir söyleşi gerçekleştirdik.

Chose organic and varied life

Renowned actor, film maker and show host, Toprak Sergen today appears in front of us with a few varied hobbies. Broadcasting from his Internet streaming portal topraksergen.tv for seven years, Sergen is also involved with organic production for the last three years. "It is meaningless to get stuck in one place. I utilize my energy in many fields" says Sergen. We had a very pleasant discussion on television, technology and nature.



Doesn't the series with serious sponsor backing that keep appearing weekly on our screens indicate the interest in television?

I believe this perception is engineered. A new series comes in with flashy advertisement. The advertisements appear everywhere but in two or three weeks, the series is removed from air even without its producer knowing about it. The ratings are based on around 10 thousand households' television watching preferences. If the rating were to be calculated based on Cable TV providers with millions of subscribers, it would be apparent that this isn't the case. I would be very sad if this were the level Turkey is. Ratings are currently being measured but 20 million people are not included in those measurements. Not only series, there are programs where few man gather and make sports critiques for hours. We aren't obliged to listen to these. We have free will, we can watch whatever on the Internet without advertisement. People can instantly reach any knowledge they want around the globe. Those who fail to elevate their statuses above the Internet wave will stay where they are. It is a dumb idea to resist against that wave, you'll be swept aside.

kere tekrar ediyorsa birileri, o sette problem vardır. Televizyon ayrıca çok eski bir anlatım dili. Nasıl ki eskiden radyo dinleniyordu mutfaklarda. Şimdi de salonlarımızda bütün gün televizyon açık. Bu, geri kalmayı engellemiyor. Öykünün özü, aslında bizim internetle dünyayı yakalayamamamız" açıklamasını yapıyor.

topraksergen.tv de bu noktada mı devreye giriyor?

Yedi yıl önce kurduk bu yayın portalını. Ciddi bir ekip tarafından yönetiliyor. 20 saat civarında yayın yapıyoruz. Sosyal medya kanallarıyla beraber 1.5 milyon takipçimiz var. Televizyonda gereksiz görülen her şeye burada ulaşılma imkanı veriyoruz insanlara. Hayvanlar, doğa, bilim, kültür, sanat ve engelsiz kardeşlerimizle ilgili insanların televizyonda göremedikleri şeyleri görebilmelerini sağlıyoruz. Bizde temel kural 'üç dakika'dır. İzleyici fazlasını izleyemez. Televizyonda ise uzatabildiğiniz kadar uzatabilirsiniz. Bu sistemde bir tür pulsar olmak gerekiyor. Çok sık fakat kısa ve dozunda yayın yapmak gerekiyor. Televizyon bu yüzden olmuyor.

Her hafta ciddi sponsorlarla ekrana gelen diziler, televizyona olan ilgiyi göstermiyor mu?

Bence öyle olduğu algısı yaratılıyor. Yeni bir dizi büyük reklamlarla geliyor. Her yerde reklamları dönüyor fakat dizi iki üç hafta sonra yapımcısının haberi olmadan dahi yayından kaldırılıyor. 10 bin civarında reyting cihazının olduğu evlerdeki izlenim oranları baz alınıyor. Milyonlarca üyesi olan Kablolu TV'ler de baz alınarak bu reytingler hesaplanır



"Kendi konumunu internet dalgasının üzerine çıkaramayanlar oldukları yerde kalırlar."

"Those who fail to elevate their statuses above the Internet wave will stay where they are."



Atık piller ekonomiye yeniden kazandırılabilir

Pil geri dönüşümü, bir ülkenin geri dönüşüm bilincini tespit etme noktasında en dikkat çekici kriterlerden biri olarak kabul ediliyor.

The waste batteries may be returned to the economy

The battery recycling is considered as one of the most crucial criteria in the determination of the recycling awareness of a country.

Her yıl yenilenen teknoloji ve hayatımıza giren dijital cihazlar, elektronik atıkların çoğalmasına neden olurken pil kullanımını da artırıyor. Küçük olduğu için çok masum görünse de çevreye atılan pillerin içinde civa, kurşun, nikel gibi ağır metaller bulunuyor ve bu metaller, hem çevre hem de insan sağlığı açısından oldukça tehlikeli olabiliyor. Çünkü piller, kontrolsüz bir şekilde

The technology innovated every year and the digital devices involved in our life cause the growth of the electronic waste and therefore, the battery usage increases. Though they seem innocent because of their small size, the batteries thrown to the environment include heavy metals like mercury, lead and nickel and these metals can be very dangerous both for the environment and the

Reflüde yeni tedavi yöntemi, ÖZOFİX

ESOPHYX, the new treatment method for reflux



Sarten Ambalaj AŞ
Hekimi
Dr. Tansel Şinal

Günümüzde beş kişiden birinde görülen ve ülkemizde yaklaşık 10 milyona yakın kişinin karşı karşıya kaldığı, gelişen tanı ve klinik muayene yöntemleri ile en yaygın hastalık olduğu ortaya konan reflü, bir organ içinde olması gereken sıvının başka bir bölgeye geçmesidir. Mide içerisindekilerin yemek borusuna kaçması, gastroözofageal reflüdür.

REFLÜ NASIL OLUŞUR?

Yemek borumuz ile midemizin birleştiği yerde bulunan ve bu ikili arasındaki geçişi düzenleyen kapakçık sistemi gıdaların yemek borumuzdan geçmesine izin verirken mide içeriğinin yemek borumuza kaçmasına engel olur. Bu kapakçık sistemi işlevini yerine getiremezse veya halk arasında mide fitiği olarak bilinen, kapakçığın karın boşluğundan göğüs boşluğuna kayması sonucu mide içeriği yemek borumuza kaçarsa, reflü gelişir. Yemek borumuzda oluşan hastalıklar ve midemizin boşalma bozukluğu da reflüye neden olabilir.

BU ŞİKÂyetLER, REFLÜ HABERCİSİ...

Üst mide bölgesinde başlayan ve göğüs kafesine yayılan yanma, reflünün en belirgin şikâyetidir. Midede bulunması gereken asit ve safranin yemek borusuna kaçması ile yapılan hasar, bu yanmaya sebep olur. Yemek yedikten sonra midede ekşime ve gıdanın ağza doğru gelmesi de şikâyetler arasındadır. Gıdanın gırtlak bölgesine geçmesi boğaz ağrısına, ses kısıklığına ve öksürüğe de neden olabilir. Reflünün ilerleyen zamanlarında, geceleri mide içeriği solunum yollarına kaçtığına, hasta ani uyanmalar yaşayabilir.

Today, one in every five persons has reflux and this disease affects about 10 million people in our country; reflux, discovered to be the most common disease through the advanced diagnosis and clinical examination methods, results from the leaking of fluid from its original organ into another organ. The leaking out of the stomach content to the oesophagus is called gastroesophageal reflux.

WHAT CAUSES REFLUX?

The valve system, present at the connection point of the oesophagus with the stomach and arranging the passage between these duo, allows the foods to pass through the oesophagus and prevents the stomach content to discharge to the oesophagus. If this valve system fails to function correctly or the stomach content moves up to the oesophagus as the valve slips from the abdominal cavity to the thoracic cavity- stomach hernia, as called in popular language- reflux occurs. The diseases of the oesophagus and any defective gastric emptying may also cause reflux.

Tüketiciye ambalajı sorduk...

We asked to the consumer about packing...

Ebrar Sarihan

İşletme Öğrencisi, 24
Business Student, 24

Ambalaja dikkat etmem genelde. Sevdiğim, hep kullandığım markalar bellidir, o markaların ürünlerini satın alırım ama ambalajların üreticisini tanımıyorum. Ürün alırken yırtık, kırık veya açık olup olmamasına dikkat ederim ve son kullanma tarihlerine bakarım. Uzmanlar daha sağlıklı dedikleri için cam kavanoz kullanıyorum ve anneden kalma bir gelenek olarak cam ürünleri, saklama kabı olarak kullanıyorum. Ambalajların geri dönüşümüne yönelik belediyenin araçları her cumartesi geliyor, herhalde ambalajları geri dönüştürüyorlardır.

I usually don't pay attention to packaging. The brands I like and frequently use are already set, I buy the products of these brands but don't know the producer of the packaging. When I make purchases, I pay attention to the expiry date and ensure that there are no tears, cracks or that the packaging hasn't been opened. I use glass containers, as experts say it is healthier and as a habit I took from my mother, I use glass products as containers. Municipal trucks for recycling come every Saturday, I think they recycle the packagings.

Aliye Yel

Ev Hanımı, 68
Housewife, 68

Ambalajdan önce ürünün fiyatına, markasına, tazeliğine bakıyorum. Ambalaja hiç dikkat etmiyorum neredeyse. Sarten mi ürettiymiş bu ambalajları? Bazen teneke, bazen cam kullanıyorum. Yağlarım teneke mesela. Bu hazır turşuları falan da kullanmıyorum, kendim yapıyorum. Ambalajı atmam, değerlendiririm. Plastiklere bile bir şey koyarım, saklama kabı gibi... Ambalajların geri dönüştürüldüğüne inanıyorum. Geri dönüşüme göndermeseler neden ayrı toplamakla uğraşın insanlar?

Before the packaging, I pay attention to a goods price, brand and its freshness. I almost pay no attention to packaging. Does Sarten produces these packagings? Sometimes I use tin, sometimes glassware. I keep my oils in tin cans. I also don't use these ready-made pickles, I make my own. I don't throw away packaging, I reuse it. I even out plastics into good use by putting something inside, like storage boxes... I believe the packaging are recycled. Why would they bother gathering them separately if they won't send them to recycling?

Melike Ayaz

Ev Hanımı, 43 / Housewife, 43

Ambalaja dikkat ediyorum, hava almış ürün olmaması için hasar görmemiş ürünleri alıyorum. Ambalaja böyle dikkat ediyorum, şekil olarak pek bakmam. Sarten Ambalajı tanımıyorum, daha çok cam almaya dikkat ediyorum. Ambalajları kızım yüzünden biriktirip kullanamıyorum, dalga geçiyor benimle. Eltiler diye bir dizi vardı ya hani, "o dizideki 'Fitnat' gibi çöpleri biriktirme" diyor bana. Geri dönüşüme de inanıyorum, bu nedenle mavi çöp poşetinde biriktirip belediyeden gelenlere veriyorum.

I pay attention to packaging, I prefer undamaged products to ensure that the product isn't spoiled. That's how I pay attention to packaging, I don't really look out for its shape. I don't recognize Sarten packaging, I usually try to buy glassware. I can't store packaging to reuse them later, my daughter makes fun of me. There was this character in the series, called Eltiler, she says "don't gather garbage like Fitnat" to me. I believe in recycling, that is why I gather them inside blue garbage bags and deliver to the collectors from municipality.

180 ml.'den 20 lt.'ye kadar sıcak / soğuk doluma uygun,
IML teknolojisiyle üretilmiş plastik ambalajlar.



Enjeksiyon

Kavanoz
Kapağı



38 mm.'den, 110 mm.'ye kadar çeşitli çaplarda
pastörizasyon ve siterilasyona uygun kapaklar.

52 mm. çap ile 230 mm. çap arasında ve 70
gr.'dan 10 kg.'a kadar silindirik metal ambalajlar.

Konserve



2 kg.'dan 20 kg.'ye kadar zeytin, tursu, peynir
gibi çeşitli ürün grupları için üretilen köşeli
metal ambalajlar.

Köşeli
Kutular



Polietilen
Polipropilen

Tek katlı ve çok katlı (coex) teknoloji ile üretilen
100 ml.'den 1000 ml.'ye kadar sıcak / soğuk
doluma uygun plastik ambalajlar.



Yemeklik Yağ

120 ml.'den 20 lt.'ye kadar her türlü silindirik
ve köşeli metal ambalajlar.



Pet



50 ml.'den 8 lt.'ye kadar değişik tip ve genişlikteki ağızları isteğe göre
yuvarlak ya da köşeli üretilen şişe ve kavanozlar.

Gıda Ambalajlarında Kaliteli Ürün, Hızlı Teslimat ve Ekonomik Fiyatlar...

sarten

www.sarten.com.tr

*Ambalajın
Süpermarketi*

SARTEN AMBALAJ SAN. TİC. A.Ş.
Balmumcu Mh. Zincirlikuyu
Yolu Sk. No:4 Balmumcu 34349
Beşiktaş - İstanbul
Tel:+90 212 275 76 60
sarten@sarten.com.tr



Türkiye'de 13, Rusya ve Bulgaristan'da da 2 üretim tesisi
bulunan Sarten Ambalaj, ürettiği kaliteli ürünleriyle, gıdaların
sağlıklı şekilde tüketicilere ulaşmasını sağlıyor.

AMBALAJIN SÜPERMARKETİ



44 yıllık bilgi ve deneyimimizle; gıda, kozmetik ve endüstriyel ürün sektörlerinin, metal ve plastik ambalaj ihtiyaçlarını karşılamanın gururu ve sorumluluğunu taşıyoruz.



www.sarten.com.tr

SARTEN AMBALAJ SAN. TİC. A.Ş.

Balmumcu Mh. Zincirlikuyu Yolu Sk. No: 4 Balmumcu 34349 Besiktas - Istanbul TR
Phone: +90 212 275 76 60 Fax: +90 212 272 34 17 sarten@sarten.com.tr

AMBALAJIN SÜPERMARKETİ



44 yıllık bilgi ve deneyimimizle; gıda, kozmetik ve endüstriyel ürün sektörlerinin, metal ve plastik ambalaj ihtiyaçlarını karşılamanın gururu ve sorumluluğunu taşıyoruz.



www.sarten.com.tr

SARTEN AMBALAJ SAN. TİC. A.Ş.

Balmumcu Mh. Zincirlikuyu Yolu Sk. No: 4 Balmumcu 34349 Besiktas - Istanbul TR
Phone: +90 212 275 76 60 Fax: +90 212 272 34 17 sarten@sarten.com.tr