

SARTEN WORLD

2016 Temmuz / Sayı 12
2016 July / Issue 12



Süt Ürünleri Satışına Ambalaj Dopingi

*Dairy sales get
package boost*



Sarten, İSO İlk 100'e Girdi

Sarten enters ICI top 100 list

Gıda ve Çevre Dostu DairyPak Fabrikası

Food- and environment-friendly; DairyPak

Mitsui Sarten'in Gücüne Güç Katacak

Mitsui to bolster Sarten's strength

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

“Bir Ambalajdan Daha Fazlasını Üretiyoruz...”

Hepimiz için sabah işe geldiğimizde, kapıda aynı yüzlerle karşılaşmak veya koridorda aynı insanlarla selamlaşmak güven verir. Satış sorumlusu veya uzman olarak işe başlayanların zaman içinde müdür pozisyonlarında yer aldığını görmek de Sarten'in geleceğine dair umut veriyor.

Tüm bunları, eğitime ve insana verdiğimiz değere bağlıyoruz. Sarten Akademi'yi kurarken, hedeflediğimiz iş kültürüne ulaşmış olmanın mutluluğunu yaşıyoruz. Çalışma hayatına ilk defa başlayacak olan seçilmiş genç yeteneklere yönelik olarak 2008 yılında başlattığımız Sarten Akademi, bugüne kadar toplam dokuz defa düzenlendi ve 150'ye yakın adayın çalışma hayatlarının ilk anlarından itibaren gelişimine katkı sağladı. Geçen yıl, Koç Üniversitesi ile yaptığımız iş birliğiyle eğitimi biraz daha geliştirdik ve Sarten Akademi'nin çatısı altında Gelişim Fakültesi'ni oluşturduk. Bu programla geleceğin yönetici adaylarına eğitimler vermeye başladık. Mayıs ayında ilk mezunlarımıza da sertifikalarını takdim ettik.

Hızlı değişen dünyada, gelişimi sürdürmek için yenilikleri takip etmek gerekiyor. Sarten Akademi şimdi bu misyonu yerine getirmek için eğitim programlarına devam edecek. Çalışanlarımızda gözlemllediğimiz gelişim, Sarten olarak belirlediğimiz hedeflerin gerçekleştirilebileceğini gösteriyor. Sektörün en büyük ambalaj üreticisi olacağımıza artık daha çok inanıyoruz. Çünkü tüm çalışanlarımızın Sarten'in hedeflerine ortak olduğunu ve benimsediğini görebiliyoruz. Ülkenin genç değerlerini gördüğümüzde, Sarten'in bir ambalajdan çok daha fazlasını ürettiğini düşünüyoruz...

Yine yoğun bir yarıyılı geride bırakıp yaz dönemine girdiğimiz şu günlerde tüm çalışanlar ve müşterilerimize keyifli bir yaz diliyoruz.

“We Produce More Than Packaging...”

It gives all of us confidence seeing the same faces at the door or exchanging greetings with the same people as we walk across the hallways when we come to work every morning. Seeing employees that started as sales representatives or specialists get executive positions in time also promises hope for Sarten's future.

We connect all of these to education and cherishing human values. We savour the joy of achieving the business culture we aimed for when we first set out for Sarten Academy. Designed and initiated in 2008 for selected young talents who are at the very beginning of their career, Sarten Academy has been organized for nine times till today and has assisted personal development of nearly 150 candidates from their first steps in their professional lives. Last year, through cooperation with Koç University, we improved education further and renamed it to Development Programme. With this new programme, we started educating future executives. We presented their certificates to our first time graduates in May.

In a rapidly changing world, what we learned yesterday is occasionally “yesterday's news”. To sustain progress, innovation must be continually pursued. Our Development Programme will continue with education programmes to accomplish this mission. The progress we observe on our employees shows that the goals we set up are promising. We now believe more than ever in becoming the biggest manufacturer of packaging in our perimeter, as we can see that all of our employees fully adopt and partake in Sarten's objectives.

When we see the valuable young potential in our country, we do think that Sarten produces more than mere packaging...

As we approach the summer season after a busy half year, we wish all our employees and customers a delightful summer.



◀ **Süt Ürünleri Satışlarına Ambalaj Dopingi...**

Dairy sales get package boost

24

Orta Doğu'nun Sır Ülkesi; İRAN ▶

Mystery lands of the Middle East; IRAN

50



◀ **Yetkin Dikinciler "Güzel İzler Var Bu Hayatta, Sürmek Lazım"**

Yetkin Dikinciler
"There are nice tracks in this life, worth following"

42



- Genel Yayın Yönetmeni Selda Yeşiltaş • Yayınlar Koordinatörü Murat Erdoğan
- Editör Zeynep Özdemir • Görsel Yönetmen Okay Kılınçarslan • Fotoğraf Editörü M. Ali Bars
- Tel: +90 212 236 00 50 • Faks: +90 212 236 00 50
- Adres: Rumeli Cad. Rumeli Pasajı Yunus Apt. No:40/1 Nişantaşı-Şişli/İSTANBUL
- e-mail: viya@viyamedya.com
- web: www.viyamedya.com
- Baskı: Ömür Matbaacılık A.Ş. - Beysan Sanayi Sitesi Yakuplu Mah. Birlik Cad. No:20/1 34524 Beylikdüzü/İstanbul Tel:0212 422 76 00 Fax:0212 422 46 00 www.omur.com.tr





Metal Ambalaj İhracat Ödülü Sarten'in...

Yedi milyar dolarlık ihracatı temsil eden İstanbul Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği (İDDMİB), 2015 yılının başarılı ihracatçıları 17 Mayıs Salı günü Grand Hyatt Otel'de gerçekleştirilen törende ödüllendirdi. Bu yıl altıncısı düzenlenen İDDMİB İhracatın Metalik Yıldızları Ödülleri Töreni'nde demir çelik eşya, alüminyum mutfak eşya, alüminyum inşaat aksamı, metallerden kilitler, metal mobilya, demir çelik döküm gibi 24 farklı kategoride 61 başarılı ihracatçı ödülün sahibi oldu. Ödül töreninde Sarten de Metal Ambalaj sektöründe ödüle layık görüldü.

Metal packaging export award goes to Sarten...

Istanbul Ferrous and Non-Ferrous Metals Exporters Association (İDDMİB), which represents a cluster achieving 7 billion USD in exports every year, presented awards to most successful exporters of the year 2015 on 17th of May with a reception at Grand Hyatt Hotel in Istanbul. In this year's "İDDMİB Metallic Stars

of Exports" award ceremony, which saw its 6th anniversary, 61 successful exporters from 24 different industry categories ranging from iron and steel items, aluminium kitchen wares, aluminium construction components, metal locks, metal furniture and steel foundries were presented awards. Sarten being within Metal Packaging industry, was also among companies awarded.



Sarten'in Kahve Kutusu Ödülle Döndü

Berlin'de, 4-6 Nisan 2016 tarihleri arasında düzenlenen Euro Can Tech 2016 konferansında, yılın başarılı ambalajlarına yönelik ödüller dağıtıldı. Ödül töreninde Üç Parça Gıda Kutusu kategorisinde "Sarten Kahve Kutusu" birincilik ödülü aldı.

Sarten's coffee box gets grand prize

At the Euro Can Tech 2016 conference held in Berlin between 4th and 6th of April 2016, awards were handed to the most successful packaging designs of the year. "Sarten's Coffee Box" ranked 1st in the "Three-piece Food Canister" category and received the grand prize.



Mitsui Çalışanları Ambalaj Üretim Eğitimine Katıldı

Denizaşırı ilk ambalaj yatırımını Türkiye’de yaparak Sarten’in yüzde 15 hissesini devralan Mitsui’nin dünyanın değişik ülkelerinden gelen çalışanları, Sarten’de iki gün süren “Can Making Process” konulu eğitime katıldı ve eğitimi başarıyla tamamladı.



Mitsui workers attend package making course

After Mitsui acquired 15 percent of Sarten’s shares, in a deal marking its first overseas packaging investment, the company’s employees hailing from various countries across the world successfully completed a two-day “Can Making Process” training at Sarten’s facilities.



Manisa OSB’ye Değer Katan Yatırımcılara Ödül

Türkiye’nin en önemli yatırım kenti Manisa, sanayideki yatırımları ile dünya ekonomisine ev sahipliği yapıyor. Manisa Organize Sanayi Bölgesi’nin, “Endüstride Global İş Birliği” mottosuyla düzenlediği ödül töreninde, yatırım için Türkiye’yi ve Manisa OSB’yi seçen 22’si doğrudan yüzde 100 yabancı, 10 tanesi yabancı ortaklı olmak üzere 32 yatırımcı firmaya “Teşekkür Ödülü” verildi. Yabancı ortaklı yatırımcıların değer katan faaliyetlerini teşvik amaçlı düzenlenen törende, Sarten’e sermaye iştirakiyle ortak olan Japon Mitsui ve Sarten de ödül alan şirketler arasındaydı.



Investors adding value to Manisa OSB receive awards

Manisa, the most significant province for investments in Turkey, continues to host world economy through industrial investments. Manisa Organized Industrial Zone (Manisa OSB) presented “Awards of Appreciation” with the motto “Global Cooperation in Industry” to 32 investor companies that picked Manisa OSB for investments, out of which 22 being direct and 100 percent foreign investments and the remaining 10 being partnerships. The organisation was intended for encouraging and attracting value added operations of investors with foreign partnerships as Sarten and Mitsui, its Japanese partner through capital subscription received awards as well.



İran Plast'ta Sarten Kalitesi Dikkat Çekti

Orta Doğu'nun en büyük plastik ambalaj fuarlarından biri olarak kabul edilen ve 13-17 Nisan 2016 tarihleri arasında düzenlenen İran Plast 2016 Fuarı'na Sarten Ambalaj, gıda, kozmetik ve endüstriyel ürünler ile ilgili yüzlerce farklı plastik şişe, PET ve enjeksiyon ambalajları ile katılım gerçekleştirdi.

İran'a uygulanan ambargonun kalkmasıyla dönüşüm beklenen İran'ın, gelecek dönemde ambalaj ihtiyacının artacağı tahmin ediliyor. Bu anlamda Sarten, know-how sergilediği ürünler ve kalitesiyle fuarda oldukça yoğun ilgiyle karşılaştı. Genel olarak yorumlar, bu kalitenin pazar beklentisinin çok üzerinde olduğu yönündeydi.

Sarten boasts quality at Iran Plast

Displaying hundreds of plastic bottles, PET and plastics injection packages for food, cosmetics and industrial products, Sarten literally made a landing at Iran Plast 2016 exposition, which is considered among largest plastic packaging expositions in the Middle East, held in Tehran between 13th and 17th of April.

A boom in Iran's demand for packaging products is expected after the sanctions on the country are lifted, spurring a major shift in economy. Sarten's appearance in the exposition was thus greeted with a significant attention as its know-how and quality exceeded expectations, based on general comments of event participants.



BP'den Sarten'e 'En İyi Performans' Ödülü

Castrol, sektöründe bir ilki gerçekleştirerek ambalaj tedarikçilerini ödüllendirdiği etkinliğin ikincisini bu yıl düzenledi. Castrol'un tedarikçilerine yüksek standartlardaki servis, ürün ve hizmet alanlarında verdiği ödüller; emniyet, kalite, servis, süreç yetkinliği ve yılın en iyi tedarikçisi kategorilerinin yanında yılın en iyi girişimcisine veriliyor. Castrol'un "BP En İyi Servis Performansı Ödülü"nü, Sarten Gemlik Plastik Fabrikası kazandı.

BP awards Sarten for "Best Performance"

Castrol has held the second round of its groundbreaking event this year, whereby the company's packaging suppliers are handed awards, every year. Castrol presents awards for high quality products and services involving safety, quality, service, process competency and "best supplier of the year" as well as "best entrepreneur of the year" categories to its suppliers. Among this year's nominees was Sarten's Gemlik Plastics plant which won "BP Best Service Performance Award".



Sarten, ISO İlk 100'e Girdi

Sarten Ambalaj, 2020 hedefleri doğrultusunda hızlı büyümesini sürdürüyor. İstanbul Sanayi Odası'nın (İSO), Türkiye'nin en büyük 500 sanayi kuruluşunu belirlediği 2015 raporu açıklandı. 2014 yılı listesinde 118. sırada yer bulan ambalaj sanayisinin lider şirketi Sarten Ambalaj, 2015 raporunda 18 sıra birden yükselerek 100. sırada yer buldu. Özel sektör sıralamasında 94. sırada yer alan Sarten'in, 2015 yılı satış geliri ise 908.8 milyon TL olarak gerçekleşti.

Sarten enters ICI top 100 list

Sarten continues to post rapid growth in line with its 2020 targets. According to Istanbul Chamber of Industry (ICI) Top 500 report for 2015, in which the 500 biggest industrial enterprises in Turkey are ranked, Sarten rose to 100th place leaping forward from 2014's ranking at 118th place. On private sector listing Sarten ranked at 94th place with 2015 total sales income of 908.8 million Turkish Liras.



Tasarım Bölümü Öğrencileri, Sarten Teknolojisini İnceledi

Marmara Üniversitesi Endüstriyel Ürünler Tasarım Bölümü öğrencileri, Sarten'in teknoloji merkezi Silivri Metal Ambalaj Fabrikası'nı ziyaret etti. Sarten'in üretim teknolojilerini yerinde inceleme imkanı bulan öğrenciler, bir ambalajın ham maddeden, marketlerdeki yerini alıncaya kadar geçirdiği süreçleri gördüler.

Design students observe Sarten technology at work

Marmara University, Industrial Design Department students paid a visit to Sarten's technology center located within Silivri Metal Packaging Plant. Students found the opportunity to observe Sarten's manufacturing Technologies and witnessed the processes packaging products undergo from raw material stage to market shelves.



Sarten'e Kalite Şampiyonu Ödülü

Yurt içinde düzenlenen ödül törenlerinde ödülleri toplayan Sarten, yurt dışından da ödülle dönmeye devam ediyor. Sarten, Sırbistan'da Kolay Açılır Dikdörtgen Peynir Kutu için Altın Madalya ve Metal Ambalajda Kalite Şampiyonu ödülünü kazandı.

Sarten fits two awards in a cheese can

Whilst scooping up many domestic awards at ceremonies held across the country, Sarten occasionally fetches awards from abroad as well. In Serbia, Sarten has been presented both a "Golden Medal" and the "Quality Championship Award for Metal Packaging" with their quick-opening rectangular cheese can.

Sarten Akademi ilk olarak 2008 yılında, seçilmiş genç yeteneklere yönelik olarak gerçekleştirildi. Geleceğin yönetici adaylarını kendi içinden yetiştirebilmeye yönelik olarak oluşturulan Sarten Akademi, bugüne kadar toplam dokuz kere düzenlendi ve 150'ye yakın adayın çalışma hayatlarının ilk anlarından itibaren gelişimine katkı sağladı. Bu kişiler ilerleyen dönemlerde Sarten'de, kariyer planları doğrultusunda farklı bölümlerde ve pozisyonlarda pozitif gelişme gösterdiler.

"Yaşam boyu eğitim ilkesiyle yola çıkıp, Sarten Akademi'nin kapsamını genişletme kararı aldık" diyor Sarten Ambalaj İnsan Kaynakları Sorumlusu Müjde Kösemen ve Gelişim Fakültesi'ne giden yolu şöyle anlatıyor: "Biliyoruz ki zaman hızla geçiyor ve bu süre içinde trendler sürekli değişiyor, iş yaşamına yönelik yeni anlayışlar ortaya çıkıyor ve en önemlisi de öğrenilmiş bir takım bilgiler eskiyor veya unutuluyor. İşte tam da bu noktada yönetici ve yönetici adaylarımızı daha da geliştirmek, hem kendilerine, hem ekiplerine, hem de dolaylı olarak Sarten'e yatırım yapmak amacıyla, Koç Üniversitesi iş birliği ile eğitim programı hazırladık."

FAKÜLTE, BÜTÜNÜN BİR PARÇASI

Çok geniş kapsamlı projenin altyapısının oluşturulması için Koç Üniversitesi ile 2014 yılının sonunda görüşmelere başlandı ve eğitimler, Ekim 2015'ten, Nisan 2016 sonuna kadar devam etti. Gelişim Fakültesi Eğitim Programı, sekiz ay sürdü. Eğitime farklı departmanlardan ve farklı pozisyonlardan toplam 26 çalışan katıldı. Eğitim sonrası katılımcılara arka sayfasında transkriptin de yer aldığı üniversite onaylı birer sertifika verildi.

Gelişim Fakültesi'nin bütünün bir parçası olduğunu söyleyen Kösemen, "Geleceğin yönetici adayları uzun ön elemelerden geçerek seçiliyor ve Sarten Akademi dünyasına giriş yapıyor. Buradaki eğitimlerden sonra iş yaşamına başlıyor. Sonrasında yine Sarten Akademi kapsamında yer alan Gelişim Fakültesi'nde üniversite ile ortaklaşa oluşturulan programa katılıyor. Yani Gelişim Fakültesi'ne seçilen çalışanlarımızda önceliği, Sarten Akademi ile çalışma hayatına başlamış olanlara veriyoruz" diyor.

Gelişim Fakültesi'nde verilen eğitimler, beş ana modül etrafında toplanıyor. Yönetim ve Organizasyon Eğitimleri, Finans Eğitimleri, Tedarik Zinciri Eğitimleri, Satış ve Pazarlama Eğitimleri ve İletişim Eğitimleri çatısı altında toplam 16 ders veriliyor.

İnsan Kaynakları Sorumlusu Müjde Kösemen, hem Sarten Akademi hem de üniversite iş birliği ile oluşturulan Gelişim Fakültesi'nin belirli periyotlar halinde devam edeceğinin altını çiziyor.

Sarten Academy was first launched in 2008, intended for selected talents. Since then, Sarten Academy, aimed at internally bringing up future executives, has been organized for nine times and has contributed to personal development of 150 candidates starting with their first steps into their careers. Over time, these individuals demonstrated positive progress at various departments and management levels within Sarten.

"We set out with the motto 'Life-long learning' and decided to expand the scope of Sarten Academy" explained Ms. Müjde Kösemen, Sarten Human Resources Manager and described the path leading to Development Programme as follows: "We know that time runs quickly and in this period, trends constantly change, new approaches on business emerge and most importantly, knowledge that is acquired in the process gets outdated or altogether forgotten. At this point, in order to improve our human capital of executives as well as executive candidates, investing not only on them but also on their teams and implicitly on Sarten, we prepared an education programme in cooperation with Koç University".

FACULTY IS A PART OF THE WHOLE

Talks with Koç University, for proper layout of this rather comprehensive project's infrastructure, kicked off during the end of 2014 and first round of courses ran from October 2015 till April 2016, lasting eight months. 26 employees from different departments at different positions enrolled in the programme and upon completion, each participant received a University approved certificate with transcripts printed on the backside.

Kösemen explained that Development Programme is a part of the whole. "Tomorrow's executive candidates are selected through a long series of eliminations and enter the world of Sarten Academy. They set foot on professional life after completing the courses there. Later on they attend the programme that is jointly created with the university at the Development Programme being also part of Sarten Academy. Therefore our employees that started their careers at Sarten Academy have the priority when we select people to the Development Programme" she said.

Development Programme syllabus is gathered around five major modules. Under management and organisation, finance, procurement chain, sales and marketing and finally communications courses, a total of 16 lectures are provided.

According to Ms. Müjde Kösemen, Sarten Human Resources Manager, both Sarten Academy and Development Programme that is created jointly with university, will continue on a specific calendar.



Gıda ve Çevre Dostu; DairyPak

Kadın çalışanların çoğunlukta olduğu Sarten DairyPak Fabrikası, süt ürünleri başta olmak üzere gıdayı koruyan ambalajlar üretiyor ve bunu çevreye emisyon salmadan başarıyor.

Food- and environment-friendly; DairyPak

Sarten's DairyPak plant, where female workers hold the majority, manufactures packaging for preserving food and mainly dairy products. Factory achieves this with zero emissions.

Sarten'in Karacabey'de bulunan plastik fabrikası DairyPak, gıdayı koruyan sağlıklı ambalajlar üretirken, emisyon üretimi olmadığı için de çevreyi kirletmiyor. Fabrikanın bir diğer özelliği ise işçilerin yüzde 70'inin kadın çalışanlardan oluşması. Fabrikanın oldukça genç ve yenilikçi bir ekipten oluştuğunu söyleyen Fabrika Müdürü Yalçın Şenol ile süpermarketlerde yer alan gıdaların büyük kısmının ambalaj ihtiyacını karşılayan DairyPak'ın başarısını konuştuk. Fabrika Müdürü Yalçın Şenol, fabrikanın başarısını; "Kaliteli insan faktörü ile her şeyi başarmak mümkün" diyerek özetliyor.

Sarten's DairyPak plastics plant located in Bursa-Karacabey manufactures healthy packaging products while protecting the environment, as it is a zero-emission factory. Another characteristic of the plant is the crowded female employee population, constituting 70 percent of the total workforce. We talked to the plant's manager Mr. Yalçın Şenol, on the success of DairyPak line which is supplied to a substantial number of dairy brands occupying market shelves. Mr. Yalçın Şenol, explaining that the plant is run by a rather young and innovative team, summarized the factors influencing the success of the factory saying "Everything is possible when qualified human factor is involved".

Silivri'deki Ar-Ge merkezimizle birlikte kendi kalıplarımızı da yapabiliyoruz. Yeşil bir fabrikayız, hiç emisyon üreten kaynağımız yok. Gaz çıkışımız yoktur. Hazır ham maddeleri alıp şekillendirerek ürünü hazırlıyoruz. BRC kalite belgesi olan bir fabrikayız, bu yıl da FSSC 22000 belgesini alacağız.

Fabrikanın müşterilere yakın olması, ne gibi avantajlar sağlıyor?

En büyük avantaj ve özelliğimiz, müşterilerimizle iç içe olmamız. Müşterilerimizin inhouse tesisleri gibiyiz. Terminlerin zamanında olması müşterilerin operasyonlarını hızlandırıyor. Stokta ambalaj tutma ihtiyacı görmüyorlar ve bu da maliyet avantajı yaratıyor. Türkiye'nin en büyük süt ve süt ürünleri üreticilerinin hemen hemen hepsi fabrikamıza 4-5 kilometrelik mesafelerde bulunuyor. Bu nedenle konum olarak çok stratejik bir noktadayız. Biz burada bir yerleşkeyiz. Yan tarafımızdaki teneke fabrikamızla birlikte, kapalı alanımız 20 bin, açık alanımız 47 bin metrekarelik bir yerleşkeye sahip.

Yeni fabrika ihracata başladı mı?

İhracatta artan bir trendimiz var. Şu anda üretimimizin yüzde 5'ini ihraç edebiliyoruz. Yunanistan'a peynir ürünleri veriyoruz. Birkaç ülkeyle de farklı ürünler için görüşmelerimiz var.



Kalıp Ustası
Injection Mould Foreman
Haldun Kara



“KALIPLARI KENDİ BÜNYEMİZDE YAPIYORUZ”

“Plastik enjeksiyon kalıplarının ustasıyım. 2012 yılından itibaren Sarten'de çalışıyorum. Ben gelmeden önce enjeksiyon kalıpları Sarten'de yapılmıyordu. 1983 yılından bu yana enjeksiyon kalıpları üzerinde çalışıyorum. Sarten'de de aynı çalışmalara devam ettim. Ar-Ge departmanımızda kalıpları kendi bünyemizde yapmaya başladık. Çalışmaya başlamadan önce Sarten'i biliyordum fakat bu ölçüde büyük olduğunu ve çok geniş alanda üretim yaptığını bilmiyordum. Sarten'i, Türkiye'de plastik ve teneke ambalajda öncülük yapan bir şirket olarak görüyorum.”

“WE MAKE MOULDS IN-HOUSE”

“I am a foreman specialised on plastic injection moulds. I have been working at Sarten since 2012. Before my arrival, injection moulds were not produced here by Sarten. Having specialised on injection moulding since 1983, I brought my work knowledge to Sarten as well. Eventually we started making necessary moulds within our R&D department. I knew about Sarten before having started working here, but I was unaware of its corporate scale and rather wide range of production capacity. I see Sarten as the pioneering company in plastic and metal packaging manufacturing.”

Çok farklı endüstrilerde lider konumda olan Mitsui'nin, Sarten ortaklığı öncesi ambalaj üretimi var mıydı?

Mitsui, İstanbul'daki şubesini 1956 yılında açmış ve bu yıl ülkedeki 60. yılını kutlamıştır. Mitsui'nin Türkiye'deki faaliyetleri çeşitlendirilmiş olup, İstanbul şubesi de yukarıda sayılan segmentlerin çoğuyla ilgilidir. Mitsui ilk kez ambalaj sektöründe denizaşırı bir yatırım yapmaktadır ve fikirleri, bilgiyi, müşterileri, ortakları ve küresel piyasada iş olanaklarını birbirine bağlamak suretiyle yeni iş fırsatları oluşturarak Sarten'in değerini arttırmasına katkıda bulunma mücadelesini benimsemektedir.

Dünyada çok sayıda ambalaj üreticisi olmasına rağmen Mitsui'nin Sarten Ambalajı seçme nedenleri neler oldu?

Mitsui, Türkiye'yi yeni orta vadeli yönetim planı dahilinde öncelikli yatırım yapılacak ülkelerden biri olarak belirlemiştir ve Sarten'e sermaye iştiraki ile Mitsui'nin Türkiye ve komşularının büyümesine sağladığı katkı pekiştirilecektir. Türkiye ortalama yaşı 30 olan genç bir nesle sahip. Halihazırda 78 milyon olan nüfusun her sene bir milyon artması bekleniyor. Bu piramit şeklindeki nüfus yapısıyla Türkiye'nin GSYİH büyüme hızının ortalama olarak yüzde üç ilâ beş civarında seyredeceği ve güçlü bir tüketim piyasasına sahip olacağı öngörülmektedir. Nüfus artışı, yaşam tarzı değişimi ve iş gücünde artan kadın varlığı gibi etmenler ışığında ambalaj ürünlerinin doğası gereği talepte yukarı yönlü bir ivme yakalanması beklenmektedir. Bu sebeplerle Sarten'in gerek Türkiye'de gerekse çevre ülkelerde daha da büyüyüp gelişeceği beklenebilir.

Mitsui, Sarten ile ambalaj sektöründe neyi hedefliyor? Hedefler arasında yeni pazarlar, yeni ürünler var mı?

Mitsui, Türkiye'de geniş kapsamlı bir yatırım performansı inşa etmek için kendi tümleşik gücünü ve iş alanları arasında sinerji geliştirme kabiliyetini Türkiye'de başta otomotiv, sağlık ve altyapı sektörlerinde olmak üzere çeşitli yatırımlarda ispat etmiştir. Sarten'e yapılan bu sermaye yatırımını takiben, Mitsui yeni müşteriler tanımlamak, lojistiği optimize etmek ve en son ambalaj teknolojilerini getirmek için kendi ağının gücünden istifade edecektir. Mitsui bununla da kalmayarak, Sarten'in ürün gamını çeşitlendirmesine ve daha geniş sektör yelpazesindeki müşterilerinin taleplerini karşılamasına yardım ederek yeni iş fırsatları yaratacaktır.

İş birliği başlayalı bir yıl oldu. Bu ortaklık sürecini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Mitsui'nin İstanbul ofisinde Ekim 2015 tarihine kadar Çelik Mamülleri Bölümü'nde genel müdür olarak görev yaptıktan sonra geçtiğimiz kasım ayından bu yana Sarten için çalışmaktaydım.

Being leaders in a diverse set of industries, prior to Sarten partnerships, has Mitsui ever been exposed to packaging manufacturing?

Mitsui opened its İstanbul branch on 1956, and celebrated its 60th year anniversary this year. Their business activities in Turkey are well diversified, and İstanbul branch engaged in almost all of the segments mentioned above. This is the first time for Mitsui to make an investment in the packaging sector in an overseas market, and it is embracing the challenge of contributing to increase the value of Sarten's business by connecting ideas, information, customers, partners and business in the global market to create new business opportunities.

Among probably a host of other packaging manufacturers to invest in the world, what has driven Mitsui to pick Sarten?

Mitsui has identified Turkey as a priority country in its new Medium-term Management Plan, and equity participation in Sarten will enhance Mitsui's contribution to the economic growth of Turkey and its neighbouring countries. Turkey has a big young generation with an average age of approximately 30 years. Currently totaling around 78 million, its population is expected to grow by about 1 million annually. With this pyramid-shaped population structure, Turkey is seen as having GDP growth potential of 3-5% per annum and as a market likely to yield strong consumption activity. Because of the characteristics of packaging products, an upward trend in demand is expected in view of factors including population growth, lifestyle changes, and the growing presence of women in the workforce. For these reasons, Sarten can be expected to achieve further growth and development in Turkey and surrounding countries.

What does Mitsui aim for within packaging sector with the Sarten merger? Do new markets or new products lie over the horizon?

Mitsui has demonstrated its integrated strengths and its ability to develop synergies among business areas to build a wide-ranging investment track record in Turkey, including investments in the motor vehicle, healthcare, and infrastructure sectors. Following this equity investment in Sarten, Mitsui will leverage our networks to identify new customers, optimize logistics, and introduce cutting-edge packaging technologies. Mitsui will also create new business opportunities by helping Sarten to diversify its product range to meet the needs of customers in a wide range of industries.

After a year of cooperation, how do you assess the course of this partnered venture?

I was General Manager of the Steel Products Section in Mitsui's İstanbul office until October 2015, and started working for Sarten since November. When I started

100 MİLYAR DOLARLIK BİR DEV

Mart 2016 sonu itibariyle, Mitsui'nin toplam varlıkları 96,6 milyar dolar, toplam öz sermayesi 32,4 milyar dolar, gelirleri 42,1 milyar dolar, FAVÖK ise 2,977 milyar dolar mertebesindedir. Mitsui küresel ağı, 66 ülkeyi kapsayan 139 ofis ve denizaşırı ticari iştirakten müteşekkildir. Mitsui'nin beş ana işlevi (Pazarlama, Finans, Lojistik, Risk Yönetimi ile Bilişim & Süreç Geliştirme Kabiliyetleri), altı iş alanı (Metaller, Makine ve Altyapı, Kimyasallar, Enerji, Yaşam Tarzı ile Yenilik & Kurumsal Gelişim), 15 Merkezi İş Birimi (Demir & Çelik Ürünleri, Maden & Metal Kaynakları, Altyapı Proje, Tümlşik Taşıma Sistemleri, Ana Malzemeler, Performans Malzemeleri, Beslenme & Tarım, Enerji (1 & 2), Gıda, Gıda & Perakende Yönetimi, Sağlık & Hizmet, Tüketici, Bilişim & İletişim ile Kurumsal Gelişim) ve üç adet de Bölgesel İş Birimi (Asya-Pasifik, Avrupa-Orta Doğu-Afrika ile Amerika) bulunmaktadır.

Mitsui'nin iştiraki hususunda Sayın Zeki Sarıbekir ile müzakereleri başlattığımda Sarten'in piyasada daha da büyüyeceğine inandım ve Sarıbekir ailesinin Mitsui'nin iştirakini kabul etmesinden dolayı da minnettar oldum. Sarten ile çalışmalarımız bittikten sonra dahi bu inancım değişmedi. Daha ziyade Sarten'de her çalışanın çok titiz ve işlerinden gurur duymakta olduğunu bilmekteyim. Tabii ki, Türkiye ve Japonya arasında kültürel farklılıklar bulunsa da, Sarten ve Mitsui'nin aynı felsefeyi benimsemiş olduğuna ve gelecekteki büyüme için aynı istikamette ilerlediğine inanmaktayım.

Bazı müşteriler, Mitsui ortaklığının alanında lider olan Sarten'e neler kazandıracığını merak ediyor. Mitsui'nin teknolojiye yönelik bilgi ve tecrübesi, Sarten'in müşterilerine nasıl yansıyor?

Yukarıda bahsedildiği üzere Mitsui fikirleri, bilgiyi, müşterileri, ortakları ve küresel piyasada iş olanaklarını birbirine bağlamak suretiyle yeni iş fırsatları oluşturarak Sarten'in değerini arttırmasına katkıda bulunmaktadır. Sarten ve Mitsui halihazırda yönetişimi kuvvetlendirmek üzere bir özel görev kuvveti komitesi kurarak Mitsui'nin ağını da kullanmak suretiyle piyasada bir sinerji bulmaya çalışmakta. Tabii, aynı zamanda, Sarten'in müşterileri ve tedarikçileri de Mitsui'nin önemli paydaşları olup eğer Mitsui'nin uzmanlığından

a discussion with Mr. Zeki Sarıbekir about Mitsui's participation, from the beginning I believed that Sarten would continue to grow further in the market, and I appreciated the Sarıbekir family for its acceptance of Mitsui's participation. Even after working at Sarten, such belief has not changed. Rather, I know that all the employees are very diligent and take pride in their work at Sarten. Of course, though Turkey and Japan have cultural differences, I believe that Sarten and Mitsui have the same philosophy and share the same direction for future growth.

Some clients are curious as to what the Mitsui partnership will bring to Sarten. How will Mitsui's tech know-how will be utilized for Sarten's existing customer base?

As mentioned above, Mitsui contributes to increasing the value of Sarten's business by connecting ideas, information, customers, partners, and businesses across the planet to create new business opportunities. Sarten and Mitsui have already established a task force committee to strengthen corporate governance, and utilizing Mitsui's network, Sarten and Mitsui are trying to find a business synergy in the market. At the same time, of course, Sarten's customers and suppliers are also Mitsui's important stakeholders, and if they would like to utilize Mitsui's expertise, I would be happy to

A 100 BILLION USD TITAN

As at end of March 2016, Mitsui's total assets are US\$96.6 billion, total equity US\$32.4 billion, revenue US\$42.1 billion, EBITDA for the year US\$2,977 million). Mitsui has a global network covering 66 countries and 139 offices and overseas trading subsidiaries. Mitsui has 5 functions (Marketing, Financing, Logistics, Risk Management, and IT & Process Development Capabilities), 6 business areas (Metals, Machinery & Infrastructure, Chemicals, Energy, Lifestyle, and Innovation & Corporate Development) and 15 Headquarters Business Units (Iron & Steel Products, Mineral & Metal Resource, Infrastructure Project, Integrated Transportation Systems, Basic Materials, Performance Materials, Nutrition & Agriculture, Energy (1 & 2), Food, Food & Retail Management, Healthcare & Service, Consumer, IT & Communications, and Corporate Development) and 3 Regional Business Units (Asia Pacific, EMEA and America).



faydalanmak isterlerse, şahsen Mitsui'yi tanıtarak bu şirketler ile Sarten ve Mitsui arasındaki sinerjiyi artırmaya gayret etmekten mutluluk duyarım.

Mitsui & Co'nun Türkiye'de yeni yatırımları olacak mı? Grup, özellikle hangi sektörlerle ilgileniyor?

Kesinlikle evet. Biz fırsatları belli sektörlerle sınırlı tutmayız. Türkiye'nin ve komşusu olan ülkelerin iktisadi büyümesine odaklıyız. Bu sebeple Türkiye'deki ana odağımız "market-in" (ürün arzı yerine piyasanın talebini kavrama) fırsatlarıdır. Sarten'e ortaklığımız da bu stratejiyle aynı doğrultudadır. Örneğin, hızlı tüketim segmenti olduğu kadar komşu olduğu segmentler de kapsamımız dahilinde olmalıdır.

Türkiye sanayisi ve ekonomisine dair eklemek istediğiniz konular var mı?

Şahsen, Türk ekonomisinde ve sanayisinde en önemli etmenin inançlı, dürüst ve çalışkan iş gücü olduğundan eminim. Ortalama bir Türk çalışanın iş saatlerinin senede kişi başına iki bin saat civarında olduğunu göz önüne almakla beraber, ortalama kişi başı mazeret izni kullanım sayısının Batı Avrupa ülkelerinden çok daha az olduğu ortadadır. Buna ilaveten, Türk çalışanlar yüksek kaliteye öncelik atfederek, gerçekten günbegün ürün kalitesini artırmaktadırlar. Mitsui için Sarten gibi bir Türk şirketiyle çalışmak hem büyük bir onur hem de kıvanç vesilesidir. Mitsui, böyle saygın Türk bireylerle, iletişimi gündelik bazda geliştirerek uzun ve iyi bir ortaklık kurmayı arzu ettiği kadar, Türkiye ve Japonya arasında tarihi bağları derinleştirmeyi de istemektedir.

introduce Mitsui and consider business synergy and collaboration among Sarten, Mitsui, and those clients.

Is Mitsui & Co. interested in further investment in Turkey? If so, which industries, in particular, are on its agenda?

Absolutely, YES. Mitsui doesn't limit our opportunities to specific industries. Mitsui focuses on the economic growth of Turkey and its neighbouring countries. Thus, their primary focus in Turkey is "market-in" opportunities. Mitsui investment in Sarten is completely aligned with this strategy. For example, the FMCG (fast moving consumer goods) segment and/or neighbouring segments should all within our scope.

Any further insights on Turkish industry and economics?

Personally, I am sure that the most important factor of Turkey's economy and industry is the faithful, honest, and hardworking laborers. I acknowledge that the working hours of Turkish laborer are more or less 2,000 hours/year/person; however, the average sick leave days per person are less than that of Western European countries. On top of that, Turkish laborers give priority to high quality and actually have been improving the quality of their products day by day. It is a great honor and pleasure for Mitsui to work together with a Turkish company like Sarten. By accumulating daily communication with such respectable Turkish people, Mitsui would like to establish a long and good partnership with Sarten, as well as deepen the history between Turkey and Japan.

Kalitenin Fotoğraflı...

Snapshot of Quality...

Türk ambalaj sanayisinin lider şirketi Sarten Ambalaj'ın başarısı, çalışanına verdiği değerden geliyor. Sarten'in 44 yılda ulaştığı başarılı konumunun fotoğrafını çektik.

Turkish packaging industry leader Sarten's key to success is the value it attaches to employees. We took a snapshot of Sarten's successful position achieved in 44 years.

2478

Toplam çalışan sayısı
Overall number of employees



Beyaz yaka eğitim ortalaması
Üniversite

Average education of white collar:
University



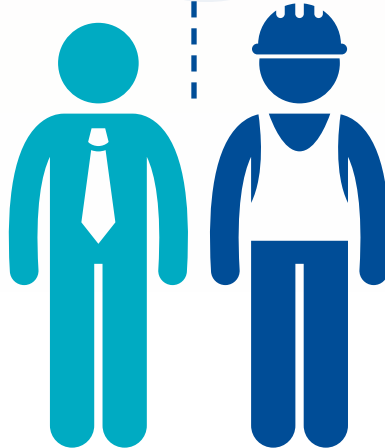
Mavi yaka eğitim ortalaması
Lise

Average education of blue collar:
High School



418

Beyaz yaka çalışan sayısı
white collar employees



2060

Mavi yaka çalışan sayısı
blue collar employees

345

10 yıl ile 44 yıl arasında
çalışan sayısı
Number of workers employed
between 10 and 44 years



705

Kadın çalışan sayısı
Number of female employees



Fabrika
Plants

15



Metal Ambalaj Fabrikası
Metal Packaging Plants



Yurt Dışı Fabrika
Plants Abroad



Plastik Ambalaj Fabrikası
Plastic Packaging Plants

85

2015 yılı stajyer sayısı
Number of interns
admitted in 2015

32

Çalışanların yaş ortalaması
Average employee age



Ambalajlı Süt ve Süt Ürünleri Sanayicileri Derneği'nin verilerine göre; son yıllarda 26 litre olan kişi başı toplam sıvı süt tüketimi, Okul Sütü Programı sayesinde 2014'te 34,5 litreye sıçradı.

2015 TÜİK verilerine göre; süt ve süt ürünleri üretiminin çoğunluğunu yüzde 34 ile içme sütü , yüzde 29'unu yoğurt, yüzde 16'sını inek peyniri ve yüzde 16'sını ayran oluşturuyor.

SÜT ÜRÜNLERİ İHRACATI ARTIŞTA

Türkiye'nin toplam süt ürünleri ihracat hacmi 2014 yılında yüzde 19 arttı. Türk üreticilerin pazara sunduğu yeni ürünler ve ürün ambalajlarındaki çeşitlilik, ihracatı artıran unsurlar oldu. Ambalaj çeşitliliği arttıkça ve ambalajlar küçüldükçe, süt ürünleri ihracatı artışı gösteriyor.

Türkiye, 54 ülkeye süt ve süt ürünleri ihracatı yapıyor. 2014 yılı toplam ihracat miktarı 351 milyon dolar olarak gerçekleşti. İhracat pazarlarını Orta Doğu ülkeleri ile Türk Cumhuriyetleri oluşturuyor. Ambalajlı Süt ve Süt Ürünleri Sanayicileri Derneği, Çin Halk Cumhuriyeti ile süt ürünlerinin ihracatı konusunda bu yıl imzalanan protokol sayesinde Çin'e de ihracatın başlayacağını belirtiyor.

Based on Turkish Statistical Institution's (TUIK) data for 2015, 34 percent of total milk and dairy production volume consists of drinking milk, while yoghurt take up about 29 percent. Cheese made of cow's milk and ayran (Turkish cold beverage made of diluted yoghurt) both account for 16 percent each.

DAIRY PRODUCT EXPORTS ON THE RISE

Turkey's total dairy product exports volume increased 19 percent on back of newer products introduced to the market and diversified packaging. As packaging diversity increases and unit sizes shrink, dairy product exports tend to rise.

Turkey exports milk and dairy products to 54 countries with total exports reaching 351 million USD as of 2014. Main export markets are Middle East and Turkic countries while according to Turkish Packaged Milk and Dairy Product Manufacturers' Association, a recent protocol signed with China will open up dairy product export opportunities to the far eastern country as well.

According to data provided by Turkish Packaged Milk and Dairy Product Manufacturers' Association, annual milk consumption per capita jumped from 26 litres to 34,5 litres in 2014, mainly owing to the launch of School Milk Scheme.



Yörsan, Dünyaya Türk Peyniri Yediriyor

Doğu Marmara ve Ege Bölgesi'nde üretilen sütler, Yörsan'ın Susurluk'taki fabrikasında özenle işlenerek peynir, yoğurt, ayran haline geliyor ve Japonya'dan Amerika'ya sofralarda yer buluyor.

İlk tava yoğurdu, ev tipi yoğurt ve kültürlü beyaz peynir gibi Türk sofralarının vazgeçilmezleri haline gelen ürünlerin yaratıcısı olan Yörsan, dünyaya açıldı. ABD ve Japonya dahil dünyanın çok farklı bölgelerine ihracat yaptıklarını söyleyen Yörsan Genel Müdürü Olcay Sunucu, Yörsan'ın, ihracat pazarlarına özel, yerel ürün geliştirme vizyonunu koruma özelliğiyle diğer üreticilerden ayrıştığını belirtiyor. "İhracat, satış ciromuzun yaklaşık yüzde beşini oluşturuyor" diyen Olcay Sunucu, Türkiye'nin Avrupa ülkelerine kıyasla süt ve süt ürünleri tüketiminde büyük bir potansiyeli olduğunu söylüyor.

Yörsan serves Turkish cheese to the world

Fresh milk from Eastern Marmara and Aegean regions is diligently processed into cheese, yoghurt and ayran (Turkish cold beverage made of diluted yoghurt) at Yörsan's Susurluk plant and reach as far as tables stretching all the way from United States to Japan.

Yörsan, an acclaimed brand known as the creator of first pan yoghurt, home-made yoghurt and culture feta cheese in Turkey that became an indispensable part of Turkish meals, has set out for the rest of the world. According to Yörsan General Manager Mr. Olcay Sunucu, who told that the company has been exporting products to diverse regions of the World ranging from the United States to Japan; Yörsan manages to stand distinguish itself from other producers owing to sustaining its local product development capability and vision, exclusively for exports markets. "Exports take up about 5 percent of our total sales turnover" he said, expressing that Turkey has a bigger potential compared to European countries as far as milk and dairy products are concerned.



Yörsan Genel Müdürü
Yörsan General Manager
Olcay Sunucu

“SARTEN’İ TERCİH NEDENİMİZ, UZMAN KADROSU”

“Sarten, geniş ürün yelpazesi ile farklı sektörlere hizmet veren, alanında Türkiye’nin en önemli firmalarından biri. Geçtiğimiz günlerde endüstriyel tasarımı başarılı tasarımcı Gamze Güven’e ait olan yeni ayran şişemizin lansmanını gerçekleştirdik. Bu projede Sarten ile çalışmamızın en önemli sebebi de uzman kadrosu, yüksek kaliteli üretiminden kaynaklanıyor.”

Yörsan’ın hangi ülkelere ihracatı bulunuyor ve ihracat toplam satışların yüzde kaçını oluşturuyor?

Düzenli satış yapılan 20’yi aşkın ihracat pazarı arasında Irak, ABD, Azerbaycan, Japonya, Singapur, Suudi Arabistan, BAE, Bahreyn ve Kuzey Kıbrıs da yer almaktadır. Yörsan, ürün yelpazesinde bulunan ve ihracat pazarlarında geniş kabul gören standart ürünlerinin haricinde, ihracat pazarlarına özel, yerel ürün geliştirme vizyonunu da korumakta ve bu özelliğiyle de diğer üreticilerden ayrılmaktadır. İhracat, satış ciromuzun yaklaşık yüzde beşini oluşturuyor.

Gıda sektöründeki ürün satışlarında ambalaj sizce ne kadar önemli?

Gıda sektöründeki yoğun rekabet ortamında tüketiciler, saniyeler içinde raf önünde satın alma kararlarını veriyor. Her bir tüketicinin belli bir marka repertuarı olmasına rağmen rafta ayrılan ve dikkat çekici ambalaja sahip olan markalar avantajlı konuma geçiyor. Bu sebeple ürünlerin ambalajlarının grafik ve endüstriyel tasarımı hayati önem taşıyor.

Toplum, süt ve süt ürünleri konusunda sizce ne kadar bilinçli? Bu konuda tüketiciye neler önerirsiniz?

Günümüzde maalesef tüketiciler açık süt ve süt ürünleri almaya devam ediyor. Sütü kaynatarak zararlı mikroorganizmalardan arındırabileceğini zannediyor. Veya doğal peynir adıyla kontrolsüz bir şekilde ismini, üreticisini ve nasıl üretildiğini bilmedikleri yerlerden peynir alabiliyorlar. Yörsan olarak 16 bin 500 kişilik bir ailenin emeği ile toplanan sütleri tüketicilerimize ulaştırıyoruz, sütleri tankerlere yükleme aşamasından ürünlerin üretim aşamasına kadar birçok farklı kalite testinden geçiriyoruz. Ürünlerimiz bu testleri geçtiği takdirde, onları tüketicilerimize sunuyoruz. Tüketicilerin de bu hassasiyeti gözeterek, mutlaka paketli ve güvendikleri markaların ürünlerini almaları gerekiyor.

Bununla birlikte, Avrupa ülkelerine kıyasla süt ve süt ürünleri tüketiminde büyük bir potansiyelimiz var. Tüketim alışkanlıklarının küçük yaşta başlaması amacı ile yürütülen okul sütü çalışmasını çok önemli bir proje olarak görüyorum. Yörsan olarak, sağlıklı süt ve süt ürünlerinin tüketiciler ile buluşması için çalışmalarımıza devam edeceğiz.

markets, Yörsan manages to stand out from other producers by sustaining its vision of developing local products exclusively for exports markets. Exports take up about 5 percent of our total sales turnover.

In your view, how important is packaging for food sector sales volumes?

In an environment of intense competition, consumers make buying decision in front of shelves within a matter of seconds. Although each consumer has a certain brand repertoire, brands that stand out with striking packaging tend to have the upper hand. Thus graphic and industrial design of packaging are of vital importance.

How conscious is the public towards milk and dairy products, in your view? What is your advice to consumers in this respect?

Unfortunately consumers continue purchasing unpacked milk and dairy products in bulk, believing that boiling it would kill pathogens in raw milk. Or they can purchase allegedly “natural cheese” produced without proper control, having no idea as to how it was produced and knowing neither the name of the product nor the producer. Yörsan, delivers products made of milk that is collected with the efforts of a hard working family having 16,500 members. Milk is constantly subject to various quality tests starting from tanker loading stage until production and is only supplied to market if tests are passed. I advise consumers to take these diligent practices into consideration and only purchase packaged products of trusted brands.

On the other hand, compared to European countries we have a bigger milk and dairy product consumption potential. I see the “school milk” project, which aims to introduce milk consumption habits at a very young age, as an important endeavour. As Yörsan, we will continue to strive for bringing healthy milk and dairy products to consumers.

“WE PREFER SARTEN FOR CREW EXPERTISE”

“Sarten is one of the most important companies in Turkey with a leading position in its field that serves diverse industries with wide range of products.

We recently launched a new ayran container design, created by successful industrial designer Ms. Gamze Güven. The primary reasons for us to work with Sarten in this project are its specialised crew and high quality production.”

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



Eker, İlklerin Markası Olmayı Seviyor

Ürünlerin lezzet ve kalitesini bozmadan ambalajda farklılık yaparak sektörde fark yaratmayı seven Eker, sektörde ilklerin markası olarak anılmayı sürdürecektir.

Eker enjoys the lead as brand of many firsts

Eker will continue to be touted the “brand of firsts” within the industry as it has a penchant for creating difference, simply by diversifying its packaging without altering the quality or taste of its products

1 977 yılında küçük bir imalathanede yoğurt ve ayran üretimi yapmak amacıyla kurulan Eker Süt Ürünleri, bugün süt ve süt ürünleri konusunda 100’den fazla ürün çeşidine sahip bir firma haline geldi. Yıl sonunda günlük bin ton süt işleme kapasitesine ulaşmayı planlayan Eker, sektörde ilklerin öncüsü olmayı seviyor. “2000 yılında çevreci bir ambalaj olan Ecolean ambalajda günlük sütü, 2006 yılında geleneksel sütlü tatlıları, 2012 yılında 4X250 gram yoğurdu, 2015 yılında meyveli süzme yoğurtlarını ve son olarak da bu yıl

Eker Dairy was born in a small shop in 1977 as a yoghurt and ayran (Turkish cold beverage made of diluted yoghurt) producer and evolved into a company making 100 different milk and dairy varieties. Eker likes to remain a pioneer in the industry as it plans to reach 1,000 tonnes per day milk processing capacity before the end of the year. “We introduced daily milk inside environmentally friendly Ecolean packaging in 2000, traditional dairy desserts in 2006, 4x250 grams yoghurt packs in 2012, fruit yoghurts in 2015 and finally we made a radical change in ayran packaging and



Eker Süt Ürünleri
Genel Müdür Yardımcısı
Eker Dairy Products
Deputy General Manager
Hamit Can

“SARTEN bizim önemli tedarikçilerimizden biridir. Farklı ürünlerde farklı ambalajlarımızı temin ediyoruz. Uzun vadede daha çok işler, projeler yapacağımıza inanıyoruz.”

SARTEN is an important supplier for us, who supplies different packaging solutions for different lines of products. We believe, over the long haul, we will develop new projects and do a lot of new business together.

ayran ambalajında köklü bir değişiklik yaparak şişede Eker Tombul Ayran'ı piyasaya sürdük” diyen Eker Süt Ürünleri Gıda Sanayi Genel Müdür Yardımcısı Hamit Can ile Eker’i farklı kılan ürünleri konuştuk.

Eker’in Mustafakemalpaşa dışında üretim yaptığı başka fabrikaları var mı? Fabrikalarda günlük kaç ton süt işleniyor?

Eker süt ürünleri 2009 yılında başladığı ve 2012 yılında tamamıyla devreye aldığı Mustafakemalpaşa fabrikasında üretim yapmaktadır. 120 dönümlük arazi içinde, 25 bin metrekare kapalı alana sahip Mustafakemalpaşa Eker Fabrikası’nın günlük 600 ton süt işleme kapasitesi vardır. 2016 sonunda 1000 ton kapasiteye ulaşacaktır. Eker olarak günlük süt ihtiyacımızı bulduğumuz bölge ve çevre illerdeki süt çiftliklerinden tedarik etmekteyiz. Günlük olarak toplanan sütler belirli kalite testlerine tabi tutularak +4 derecedeki araçlarımızdan fabrikamıza sevk edilmektedir.

Türkiye’de oldukça geniş bir ağa sahip Eker’in dünyadaki konumu nasıl?

Ürünlerimizin raf ömürleri kısa olduğu için çok fazla ihracat payımız bulunmamaktadır. Eker olarak; Ankara, İstanbul Avrupa, İstanbul Anadolu, Bursa ve İzmir’de bölge müdürlükleri ve Adana, Antalya, Çorlu, Eskişehir, Mustafakemalpaşa, Kayseri, Kocaeli, Bodrum, Konya, Muğla, Samsun, Düzce, Denizli, Balıkesir, Gebze, Bandırma, Fethiye ve Çanakkale’deki satış dağıtım merkezleri ile toplam 23 bölgede hizmet veriyoruz. 350 frigorifik aracımızla 20 bin noktaya günlük dağıtım yapıyoruz.

Yurt içinde en çok hangi ürünleriniz ilgi görüyor?

Yurt içinde en çok ayranımız ilgi görmektedir. Lezzetiyle ve kıvamıyla farklı olan bu ürünümüz tüketici tarafından hemen ayrıştırılmaktadır. Tabii bu ilgi de direkt olarak satışlarımıza yansımakta ve ayran pazarında bizi en fazla paya sahip olan ikinci marka yapmaktadır.

launched the “chubby” ayran bottle” said Mr. Hamit Can, Deputy General Manager of Eker Dairy Products and Food Industries Company. We talked about products that make Eker different.

Does Eker have other plants beside Mustafakemalpaşa facilities and what is its daily processing capacity overall?

Eker currently handles all production in Mustafakemalpaşa plant which was started in 2009 and fully commissioned in 2012. Built on 120 decares of land with 25,000 square meters of enclosed space, Eker’s Mustafakemalpaşa plant has a total milk processing capacity of 600 tonnes per day, which is set to reach 1,000 tonnes at the end of 2016. We secure our daily milk input from milk farms scattered across the perimeter and neighbouring provinces and after conducting various test, we ship the raw milk via tankers kept at +4 degrees celcius.

In addition to its rather wide domestic sales network, how is Eker positioned globally?

Exports do not have a substantial share in overall sales as the shelf lives of our fresh products are very limited. As Eker we have regional headquarters in Ankara, Istanbul European side, Istanbul Anatolian side, Bursa and Izmir as well as sales and distribution centres spread across 23 regions including Adana, Antalya, Çorlu, Eskişehir, Mustafakemalpaşa, Kayseri, Kocaeli, Bodrum, Konya, Muğla, Samsun, Düzce, Denizli, Balıkesir, Gebze, Bandırma, Fethiye and Çanakkale, that delivers product daily to 20,000 sales points via 350 frigorific vehicles.

Which product are most popular in the domestic market?

Eker ayran is the most popular product domestically. Consumers almost immediately discern this product as it stands out with its distinct taste and consistency. Such popularity naturally reflects on the sales and makes us the runner-up brand in terms of ayran market share.

İlk litrelik ayran, ambalajlanmış kaymak gibi öncülük etmeyi planladığınız yeni ürünler var mı?

Sektörde hep ilklerin markası olarak anılmak bizim hedefimiz tabii ki. Sadece ayran ve kaymak ile kalmadık, 2000 yılında çevreci bir ambalaj olan Ecolean ambalajda günlük sütü, 2006 yılında geleneksel sütlü tatlıları, 2012 yılında 4X250 gram yoğurdu, 2015 yılında meyveli süzme yoğurtlarını ve son olarak da bu yıl ayran ambalajında köklü bir değişiklik yaparak şişede Eker Tombul Ayran'ı piyasaya sürdük. İlerleyen dönemlerde de tüketicileri ilklerle buluşturmayı planlıyoruz. Eker'i tüketiciler tarafından vazgeçilmez bir marka yapan en önemli unsur, teknolojik alt yapıyı, nitelikli iş gücü ve yüksek hizmet kalitesiyle birleştirip aynı zamanda lezzet konusunda fark yaratan ürünler üretmesidir.

Gıda sektöründeki ürün satışlarında ambalaj sizce ne kadar önemli? Tüketici, ambalajın tasarımına mı yoksa markaya mı bakıyor?

Gıda ürünlerinde hem ambalaj hem marka çok önemli. Zaten ambalaj ve markada farklılaşan markalar başarılı oluyor. Biz de ambalajda inovasyonu önemli buluyoruz. Sütlü tatlılarımızdaki kaşıklı kapak, bir kilogramlık yoğurdu dörde böldüğümüz 4X250 gram yoğurt ambalajımız bunların bir göstergesi.

Tüketicilerin süt ve süt ürünlerine karşı bir güvensizliği söz konusu. Bu konuda tüketiciye ne gibi tavsiyeleriniz olur?

İnsan beslenmesinde ve bedensel gelişiminde önemli bir yere sahip olan süt ürünleri konusunda maalesef tüketici nezdinde bir güvensizlik söz konusu. Bunun nedeni ise bu konuda uzman olmayan kişilerin basında süt ürünleri sektöründe alakasız konuşmalar yapmasıdır. Tüketiciler bilimsel bir veriye dayanmayan bu gibi açıklamaları dikkate almamalıdır. Biz de Eker olarak özellikle yoğurt konusunda tüketici zihnini en çok kurcalayan beş soruyu belirleyip uzman tv.com'da bu sorulara videolu cevapta bulunduk. Dileyen bu videoları izleyerek farklı sorularını da www.eker.com internet sitemizden cevaplanmak üzere bize iletebilirler.

Are there newer products you contemplate launching, as you were the precursor of two-liter ayran and packaged Turkish cream?

Of course our objective is to remain recognised as a the brand of firsts. And we were not only precursors in ayran or Turkish cream as we introduced daily milk inside environmentally friendly Ecolean packaging in 2000, traditional dairy desserts in 2006, 4x250 grams yoghurt packs in 2012, fruit yoghurts in 2015 and finally we made radical change in ayran packaging and lauched the "chubby" ayran bottle. We do plan to introduce new breakthroughs to the consumer. The most important factor that renders Eker brand indispensable for the consumers is its capability to combine technological infrastructure with qualified personnel and high quality service and make products with distinctive taste.



How important is packaging for food industry in your view?

Are consumers attracted to the brand itself or the package? Both brand and packaging are equally important for food products. That being said, actually brand and packaging differentiation

brings success. We also consider innovation in packaging very important as evidenced by our spoon fitted caps on dairy desserts and 4 x 250 grams yoghurt packs whereby we divided 1 kilogram of yoghurt into 4 daily portions.

Consumers tend to have doubts towards milk and dairy products. What kind of suggestions can you make in this regard?

There is indeed a unfortunate sense of distrust among consumers toward dairy products, despite their important roles in human nutrition and physical development. This stems from irrelevant statements of incompetent individuals seen on media. Consumers should simply disregard such comments which have no scientific grounds. As Eker, we determined the top 5 questions of concern on Turkish consumers' minds and provided answers with a video we posted on www.uzmantv.com. Those who wish can either view those videos or convey their own question for reply via our website at www.eker.com.



Çocuk Bayramı'nda Kumbara sevinci

Coin bank joy on Children's Day

Sarten, geçmiş yıllarda olduğu gibi bu yılki 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nda da, çocukları unutmadı. Sarten Ambalaj, fabrikalarının kurulu olduğu bölgelerde bulunan ilk ve orta öğretim okullarında okuyan çocuklara kumbara dağıttı. Kumbara dağıtımı, il valiliklerinin onayı ile belirlenen okullarda gerçekleştirildi.

As with every year, Sarten once again did not forget to add to children's rejoice on April 23 National Sovereignty and Children's Day. Sarten Packaging presented coin-bank gifts to students at primary and secondary schools across neighbouring communities situated close to its plants. Coin-banks were distributed at selected schools upon provincial governorships' approval.



Sarten Pazarlama Departmanı nasıl bir yapılanmaya sahip?

Sarten'in Pazarlama Grubu, ihracat ve iç pazar olarak iki gruba ayrılıyor. Benim başında bulunduğum bölüm, iç pazarla ilgili olan birim. Gıda, endüstriyel ürünler ve kozmetik olarak üç sektöre hizmet veriyoruz. O birimlerin yöneticileri, İstanbul merkez ofisimizde bulunuyor. İstanbul dışında da büyük yerleşkelerimiz var. Ege, Güney Marmara, Kuzey Marmara pazarlama müdürlüklerimiz var, Adana'da bir pazarlama temsilcimiz var, Akdeniz ve çevresindeki satışlardan sorumlu. Tüm iç pazarlama bölümü, ben dâhil, toplamda 27 kişiden oluşuyor.

Sarten, çok sayıda müşterisi olan ve geniş bölgeye servis veren bir yapılanma. 27 kişi yetiştiriliyor mu?

Biz, az ve nitelikli insanla kaliteli iş yapmayı temelde ilke edindik. Konusunda uzmanlaşmış insanlar ile müşterilerimize hizmet veriyoruz. Bunu sürdürülebilir kılmak için 2008 yılında Sarten Akademi'yi kurduk. Buradan yetişip, yönetici seviyesine gelen çok sayıda arkadaşımız var. Sarten kültürüne uygun insanlar topluluğuyla hizmet veriyoruz. Özellikle bölge temsilciliklerimizdeki pazarlama yöneticilerimiz fabrika geçmişi olan, fabrika veya üretim müdürlüğü yapmış kişiler. Çünkü teknik bir iş bizimki. Bu yüzden az ama işinin ehli insanlarla çalışıyoruz.

Müşterilerin Sarten'e bakışında, Sarten'i bir tedarikçiden çok iş ortağı olarak görmesinin altında da bu kültür mü var?

Sarten markası, 44 yıllık geçmişi olan, müşterisi ile büyüyen ve gelişen bir marka. Sarten'in büyümesinin temelinde, müşteriyle, müşterinin işiyle büyüme felsefesi vardır. Bizim tek başımıza büyümemiz mümkün değil. Müşterinin işini büyüttüğümüz derecede büyüebiliriz. Dolayısıyla bunu sağlayabilmek için de en rekabetçi ve kaliteli hizmeti vermek zorundayız. Bizim temel ilkemiz bu. Ekonomik olmak önemli, çünkü yoğun rekabet var. Ambalaj önemli bir girdi. Bir şeyi kaliteli veriyoruz diye pahalı satamayız. Müşterilerimizin hem var olan pazardaki konumlanmalarını hem de yeni pazarlara girebilmelerini sağlayacak, rekabet gücünü yaratacak kaliteli ürünü en ekonomik şekilde vermemiz gerekiyor. Ambalajın süpermarketi olma hedefimiz doğrultusunda üretimini gerçekleştirdiğimiz ambalajları müşterilerimiz bu koşullar ile tedarik ediyor. Toplam 15 tane fabrikamız var bunların iki tanesi yurt dışında. Müşteri neredeyse Sarten orada. Müşterimizin yanında olmamız sayesinde ihtiyaçlarının hızla yerine gelmesini sağlıyoruz. Ambalajı yapıp sevk etmek ile işimiz bitmiyor,

"Kaliteli ürün kaliteli insanla üretilir. Sarten değerlerine sahip çıkan, İnsana değer ve güven veren bir kurum. Bu güvenle de insanlar, ilk günkü heyecan ile uzun yıllardır çalışıyor."

"A quality product is produced by qualified people. Sarten is an institution that stands by its values, cherishes the value of people and instills confidence in them. With that confidence, people work for many years without losing that day-one enthusiasm."

How is Sarten Marketing Department structured?

Sarten Marketing Group is separated into two groups: export and domestic market. The department I head is involved in domestic market. We serve three sectors, being food, industrial products and cosmetics. Executives of these units are located in our Istanbul headquarters. We have equally large compounds besides Istanbul like Aegean, Southern Marmara as well as Northern Marmara marketing directorates and Adana representative office that supervises sales in Mediterranean region and its perimeter. The entire domestic marketing staff consists of 27 personnel, including myself.

Sarten is a big outfit with a crowded customer base and large service landscape. Can 27 people live up to the task?

We adopted the principle of doing quality business with few but qualified personnel. We serve customers with a specialised crew and in order to keep this sustainable we established Sarten Academy back in 2008. We have many colleagues that have been trained to become executives here. We operate with an ensemble of people that fit well into Sarten culture. Particularly marketing executives at regional representative offices are selected among those with a plant background, who should have handled plant or production management. It is a technical job that we do here and we keep the crew limited but competent.

Is it this culture underlying Sarten's customers' perception of the company as a business partner rather than a supplier?

Sarten is a deep-rooted brand, with a 44-year history, that has grown and prospered with its customers. At the core of Sarten's growth, lies the philosophy of expanding with your customer and through your customer's business. It is impossible to expand single-handedly. We can only grow as long as we make our customer grow. Thus we are bound to provide the most competitive and top-quality service. This is our fundamental principle. Being affordable is important due to intense competition. Packaging is an important input and we can not offer something at a premium price because it is of higher quality. We have to provide the best

başlıyor. Teknik servis birimimiz ile müşterilerimizin dolmuş sahası öncesi, makine kontrol ve bakım hizmetlerini veriyoruz. Ambalaj son tüketici tarafından kullanılıncaya kadarki sürecin içinde oluyoruz. Benzer ürünleri farklı lokasyonlarda üretebilmemiz sayesinde, müşterilerimiz bizi tek tedarikçi veya ana tedarikçi olarak seçme güvencesini yaşıyorlar. Ayrıca müşterilerimizin büyüyen işlerine, işini geliştirecek şekilde yenilikler üretiyoruz. Bu nedenle yeniliklerin peşinde koşmak, temel vazifemiz.

Klasik bir satış pazarlamadan ziyade müşterinin işlerini takip edip, onları da yönlendiriyorsunuz sanırım...

Tabii ki, çünkü pazar ihtiyaçları ve trendleri sabit değil, değişkenlik arz ediyor. Bunun için yaratıcılık ve üretkenlik gerektiren birimlere ihtiyaçları var. Biz o görevi de üstleniyoruz. Ürün geliştirme ve Ar-Ge ortak çalıştığımız birimler. Var olan ürünlerin satışları yapan, ayrıca yeni bir ürün geliştirip onu pazara sunan dinamik kadrolara sahip bir şirketiz.

Sarten hem kaliteli hem ucuz olmayı nasıl başarıyor?

Bu, sürdürülebilir gelişim ve büyüme için bir zaruret. Kalite kontrol edilmez, kalite üretilir. Konusunda uzman kaliteli insanla ve kaliteli malzemeyle çalışıyoruz. Dolayısıyla bu ikisi bir araya gelince de kaliteli ürün meydana geliyor. Ucuz

“SARTEN, DEĞERLERİNE SAHİP ÇIKAN BİR KURUM”

17 yıl önce pazarlama elemanı olarak Sarten Ambalaj'da işe başlayan Serdar Bulum, kısa bir süre sonra Pazarlama Şefi, daha sonra da Gıda Pazarlama Müdürü olarak kariyer basamaklarını tırmanmaya başladı. Son beş yıldır da Pazarlama Grup Müdürü olarak görev yapan Serdar Bulum, "Sarten, değerlerine sahip çıkan bir kurum" diyor ve bir anısını şöyle anlatıyor: "Şirkete girdiğim zaman bugünkü CEO'muz emekli olmaya hazır mısın diye sormuştu. Ben de garipsemiştim. İşe başladıktan sonra müdürlerin hatta çalışanların bir çoğunun 14, 15 senedir Sarten'de çalışıyor olduğunu gördüm ve ne demek istediğini o zaman anladım. Sarten hızlı gelişim ve değişim gösteren bir kurum. Bu da çalışanları için yeni fırsatlar yaratıyor. Bir pozisyon boşaldığı veya oluştuğu zaman, ilk olarak kendi içlerindeki değerlere bu şans tanıyor. İnsana değer ve güven veren bir kurum Sarten. Bu güvenle de insanlar ilk günkü heyecan ile uzun yıllar çalışıyorlar."

“SARTEN IS AN INSTITUTION THAT STANDS BY ITS VALUES”

Serdar Bulum started working in Sarten 17 years ago as a salesperson and advanced quickly in his career, first becoming marketing supervisor and later on getting promoted to Marketing Manager for Food Segment. According to Serdar Bulum, who has been holding office as Marketing Group Manager for the past 5 years, "Sarten is an institution that stands by its values". He recounted one of his recollections as follows: "When I was first admitted into the company, our CEO asked me whether I was ready for retirement.

I was quite taken aback at first but after meeting many managers and even employees who had been working in Sarten for more than 14 years, I saw what he meant. Sarten is a company of rapid development and change, which creates new opportunities for its employees. When a vacancy emerges Sarten first taps into existing human capital to fill that vacancy. Sarten is an institution that stands by its values, cherishes the value of people and instills confidence in them. With that confidence, people work for many years without losing that day-one enthusiasm.

quality product that will allow our customer to maintain its position within existing markets and enter new markets, at most affordable manner. Our customers get packaging products that we produce in line with our objective of becoming the "Supermarket of Packaging". We have 15 factories 2 of which are located abroad. No matter where the customer might be, Sarten gets there. Being close to our customers, we can see that their needs are rapidly met. Our job actually starts when we ship the product to the customer as our technical service unit carries out machinery maintenance and inspection services ahead of filling process. We are a part of the process until the package reaches end user. Owing to our capability of manufacturing similar products at various locations, our customers enjoy the confidence of appointing Sarten as the exclusive or the main supplier. We also foster innovation for developing our customers' growing businesses. Therefore pursuing change is our primary duty.

Rather than classic sales and marketing approach, you follow up on customers' business and guide them, I reckon...

Of course, because market needs and trends are not static, they pose high volatility. Therefore units requiring creativity and productivity are very necessary for them. And that is a duty we assume. Product development and R&D are units that we work jointly. We are a company with dynamic staff that develops and introduces new products whilst selling existing products.

How does Sarten manage to stay both affordable and top-quality?

That is imperative for sustainable development and growth.

“Projelerle Büyüyoruz” “We expand with projects”



Endüstriyel Ürünler Pazarlama Müdürü
Marketing Manager for Industrial Products
Adnan Uzunmehmetoğlu

“15 yıldır Sarten Ambalajda çalışıyorum. Üretim Müdürlüğü ve Fabrika Müdürlüğü görevlerimden sonra şu anda hali hazırda Endüstriyel Ürünler Pazarlama Müdürlüğü görevimi devam ettiriyorum. Endüstriyel ürünler Boya, Madeni Yağ, Ziraî İlaç, Endüstriyel Temizlik ve İlaç sektörlerini bünyesinde barındırmakta.

Sarten Ambalaj olarak sektörde birçok firmanın tek ya da ana tedarikçisiyiz. Hızlı ve güvenilir servis, üstün kalite anlayışı, her zaman müşterinin yanında olma gibi artı yönlerimiz, bizi öne çıkarmaktadır. Her biri birbirine alternatif uzman endüstriyel fabrikalarımız kendi bölgelerindeki müşterilere sorunsuz hizmet sunmaktalar.

Ambalajın Süpermarketi konseptine uygun olarak müşterilerimizin, geniş ürün yelpazemiz ile her alanda ambalaj ihtiyaçlarına cevap vermekteyiz. Müşterilerimiz ile birlikte yaptığımız projeler ile nihai ürüne maksimum katma değeri verebilecek unsurları minimum maliyetle sağlayacak ürünler geliştirmekteyiz. Üretimden doluma, dolumdan nihai kullanıcıya kadar olan tüm süreçler incelenerek, en uygun ambalajın tasarlanması müşteri ile beraber yapılmaktadır.

Tehlikeli kimyasalların taşınması ile ilgili özellikle boya ve kimya sektöründeki müşterilerimizin ihtiyaç duyduğu ADR'ye uygun ambalajlarımız ile ilgili sektörlere öncü hizmet vermekteyiz.”

“I have been working at Sarten Packaging for 15 years. Following Production Manager and Plant Manager positions, I have been holding office as Industrial Products Marketing Manager. Industrial Products department incorporates paints, mineral oils, agricultural pesticides, industrial cleaning agents and pharmaceuticals sectors.

As Sarten Packaging, we remain the sole or primary supplier of many companies. Positive traits such as fast and reliable service, drive for superior quality as well as continuous and close support to customers distinguishes us from rivals. Our specialised industrial plants, which can be substitute for each other, provide seamless service to clients in their own region.

Suiting the “Supermarket of Packaging” concept, we satisfy the needs of our customers, across the board with our wide range of products. Running joint projects with customers, we develop solutions that can yield the maximum added value factors to the end product at minimal cost. Design process for the most appropriate packaging suiting a product, is carried out along with the customer, through analysis of all processes involved extending production to filling and from filling to end-user.

We also provide pioneering services to relevant industries involved in shipment of dangerous goods with our ADR compliant packages, particularly meeting the needs of customers in the field of paint and chemicals industries.”

“Aerosola Yönelik Hedeflerimize 2017’de Ulaşacağız”

Türkiye’de Endüstri Mühendisliği okudum, sonra Amerika’da İktisat Yüksek lisansı yaptım. Askerliğimi yaptıktan sonra Sarten’de ilk işime başladım ve yaklaşık 11 yıldır Sarten’de çalışıyorum. İş hayatıyla ilgili hemen hemen her şeyi Sarten ile birlikte öğrendim. Sarten’de hem kozmetik sektöründeki firmaların hem de çok uluslu şirketlerin global ilişkilerini yönetiyorum. Pozisyonum gereği sadece iç piyasa ile değil ihracatla da yakın çalışıyorum. Ana ihracat ürünümüz olan Aerosol üretiminin yaklaşık yüzde 70’ine ekibimle beraber bakıyorum. Ürettiğimiz ambalaj çeşitleri arasında, Aerosol sektöründe Sarten’in uluslararası bilinirliği yeterli seviyelerde olsa da her ürün grubunda, aynı seviyede değil. Genel olarak üretimini yaptığımız her ürün grubunda marka değerimizi artırmaya ekstra çaba harcıyorum. Sarten, Aerosol sektöründe bölgedeki en önemli firmalar arasında yer alıyor. Yıllık 600 milyon âdeti aşan üretimiyle dünyanın en tanınan firmalarından birisi. Özellikle Avrupa’da yeni yatırımlarıyla, Sarten’in daha da önemli bir üretici olma hedefinin uzak olduğunu sanmıyorum. Yakın gelecekte Sarten, daha büyük ve daha bölgesel, hâkimiyet alanını daha da genişleten bir üretici olacak. 2017 yılında bunu başaracağımıza inanıyorum.”

I have studied Industrial Engineering in Turkey and later on got a Master’s degree on Economics in the United States. Following completion of military service, I joined Sarten and have been working here for the past 11 years. I have learnt almost everything on business life here, with Sarten. Today, I coordinate global relations of both cosmetics clients and multinational companies and as my position requires, I work closely with not only domestic markets but also with exports. With my team, I supervise 70 percent of our main export product: aerosol containers. Among the packaging products we make at Sarten, aerosol products have satisfactory international recognition, yet this does not apply to all of our product segments. I strive to ramp up brand equity on each and every one of our product lines. Sarten is among the most significant producers within aerosol sector and is an internationally acclaimed company with an annual production volume exceeding 600 million units. I believe, especially with recent investments across Europe, Sarten’s aim to become an even more important producer is no longer a long-term objective. Over a short period, Sarten is set to become a bigger producer with increased regional prominence that looks to expand its dominance. I believe in 2017, we will achieve this.”

“We are set to achieve our targets for aerosol in 2017”



Kozmetik Sektörü Pazarlama Müdürü
Marketing Manager for Cosmetics Sector
Mehmet Ali Civelek

“Uzman Fabrikalarımız Var”

“We have specialised plants”



Gıda Ürünleri Pazarlama Müdürü
Marketing Manager for Food Products

Şener Gerdan

“Sarten Akademi ile birlikte iş hayatına başladım ve Sarten’de yedinci senem. Farklı bölümlerde görev aldıktan sonra gıda birimine geçtim. Şu an Gıda Pazarlama Müdürü olarak görev yapıyorum. Gıda grubu, Sarten’in iç pazar cirosunda yaklaşık yüzde 60-65 oranında bir paya sahip. Gıda grubunda oldukça geniş ürün yelpazemizle, Ambalajın Süpermarketi olarak kendimizi konumlandırıyoruz. Ürünlerimizin yaklaşık yüzde 85’ini metal ambalajlar oluşturuyor. Gıda ürünleri sınırlı sürede ambalajlandığı için, hız ve kapasite çok önemli. Bizi rakiplerimizden ayıran en önemli özelliklerden biri yüksek kapasitemiz ve hızımız. Her yıl yeni yatırımlar ile hizmet kalitemizi arttırıyoruz. Öte yandan tüketim malzemesi olduğu için gıda ambalajlarının insan sağlığını koruyacak tüm standartları taşıması gerekiyor. Sarten bu anlamda altyapısını doğru konumlandırmış. Gıda sektörüne yönelik müşterilerimize yakın, uzman fabrikalarımız var. Bu fabrikalarda sadece gıdaya yönelik ambalajlar üretiliyor. Gıda ambalajı üreten fabrikalarımız, gıda tesisi bakış açısıyla üretim yapıyor. Gıda ambalajlarında trendler sürekli değişebiliyor. Son yıllarda daha küçük ambalajlara doğru bir geçiş var. Sarten olarak bu trendleri yakından takip ediyor, güçlü Ar-Ge ekibimizle birlikte, müşterilerimizle yakın çalışarak ambalajlarımızı geliştiriyoruz. Her yıl inovatif ambalajlar ile yurt içi ve yurt dışında birçok ödül alıyoruz.”

“I set out for business life at Sarten Academy and reached my seventh year at Sarten. Following various positions at other departments, I proceeded to food products department. For the time being, I hold office as marketing manager for food products department, sales of which account for 60 to 65 percent of Sarten’s overall annual domestic turnover. With our rather wide range of products, we position ourselves as the “Supermarket of Packaging”. Metal based packaging products constitute 85 percent of our production in this segment. As food products are packed within limited time, speed and capacity are of the essence. Our speed and high capacity are the two important distinguishing features that give us the edge against our rivals. We continue to expand with new investments each year and promote our quality. On the other hand, since food products are concerned, their packaging has to conform to all standards relating to hygiene and health. In this regard, Sarten has positioned itself accurately as it has specialised plants with specific food industry expertise that are close to the customers. These plants solely focus on producing food packaging. Our food packaging plants perform production with a foodstuff producer’s perspective. Trend shifts occur frequently in food packaging. In the last few years, for instance, bias towards smaller packaging has become evident. At Sarten, we keep tabs on such trends and with valuable help from our powerful R&D team, we develop products working closely with our clientele. Every year our innovative packaging products win many awards both domestically and internationally.”

TİYATROCU YETKİN DİKİNCİLER “Güzel izler Var Bu Hayatta, Sürmek Lazım”

“Nazım coşkulu bir şair olarak görünüyordu ama çok daha fazlasını buldum. Bir ressam buldum, bir edebiyatçı, bir estetikçi, bir şair buldum... Ve en önemlisi de coşkulu bir insan buldum.”

*Actor Yetkin Dikinciler
“There are nice tracks
in this life, worth
following”*

“Nazım looked as an elated poet but I found a lot more in him. I found an artist, a man of letters, an aesthete, a poet... Above all, I found a man of enthusiasm.”

Her seferinde yeni sorular sorma şansı veriyor bana. Olup bitene karşı da biraz daha 'bir şeyler oluyor evet ama ben onlara ait değilim' deme ferahlığı veriyor. Büyük bir akış var. 'Akıntıya karşı kürek çekmemek' diye bir deyim vardır. Akıntı sizi bir yere götürüyorsa, siz kendinizi suyun üzerinde tutmakla uğraşsınız.

Oyunculığa başlarken, seyirciyle bu denli büyük bir empati kurabileceğinizi düşünmüş müydünüz?

Ben onlara karşı biri değilim. Yaşayan biriyim, onlardanım. Aralarından çıkıp 'böyle bir hikâye yaşıyoruz'u anlatma rolünü üstleniyorum. Zamanla bu hikâyenin bir dirençle karşılaştığını fark ettim. Özellikle insanlara kendilerinden bahsedildiğinde, araya set çektiklerini görmeye başladım. Çünkü herkesin bildiğini herkesten saklama devrindeyiz. Kadına şiddet var ama biz, nasıl yokmuş gibi yaparız diye düşünüyoruz. Töre, örf, adet ve geleneği çok seviyoruz ama töre cinayetleri var. Örf ve adetlerimiz bizi zaman zaman şarmpole yuvarlıyor. Başımıza gelen kazaların bazıları aslında kaza değil. Kendi yapıp ettiklerimiz. Bunun için bir aynaya ihtiyacımız var. Ve sanat, tiyatro, oyunculuk bunu yapıyor zaten. Tereciye tere satmak diyorum ben buna. 'Ben böyle bir şey yapmıyorum' deme, kötülüğü unutmaya eğilimindeyiz. Metabolizma ve yaşam içgüdüğü böyle bir şey zaten. Acılar... Bir yakınımızı kaybettiğimizde mecburen yaşamaya devam ediyoruz. Çünkü hayat devam ediyor. Çünkü nefes alıyoruz. Kendi kendine nefes almayı bırakıp ölen yok. Çünkü nefes almak da bir içgüdü. Özdenetimimizde değil.

Profesyonel nasıl gidiyor? Kaçınıcı sezondasınız?

Oyun güzel gidiyor, altıncı sezonundayız. 'Profesyonel', bu ülke insanının Balkan coğrafyası için yazılmış ve ihtiyaç duyduğu bir oyun haline geldi. Onlara uzak değiliz. Yaşadığımız ve geçirdiğimiz evreler benziyor birbirine. Seyirci bu yüzden gelmeye devam ediyor.

Dilerseniz biraz da oyunculuk geçmişinizde önemli bir yere sahip, Nazım Hikmet'in yaşamını canlandırdığınız Mavi Gözlü Dev filminden, o filmin sizin için öneminden bahsedelim...

Ne kadar Nazım bizim Nazım'ımız desek de, sahip çıkamıyoruz. Hiç kimse iki cümleyle bir yerlere hapsolmüyor. Tam da bu yüzden, o yıllarda Nazım'a dair bir film çekmenin çok önemli olduğunu düşünüyorduk. Filmi çekince ülkenin değişeceğini, bunların geride kalacağını düşünüyorduk. Nazım, bugün oynasa yine bugünün hikâyelerine ayna tutacaktır. Biz, efsane bir hayatın tamamına dair bir film çekme iddiasında değildik. Onun hayatı filmlere, romanlara sığmaz çünkü. Sadece güzel bir ekiple birlikte beyaz perdede bir Nazım'ımız olsun istedik. Benim için sinemada Nazım'ı oynamak, ona benzemenin ötesinde bu film vesilesiyle daha çok yaklaşma, ona duygudaşlık kurabilme şansı verdi. Bunun için çok şanslı hissediyorum kendimi. Daha çok peşine düştüm Nazım'ın. Güzel izler var bu hayatta, sürmek lazım.



Maybe, people managed loving a single Nazım Hikmet in the right sense. I mean, being aware of his emotional weaknesses...

This is because anyone, who loved Nazım, has been aware of their own weaknesses too. We are involved in everything we see, criticize or don't criticize. I am not sure if there is any other poet who can recount the Epic of War of Independence as fervently and emotionally as he did. That infamous discourse is not over yet. Declaring someone "something", demonizing, vilifying...

soul, body and right to question. In this respect, I consider acting as a lucky profession. It gives me the chance to ask new questions every time. In the face of anything going on, it gives you the relief of saying 'Yes, something is going on but I do not belong to it.' There is a huge flow. You know the idiom, "rowing against the current". If the current takes you somewhere, you are only concerned about staying afloat.

How you ever thought you would develop such profound empathy with the audience, when you were at the beginning of your acting career?

Actor is not against the audience. I am a living person, one of them. I stand out and undertake the duty of telling 'we are living through such a story'. In the course of time, I observed that this story faces a kind of resistance. I found out that people begin to build a barrier when you tell them about themselves. We are, after all, in the age of hiding the evident from everyone. Violence to women exists, but we search for ways to pretend it does not. We love morals, traditions and



Sarten, SAP ile Verimliliği Artırdı

Sarten ramps up productivity with SAP

SAP programı ile verimliliği artıran Sarten Ambalaj, ISO 27001 Sertifikası ile de bilgi güvenliğini artırmayı hedefliyor. Bilgi İşlem Müdürü Selçuk Tonta "Hedeflere ulaşmak için bilgiyi doğru yönetmek önemli" diyor.

Sarten Packaging has boosted productivity with SAP software and has reinforced information security by obtaining ISO 27001 certificate. According to IT Manager Mr. Selçuk Tonta "in order to achieve goals, information should be managed properly".

Müşteri ihtiyaçlarına en iyi şekilde cevap verebilmek adına iki yıl önce Sistem Analizi ve Program Geliştirme (SAP) yazılımını kullanmaya başlayan Sarten, ISO 27001 Sertifikası ile, bilgiyi güvence altına almayı planlıyor. SAP'ın, Sarten'in 2020 yılı hedeflerine ulaşmasına önemli katkı sağlayacağını söyleyen Bilgi İşlem Müdürü Selçuk Tonta, şimdiden stokları yüzde 25 azaltarak verimliliğin artırıldığını belirtiyor. Bilgi İşlem Müdürü Selçuk Tonta ile SAP ve ISO 27001 standardının Sarten ve müşterilerine sağladığı faydaları konuştuk.

Sarten commissioned the use of Systems, Applications & Products in Data Processing (SAP) software package in order to address customer requirements optimally two years ago and secured its database with ISO 27001 Certification. Mr. Selçuk Tonta, Sarten's IT Manager expresses that SAP is expected to be of critical contribution in to Sarten's achievement of 2020 goals and conveys that stocks have already been cut down by 25 percent while efficiency has been increased. We interviewed Mr. Selçuk Tonta on benefits of SAP and ISO 27001 certification for both Sartern and its clients.



Ozan Babacan

Selçuk Tonta

Harun Güngör Yıldız

SAP yazılımı ile sağlanan hangi faydalardan bahsedebiliriz?

SAP ile oluşturulan yeni altyapı sayesinde, müşteri ihtiyaçlarına en iyi şekilde cevap verebilmeye yönelik iş süreçlerimizi, yalın bir şekilde yeniden yapılandırdık. Projemiz ile; sipariş yönetimi, etkin bir satın alma yönetiminin sağlanması zamanında ham maddenin tedarik edilmesi, üretim planlarının müşteri ihtiyaçlarını zamanında karşılayacak şekilde yapılması, kalitenin artırılması, değişen pazar koşullarının yönetilerek rekabet avantajının sağlanması, maliyetlerin düşürülmesi, finansal işlem süreçlerinin verimli, etkin, hızlı, doğru ve sistematik bir biçimde yapılması sağlanırken, müşteri memnuniyetinin en üst seviyeye ulaşmasını hedefledik. Yeni sistem, Sarten'in iş süreçlerinin daha ölçülebilir, yalın, izlenebilir ve kontrol edilebilir olmasını sağladı. SAP BI (İş Zekası) çözümü ile anlık olarak doğru veriye ulaşılmaktadır. Bu veriler ile artan analiz kabiliyetimiz CEO'muz Zeki Sarıbekir'in işaret ettiği şirketimizin 2020 yılı hedeflerine ulaşmasına önemli katkı sağlayacaktır. SAP süreçlerinin, özellikle MRP'nin etkin kullanımı ile stoklarımızı yüzde 25 oranında azaltmayı hedefledik ve 2015 yılı sonu itibarıyla de bu hedefimizi gerçekleştirdik.

SAP'in etkin kullanımında eğitimin rolü nedir?

Eğitim, üzerinde durduğumuz en önemli konulardan biridir. Sarten bulunduğu sektör ve yaptığı iş

What benefits could be reaped by employing SAP software?

First of all, thanks to the new SAP infrastructure, we restructured our business processes that are oriented toward addressing our customers' needs optimally. With our project, we targeted promotion of customer satisfaction to the highest level while permitting order management; timely raw material procurement by means of effective purchasing management; accurate production planning to meet customer requirements on time; quality improvement; achievement of competitive advantage through change management in shifting market circumstances; cost reduction as well as efficient, fast, reliable, effective and systematic conduct of financial transaction processes. The new system rendered Sarten's business processes more measurable, lean, traceable and manageable. Instant accurate information is accessible via SAP Business Intelligence solution. Our increased analysis capabilities with these sets of data will contribute massively in due course of attaining our company's 2020 goals, set by our CEO Mr. Zeki Sarıbekir. We set a target to reduce stocks by 25 percent and achieved that by the end of 2015 making effective use of SAP processes and MRP in particular.

How does training play a role for efficient use of SAP?

Training is one of the matters on which we place particular emphasis. Sarten, in addition to posting

nedeniyle kapsamlı ve detaylı iş yapma sürecine sahip bir şirkettir. Bu nedenle mevcut süreçlerimiz gözden geçirilerek yalınlaştırılmış ve günümüzün en çağdaş ve etkin yönetim sistemi olan SAP'a uyumlu hale getirilmiştir. Şirketimizin tüm çalışanları iş süreçlerini SAP üzerinden yönetmektedir. İş süreçlerini doğru ve etkin çalıştırabilmeleri için öncelikle SAP kurgusunu çok iyi bilmeleri gerekmektedir. Bu da sürekli yenilenen eğitimlerle sağlanmaktadır.

Büyük ölçekli bir şirketin kullandığı yazılımlarda, önem sırasına göre, SAP'ı kaçınıcı sıraya yerleştirirsiniz?

Büyük ölçekli bir şirketin kullandığı yazılımlarda ilk sırada SAP yer almaktadır ve SAP'ın baskın konumunu sürdürmeye devam edeceğini düşünüyoruz. Ayrıca gündeme gelen SAP Hana platform üzerinde SAP-Apple iş birliği ile SAP İş uygulamalarının mobilite yeteneğinin artması pazardaki lider pozisyonunu daha da güçlendirecektir.

ISO 27001, Sarten için neden önemli?

ISO 27001, Bilgi Güvenliği Yönetimi Sistemi (BGYS) gereksinimlerini tanımlayan tek

denetlenebilir uluslararası standarttır. İşletmeler içerisinde bilgi güvenliğinin planlanması, uygulanması ve sürekliliğinin sağlanması için, bilgi güvenliği yönetimi ile ilgili kural ve kontrol hedeflerini içermektedir. ISO 27001 standardı, Sarten bünyesinde bilgi güvenliği ile ilgili kuralları oluşturan ve kuralların uygulanmasını sağlayan yöntemleri belirleyen, bir bilgi güvenliği yönetim sisteminin kurulumu ve işletilebilmesi için önemlidir. ISO 27001 Sertifikası, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından verilen Yetkilendirilmiş Yükümlü Statüsü'nün (YYS) alınabilmesi için gerekli olan ön koşullardan biridir.

Bir şirketin ISO 27001 belgesinin olması, müşterileri ve tedarikçilerine ne gibi avantajlar sağlıyor?

Bir şirketin ISO 27001 Sertifikası'na sahip olması; kurumsal bilgilerin güvenilirliğinin denetlenebilir olduğunu, kurumsal varlıklara ilişkin risk ve tehditlerin önceden belirlenebildiğini, kurumun bilgi güvenliği politikalarının oluşturulduğu ve bu politikalar doğrultusunda yönetildiğini, denetlenebilir olduğunu ve periyodik olarak denetimlerden geçtiğini göstermektedir. Sağladığı bu avantajlar nedeniyle kurumlar için önemlidir.

constant growth, possesses broad and detailed business processes due to the industry it is in and business it carries out. For this reason, our present processes have been reviewed, simplified and upgraded for compliance to SAP which is the most contemporary and efficient management system of the day. All of our employees supervise business processes through SAP. In order to run such processes correctly and effectively they first need to know the SAP assembly very well. And this is provided by constantly updated training sessions.

At what rank of importance would you put SAP among all the software packages a large scale business enterprise utilizes?

SAP is the top software a large scale company uses and we reckon SAP will retain its dominant position. Furthermore, a boost in mobile capabilities of SAP

business applications achieved through SAP-Apple collaboration on SAP Hana platform that has recently emerged, will reinforce SAP's leading position in the market.

Büyük ölçekli bir şirketin kullandığı yazılımlarda ilk sırada SAP yer almaktadır ve SAP'ın baskın konumunu sürdürmeye devam edeceğini düşünüyoruz.

SAP is the top software a large scale company uses and we reckon SAP will retain its dominant position.

What is the significance of ISO 27001 for Sarten?

ISO 27001, is the only auditable international standard that specifies

Information Security Management System (ISMS) requirements. It contains rules and control objectives relating to information security management, aimed at information security planning, application and maintenance of sustainability within enterprises. Thus ISO 27001 is important to Sarten for proper installation and operation of an information security management system which sets the rules on information security and defines methods that provide correct implementation of those rules. ISO 27011 certificate is one of the prerequisites of obtaining Authorized Economic Operator Status (AEO) which is granted by the Ministry of Customs and Trade.

What kind of advantages does a company's ISO 27001 certification hold for that company's clients and suppliers?

Presence of ISO 27001 certification in a company suggests that security of corporate information is auditable, risks and threats facing corporate assets are assessed beforehand, corporate information security policies are in place and security is administered in line with those policies, which are also auditable and are subject to periodically scheduled inspections. Due to such advantages it is important for institutions.

Sarten Dijital Dönüşüme Geçti

Sarten proceeded to the digital transformation



Sarten Ambalaj, Itelligence Türkiye danışmanlığında finansal ve operasyonel süreçlerinden, raporlama süreçlerine kadar tüm sistem altyapısını SAP üzerinde kurgulayarak dijital dönüşüm gerçekleştirdi.

Sarten Ambalaj has performed a digital transformation by fictionalizing the entire system structure from financial and operational processes to report processes through SAP in consultation of Itelligence Turkey.

Bünyesindeki 13 fabrika ve 2 bin 500 çalışanı kapsayan dijital dönüşüm süreci için, Itelligence Türkiye ile çalışmayı tercih eden Sarten Ambalaj, 25 ülkeye ihracat yapıyor. Itelligence ve Sarten Ambalaj iş birliği, 2014 yılında başladı. Itelligence'in sunduğu SAP çözümleriyle maliyeti kontrol altına alarak stoklarda yüzde 25 kâr eden Sarten Ambalaj bu anlamda, SAP çözümlerinin şirkete kısa sürede katlı sağladığını düşünüyor.

400 milyon dolarlık ciroya sahip

Itelligence'in çıkardığı yol haritasıyla başarılarını artırdıklarını vurgulayan Sarten Ambalaj CEO'su Zeki Sarıbekir, Itelligence önderliğinde çıktıkları dijital dönüşüm yolculuğunda maliyet oranlarını düşürerek ve kârlılık oranlarını artırarak dünya yatırımcılarının ilgisini çektiklerini ifade etti. Şirket bünyesinde alınan kararla birlikte hem 50'nci yıllarına hazırlık yapmak hem de dijital dönüşüme ayak uydurmak amacıyla 2020 yılına kadar kendilerine pek çok hedef koyduklarını ve bu hedefin başında da SAP sisteminin kullanımının geldiğini belirten Sarıbekir, bu sisteme geçmek için şirket bünyesinde yaptıkları araştırmaların sonucunda global oyuncu olma fikrine ulaştıklarını aktardı. Sarıbekir, "400 milyon dolarlık ciromuz ve 2 bin 500 çalışanımız ile Türkiye ve çevre ülkelerde lider ambalaj şirketi konumumuzu istikrarlı bir büyüme ile 2020'li yıllara taşımak istiyoruz" dedi.

Müşterilerin çoğu yurt dışı odaklı

Müşteri profilinin çoğunluğunu yurt dışı ile ticaret ilişkileri yürüten şirketlerin oluşturduğunu belirten Itelligence CEO'su Savaş Komban ise, şirketlerin kârlılığını ve beğenisini artırmak, şirketlerin yeni yatırımlara daha açık hale gelmesini sağlamak ve daha verimli olmaları için bir inovasyon programı kurduklarını, şirketlere entellektüel sermaye aktararak örnek olma hedefinde olduklarını belirtti.

Sarten Ambalaj preferring to work with Itelligence Turkey for digital transformation process including 13 factories and 2 thousand 500 employees in its constitution, exports to 25 countries. Collaboration of Itelligence and Sarten Ambalaj has begun in 2014. Sarten Ambalaj made 25 percent profit in stocks by controlling cost with SAP solutions offered by Itelligence, in this context it is considered that SAP solutions provided contribution to company in a short time.

It has a turnover of 400-million dollar

Zeki Sarıbekir, CEO of Sarten Ambalaj, emphasizing that they increased their success with road map of Itelligence, stated that they drew attention of world investors by decreasing the rates of costs and increasing the rate of profitability in digital transformation journey that they took in the leadership of Itelligence. Sarıbekir stating that they set themselves a lot of goals until 2020 on the purpose of both preparing their 50th year and keeping pace with transformation with the decision taken in company structure and SAP system is the leading of these purposes; transferred that they reached the idea of being global player as a result of researches they made in company structure in order to proceed to this system. Sarıbekir said: "With our turnover of 400-million dollars and 2 thousand 500 employees, we want to carry our leader position in Turkey and nearby countries up to the 2020s with a stable growth".

Most of customers are abroad-oriented

Savaş Komban, CEO of Itelligence, emphasizing that most of customer profile consists of companies which conduct commercial relations with abroad, stated that they created an innovation program in order to increase profitability and appreciation of companies, make companies more open to new investments and more productive, and they aim to be an example by transferring intellectual capital to companies.

Orta Doğu'nun Sır Ülkesi; İRAN

Uzun yıllardır ambargo ile mücadele eden İran, yeni yılla birlikte sır perdelerini kaldırıyor. Ön yargıyla giden çok sayıda insanı şaşırtmayı başaran İran, artık dünyaya açılıyor. Ambargonun kalkmasıyla birlikte tüm dünyanın gözleri İran İslam Cumhuriyeti'ne çevrildi.

Mystery lands of the Middle East; IRAN

Struggling with decades of economic embargo, the battered Iran gently started lifting its veils of mysteries with the coming year. Baffling those who embark upon the country with prejudice, Iran now prepares to open its doors to the World. With the lifting of sanctions, Iran Islamic Republic has come under spotlight, turning all heads across the World to itself.

Yazı/Article
Şener Gerdan

Orta Doğu'nun en büyük plastik ambalaj fuarlarından biri olarak kabul edilen İran Plast 2016 Fuarı'na katılmak için 13-17 Nisan 2016 tarihleri arasında İran'ı ziyaret ederek ülkeyi yakından tanıma fırsatı buldum. Sınır komşumuz İran ile oldukça derin ortak tarih ve kültüre sahip olmamıza rağmen, ülkeyi çok iyi tanıdığımızı söyleyemeyeceğim. İran'ı gezdikçe ve insanlarını tanıdikça, önyargılarınız olduğunu görüyorsunuz ve ülke hakkında daha çok şey öğrenmek istiyorsunuz.

I found the opportunity to visit Iran and get to know the country better, thanks to the Iran Plast 2016 Exposition, considered among the biggest plastic packaging events in the Middle East, which was held between 13 and 17 April 2016. We as Turks, have to admit, despite our rather deep-running historical and cultural ties, we do not know the country very well. As you wander across the country and meet its people, you realize that you have a serious deal of prejudice to overcome and you desire to know more about the country.



ÜLKEDE GELİŞİM BAŞLAYACAK

İran yönetimi, ülkeye yabancı yatırımcı çekmek için çoktan Batılı ülkelerle görüşmeye başlamış durumda. Türkiye de bu ülkeler arasında. Burada yaptığımız görüşmeler, çok farklı sektörlerde iş potansiyeli olduğunu gösteriyor. Altyapı ve enerji sektörlerinde, endüstriyel tesis yapımında, demiryolu ve karayolu, toplu konut projelerinde, AVM, otel, hava ve deniz limanları inşasında uluslararası iş deneyimi olan müteahhitlik firmalarının şansı bulunuyor. Makina, dayanıklı tüketim malları, tekstil, paketleme, otomotiv, elektronik sanayi sektörlerinde yatırım ve dış ticaret potansiyeli mevcut. Ülkenin gelişimiyle birlikte ambalaj ihtiyacının da artacağına inanıyoruz.



TAHRAN'DA YAŞAM...

İran'da ulaşım oldukça ucuz. Petrol ülkesi olduğu için taksi ücretleri çok ucuz ama yine de sıkı pazarlık yapmanız gerekebilir. İran'da kredi kartı kullanılmıyor. Bu nedenle yanınızda Türk Lirası, dolar ya da Euro cinsinden nakit para bulundurmanızı tavsiye ediyorum. Ülkenin resmi para birimi Riyal fakat halk dilinde Tümen diyorlar. Tümen, Riyal'e göre bir sıfır daha az. 1 TL, 10 bin Riyal'e denk geliyor. İran'ın en büyük şehri Tahran'da trafik, İstanbul'u aratmıyor fakat geniş caddelere sahip. Yeşile önem verdiklerini şehirdeki park ve meydanlarından anlıyorsunuz. Şehirde gezilip görülebilecek çok sayıda tarihi ve mimari yapı bulunuyor. Gülistan ve Sadabad Sarayı, Milad Kulesi, Kapalıçarşı ve geleneksel İran müzeleri en çok ilgi gören yerler olarak öne çıkıyor.

DİĞER ŞEHİRLER...

Tahran'a uzaklığı 624 kilometre, Türkiye sınırına ise 320 kilometre olan Tebriz, İran'da gezilecek şehirlerin başında geliyor. İran'ın önemli sanat eserlerinin bulunduğu İsfahan ise gezilmesi gereken bir başka bölge. İsfahan şehrinde turistlere şehri gezmeleri için altı saat ücretsiz bisiklet verilmesi, en çok dikkatimi çeken nokta oldu. Şehrin sadece mimari yapısı değil, sakin, huzurlu atmosferi ve ılımlı iklimi, ziyaretçileri olumlu etkiliyor.



PROGRESS TO KICK-START SOON

Iranian administration already started holding talks with western countries to attract foreign direct investment to the country. Turkey is among these countries. Our accomodation meetings here have revealed that there is plenty of business opportunities within many diverse industries. Contracting companies with international experience have high chances of bagging deals on infrastructure, energy, industrial plant construction, railway and road construction tenders, housing development, harbour and airport projects as well as mall, hotel building projects. Machinery, durable goods, textiles, packaging, automotives and electronics also hold high investment potential. We believe packaging demand will boom in Iran along with country's prospective development.

LIFE IN TEHRAN...

Transport in Iran is rather cheap. As Iran is an oil producing country cabs are inexpensive but still, you might have to bargain hard. Credit cards are not used in Iran. Your travellers' cheques even your ATM cards are useless too, so I would stongly recommend keeping adequate cash stock of Turkish Liras, US Dollars or Euros. Official denomination in Iran is the "Rial" but it is publicly referred to as "Toman". Toman is one digit short of rial and 1 Turkish Lira is equivalent to 10.000 rials. Traffic in Tehran, Iran's largest city, is no less than that in Istanbul, but the city is rich in wide avenues. Parks and squares across the city manifest the care of Iranian people for the green. There are many historical and architectural landmarks scattered across the city. The Grand Bazaar, the Golestan and Sa'dabad Palaces,



Mondi Tire Kutsan Yönetim Kurulu Başkan Vekili
Mondi Tire Kutsan Vice President of the Executive Board
Selim Hakan Tiftik

Mondi Group Çevreyi Koruyarak Üretiyor

Geri Dönüşümlü Kağıt ve Oluklu Mukavva Ambalaj üretimi alanında faaliyet gösteren Mondı Tire Kutsan, kullandığı tasarım araçlarıyla ürettiği ambalajların karbon ayak izini ölçümleyebiliyor.

Mondi Group produces by protecting the environment

Mondi Tire Kutsan which is active in area of Recycled Paper and Corrugated Cardboard Package production, can gauge carbon footprint of packages produced with design tools that it used.

Türkiye’de dört adet kutu ve bir adet geri dönüştürülmüş kağıt fabrikasına sahip olan Mondı Tire Kutsan, sürdürülebilir bir çevre misyonuyla büyümesini sürdürüyor. Geri dönüşüm felsefesinin toplum içinde daha da fazla yaygınlaştırılması için ciddi adımların atılması gerektiğini söyleyen Mondı Tire Kutsan Yönetim Kurulu Başkan Vekili Selim Hakan Tiftik, “Kullandığımız tasarım araçlarıyla, ürettiğimiz ambalajların karbon ayak izini ölçümleyebiliyoruz” diyor. Sürdürülebilir bir dünya konusunda sosyal projelere devam edeceklerini belirten Hakan Tiftik ile Mondı Group ve Türkiye’deki faaliyetlerini konuştuk.

Mondi Tire Kutsan having 4 cardboard factories and 1 recycled paper factory in Turkey, sustains its growth with its mission of sustainable environment. Mondı Tire Kutsan Vice President of the Executive Board Selim Hakan Tiftik stated that significant steps should be taken for generalizing the philosophy of recycling more in society and said that: “We can gauge the carbon footprints of our packages with design tools that we use”. We talked about Mondı Group and its activities in Turkey with Hakan Tiftik stating that they continue social projects for a sustainable world.



Mondi Tire Kutsan olarak Geri Dönüşümlü Kağıt ve Oluklu Mukavva Ambalaj üretimi alanında faaliyet gösteriyoruz. Kullandığımız tasarım araçlarıyla ürettiğimiz ambalajların karbon ayak izini ölçümlenebiliyoruz. Geri dönüşüm felsefesinin toplum içinde daha da fazla yaygınlaştırılması için çok ciddi adımlar atmamız gerektiğine inanıyoruz. Mondi Tire Kutsan olarak 2014 yılından beri "Kutu Kutu Pense" isimli bir sosyal sorumluluk projesini devam ettiriyoruz. Amacımız, geri dönüşüm bilincinin erken yaşlarda oluşmasına katkı sağlamak. ÇEVKO Vakfı ile ortak yürüttüğümüz proje kapsamında, bugüne kadar yaklaşık bin 500 öğrenciye Mondi Tire Kutsan gönüllüleri tarafından geri dönüşüm eğitimi verildi. Proje kapsamında öğrencilere dağıtılan oluklu mukavvadan yapılmış kumbaralarla, geri dönüşümün tasarrufla ilişkisinin kurulması sağlandı. Ayrıca, ÇEVKO Yeşil Nokta Sanayi Ödülleri kapsamında "Kaynak Azaltarak Uygulama Kategorisi"nde iki farklı ambalaj tasarımı ile "Yeşil Nokta Sanayi Teşvik Ödülü"nü; "Çevreyle ilgili Sosyal Sorumluluk Uygulamaları Kategorisi"nde Kutu Kutu Pense Sosyal Sorumluluk Projesi ile "Yeşil Nokta Teşekkür Belgesi"nin sahibi olduk. Orman yöneticiliği konusunda tüm dünyada geçerli olan Sürdürülebilir Orman Yönetimi (FSC) Sertifikası hem kağıt hem de kutu fabrikalarımızda mevcuttur. Yani tüm ürünlerimizin yüzde 100 geri dönüşüme ve orman yönetimi kurallarına uygun olduğunu garantiye alabiliyoruz.

Mondi ve Sarten'in iş birliği sürecinin nasıl geliştiğinden biraz bahsedebilir misiniz?

Sarten Ambalaj ile iş birliğimiz 2016 yılında başladı. Mondi Tire Kutsan İhracat Müdürü, aynı zamanda

As Mondi Tire Kutsan, we are effective in area of Recycled Paper and Corrugated Package production. We can gauge the carbon footprints of our packages with design tools that we use. We believe that significant steps should be taken for generalizing the philosophy of recycling more in society. As Mondi Tire Kutsan, we continued a social responsibility project called "Kutu Kutu Pense (it is equivocated by referring a child rhyme)" since 2014. Our purpose is to provide contribution the formation of recycling awareness in early ages. In scope of the project that we conduct with ÇEVKO Foundation, recycling education has been given to about 500 students by Mondi Tire Kutsan volunteers until present. It is provided that students establish connection between recycling and saving with penny banks made by corrugated cardboard distributed to the students. Besides, we became the holder of "Green Dot Industry Encouragement Award in category of "Applications by Decreasing Resources" and Green Dot Certificate of Appreciation with Kutu Kutu Pense Social Responsibility Project in category of "Environmental Social Responsibility" in scope of ÇEVKO Green Dot Industrial Awards. Sustainable Forest Management (FSC) Certificate which is effective in the whole world in the matter of Forest management, is available in our both paper and cardboard factories. I mean, we can guarantee that all of our products are suitable for 100% recycling and in compliance with the rules of forest management.

Can you mention about how the collaboration process between Mondi and Sarten developed?

Our collaboration with Sarten Ambalaj began in 2016. My path crossed with Sarten's path with positive

Sarten Müşteri Yöneticisi Melek Eyigünlü'nün ambalaj sektöründe süregelen pozitif ilişkileriyle Sarten ile yollarımız birleşti. İsterseniz Sarten ile ilgili düşüncelerini Melek Hanım kendisi anlatsın.

Melek Eyigünlü: On yıldır uluslararası alanda mensubu olmaktan gurur duyduğum ve çok sevdiğim ambalaj sektörünün alanında lider firması Sarten Ambalaj'ın harika ekibiyle uzun zamandır süregelen dostluğumuzun, firmalarımız arasında ticari iş birliğimizle artarak devam ettiğini görmekten büyük mutluluk duyuyorum. Gerek satış ve satış sonrası hizmetlerimiz ile gerekse AR-GE projelerimizle Sarten Ambalaj'a layık olduğu en güzel hizmeti vermek için emek veren tüm ekip arkadaşlarımıza ve dostluğunu esirgemeyen Sarten ailesine teşekkür ederiz. Birlikte yıllar boyunca genişleyerek devam edeceğinden emin olduğum iş birliğimizin, her iki taraf için de hayırlı olmasını temenni ederim.

Özellikle dikkat çekmek istediğiniz konular var mı?

Her geçen gün büyüyen Türkiye ve ihracat pazarlarımızda Sarten Ambalaj ile birlikte yeni işlere imza atabilmeyi temenni ediyoruz. Hedefimiz, müşterimiz büyüsün, biz büyüyelim, Türkiye büyüsün, kazansın.

ongoing relations in package sector of Melek Eyigünlü who is Export Manager of Mondi Tire Kutsan and also Account Manager of Sarten. If you please, Mrs. Melek will express her own opinions about Sarten.

Melek Eyigünlü: I'm very glad to see that our long standing friendship with amazing staff of Sarten Ambalaj which is the leader company in package sector that I like very much and I'm proud to be a member of, in international arena for ten years. We thank all of Sarten family unsparing their friendship and all of our team mates making a great effort to provide the best service that Sarten Ambalaj deserves with our both sales and after sales services, and our R&D projects. I wish that our collaboration that I sure it will continue over the years by extending, will be beneficent for both parties.

Are there any specific points you wish to emphasize?

We hope to achieve new successful business both in ever-growing Turkish market as well as our exports market with Sarten Packaging. We target customer growth followed by self growth which eventually leads to Turkey's expansion and bigger gains.

Hakan Tiftik: SARTEN, ENERJİSİ ÇOK YÜKSEK BİR ŞİRKET

Büyüyen Türkiye ambalaj sanayisinin metal ambalaj sektöründe pazar lideri ve "Ambalajın Süpermarketi" olarak anılan Sarten Ambalaj'ın, aynı zamanda ISO 500 listesinde 100.

sırada yer aldığını biliyoruz. Sarten, Türkiye'den gerçekleştirdiği 80 milyon dolarlık ihracat ile bölgenin en önemli ambalaj tedarikçilerinden biri. Yeni yatırımları ve inovasyon alanındaki çalışmalarıyla sürekli kendini geliştiren, ambalaj sektöründe sahip olduğu teknoloji ve eğitilmiş iş gücü ile sürekli kaliteli ve en iyi çözümleri yaratan Sarten Ambalaj, bizim de önemli iş ortaklarımızdan biridir. Sarten'e ilk gelişimde hissettiğim o dinamizm, hız, çalışanların gülümseyen yüzleri, ne güzel ki her gelişimde artarak devam ediyor. Gerçekten de enerjisi çok yüksek bir şirket Sarten. Zeki Sarıbekir gibi vizyoner, çalışanına yakın bir liderin olması bence Sarten'in mevcut gücü olduğu gibi gelecekteki başarıları için de en önemli avantajı.



Hakan Tiftik: SARTEN IS A COMPANY WHOSE ENERGY IS SO HIGH

We know that Sarten Ambalaj which is the market leader in metal packaging sector of growing Turkish packaging industry and called as "Supermarket of

Packaging"; is ranked at the 100 in the list of ISO 500 at the same time. Sarten is one of the most important package supplier in territory with its 80-billion dollar exports that it made from Turkey. Sarten Ambalaj that always creates quality and the best solution with its technology and educated labor in packaging sector, is one of our joint ventures. The dynamism, speed, smiling faces of employees that I felt in my first arrival, increasingly continue in my every arrival fortunately. Sarten is really has a high energy. I think that having a leader who is visionary and close to employees like Mr. Zeki Sarıbekir, is both available power of Sarten and the most important advantage for its future successes.

Ersan Türk'ün Hedefi; Türkiye'nin Tüm Zirvelerine Tırmanmak



Ersan Türk vows to climb all Turkish summits

Çocukluk döneminde küçük tepelere yaptığı gezilerden aldığı keyif, Ersan Türk'ü gençlik yıllarında zirvelere taşıdı. Bugüne kadar Aladağlar, Bozdağlar ve Kaçkarlar gibi çeşitli zirve tırmanışları yapan Ersan Türk, beş yıl içerisinde Türkiye'nin farklı coğrafyalarındaki tırmanışına izin verilen tüm dağların zirvelerine tırmanmayı hedefliyor. Sarten Manisa Sarkap Fabrikası'nda Üretim Müdürü olarak çalışan Ersan Türk, Sarten'de bir dağcılık ekibi de kurmak istediğini belirtiyor.

Dağcılık tutkusu ne zaman başladı, kaç yıldır tırmanıyorsunuz?

Dağcılık tutkusu çocukluk yıllarımda, Spil Dağı eteklerindeki küçük tepelere doğru yapmış olduğum gezinti biçimindeki tırmanışlarım sonucunda, Manisa ovasını o tepelerden izlemenin verdiği keyif ile başladı. Yıllar sonra bu tutkuyu daha aktif olarak yaşamaya karar verdim ve iki yıldan beri düzenli olarak Manisa ve İzmir'in çevresindeki dağlarda hafta sonu doğa yürüyüşleri yapmaktayım. Ayrıca yılın belirli günlerinde planlı yüksek dağ yürüyüşleri ve zirve tırmanışları yapıyorum.

Joy of going on hikes to small hills as a child, has drawn Ersan Türk to new heights during his youth. Having so far reached summits of diverse mountain peaks spanning Aladağlar, Bozdağlar and Kaçkar's, Ersan Türk, aims to make it to every accesible peak scattered across Turkey's diverse landscape in the next five years. Being the production manager at Sarten's Manisa Sarkap Plant, Türk also expresses his wish to set up a mountaineering team within Sarten.

When did your passion for mountaineering emerged and for how many years?

My passion for mountaineering started burgeoning during my childhood years, when I savoured the joy of watching Manisa plains atop small foothills of Spil Mountain that I climbed as part of short strolls to the mountains. Years later, I decided to relive this passion, this time more consciously, and for the past two years I have been regularly going to mountains surrounding Izmir and Manisa for trekking. I also plan mountain hiking trips on certain days of the year as well as peak climbing.

**Bugüne kadar nerelere tırmandınız?
Sizi en zorlayan yer neresi oldu?**

2015 yılı Nisan ayında Ege'nin en yüksek ikinci dağı olan Bozdağlar'ın 2 bin 159 metrelik zirvesine zorlu iklim koşullarında rüzgarlı, soğuk ve sisli bir havada kar tırmanışı gerçekleştirdim. Bozdağ tırmanışıyla kazandığım deneyim, bende daha yükseklerle tırmanma arzusu uyandırdı ve Muğla'nın Köyceğiz ilçesindeki 2 bin 294 metrelik Sandras Dağı zirve tırmanışını tamamladım. Aladağlar'ın 3 bin 560 metrelik Eznevit zirvesi; gerçek bir dağcı olma yolunda başarı ile tamamladığım bir tırmanıştı. Türkiye'nin 3 bin 932 metrelik yüksekliği ile dördüncü büyük zirvesi olan Kaçkar Dağı'na başarılı bir tırmanış yaparak, 2015 yılını seri tırmanışlarla tamamladım.

Bu tırmanışların içinde beni en çok zorlayan, teknik açıdan daha zorlu olan, Aladağlar Eznevit zirvesidir. Sabah 04:00'te, soğuk bir havada, ay ışığında ortalama yüzde 20 eğimle başlayan tırmanışımız; rakımın yükselmesi ile eğimin de artması sonucu gerçekten zorlaştı. Rotanın sert kaya ve üzeri çarşak diye tabir ettiğimiz ince kumullar ve çakıl taşlarından ibaret oluşu, tırmanma hızımızı bir hayli etkiledi. Özellikle zirvenin 200 metre kadar altında tırmanış eğim oranının yüzde 60'ın üzerine çıkması, güneş ısı, parlak ışık ve yüksek ultraviyole etkisiyle çok zorlandık.



Tırmanmayı planladığınız ve hayal ettiğiniz yerler var mı?

Denizli'de Mentеше sıradağları üzerinde bulunan 2 bin 375 metre yüksekliği ile Karababa Dağı, Isparta'nın doğusunda yer alan 2 bin 992 metre yüksekliği ile Isparta ilinin en yüksek dağı olan Dedegöl Dağı ve yine farklı coğrafyası ile Karadeniz'in Kaçkar Dağları üzerinde yer alan 3 bin 711 metre yüksekliği ile Verçenik zirvesi 2016 antrenman programım içinde yer alıyor. Genellikle gerçekleştirilecek hayaller peşinde koşmayı severim ve beş yıl içerisinde Türkiye'nin farklı coğrafyalarındaki tırmanışına izin verilen tüm dağların zirvelerine tırmanmayı hedefliyorum.

**Can you tell us about your climbing track record?
Which of them was the most straining?**

During April 2015, despite adverse climate conditions and on a windy, chilly and foggy day, I reached the summit of Bozdağlar at 2,159 meters, which is the second highest mountain in the Aegean region. Experience I gained on Bozdağ climb aroused my desire to seek a bigger challenge which eventually dragged me to 2,294 meter-high Sandras Mountain summit located in Muğla province, Köyceğiz district. The 3,560 meter Eznevit peak of Aladağlar Mountains was among my climbing achievements successfully leading to becoming a full fledged mountaineer. I concluded 2015 climbing series performing a succesful climb to the 4th highest summit of the country, the 3,932 meter-high Kaçkar Mountain.



Among these, Aladağlar – Eznevit summit was the most straining as it was also technically more challenging. We started ascending at 04:00 AM on a very cold and moonlit morning againsts a 20 percent slope. Our climb became really rugged as the slope and altitude increased and as we were snagged by hard rock surfaces occasionally covered with dunes and pebbles which we call "scree" lying on our route. Slope of over 60 percent at around 200 meters below the peak, coupled with direct sunlight, heat and high ultraviolet exposure, put additional strain on us.

Are there any places you contemplate or perhaps dream about climbing?

Scheduled within my 2016 training programme are Karababa Mountain at 2,375 meters located in Denizli province within Mentеше mountain range system; Dedegöl Mountain at 2,992 meters which is the highest mountain in Isparta province located on the eastern outskirts of the province and Verçenik Summit within

Tırmanışı bir ekiple mi yapıyorsunuz? Dağcılık dışında hobileriniz var mı?

Tırmanışlarımı bir kulüple ve takım halinde yapıyorum. İki yıl önce tanıştığım Patikatrek Doğa Sporları Eğitim Merkezi'nin kurucusu Zeynel Aydın ile bu tutkum daha da perçinlendi. Onun dağlara olan aşkı ve tecrübelerini bize adeta yaşatırcasına aktarması sonucunda, bu spora olan ilgim daha da arttı ve dağcılık sporunu daha bilinçli, doğaya saygı çerçevesinde severek yapmaya devam ediyorum.

the Black Sea region's Kaçkar mountain system with an altitude of 3,711 meters and slightly different geography. I generally like to pursue achievable dreams and my aim is to climb every accesible peak scattered across Turkey's diverse geographies in the next 5 years.

Do you perform climbing with a team? Besides climbing do you have other hobbies?

I climb with a band of mountaineers who are at the same time members of a club. Two years ago, I met Mr. Zeynel Aydın, founder of Patikatrek Nature Sports Training Centre, who kindled my desire for the sport. As he imparted his love of mountains and his experience ever so vividly, my interest for the sport surged. Now I perform climbing more consciously and with deeper respect towards nature. I have also been involved in photography for the past 4 years and combining my nature walks with this hobby allows me to capture and immortalize unique scenes, which few people have the opportunity to witness. Further to climbing, I will also be "pedalling" my path along freedom with a bicycle I own.



Dağcılığın yanı sıra dört yıldır fotoğrafçılık ile de uğraşıyorum. Doğa yürüyüşleri esnasında çok az insanın görme şansı yakaladığı eşsiz manzaraları ve yaşadığım anları makinemin deklanşörüne basarak ölümsüzleştiriyorum. Dağcılıkla beraber aldığım bisiklet ile özgürlüğe pedal çevirerek de devam edeceğim.

Zirveye tırmanmak, ne gibi duygular yaşıyor, bunun iş hayatınıza yansımaları nasıl?

Dağcılık, doğa sporları içerisinde yer alan bir disiplin sporudur. Dağcılık ayrıca seyircisi ve alkışı olmayan, skor kaygısı yaşamadan yapılan, bireyin uyum, öngörü, karar verme ve verilen kararı uygulama beceri ve yeteneklerini geliştirebileceği, kısaca sporunun gerçek anlamda sınırlarını keşfetme yolculuğudur. İnsana hiçbir sporda



How does it feel to reach a summit and how does this reflect on your professional life?

Mountaineering is essentially a sport of discipline among other nature sports. Moreover, mountaineering has no place for spectators or applauding audience, it is done free of concerns for score, it hones talents and skills of decision making and putting that decision to practice, and in short it is a journey



olmadığı kadar özgüven duygusu da kazandırır ki dağcılığı ölümcül ve tehlikeli kılan da bu özgüven duygusu olur çoğu zaman. Saatlerce bazen günlerce uğraştıktan ve binbir badireyi atlattıktan sonra hedefe ulaşmak, zirvede oturup etrafı seyretmek muhteşem bir duygudur. Mesela Kaçkar Dağı zirvesine tırmandığım anı şu an bile yaşıyorum; adrenalinden, başarıma duygusunun vermiş olduğu hazdan dizlerinin bağı çözülür, gözlerin dolar ve mutluluktan ağlamak istersin.

Dağcılık, mücadele etmek, risk almak gibi zorluk dereceleri yanında ekip çalışması ve uyum gerektiren bir spor dalıdır. Dağdayken şehir hayatının debdebesinde unuttuğun kendini fark edersin. Sınırlarını öğrenirsin, daha da önemlisi sınırlarını öğrenmeyi öğrenirsin, insana mücadele etmeyi, karşılıksız yardımlaşmayı ve her şeyin sonunda aslında tevekkül etmeyi öğrenirsin. Kısacası insana erdem katar ki iş hayatımda da bu özellikler beni başarıya götüren merdivenin basamaklarıdır.

Sarten’de bir dağcı ekibi kurmayı ister miydiniz?

Sarten dağcılık ekibini kurmak isterim tabii ki... Bununla beraber bu sporu bahsettiğim şartlarda benimseyen, gerçekten doğada olmak ve dağlarda özgürlüğü hissetmek isteyen ve dağ disiplini edinebilecek ekip üyelerine ihtiyacımız var.

whereby the athlete discovers his or her limits. It also gives a boost to self-confidence like in no other sport which sometimes renders mountaineering dangerous and deadly. The feeling of triumph while watching the scenery atop a summit, following hours or sometimes days of struggle and encountering countless hardships, is magnificent. I, for instance, to this day relive the moment I made it to the Kaçkar summit; you feel your legs can no longer bear your weight due to the adrenaline rush and the feeling of achievement, tears fill your eyes and you want to cry out of happiness.

Mountaineering calls for team work and harmony as well as facing difficulty levels as a contender and risk bearer. When you are at the mountains, you realize your innerself, whom you had long forgotten about amid daily issues. You realize your limits, or more importantly you learn how to realize your limits. Mountaineering teaches a person to fight back, to help without expecting returns and accept your fate at the end of everything.

Would you consider organising a mountaineering team at Sarten?

I would certainly love to, yet we would need to find team members that adopt this sport as I mentioned previously, who really want to be out there surrounded by nothing but nature, enjoy the feeling of freedom at the mountains and adapt to mountaineering discipline.

Çocuklar için En Güzel Tatil, Ailedir

*Best vacation
for children:
family*

Hayatımızdaki en değerli varlıklar, çocuklarımız için en iyisini isterken, bazen onları ihmal edebiliyoruz. Özellikle çalışan ebeveynler için çocuklarıyla geçirdikleri her an paha biçilemez bir değere sahip. Bu noktada en önemli zaman dilimi ise okulların tatil olduğu yaz dönemleri. Bizler de çalışan aileler için bu dönemde aile içi iletişimi güçlendirecek, çocukları mutlu edecek önerileri sıraladık.

Okulların kapanmasıyla birlikte pek çok aile çocuklarının tatil planlarını yapmaya başladı. Özellikle çalışan ebeveynler için yaz dönemi, çocuklar için dinlenme ve aileleriyle kaliteli zaman geçirme fırsatı sunuyor. Ailelerin, bir kış boyunca daha az vakit geçirebildiği çocuklarıyla çeşitli aktiviteler ve yıllık izinlerini yaz tatili döneminde planlaması, çocuğun anne baba ile olma ihtiyacı açısından da son derece önemli.

Çocuklarla yaz tatilini daha verimli geçirmek için önerilerini paylaşan Psikolog Çisem Doğanlaroğlu, çocuğun ruhsal gelişimi ve anne babanın yetersizlik hissi yaşamaması için neler yapılması gerektiğini şu şekilde sıralıyor:

We always want the best for our treasured ones, our children, nevertheless we can sometimes neglect them. Especially, for working parents, every single moment that is spent with children is invaluable. The most convenient period for quality time is when the schools are recessed for summer. As the summer is around the corner, we took the opportunity to put together some good advice for working families that will reinforce family bonds and keep children happy.

Families started planning their children's summer break activities as schools called it a year. When it comes to working mothers and fathers, summer period presents an opportunity to spend quality time with children... To satisfy your childrens' need of enjoying their time with parents, whom they tend to spend less time with during winters, planning various activities and scheduling your annual vacation for summer period are of paramount importance.

Psychologist Çisem Doğanlaroğlu, shared her suggestions to get the most out of summer breaks and advised the "do's and don'ts" for supporting mental development of children as well as helping parents to avoid feeling of inadequacy:

Sanayide Kadın Yönetici ve Duygusal Zeka...

Çalışanlar ile olan diyaloglar, bize, Sarten'de insanın odakta olduğunu ve duygusal zekanın tüm boyutlarının etkin şekilde kullanıldığını gösteriyor.

Executive Women in Industry and Emotional Intelligence...

Dialogue with employees, manifest to us, that at Sarten, people are pivotal and all dimensions of emotional intelligence are effectively utilized.



Yazı/Article
Hasan Tahsin Güngör

26 yaşındaki Gizem Baran'ı Sarten Ambalaj'ın Silivri fabrikasını ziyaretimiz sırasında tanıdık. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi bünyesinde yer alan ETAM Endüstri Ürünleri Tasarımı Uygulama ve Araştırma Merkezi adına Profesör Süha Erda ile birlikte yaptığımız bu ziyaretin amacı, sanayi-üniversite iş birliğini gerçekleştirerek Sarten'e ürün tasarımı ve geliştirmesi konularında nasıl destek verebileceğimizi görüşmekti.

Sarten, metal ambalaj sektöründe lider ve ilk 500 sanayi kuruluşu listesinde yer alıyor. Türkiye'de ve yurt dışında fabrikaları var. Üretiminde ham madde olarak teneke kullanıyor; her biri tonlarca ağırlıkta ve rulo halinde depolanmış tenekeler. Konfeksiyon sanayinde kumaş topu ne anlama geliyor ise, ambalaj sanayinde de teneke rulusu o anlama geliyor. Kumaş ve teneke arasında tabii ki çok fark var. En önemli fark, ağırlıklıkları; hem de tonlarla ifade edilen fark.

We made 26-year-old Gizem Baran's acquaintance during our visit to Sarten Packaging Company's Silivri plant. The purpose of our visit, attended also by Professor Süha Erdem representing ETAM – Research & Applications Centre for Industrial Design within Mimar Sinan University of Fine Arts, was to initiate university-industry collaboration and discuss with Sarten as to how we could be of support in terms of product design and development.

Sarten is listed among the top 500 Turkish industrial establishments and is the market leader in metal packaging industries. They have facilities both in Turkey and abroad. Tinplate is used as main input, and is kept in rolls that weigh many tonnes as part of the raw material inventory. Tinplate rolls make the same sense to packaging industry as batches of fabric do for clothing industry. Of course, fabric and tinplates have a wide array of differences, with the most prominent of them being large difference of weight. So large that it is stated in metric tonnes.

Her iki malzemenin üretimde kullanılabilmesi için önceden tasarlanmış şekilde ve ölçüde kesilmesi gerekiyor. Kesim sırasında yapılacak bir hata malzeme kaybına diğer bir ifade ile fire oranının artmasına sebep oluyor. Mali işler dili ile üretimin maliyeti artıyor, para çöpe gidiyor.

Kumaş topunu belirlenen ölçüde kesmek için uzun bir masaya sermek gerekiyor. Buna "pastal atma" diyorlar. Kumaş kesme işlemi ise motorlu özel makaslarla yapılıyor. İnsan gücü ile yapılabilen bir işlem. Son teknoloji bilgisayar destekli pastal platformları da mevcut. Teneke rulosunu belirlenen ölçüde ve şekilde kesebilmek için ise vinç ve değişik fonksiyonlarda preslerden oluşan bir üretim bandı gerekiyor. Ağır bir iş. İnsan gücü ile yapılabilecek iş değil. Ama insan zekası gerekli.

Fabrikayı Sarten'in kurucusu Yusuf Bey, yöneticilerinden Zeynep Hanım, Cemil, Volkan ve Sabri Bey'ler ile geziyoruz.

Yusuf Bey'in çalışanlarla diyalogu ilk dikkatimizi çeken husus oldu. Çalışanlar içinde turuncu renkli önlük giyen gençler görüyoruz. Yusuf Bey onları "Bu arkadaşlar geleceğimiz" diye tanıstırıyor. Meslek Lisesi öğrencileri, fabrikada staj yapıyor. Sarten Akademi'de bilgilerine bilgi ve deneyim katıyorlar. Çalışanlar ile olan diyaloglar, bize Sarten'de insanın odakta olduğunu ve duygusal zekanın tüm boyutlarının etkin şekilde kullanıldığını gösteriyor.

In order for both materials to be used as manufacturing input, they need to be cut at specific measures to suit the predetermined designs. Faults occurring during cutting cause loss of material or in other words, cause the waste rate to go up. In financial language: cost of production soars, money goes to waste.

In order to cut a batch (or "roll") of fabric properly, it needs to be laid over a long table. They call this "cloth spreading". Cutting process is carried out by means of special powered shears. This can be done manually too but there is also state-of-the-art computer aided cloth spreading platforms. Cutting a tinplate roll, on the other hand, at the determined shape and size calls for a full production line setup, which includes a crane and a press with various functions. A heavy-duty task that can not be handled by man's power, but man's intelligence is required.

We tour around the factory facilities along with Sarten's founder Mr. Yusuf and executives, Ms. Zeynep, Messrs. Cemil, Volkan and Sabri.

Mr. Yusuf's dialogue with employees is the first aspect that catches our attention. We see young people donning bright orange vests that were introduced to us by Mr. Yusuf who referred to them as "These fellows are our future". It turns out, those youngsters are vocational school students, completing their internship at the factory. They gain valuable experience and receive training at Sarten Academy. Dialogue with employees, manifest to us, that at Sarten, people are pivotal and all dimensions of emotional intelligence are effectively utilized.



Çalışanlar ile olan diyaloglar, bize Sarten'de insanın odakta olduğunu ve duygusal zekanın tüm boyutlarının etkin şekilde kullanıldığını gösteriyor.

Dialogue with employees, manifest to us, that at Sarten, people are pivotal and all dimensions of emotional intelligence are effectively utilized.

AĞIR İŞLERİN BAŞINDA GENÇ BİR KADIN...

Fabrika gezimize Sarten Müzesi'nden başlıyoruz. Sonrasında teneke ruloların bulunduğu yere geldiğimizde buraya "Bobin Dilme Bölümü" adı verildiğini öğreniyoruz. Yusuf Bey, "Bu bölümün yöneticisi" diyerek, Gizem Baran'ı bizimle tanıstırıyor. Bizde bir şaşkınlık. Ağır işlerin yapıldığı bir bölüm ve bu bölümün yöneticisi genç bir kadın; tevazu ile elimizi sıkıyor. Yönettiği iş ve ekibi hakkında bilgi veriyor:

A YOUNG LADY MANAGING TOUGH BUSINESS...

We start our tour from Sarten Museum. Later on, upon arriving at the place where tinplate rolls are kept, we learn that it is called the "coil slitting department". Mr. Yusuf introduces us to Gizem Baran as the Head of Department", leaving us amazed before the stark contrast between the heavy-duty department where tough jobs are undertaken and the elegant, young lady that leads it, who shakes our hands with humility. She briefs us on the job she manages and her crew:

Bölümümüzde hedeflerimiz; sıfır iş kazası, sıfır ıskarta, sıfır duruş ve yüzde 100 kaliteli üründür. Her biri kritik olmakla beraber bunları performans takip parametrelerimiz ile değerlendirmekteyiz.

“Bobin dilme bölümü fabrikamızın en değerli girdisi olan teneke ham maddesinden üç parçalı ürünü oluşturmak için, ilk adım olarak tenekeyi boyutlandırılan bölümdür. Süreçin ilk adımı olarak tenekeyi iyi tanımak ve çalışan ekibime tanıtmak, kaliteli ürün üretimini ve ekibime üretirken kalite bilincini sağlamak, gelen ham maddemiz için iyileştirme çalışmalarının üreticilerle beraber takibini sağlamak, öneri köşemizin etkin şekilde kullanılmasını sağlayarak önleyici faaliyetleri ekibimle oluşturmak, başlıca sorumluluklarımdır. Bölümümüzde hedeflerimiz; sıfır iş kazası, sıfır ıskarta, sıfır duruş ve yüzde 100 kaliteli üründür. Her biri kritik olmakla beraber bunları performans takip parametrelerimiz ile değerlendirmekteyiz. Fabrika içerisindeki bölümlerden veya sevkiyatını yaptığımız diğer fabrikalarımızdan aldığımız kalite geri bildirimleri, iş kazası oranımız, hurda miktarımız ve verimliliğimiz her daim takip ettiğimiz, değerlendirip bir basamak yukarısı için yeni hedefler koyduğumuz parametrelerdir. Sorumluluğum bu bilinci her bir çalışanımızda oluşturabilmek ve ekip ruhunun gücünü çalışanlarımızla beraber sahada yapacağımız çalışmalarla güçlendirmektir” diye anlatıyor. Sanki konfeksiyon imalatında, kumaşı kesen bir ekibin kadın yöneticisi gibi...

Gizem Baran 26 yaşında, sanayide bir kadın yönetici. Selçuk Üniversitesi Fizik Bölümü mezunu. İki buçuk yıldır Sarten’de çalışıyor ve 14 kişilik bir ekibi yönetiyor.

Sarten ziyaretimiz sonrasında İstanbul’a dönüş yolculuğumuzda Süha Hoca ile günümüzü; gördüklerimizi ve dinlediklerimizi değerlendiriyoruz. Gizem Baran’ın şahsında Sarten’in vizyonunu ve bunun sonucu sergilediği cinsiyet eşitliğinin Sarten kültürünü oluşturduğu üzerinde mutabık kalıyoruz.

Aklıma Koç Holding’in, “Ülkem için Toplumsal Cinsiyet Eşitliğini Destekliyorum” temalı projesi geliyor. Süha Hoca’ya “Bu proje kapsamında yapılan eğitimi dinledim; Gizem Hanım’ın hikayesi de bu eğitimde anlatılmalı” diyorum.

Sanayide genç bir kadın yönetici ve bunun kaynağı vizyonu, duygusal zeka ile sergileyen bir kurum.

Daha nicelerine...

“Coil slitting department is where the tinplates, most valuable input of our plant, are redimensioned as the first step towards forming the three-piece product. Among my responsibilities are, as first step of the process, having a full grasp of the material and help my crew familiarize themselves with it in the same fashion, quality production on instilling quality awareness to my crew, following up on raw material quality improvement efforts with our suppliers and devising preventive measures and actions through effective use of our suggestions system. In our department we aim for; zero accidents, zero lay-up, zero stoppages and 100 percent quality production. Whilst every single one of these are critical we assess them by our performance parameters. Quality feedbacks we receive internally or from other facilities, accident rate, scrap ratios and efficiency are the parameters we diligently keep tabs with and set new goals to step up our business. My responsibility is to build this awareness with each and every one of our employees and to bolster team spirit among our employees through successful operations in the field” she explains... in such a relaxed manner as if she is leading the fabric cutting department of some clothing manufacturing line.

But Gizem Baran is a 26 year-old woman with an executive position at an industrial plant. She has a physics major from University of Selçuk and has been with Sarten for 2,5 years, leading a crew of 14.

Following our Sarten visit and on the way back to Istanbul, while we go through the day we spent, things we saw and heard we both agreed that the case of Gizem Baran reflects Sarten’s vision and the consequential display of gender equality forms Sarten culture.

I recalled Koç Holding’s project themed “I support gender mainstreaming for my country” and I turned to Professor Süha and said “I attended the training in scope of this project. Gizem Baran’s story must also be told in those sessions”.

A young female executive in industry and an institution that exhibits the vision that constitutes basis for this, through emotional intelligence.

Here’s to many more that will hopefully follow...

In our department we aim for; zero accidents, zero lay-up, zero stoppages and 100 percent quality production. Whilst every single one of these are critical we assess them by our performance parameters.

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, turşu, 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 tise ve kavanozlar.



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



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 Beşiktaş, İstanbul TR
Phone: +90 212 275 76 60 Fax: +90 212 272 34 17 sarten@sarten.com.tr