

Web  yenisasir.com.tr

## ANA SAYFA

Kent  
Yerel Politika  
Ekonomi  
Siyasi  
3.Sayfa  
Dış  
Yazarlar  
Spor  
Yazı Dizisi  
Arşiv  
Künye

## MAGAZİN

Sarmışık  
Can Can  
Alışveriş  
Astroloji

## EKSTRA

Sinema

## Hava Durumu

Eczaneler

Telefonlar

Sanal Galeri

Yararlı Linkler

SABAH

EfesNet

Artemis

SITE YÖNETİMİ  
3g



## KÜÇÜK İLANLAR

- Emlak
- Satılık ve kiralık; Ev, arsa, işyeri, yazlık ve devremülkler
- Vasıta
- Eleman Arayanlar
- Çeşitli



## TARİŞ Chicago'da mağaza açtı 90 bin ABD'linin evine girdi

2000 yılında hükümetin aldığı kararla özerkleşen TARİŞ Zeytin ve Zeytinyağı Birliği, yeni kurduğu şirketle pazarlama atağına geçti

Yurtdışında açtığı satış noktalarıyla gelir düzeyi yüksek tüketicileri hedefleyen kuruluş, iç pazarda Komili ile liderlik için yarışıyor

EVREN MERT ÖZTEKİN

Hükümetin aldığı kararla 2000 yılında diğer birlikler gibi özerkleşen TARİŞ Zeytin ve Zeytinyağı Birliği kurduğu TARİŞ Zeytin A.Ş. ile pazarlama atağına geçti. Chicago, Montreal, Toronto'da satış noktaları açan birliğin ürünleri dünyadaki seçkin mağazaların raflarını süslüyor. Yurtdışındaki pazar payını bir kaç yıl içinde yüzde 10'dan yüzde 28-29'lara çıkararak liderliğe oturan TARİŞ Zeytin ve Zeytinyağı Birliği'nde yaşanan değişimi ve gelecek stratejilerini Yönetim Kurulu Başkanı Cahit Çetin ile konuştuk.



\* **TARİŞ Zeytin ve Zeytinyağı Birliği ortak kadrolarını geçtiğimiz yıllarda TARİŞ Genel Müdürlüğü'nden ayırdı. Bu kararın alınmasında ne etkili oldu?**

TARİŞ, 4 aylık birlikten oluşan ve aynı markayı kullanan 4 ayrı tüzel kişiliktir. TARİŞ'in kuruluşu 1'inci Dünya Savaşı'na uzanıyor. Kapitülasyonlar nedeniyle ezilen Egeli incir üreticisinin kendi fiyatını deklare edebilmesi için önce TARİŞ Bank kuruluyor. Bankanın kuruluşu ekonomik kurtuluş savaşının başlangıcıdır. Birliğin kurulmasıyla da işin pazarlama ayağı tamamlanıyor.

Birliğe 2'inci Dünya Savaşı yıllarında pamuk, üzüm ve zeytin ürünleri ekleniyor. 1949 yılında TARİŞ'in idaresinin zorlaşması nedeniyle birlikler kendi tüzel kişiliklerini kazanarak ayrılıyorlar. Tasarruf amacıyla da ortak personel kullanımına karar veriliyor. Fakat günümüzde küreselleşme ile birlikte müşterek personele ihtiyaçları karşılaması mümkün değil. Bu nedenle bu kararı aldık

\* **Gelecek vizyonunuzdan bahsedebilir misiniz?**

16 Haziran 2000 tarihi diğer kooperatiflerde olduğu gibi bizim için de bir milattır. Bu tarihten sonra TARİŞ Zeytin A.Ş. şirketini kurduk. Bu şirket geçmişle gelecek arasındaki en önemli köprümüz.

Siyasi müdahalelerden arınarak ticari misyon kazandık. Biz her şeyden önce bir kooperatiftir. Kooperatifler ticaretten önce üreticilerini düşünür. Onları korur. En büyük sıkıntımız batı modeli kooperatifçilik uygulamalarının Türkiye'de oturmamasıdır. Bizim çiftçimiz batıdaki gibi belli bir süre bekleyecek maddi güce sahip değil. Biliyorsunuz devlet destekleri de kaldırıldı.

Aralık-şubat döneminde üreticinin elindeki ürünün tamamını almakla yükümlüydük. Bu nedenle stok maliyetlerimiz çok yüksek. Pazarda liderlik için yarıştığımız Komili ise yılda 12 kez alım yapabiliyor.

## Radikal tedbirler

Ürünü aldığımız dönemden sonra fiyatlar yükselirse çok iyi ama düşerse felaket. Bu nedenle biz de radikal tedbirler aldık. 2001 yılında pazarlama şirketimiz TARİŞ Zeytin AŞ'yi kurduk. Sektörde bir yıl içinde 5'inci sıradan liderliğe yükseldik. Pazar payımızı yüzde 10'dan yüzde 28-29'lara yükselttik.

\* **Yurtdışı pazarında nasıl bir politika izliyorsunuz? Öncelikli hedefleriniz neler?**

Türkiye'nin zeytinyağında marka olacağını kanıtlamak için atılımlar yapıyoruz. Hedef ülkelerimiz Kuzey Avrupa, ABD, Uzakdoğu ülkeleri ve Kanada. Önemli olan pazarda dikkat çekmek. Artık batıların yalıtılmış paketlerinin içine girdik. Kendi ismimizle, başka markaların arkasına gizlenmeden iddialı bir şekilde pazarı girdik.

"Mütevazı değiliz"

\* **Chicago, Montreal, Toronto'da satış noktaları açtınız. Ürünleriniz Avrupa ve Amerika'daki seçkin mağazaların raflarını süslüyor. Yurtdışındaki hedef kitle için sadece üst gelir grubu mu?**

Yurtdışında üstten başlayın aşağıya inemezsiniz. Bugün Chicago'da 90 bin Amerikalının evine girdik. Gücümüzü göstermek ve güven vermek için üstten başladık. Mütevazı değiliz, iddialıyız. Buralarda mağazalarımızla ilgi odağı haline geldik. Yurtdışındaki her adımımız Türk zeytinyağı sektörüne katkı sağlıyor.

İzmir'de hava  
24/36 C  
Ege'de hava

19 AĞUSTOS 2007, 112. YIL

3R RESİMLİ GAYRİMENKULLER YENİ

Apartment, vila, işyeri, otel...

>> tüm gayrimenkuller <<

Sık Kullanılanlara Ekle  
Açılış Sayfası Yap

## BAĞLANTILAR

Dışişleri Bakanlığı  
Avrupa Birliği  
Dünya Bankası  
İMİF

Önce kurtuldu  
şimdi kurtaran

GEZİ  
Her anı dolu dolu  
yaşamak için

3 milyon dolara  
oyuncak

Sahillerde  
hayat var

VOB  
VADELİ İŞLEM VE  
OPSİYON BORSASI  
Ana Pazar Günlük  
Borsa Verileri

## KÖŞE YAZILARI

Ahmet Veli Olgundeniz -  
İşyerinde herkes dostunuz  
mudur?  
Şener Muter - En öncelikli soru!

## NE NEREDE

Cafe | Bar  
Restoran | Tiyatro  
Paket servis  
Kültür Merkezi  
Galeriler | Oteller  
Turizm acentaları

## YENİ ASIR İNSAN KAYNAKLARI

Yaratıcılığımız nasıl gelişir?  
TARİŞ Chicago'da mağaza açtı 90  
bin ABD'linin evine girdi  
"İş yaşamında yazılı mesajlar  
kullanın"  
Eğonuzdan kurtulun, iş yaşamında  
başarılı olun

## KÜÇÜK İLANLAR

Emlak  
Eleman Arayanlar  
Vasıta  
Çeşitli İlanlar  
>> İlan Formu  
>> Mesaj Gönder

Uluslararası Zeytinyağı Konseyi'nin dünyada onay verdiği 16 altı zeytin yağı arasındayız. Türkiye'de bu konuda tekiz. Türkiye'deki en çağdaş pazarlama sistemine sahibiz. Bizim pazarlama metodlarımız İtalya'daki üniversitelerin derslerinde okutuluyor.

#### **"Engelleniyoruz"**

Dünya üretiminin yüzde 80'ini İtalya, İspanya ve Yunanistan karşılıyor. Bu ülkelerin ambalajlama ve üretimde aldıkları destek bizden kat ve kat yüksek. Dünya pazarında onlar kadar yer almak için onların sahip olduğu teşviklere sahip olmalıyız. Gümrük birliğine rağmen AB kendi üretimini korumak için yüzde 50 vergi uyguluyor. Bu gibi engeller yurtdışında zincir mağazalara girmemizi engelliyor. Yurtdışında fiyat rekabeti için şimdilik bekleme aşamasındayız.

#### **\* Yurtdışı pazarına açılmanızda ve yeni pazarlama stratejinizin belirlenmesinde nasıl bir süreç izlediniz?**

Danışman şirketler ve akademisyenlerden destek alarak ciddi bir marka tanımlaması yapıldı. Araştırmanın sonucunda markaya yatırım yapmamız gerektiği ve Ege'nin dışına çıkmamız gerektiğini gördük. İlk internet üzerinden satış sistemini kurduk.

Biz aslında ne yapacağımızı biliyorduk ama 2000 yılı öncesinde bu adımlar için mevzuatımız müsait değildi. Pazarlama şirketimizi önceden kurmuş olsaydık Ankara'dan atamalar yapılabilirdi.

#### **\* TARIŞ zeytinyağı hangi özelliği ile pazardaki diğer ürünlerden ayrılıyor?**

Zeytinyağının farklı lezzetleri olduğunu gösterdik. Bir Ege koleksiyonu yarattık. Türkiye'nin en modern tesisine sahibiz. Biz üreticiyiz. Şişelerimizdeki yağın nüfus kağıdını biliriz.

#### **"Markamız satılık değil"**

#### **\* Marka değeriniz ne kadar?**

Hiç ölçmedik çünkü satılık değil. Bana göre paha biçilemez.

#### **\* Türkiye'de zeytinyağı pazarının büyümesi için önerileriniz neler?**

Ülkemizde zeytinyağının önemi 5-6 yıl önce keşfedildi. Hızla zeytin fidanı dikimine başlandı. Türkiye'nin hedefi zeytinyağı üretiminde 15 yıl içinde İspanya'nın ardından dünya 2'ncisi olmak. Ama üretimin yanında pazarın da gelişmesi lazım. Öncelikle kişi başına bir litreden az olan iç pazar tüketimi iki litre seviyelerine çıkarılmalı. Üreticinin zeytine olan ilgisinin azalmaması lazım. Bunun için de fiyat dalgalarından üreticinin olumsuz yönde etkilenmemesi için gerekli önlemler alınmalı. Dünya nüfusu ve eğitim arttıkça zeytinyağına olan talep artacak. Devamlı bir pazar var. Bir gün herkes zeytinyağı yiyecek.

#### **ZEYTİNİN ÖLMEZLİĞİNİ TAŞIYORUZ**

#### **\* Geçtiğimiz günlerde ürün gamınıza kişisel bakım ürünlerini de eklediniz. Bu alana yönelmenizde ne etkili oldu?**

Amacımız zeytinyağının kullanım alanlarını göstermek. Zeytinyağı binlerce yıldır insan sağlığı için kullanılıyor. Annem yaralarım zeytinyağı sürerdi. Yeni doğan bebekleri zeytinyağıyla ovarlardı. Biz bunu günümüze uyarlayarak losyonlar ürettik. Zeytin ağacının ölmezliğini insana taşıyoruz.