## Cuma

31 Temmuz 2004

# Zeytinyağı bir meyve suyudur

Merve YENAL

**29 bin üreticiyi çatısında toplayan, Türkiye'nin en büyük zeytinyağı firması Tariş, 2000'de özerkleştikten sonra Türkiye'de 'bir zeytinyağı kültürü' oluşturmak ve zeytinyağı bilincini artırmak üzere kolları sıvadı. Böylece mevcut zeytinyağı pastasındaki payını artırmayı hedefledi. Bu kapsamda ürün çeşidini artırmaktan, ürünlerin paketlenmesine ve sunumuna kadar birçok değişiklik yaptı. Diğer taraftan, Tariş'in reklam ve tanıtım işlerini üstlenen iletişim şirketi Concept, 'Tariş reklamlarıyla' basın ve televizyon dallarında Kristal Elma Ödülü'ne layık görüldü. Tariş ve Concept yetkilileriyle 'Tariş'in yeni yüzünü' konuştuk.**

Zeytinyağını hiç bir 'meyve suyu' olarak düşünmüş müydünüz? Ağaçta yetişen zeytin isimli meyvenin suyu... Türkiye'nin en büyük zeytinyağı üreticisi Tariş'e göre zeytinyağının herhangi bir meyve suyundan hiçbir eksiği yok. Tersine fazlası var. Zeytinyağı kalbe iyi geliyor, her tür yemeğin 'tadı tuzu' oluyor, Kuzey Ege'den güneye gidildikçe binbir farklı lezzet sunuyor. Ancak, buna rağmen Türkiye'de henüz bir 'zeytinyağı kültürü'nden bahsetmek zor. Bu nedenle de Ege'deki komşumuz Yunanistan'da kişi başına yılda 21 kg zeytinyağı tüketilirken bu rakam Türkiye'de yalnızca 800 gr.

İşte Tariş bu gerçekten yola çıkarak hareket etmiş. 2000'de özerkleşip devletin kontrolünden çıktıktan sonra önemli atılımlar gerçekleştirmiş. Türkiye'de 'zeytinyağı' bilincini artırmayı hedefiyle yola çıkmış.

**SANATÇIYLA ÇALIŞTILAR**

Bir taraftan ürüne ve pazara dayalı araştırmalar yapmış. Diğer yandan ürünün tasarımından, sunumuna, paketlemesine kadar her şeyini elden geçirmiş. Etiket ve şişe tasarımlarında heykeltıraş, tasarımcı Can Erçin ile çalışmaya başlamış. Zeytinyağı hakkındaki bilgi eksikliğini gidermek amacıyla bir kitapçık yayınlanmış. Otellerle ve restoranlarla farklı Tariş ürünlerinin kullanılmasını teşvik eden kampanyalar yürütülmüş. Ticari organizasyonu düzene sokmak amacıyla Tariş Zeytin AŞ adlı bir pazarlama şirketi kurulmuş.

Türkiye'de uzun yıllar sızma ve Riviera olarak iki tatla sundukları zeytinyağlarına çeşitlilik getirmişler. Farklı tat ve lezzette, şık ambalajlarda sunulan toplam 99 çeşit zeytinyağını piyasaya sunmuşlar.

İşin 'reklam' ayağında Concept isimli iletişim şirketi ile birlikte çalışıyorlar. Concept'le birlikte insanlara zeytinyağının bir meyve suyu olduğunu, Ege koleksiyonundan oluştuğunu, Ege'nin denizinin kokusunu, güneşinin lezzetini anlatmak amacıyla yola çıkmışlar. Zeytinyağının doğallığını vurgulamayı amaçlamışlar. Concept gerçekleştirdiği bu projesiyle bu yıl basın ve televizyon dallarında Kristal Elma Ödülü'ne layık görüldü.

Zeytinyağı Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Cahit Çetin ve Concept İletişim Genel Müdürü Volkan İkiler ile 2000'lerden sonraki Tariş'i, yeni imajını ve hedeflerini konuştuk.

**Cahit Çetin: 99 çeşidimiz var**

**Türkiye'de zeytinyağı neden önemli?**

- Akdeniz mutfağında mutlaka şarap ve zeytinyağı vardır. Türkiye'de zeytinyağı tam 50 yıl başka yağların, özellikle de margarinin baskısı altında kaldı. Zeytinyağı, bir bitkisel yağdır. Ama diğer bitkisel yağlarla zeytinyağını ayıran en önemli özellik zeytinyağının tohum yağı değil meyve yağı oluşudur. Diğer tohum yağları işlem görür. Kavrulur, ezilir, sıkılır ve birkaç defa rafine edilerek açık sarı renkli yağlar elde edilir. Zeytinyağı ise aynı meyvesuyu gibi doğrudan tüketilme şansına sahiptir.

**Tariş olarak hedefiniz nedir?**

- Türkiye bugüne kadar zeytinyağını karma bir lezzetle tanıdı. Oysa ki coğrafi bakımdan Ege bölgesi zeytinyağı açısından çok zengin bir yapıya sahip. Türkiye bugüne kadar bunu tanımadı. Tariş olarak bu eksiği kaldırmak istedik. Çanakkale'den Muğla'ya 33 kooperatif merkezine ve yedi şehire dağılmış 29 bin ortağımız var. Ege Bölgesi'ndeki zeytincilerin yüzde 30'u ortağımız. Zamanla bütün çiftçileri aynı havuzun içinde toplamak istiyoruz.

**Dünya pazarında hedefiniz nedir?**

- Dünya pazarlarında yerimizi alıyoruz. Ama en önemli özellik Türkiye'de eksik olan zeytinyağı kültürünü koymak.

**Ürünlerinizi yurt dışından sipariş etmek mümkün mü?**

- www.taris.com.tr isimli sanal bir marketimiz var. Bu siteden dünyanın her yerine sipariş verebiliyorsunuz. Avustralya'da bile olsanız en geç 10 gün içinde evinize istediğiniz Tariş markasını alabiliyorsunuz. Bu konuda benzer bir site yok. Sitemiz iki yıl üst üste Altın Örümcek ödülü aldı. İtalya'da Napoli Üniversitesi'nde Türkiye'den tek çağdaş ticaret tasarım modeli olarak akademik ortamda tartışıldı.

**VOLKAN İKİLER:** Hedef 30 yaş

**Tariş'le ilgili iletişim hedeflerinize ulaştınız mı?**

**-** Tariş dört yıldan bu yana markalaşma sürecini çok iyi başarmış. Şişelerden, ürünlerin etiketlerine, dağıtımına kadar her şeyi oturtmuş. Bizim yapmamız gereken şey, bunları tüketiciye çok net bir şekilde iletmekti. Çok yüksek bir bütçe yoktu. Dolayısıyla akıllıca ve geri dönüşü olan bir yatırım yapılması gerekiyordu. Çeşitli araştırmalar yapıldı ve ona göre harekete geçildi. Zeytinyağında hedef 30 yaş üstüdür. Kampanya başlangıcında zeytinyağı denince ilk akla gelen marka olmada Tariş'in yüksek seviyelere çıkmasını hedefledik. Çünkü gördük ki ilk akla gelen marka, satın almayı da etkiliyordu.

**Kristal Elma ödüllü reklamlarınızda nasıl bir tarz benimsediniz?**

- Çok sade ve yalın, reklam kargaşasından ayrışan bir tarz benimsedik. Bunu yapmamızın amacı zeytinyağının yalınlığını, sadeliğini tüketiciye hissettirmekti. Başlamadan önce 'ilk akla gelen marka olmada' Tariş'in payı yüzde 16'ydı. Şimdi yüzde 28.5'a çıktı. Yani, artık zeytinyağı deyince 100 kişiden 28.5'inin aklına Tariş geliyor. Bu pazar hızlı artmıyor. Dolayısıyla mevcuttan pay alıyoruz.

**Harrods'da bile satılıyor**

Tariş Zeytinyağı Birliği uluslararası Zeytinyağı Konseyi tarafından bütün dünyada kalitesine garanti verilen 16 firmadan biri. Bu özelliği ile Türkiye'de ilk ve tek olma özelliği taşıyor. İçinde soya kültürü ile öne çıkan Japonya'nın da bulunduğu 28 ülkeye kendi markası ile zeytinyağı pazarlıyor. İngiltere'de yüksek gelir grubuna hitap eden Harrods mağazasında da satılıyor. Tariş Zeytin ve Zeytinyağı Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Cahit Çetin Türkiye'nin 50 yıl önce zeytinyağı üretiminde İspanya ve İtalya'nın arkasından üçüncü sıradayken, bugün Yunanistan, Tunus ve Suriye'nin öne geçmesiyle altıncı sıraya düştüğünü söylüyor.

geri
arkadaşıma yolla
yazıcı için
yukarı

Yorumlarınızı Yazınız

Bu haber hakkında henüz yorum yok

En Beğendiğiniz 10 Haber
Lütfen bu haberi değerlendiriniz...
Beğenmedim 1 | 2 | 3 | 4 | 5 Beğendim

RSS
© Copyright 2006 Hürriyet
www.hurriyetkurumsal.com