



Perakende Yayıncılığında 20. yıl

[Firmalar](#)
[Sektör Haberleri](#)
[Röportajlar](#)
[Özel Haberler](#)
[Yazarlar](#)
[Kim Kimdir](#)
[TVideo](#)

[KURUMSAL ÜYEMİZ OLUN!](#)
[E-BÜLTENİMİZE KATILIN!](#)

[ARA](#)

Perakende.org » Gıda » **Aymar İcra Kurulu Başkanı Nihat Özyurt**

Aymar İcra Kurulu Başkanı Nihat Özyurt

30 yıllık Aymar markası, yeni bir kimlik ve bakış açısıyla pazardaki güçlü konumunu koruma çabasında... Aymar İcra Kurulu Başkanlığına atanan Nihat Özyurt, yeniden düzenlenen bayilik altyapısı ve yağ dışı sektörlerle yapılacak yatırımlarla Aymarı Türkiye'nin 5 büyük gıda firmasından biri yapmayı hedefliyor

[f](#)
[t](#)
[g+](#)
[p](#)
 Haberi paylaşın

Yazı boyutu:



Ekleme Tarihi : 09 Eylül 2009 Çarşamba

Özlem ELGÜNAymanın ikinci kuşak temsilcilerindensiniz. Öncelikle sizi tanyalım mı? Neler yaptınız bugüne kadar?1981 yılında Gaziantep'te doğdum. Bilgi Üniversitesi İşletme Bölümü mezunuyum. 2005-2007 yılları arasında yine aynı üniversitede MBA yaptım. 2003 yılından bu yana Aymarda çalışıyorum. Öncelikle Satış Sorumlusu olarak göreve başladım, daha sonra Pazarlama Direktörü olarak devam ettim. Yeni yapılanmalar neticesinde ise İcra Kurulu Başkanlığı görevine atandım. İş

hayatına erken yaşlarda başlamanın, mesleği babadan devralmanın artı ve eksileri neler?Tabii ki okul olmazsa olmaz ama okulda her şeyi öğrenme şansınız yok. Okul, bir olay karşısında doğru karar vermenizi sağlıyor ancak gerçekte olayların nasıl yürüdüğünü, hayatın kendisini yaşayarak daha iyi anlıyorsunuz. Öğrencilere tavsiyem üniversitedeyken çalışmaya başlamalardır. Aksi takdirde mezun olduktan sonra sudan çıkmış balığa dönebilirler. İyi yerlerde eğitim almış, başarılı öğrenciler; okul bittikten sonra iş hayatına girdiklerinde bocalayabiliyorlar. Bu nedenle okulu ve işi dengelemek, daha sonra hüsranla uğramamak açısından çok önemli... Okul süresince iş de devam ettiğinde daha fazla pratik yapma imkânınız oluyor. Hayata daha erken yaşta başlıyorsunuz. Bunlar artılar. Buna paralel olarak sosyal hayatı da kaçırmamak gerektiğini düşünüyorum. Bir yönetici, işinde istediği kadar başarılı olsun, sosyal hayatını ihmal ettikten sonra ilişkilerini doğru kuramaz. Altyapımız rakiplerimizin önünde Özyurt ailesi olarak Aymar 2002 yılında Unilever'den sıfır pazar payı ile satın aldınız ve markayı bir anlamda yeniden yaratınız. Bu süreçte yapılan yatırım miktarından ve süreçten bahseder misiniz?Aymar, Türkiye için önemli bir marka. Türkiye'deki 140 meşhur marka unvanı almış isimden bir tanesi. 1979'da Koç Holdingin kurduğu, 1989'da Unileverin devam ettirdiği, 2003'ten beri de bizimle süregelen bir marka. 2003 yılında ilk iş olarak teknolojik altyapı yatırımı yaptık. Üretim teknolojisini revize ettik. Dünyanın ikinci büyük bağımsız denetim şirketi olan The British Standards Institution (BSI) ile anlaşma yaptık. BSI, Türkiye'deki herhangi bir satış noktasından, herhangi bir Aymar ürünü alıp bizim adımıza denetleyebiliyordu. Aynı şekilde üretim esnasında da ürünleri denetime tabi tutuyordu. Bu, tüketici adına pozitif bir durum... Zira Türkiye'de bugün en büyük sıkıntılardan biri, gıda güvenliği... Hilenin ve merdiven altı üretimin çok fazla olduğu sıvıyağ sektöründe böyle bir denetleme ilk kez yapıldı. Bu çok önemli... 2003 yılından bugüne kadar iletişim ve pazara yönelik çalışmalarımız yoğun bir şekilde devam ediyor. Bundan sonra daha farklı ve daha etkili çalışmalarla ilerleyeceğiz. Yatırım konusuna gelince, o günkü şartlarda rakiplerimize nazaran en fazla yatırımı biz yaptık. Bugün baktığımızda Aymar üretim tesisleri, Türkiye'deki üç büyük üretim tesisinden biri. Rakiplerimizin önünde bir altyapıya sahibiz şu anda. Aymarın ürün gamında neler var?Aymar Ayçiçek Yağı, Mısır Yağı, Naturel Sızma Zeytinyağı, Riviera Zeytinyağı, Kanola ve Soya Yağı. Ayrıca Aymar Köy, Aymar Şifalı, Kupa ve Ema isimli markalarımız da mevcut. Aymar Zeytinyağı, pazarda yaklaşık 2 yıldır ciddi bir mesafe aldı. Zeytinyağımız pazardaki lider beş marka arasında. Hedef, beş yıl içinde ilk beşte olmakAymarda Satış Direktörü iken İcra Kurulu Başkanlığına atandınız. Yeni görevinizle birlikte Aymarda neler değişecek?Öncelikle kurumsal kimlik değiştirme çalışmalarına başladık. Buna paralel olarak satış organizasyonumuzda birtakım iyileştirmeler yapıyoruz. Bayilik altyapımızı tekrar düzenliyoruz. Ankara, İstanbul, Adana, Antalya gibi büyük illerde bulunan müşterileri ilişkileri gelişmiş, kredibilitesi yüksek bayiler; 15-20 yıldır bayiliğini yaptıkları markaları bırakıp Aymar bayisi olmaya başladılar. Satış kanalındaki bu çalışmalar bizim için çok önemli. Doğru bir altyapı oluşturmamız gerekiyor ki yaptığımız iletişim çalışmalarını bunun üzerine entegre edebilelim. Bir konsolidasyon var aslında. Rafta üç-dört tane ürün koyacak yer var. Büyüklük belli olmaya başladı. O nedenle bu bayiler ve marketler hangi ürünü satmak istediğine karar veriyor. Bu bayiliklerin neticesinde alt kanalda ve yerel marketlerde geçmişe nazaran çok daha fazla hareket sağlamaya başladık. Bunun asıl sebebi, geçmişe nazaran daha yoğun iletişim çalışmalarını yapmamız ve bunun neticesinde Aymarın çok daha güçlü bir marka olması. Aymar, perakendecinin en fazla kâr ettiği marka. Marketleri yarı yolda bırakmıyoruz. Kim Aymar satıyorsa memnun ve para kazanıyor. Şu anda 130'un üzerinde bayimiz var. Güçlü bayilerle yaygınlığımız daha da artacak. Bunun beraberinde yağdaki sirkülasyonumuz artarken, diğer ürün gruplarına girme konusunda da birtakım düşüncelerimiz var. Aymar şemsiyesi altında başka markalarla ürün portföyümüzü genişletmeyi planlıyoruz. Ne gibi ürünler üzerinde çalışıyorsunuz?Şu anda araştırma aşamasındayız. Henüz netleşmiş bir şey yok. En azından şunu söyleyebiliriz, biz bu sektörde iddialıyız. Önümüzdeki beş yıl içerisinde hedefimiz, Türkiye'nin beş büyük gıda firmasından biri olmak. Aymarın şu anki cirosu ve pazar payı nedir?2008 Ocak rakamlarına göre 500 büyük sanayi kuruluşundan biriyiz. Sadece dört büyük yağ firması ilk 500'e girebildi. Aymar da bunlardan bir tanesi. O nedenle şu anda Türkiye'deki dört büyük sıvıyağ firmasından biriyiz diyebilirim. Hedefimiz çok daha üst seviyeler. İhracat, 2010'da başlayacakPeki ya yurt dışı hedefleriniz? Başka pazarlarda da çalışmalarınız var mı?Şu anda ihracatımız bulunmuyor. Öncelikle Aymarın yurt içerisinde çok daha etkin ve güçlü bir hale gelmesi için çalışıyoruz. Bütün ilginiz, Aymarın yurt dışında arzulanmış noktaya getirebilme. Ama yurt dışından çok talep alıyoruz. İrak'tan, Avrupa ülkelerinden, İranda, Türk Cumhuriyetlerinden sıvıyağ talebi var. İhracata 2010 yılında başlamayı planlıyoruz. Türkiye, yıllık yağ ihtiyacının yarısından çoğunu ithal ediyor. Bunlar daha çok hangi türler?Yağın yüzde 70'i ithal ediliyor. Tükettiğimiz mısır yağının tamamı, ayçiçek yağının ise yüzde 55-60'ı yurt dışından geliyor. Petrolün sonra en fazla parayı soya ithalatına harcıyoruz. Margarin dahil, yaklaşık 3 milyar dolar gibi bir rakam bu. Ülke olarak buğdayı da ithal ediyoruz. Türkiye'nin her zorunlu ihtiyaç maddesinde dışa bağımlı hale gelmesi iyi bir durum değil. Biz de kanola yağı ile en azından yağ konusunda bağımlılığı azaltarak katma değerde bulunmayı arzu ediyoruz. Marketlerde en çok satılan yağ kanolaHızır söz açılmışken kanola yağından da bahsedelim isterseniz. Sağlığa yarar, tanıma uygunluğu ve fiyat politikası nedeniyle Avrupa ve Amerikada üretim ve tüketim açısından birinci sırada yer alıyor bildiğim kadarıyla... Bu konuda ne gibi çalışmalar yapıyorsunuz?Kanola, soya ile birlikte dünyada en çok tüketilen sıvı yağ. 2007 yılının sonunda bizim dile getirdiğimiz, pazara sunduğumuz ve aslında devrim yarattığımız bir konu. Bugün, Türkiye'deki sıvıyağ satışının yüzde 10-11'i kanola. Bu oran 2007 yılında yaklaşık yüzde 2 seviyesindeydi. Yurt içinde üretimi de her geçen gün artıyor. Perakendeciler bu işten çok memnun. Markette en çok satılan, bazı noktalarda ayçiçeğinden daha fazla hareket sağlayan ürün, kanola. Marketçileri organize perakendedeki kısır döngüden de kurtarıyor. Sıvıyağ, marketler için çok önemli bir ürün. Şu anda birçok market, ayçiçek yağı ve mısır yağındaki rekabetin önüne kanola yağı ile geçmiş durumda. Bu nedenle bazı marketler ısrarla kanola talep ediyor. Ayçiçek yağı ve mısır yağından daha ucuz. Yani ucuz perakendeci imajını da güçlendiriyor. Başka bir haber vereyim size; Fayda AŞ'nin şu anda kendi markası dışında sattığı tek ürün Aymar Kanola. Tüketici için de daha sağlıklı, daha ucuz ve dünyada en çok tercih edilen sıvıyağ olarak bilinen bir ürün. Kanola yağı konusundaki iletişimimiz bundan sonra çok daha yoğun olacak. Marketçiler bu konuda oldukça bilinçlenmiş ama tüketiciler de yeterince bilinçli mi acaba? Bununla ilgili çalışmalarınız da var mı?Aslında tüketici de kanola yağı konusunda bilinçli ama bir kesim hala çekingen davranıyor. Kanola yağı, diğer yağlara nazaran daha hafif, daha açık renkli ve daha akışkan, suya daha yakın bir nitelikte. Dolayısıyla daha düşük derecede donabiliyor. Müşterilerin alışveriş yaptıkları marketlerden kanola yağı talep ettiklerini duyuyoruz. Kanola kullanan başka ürün kullanmıyor. Bu arada geçen sene tüketiciye yönelik birtakım iletişim çalışmalarını da gerçekleştirdik ve bu çalışmalarımız yoğunlaşarak devam edecek. Sektörde rekabet arttıKriz sonucunda yağ sanayicilerinin sermaye yapısı ya da hammadde temininde güçlükler yaşandı mı? Kriz nasıl etkiledi sektörü?Hammadde temininde bir sorun yok. Sıvıyağ kolay bulunabilen, istendiğinde ithal edilebilen bir ürün Ancak organize perakendede satışların azalmasıyla rekabet arttı. Özellikle sıvıyağda yapılan uygulamalar geçmişe nazaran daha üst boyutlarda. Bu da ister istemez markasız veya alt markalı firmaları etkiledi, piyasa kaybetmelerine neden oldu. Şimdi de bir öncesine göre daha iyi ama ramazan dönemi dolayısıyla devam edeceğini tahmin ediyorum. Sektörünüzün durumu hakkında ne düşünüyorsunuz?Perakendecilik geliştikçe alt markalar kaybolmaya başladı. Alt markaların kaybolması, tesislerin kapanması, çalışanların da işsiz kalması anlamına geliyor. O nedenle perakendenin gelişmesi, esasında böyle de bir sıkıntı yaratıyor. Bana göre alt markalar her sektörde desteklenmeli. Dışa bağımlılığı artık azaltmamız gerekiyor. 10 sene sonra dünyanın en büyük 10 ekonomisinden biri olacağız diyoruz ama bu lafla olmaz. Merdiven altı üretim çok yüksek oranda... Devletin denetimi yetersiz olduğu için birtakım hileler yapılabiliyor. Biz de her şeyi yasal bir şekilde yürüten firmalar olarak, bunlardan zarar görüyoruz. Sektörün esas sıkıntılan bunlar. Merdiven altı üretimin önüne geçilmesi ve denetlemelerin daha sık yapılması gerekiyor. Ambalaj üzerinde ne yazıyorsa içinde de o olmalı. Aksi halde zaten düşük kârlı çalışan bir sektörde, firmalar bu işten çok zarar görür. Bu röportaj Market dergisinden alınmıştır

Firma Haberleri [Tümü](#)

[adese](#) ADESE
Adese 2013 yılını değerlendirdi

[antares](#) ANTARES ALIŞVERİŞ MERKEZİ
Antares'te sevgililer günü bol sürprizi

[varlibas](#) VARLIBAŞ AVM
Varlibaş AVM'den bugüne özel çekiliş

1 2 3

Yazarlar [Tümü](#)

Semra Sevinç
Merhaba

Yılmaz Pekmezcan
Perakende Akademisi faaliyetlerine başlıyor

Özcan Yazıcı
"Ben neredeyim burası neresi?"

1 2 3

TVideo [Tümü](#)

Aqua Florya AVM

Perakende.org
[Beğen](#)

7.492 kişi Perakende.org'u beğendi.

Facebook sosyal eklentisi