



Nestlé benimle

Sayı 05 Aralık 2009/Ocak-Şubat 2010

İlk hasatın armağanı: Bendane



Bol fıstıklı memleket: Gaziantep



Mükemmel çikolatanın sırrı burada



Emre Altuğ:
"Kuzey, benim için yeni bir aşk"



İçindekiler

02 Kültür

Gaziantep



06 Sohbet

Rıdvan Dilmen

08 Söyleşi

Devrim Cöbek



11 Konsept

DAMAK BENDANE

12 Haber

Çikolata Mükemmeliyet Merkezi

14 Sohbet

Ömür Arpacı

16 Haber

Türkiye'nin güvendiği su

18 Sohbet

Burak Kut



20 Lezzet

Bir çikolata klasiği

22 Haber

Esnaf lokantaları

25 Nostalji

Salep

26 Sohbet

Metin Arolat

28 Sağlık

Kış hastalıklarına dikkat

30 Sohbet

Emre Altuğ

Nestlé

Dergi adı
NESTLE benimle

İmtiyaz Sahibi
Kerem Ayırtman

Büyükdere Cad. No: 256 Nuru Plaza A Blok K: 6
34398 Maslak - İstanbul

Sorumlu Müdür
Yaprak Kanlıoğlu

Büyükdere Cad. No: 256 Nuru Plaza A Blok K: 6
34398 Maslak - İstanbul

Yayın türü
Yaygın süreli

İçerik ve Tasarım Uygulama
İÇERİK FABRİKASI
İLETİŞİM DANIŞMANLIK VE TİC. LTD. ŞTİ.

İÇERİK FABRİKASI
İletişim Danışmanlık ve Ticaret Ltd. Şti.

Kore Şehitleri Caddesi, Kaya Aldoğan Sok.
Aydagül İş Merkezi No: 6/11
Zincirlikuyu-Şişli / İstanbul
Tel: 0212 356 2663
e-mail: bilgi@icerikfabrikasi.com
web: www.icerikfabrikasi.com

Dergi yönetim yeri

Büyükdere Cad. No: 256 Nuru Plaza A Blok Kat: 6
34398 Maslak - İstanbul
Tel: 0212 329 5880
Faks: 0212 329 6038
e-posta: yaprak.kanlıoglu@tr.nestle.com

Renk Ayrımı ve Basım

Tempo Matbaacılık ve Ambalaj San. A.Ş.
İkitelli Org. San. Blg. Turgut Özal Cad.
No.: 116/1 34670 İkitelli - İstanbul
Tel: 0 212 549 3460

"Nestlé benimle" Dergisi'nin içerik ve tasarımı içerik fabrikası iletişim danışmanlık ve tic. ltd. şti. tarafından yaratılmış olup, Fikir ve Sanat Eserleri Yasası kapsamında eser olarak koruma altındadır. "Nestlé benimle" Dergisi'nde yayınlanan yazı ve fotoğrafların yayma hakkı ve "Nestlé benimle" markası ve logosu Nestlé Türkiye Gıda San. A.Ş.'ye aittir. Kaynak gösterilse dahi, hak sahiplerinin yazılı izni olmaksızın ticari amaçlarla kullanılamaz.

Dergide yayınlanan yazılar, yazarların kişisel görüş, yorum ve tavsiyelerini içermektedir, içerik fabrikası iletişim danışmanlık ve tic. ltd. şti. veya Nestlé Türkiye Gıda San. A.Ş., yazılarda yer alan bilgi, görüş ve tavsiyeler nedeniyle doğabilecek maddi veya manevi zararlardan hiçbir şekilde sorumlu değildir.

Sunuş

Değerli okurlar,

Geride bıraktığımız 2009 yılının Nestlé için çok özel bir anlamı vardı: Türkiye'deki 100. yılımızı kutladık.

Türkiye pazarına 1875 yılında giren Nestlé, 1909'da Karaköy'de ilk satış şubesini hizmete açtı. 100 yıl süresince Nestlé, Türkiye için yeniliklerin ve ilklerin öncüsü oldu. Türk halkının en güzel anlarına tanıklık etti. Türkiye'de nesiller Nestlé ürünleriyle büyüdü. Nestlé onların hayatlarının bir parçası oldu, kendi Türkiye öyküsünü yarattı.

Nestlé, yıllar içerisinde uluslararası bir marka olmanın da ötesinde Türkiye'nin markası haline geldi. Türk insanlarıyla iç içe yaşayan, onların hayatlarının her anına dokunan bir marka... Türkiye'deki 100. yılımızı geride bırakırken 800 ürün çeşidiyle hayatınızın parçasıyız. 100 yıllar daha bu topraklarda yatırım yapmaya, yeni ürünler geliştirmeye ve değer yaratmaya devam edeceğimizi taahhüt ediyoruz.

Değer yaratmak, kurulduğu günden bu yana Nestlé'nin en temel iş stratejisini oluşturuyor. Bu yaklaşım doğrultusunda faaliyet gösteren Nestlé, 100 yıldır sadece ürünleriyle değil, çevre, su ve sağlıklı beslenme alanlarında yaptığı çalışmalarla da Türkiye'ye değer katıyor. Yarattığı yeni kategoriler ile gıda endüstrisine ve Türk ekonomisine katkıda bulunuyor.

Yeni yıla girdiğimiz bu günlerde, "Nestlé Benimle"nin 1. yılını tamamladık. "Nestlé Benimle" hayatınızı paylaşmamızı sağlayan başka bir araç. Geçtiğimiz yıl "Nestlé Benimle" çalışanlarımızın, iş ortaklarımızın ve onların ailelerinin hayatlarının bir parçası haline geldi. Şimdi de siz tüketicilerimizle paylaşmaktan gurur duyuyoruz. "Nestlé Benimle" ailenizdeki her bireye dokunacak ve hayatınıza keyif katacak. Keyifle okumanız dileğiyle.

Mutlu yıllar...



Dr. Hans-Ulrich Mayer
Nestlé Türkiye
Yönetim Kurulu Başkanı



Bol fıstıklı memleket

Gaziantep, sanayi gelişimi ve kalkınmışlık düzeyi açısından bölgede birinci, Türkiye genelinde ise dokuzuncu sırada yer alıyor. Türkiye sanayisi ve ticaretinde oldukça önemli bir paya sahip olan Gaziantep, baklavası ve fıstığıyla ön plana çıkıyor.



Halk arasında Antep olarak bilinen ve Güneydoğu Anadolu ile Akdeniz Bölgesi arasında yer alan Gaziantep, coğrafi açıdan bölgenin en büyük ikinci şehri. Sanayi gelişimi ve kalkınmışlık düzeyi açısından bölgede birinci olan kent, Türkiye genelinde ise dokuzuncu sırada yer alıyor. Dünyanın hala yaşanılan en eski kentlerinden biri olan Gaziantep, Türkiye sanayisi ve ticaretinde oldukça önemli bir konuma sahip. Bunun nedeni de şehrin hem Anadolu ile Mezopotamya arasında stratejik bir konuma sahip hem de liman kentlerine oldukça yakın olması. Gaziantep denince akla ilk olarak baklavası, fıstığı ve kalesi geliyor.



Tarihi kent

Antik devirde ekonomik ve siyasi tüm faaliyetlerin yoğun bir şekilde sürdüğü Suriye ile Mezopotamya'yı İç Anadolu'ya bağlayan yolların geçtiği yerlere Dülük (Doliche) denir-miş. Dülük Bölgesi de Gaziantep'in 12 km. kuzeyindeki Antep-Maraş yolu üzerindeki tarihi bölgeye verilen ad. Geçmişten günümüze her zaman çok önemli bir nokta olan bu bölge, Osmanlı'dan günümüze birçok tarihi olaya da tanıklık etmiş. Osmanlı döneminde Halep'in bir ilçesi olan Gaziantep, Cumhuriyet'in ilanıyla birlikte hemen il olur. Böylece İslahiye, Kilis, Oğuzeli, Nizip, Birecik, Yavuzeli ve Pazarcık ilçeleri bu kente bağlanır. Milli Mücadele yıllarında Mustafa Kemal Atatürk'ün de büyük sevgisini kazanan şehir, güçlü direnişiyle her zaman destek bulmuştur.

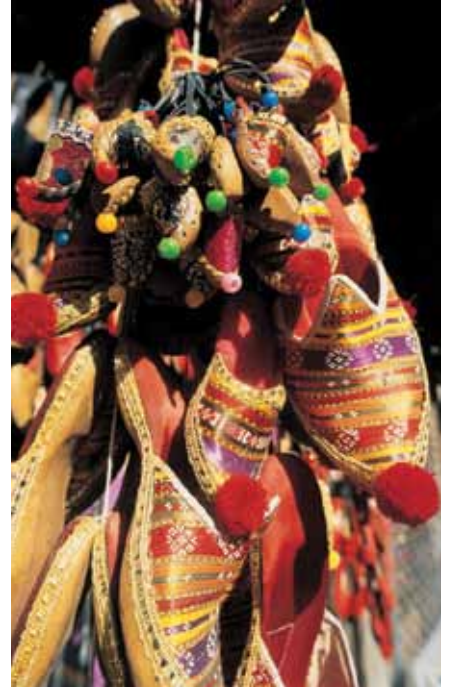
Dünyaya açılan kapı

Girişimci bir yapıya sahip olan Gaziantep'iler, tarım ve hayvancılığın yanı sıra el sanatlarıyla da uğraşmışlar. Böylece özel girişimciler kurdukları fabrika ve atölyelerle, Türkiye ve dünyada özellikle bazı dallarda kısa zamanda söz sahibi olmuşlar. Bugün iplik, makarna, mercimek, un, irmik üretiminde söz sahibi olan Gaziantep, Türkiye ihracatının yüzde dokuzunu gerçekleştiriyor. Bölgede ekonomik ve jeopolitik olarak önemli bir konuma sahip olan şehir, Güneydoğu Anadolu Projesi'nin de (GAP) dünyaya açılan en önemli kapılarından biri.

Gaziantep Kalesi

Şehir merkezinde yer alan Gaziantep Kalesi, Türkiye'deki kalelerin en güzel örneklerinden biri. Daire planlı olan kalenin çevre uzunluğu tam 1200 metre. Büyük taşlarla örülmüş duvarları ise 12 kule burçla destekleniyor. Kalenin üzerinde ayrıca cami, sarnıç ve yapı kalıntıları bulunuyor. Alt bölümlerde ise üst yapıya destek sağlamak amacıyla büyük odalar, galeriler ve dehlizler yer alıyor.





Kale, ihtişamı ve heybetiyle tüm tarihini bir sır gibi saklarken; kalenin ne zaman ve kimler tarafından inşa edildiği hala bilinmiyor. Sadece kalkolitik dönemden beri var olduğu tahmin ediliyor.

“Yeşil Altın”

Denizden yüksekliği 750 metre olan Gaziantep, yüksek olmayan tepeler ve platolardan oluşan topografik bir yapıya sahip. Gaziantep topraklarının yüzde 60'ı tarıma elverişli durumda. Bu alanlarda zeytin, fıstık, meyve ve sebze yetiştiriliyor. Özellikle fıstık üretimi ve satışı konusunda Gaziantep ilk sırada yer alıyor. Bölge halkı tarafından yeşil altın olarak adlandırılan antepfıstığı, Gaziantep mutfağının vazgeçilmezleri arasında yer alıyor.



Gaziantep denilince akla ilk gelen şeylerden biri olan antepfıstığının tarihi ise 2 bin yıl öncesine kadar uzanıyor. Güneydoğu

Anadolu'ya yerleşen Etiler tarafından kültüre alınmış ve o çağlarda kral sofralarına girmeye hak kazanmış olan antepfıstığı, dünyada uygun mikro iklimlerde yetişiyor. Üretimi Türkiye'de 56 ile dağılmış olsa da fıstığın yüzde 96'sı Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yetiştiriliyor. Yaklaşık 55 milyon fıstık ağacıyla dünyanın üçüncü büyük fıstık üreticisi olan Türkiye'de fıstıkların yüzde 80'i Gaziantep'te yetişiyor. Baklavadan şekere, pastadan çikolataya kadar birçok alanda kullanılan antepfıstığı, çerez olarak da bolca tüketiliyor. Nestlé DAMAK® çikolatanın da en önemli içeriği olan antepfıstığı, ihracatta da önemli oranda döviz kaynağı sağlıyor. Bu nedenle ekonomik açıdan ciddi bir öneme sahip.

“Nestlé bizleri liderliğe taşıyor”

1974'te Adıyaman'da kurulan ve 20 yıl gıda toptancılığı yapan Hamurcular Gıda, iki yıldır Nestlé'nin Gaziantep'te distribütörlüğünü yapıyor. Şu an Gaziantep, Adıyaman, Kilis, Osmaniye, Kahramanmaraş illerinde, Sivas'ın Gürün ve Malatya'nın Darende ilçelerinde faaliyetlerini sürdürüyor.

İşlerini büyütmek ve ileriye taşıyabilmek için yeni bir depo yatırımdan sonra, Nestlé distribütörlüğünü alan Hamurcular Gıda'nın sahiplerinden Nevzat Hamurcu, “Nestlé deyince aklıma her proste kalite, sistem, kural, disiplin, güç, tecrübe, başan gibi sözcükler geliyor. Lider olan bir şirket, böyle bir ortaklık sizi liderliğe taşır. Nestlé ile çalıştığımız dönemde lider olmanın sorumluluklarını daha iyi anladık” diyor.

50 araçlık bir operasyon ile işlerini sürdürdüklerini söyleyen Hamurcu, Nestlé ile çalışmanın avantajlarını şöyle anlatıyor: “Nestlé dünyanın gıda devi ve ayrıca yeniliklere çok açık ve hızlı gelişen bir firma. Böyle bir firma ile çalışırken elbette çok şey öğreniyorsunuz. Nestlé'nin süreç yönetimi ve bu yönetim, sonuçlara ulaşması takdir edilecek bir yönetim şekli. Bunları hayatınıza ve işinize kopyalamanız gerektiği kanaatindeyim. Böyle bir firma ile çalışınca kendi ticaretinizi de geliştirmeniz kaçınılmaz oluyor. Nestlé ile çalışmaya başlayınca ticaretimize ölçülebilirlik, analiz gibi birçok terim altı dolu bir şekilde dahil oldu. Bunların yanı sıra böyle bir marka cenneti ile sahada bulunmak sizi olduğunuzdan da güçlü hissettiriyor. Bu gücü arkanıza alabilmek ciddi bir avantaj.”

“Nestlé tüketici alışkanlıklarını değiştirdi”

Nestlé'nin 100 yıldır Türkiye'de tüketici alışkanlıklarını değiştirdiğini, Türk insanını çikolata ve kahve ile tanıştırdığını dile getiren Hamurcu, “Nestlé, kahvaltılık kültüründe devrim yapıp sofraya kahvaltılık gevrekleri koyabilmek, çocuklara sütü sevdirmek, hazır çorbayı mutfağın vazgeçilmezini yapmak gibi birçok firma için imkansız olan işlerin altına imza attı. Bu topraklarda yüzyıllarca kalarak bizleri birçok yeni tatla tanıştıracacağına eminim” diyor.



“Nestlé'den çok şey öğrendik”

Uzun yıllar gıda toptancılığı yapan Şener Gıda, üç yıldır Nestlé'nin Gaziantep'te distribütörlüğünü yapıyor. Şener, İbrahim ve Özlem Çiftçi kardeşlerin başında olduğu Şener Gıda, 16 araçlık bir operasyonla çalışmalarını sürdürüyor.

Nestlé'nin uluslararası ve çok sistemli bir şirket olarak ciddi bir tecrübeye sahip olduğunu söyleyen Şener Çiftçi, işlerini daha ileriye taşıyabilmek adına distribütörlüğünü yaptıkları süreçte Nestlé'den çok şey öğrendiklerini ve bu öğrendiklerinin ticaretlerine yön verdiğini belirtiyor.

Bir işin sistem dahilinde yapıldığı zaman başarının kaçınılmaz olduğunu Nestlé'den öğrendiklerini dile getiren Çiftçi, “Ayrıca gıda sektöründe bilinen, aranan ve istenilen bir markayı satmanın sayılamayacak kadar çok avantajı var” diyor.

“Nestlé ile yürümek ve büyümek bir mutluluk”

Nestlé'nin hiçbir gıda şirketinde bulunamayacak kadar oturmuş bir marka gücüne sahip olduğunu vurgulayan Çiftçi, Nestlé ile çalışmanın avantajlarını şöyle anlatıyor:

“Düşünebiliyor musunuz, bir firmanın distribütörlüğünü yapıyorsunuz ve sahada NESCAFE®, COFFEE MATE®, CRUNCH®, NESQUIK®, MAGGI®, KİTKAT®, DAMAK®, CHOKELLA® gibi markaları altındaki ürünlerle temsil ediyorsunuz. Bu ciddi bir güç ve sorumluluk gerektiriyor. Bu gücü hissetmek ayrı bir mutluluk elbette. Böyle bir firma ile çalışınca hayata bakışınız da ticarete bakışınız da değişiyor. Çok şey öğreniyorsunuz.

İnsanların şuna bakmasını istiyorum: Dünya üzerinde 100 yıldır bozulmadan kalabilen ve varlığını başarıyla sürdürebilen kaç ülke, kaç devlet var? Nestlé bizden üç nesil önce vardı. Hep büyüyerek başarısını sürdürdü. Bu sorumluluk ve bu ciddiyet ile bizden sonraki nesillerde de varlığını sürdüreceğine inancım tam. Böyle şirketle birlikte yürümek ve büyümek bir mutluluktur. Bu gücü yıllarca hissedebilmeyi, başarıları beraber kazanmayı diliyorum.”



Futbolun centilmen yüzü

Rıdvan Dilmen. Nam-ı diğer Şeytan Rıdvan. Türk futbolunun en yetenekli sporcularının başında geliyor. Türk futbolunda özel bir yeri olan Rıdvan, centilmenliğiyle taraflı tarafsız herkesin sevgilisi oldu.

Rıdvan Dilmen, taktik zekası ve oyun kabiliyetiyle Türk futbolunda kendine özel bir yer edindi. Fenerbahçe'nin 1998 yılında 103 golle rekor kırarak şampiyon olduğu sezon 19 gol atıp 38 gol atarak, şampiyonlukta en büyük rolü oynadı.

Hemen herkesin sevgisini kazanmayı başaran Rıdvan, kariyeri boyunca hiç kırmızı kart görmedi, futbol hayatını sadece üç sarı kart görerek noktaladı. Kariyeri başarılarla geçen Rıdvan'ın en büyük şanssızlığı ise yaşadığı sakatlıklar oldu. Bu nedenle futbolu bırakan Rıdvan, yazar, futbol yorumcusu, televizyon programcısı olarak çalışmalarını sürdürüyor.

Futbolda yıldızınız nasıl parladı?

Mahallelerde tanınan ve beğenilen bir oyuncuydum. 12 yaşındayken 15-16 yaşındaki çocuklarla oynuyordum. O za-

manlarda beni transfer etmek istiyorlardı. Turan Mahallesi'nde otuyordum, ama Cumhuriyet Mahallesi'nden beni transfer etmek istiyorlardı. Hatta rüşvet olarak içecek falan ısmarlamayı teklif ediyorlardı. 13-14 yaşlarıma geldiğimde mahalle maçlarının yıldızı olmuştum. Kalecilik de yapıyordum. O zaman beni Fenerbahçe'nin kalecisi İvançeviç'e benzetirlerdi. Normal mevkiye geçince de Cemil diyorlardı. Ben de Cemil Turan hayranıydım. Daha sonra 1978'de sokakta oynarken Nazilli'de Sümer Spor Kulübü'ne transfer oldum. Çok iyi iki sezon geçirip 25 futbol topu karşılığında Muğla Spor'a transfer oldum. Orada Kemal Dirikan hocamla çalıştım. 76 resmi maç yaptım. Hem genç takım hem de amatör küme için yaşım tutuyordu. Üç branşta şampiyon olduk. Ben amatör kümede, Muğla'da toprak sahada Bayır Spor diye bir takımdayken üç ay sonra kendimi Ali Sami Yen'de buldum. Bolu Spor'a

transfer olmuşum ve lise son sınıftaydım. Posterlerini biriktirdiğim takımlara karşı bir anda beni transfer ettiler. Serüven bu şekilde başladı. Sırayla Nazilli Sümer Spor, Muğla Spor amatör, 1981'de profesyonel olarak Bolu Spor'da iki yıl, dört yıl Sarıyer ve sekiz yıl da Fenerbahçe'de oynadım. O dönemler uluslararası maçlar nadir oynanıyordu. Yılda dört kez oynanıyordu. Şimdi ise yılda en az 20 defa oynanabiliyor.

Futbolun unutulmaz isimlerindensiniz.

1990'larda Rıdvan olmak nasıldı?

İnsanlar bizi ulaşılmaz görüyordu. O zamanlar Osmanbey'e gidip alışveriş yapmıyordum. Laf atanlar oluyordu. Fenerbahçe takımındayken Kıbrıs'ta bir maça gittik. Maç bittikten 45 dakika sonra, askerler eşliğinde staddan çıkabildim. Öyle bir sevgi gösterisi vardı. Geçenlerde bir sünnet davetiyesi aldım. İzmirli bir ailenin iki oğlu var ve oğulların adı; Rıdvan ve Dilmen. Futbolcu sadece attığı goller ya da oyunculuğuyla anılmamalı. Futbolu bırakalı 15 yıl oldu. Bugün hala ayakta durabiliyorsa, ne mutlu bana.

Futbolculuk günlerinizden neleri özleyorsunuz?

Her şeyi. Sabahın erken saatlerinde başlayan ağır antrenmanları bile özleyorum. Bir de futbola ilgili bence en güzel şeylerden biri sevdiğiniz işten para kazanıyor olmanız. Bunu ancak halı sahaya seve seve gidip bir de üstüne para verince anladım.





“Polemiğe girmeyi sevmem”

Ekranada çok sakinsiniz. Oysa programlarda ciddi tartışmalar yaşıyor.

Bilgi eksikliğinden. Ben istatistiki bilgi veriyorum. Ortaya gerçekleri koyuyorum, ama onlar kendi fikirleri üzerinde yoğunlaşarak yorum yapıyorlar. Birbirlerinin söylediklerini kabul etmiyorlar. Doğal olarak da tartışma çıkıyor. Ben polemiğe girmeyi sevmem. Gündelik hayatımda nasıl konuşuyorsam, ekranda da aynıyım.

Sezgileriniz çok kuvvetli...

Allah vergisi bir sezgi. Gerçekten de hissediyorum. İçimden geldiği gibi söylüyorum, oluyor. Tabii her zaman doğru olmuyor ama büyük çoğunluğu çıkıyor.

Haftada kaç maç izliyorsunuz?

Haftada en az 10 maç izliyorum. Statta izlemeyi çok seviyorum. Çünkü sahanın her yerine hakim oluyorsunuz.

İş dışında neler yapıyorsunuz?

Sinemaya gidiyorum. Akşamları çok dışarı çıkmam. Erdi adında bir oğlum, Eda adında bir kızım var. Yoğun bir çalışma tempom var, ama çocuklarıma da yeterli zaman ayırdığımı düşünüyorum. Erdi ile en çok beraber maç seyretmeyi seviyoruz. Kızım Eda da futbola çok meraklı.





08 söyleşi

Beyazlar içindeki prenses DAMAK®



Benim favorim Nestlé Black, eşiminki DAMAK

Sizin ve ailenizin favori çikolataları hangileri?

Ben en çok Nestlé Black portakallıyı seviyorum. İş hayatımın dışında, çikolatayı genelde eşimle akşam sohbetleri esnasında tüketiyorum. Eşimin favorisi DAMAK ve Nestlé KitKat. KitKat'ı daha günlük, DAMAK'ı ise ödül amaçlı tüketiyorum. Kızım ise şu sıra Nestlé bisküviliye hevesli. Oğlumuz ise daha küçük. Onun da ürünlerimizi zevkle tüketeceğinden eminim.



DAMAK®'in günlük, popüler kültür markası olmadığını söyleyen Nestlé Çikolata Grubu Genel Müdürü Devrim Cöbek, "DAMAK'ın başarısındaki en önemli etken tutarlı ve ağırbaşlı olması" diyor.

Türkiye'nin ilk fıstıklı çikolatası olan DAMAK®, gönüllerde taht kurmuş bir marka. DAMAK'ın Türk insanı için çikolatadan çok daha fazla şey ifade ettiğini söyleyen Nestlé Çikolata Grubu Genel Müdürü Devrim Cöbek, bunun satış rakamlarına da yansıdığını belirterek Türkiye'de her bir dakikada 40 adet DAMAK tüketildiğine dikkat çekiyor. DAMAK'ı "beyazlar içindeki prenses" diye nitelendiren Cöbek, "DAMAK'ın teknik gizemleri dışında, duygusal bağlantısının nedeni kalitesi. Kalite güveni, güven de bağlılığı oluşturuyor" şeklinde konuşuyor.

DAMAK'ın doğuş hikayesini anlatır mısınız?

DAMAK kendine has bir ürün. Bildiğiniz gibi fıstıkla sütlü çikolatanın birleşimi. Türk damak tadına göre geliştirilen bu ürün, Türk tüketiciler tarafından oldukça beğenildi. 76 yıldır, her geçen gün Türk halkının çikolata kültürünün önemli bir parçası haline geldi. Portföyümüze baktığımızda tüketicisinin sadık, iletişiminin zor olduğu bir marka DAMAK. Buna karşın hızlı büyüyen en önemli markalarımızdan bir tanesi. DAMAK, Türkiye'ye has bir ürün.

İletişimi neden zor?

DAMAK insanların gönlünde taht kurmuş bir marka. İnsanların DAMAK'a ayrı bir bağlılığı var. DAMAK'la herkesin hikayesi kişisel. Genelde babalar çocuklarına DAMAK getirir ya da iyi bir şeyin ödülü olarak alınır. Bazı insanlar özel anları için alıyor. Çikolatalarda alınan kişisel zevkin yanı sıra paylaşım da var. DAMAK'ın böyle bir rolü yok, çok kişisel. Ne tür reklam yaparsanız yapın, bir gruptan tepki çekebiliyorsunuz. Herkesin kafasında yarattığı bir DAMAK'ı var. Bunu standardize etmemiz de güç. Bu açıdan zorlandığımız bir ürün.

DAMAK neden bu kadar özel bir konuma geldi?

DAMAK popüler kültür markası değil. Başarısındaki en önemli etken, tutarlı ve ağırbaşlı olması. Bir ürün 76 yıldır varsa ve imajından, kalitesinden taviz vermemişse tutarlıdır. DAMAK'ın teknik gizemleri dışında, duygusal bağlantısının nedeni kalitesi. Kalite güveni, güven de bağlılığı oluşturuyor. Ürün çok kuvvetli olduğu için, insanlara standart bir reklam yapmak biraz zor. Tüketici testlerinde ürünleri "Bir partide gibi sıralayın" dendiğinde, CRUNCH o partinin çlgın gencidir. Dans eder, hareketlidir. Nestlé o partinin ağırbaşlı, güler yüzlü, samimi ev sahibidir. DAMAK ise, partinin beyazlar içindeki prensesi olarak nitelendiriliyor.

DAMAK'ın pazar payı ne kadar?

DAMAK şu an en büyük pazar paylarından birine ulaştı. Türkiye'de her bir dakikada 40 adet DAMAK tüketiliyor. DAMAK'ın tek başına pazar payı bu ay 7,2 oldu. Tek çeşit olarak bakarsanız yanına yaklaşabilen yok. Topladığınızda markalar bundan daha fazla paya sahip oluyor. NESTLÉ® CLASSIC'in hepsinin pazar payı 12, DAMAK tek başına 7,2. İnşallah daha da ilerleyecek. Pazar payları insanlar için çok fazla şey ifade etmiyor. Önemli olan daha ne kadar ileriye gidebileceği.



10 söyleşi

DAMAK'ın pazarlamasından reklamlarına nasıl bir strateji izliyorsunuz?

DAMAK kuvvetli kültürü gereği yeniliklere çok açık bir ürün değil. Örneğin DAMAK Gofret, Bitter DAMAK gibi çeşitlerini yapmıyorsunuz. Bunları hazırlayıp deneme amaçlı tüketiciye sunduk. Ancak tüketici kabul etmiyor. Tüketicinin kafasında bir DAMAK formatı var ve "DAMAK'ıma dokunma" diyor. Biz de bunu yapmaya çalışıyoruz. DAMAK çikolatayla fıstığın ideal bir dengesi. Biz onu korumaya çalışıyoruz. Ancak DAMAK'la ilgili ne tür farklı tüketim anları yaratabileceğimizi düşündük. Bu fikirle bayramlık DAMAK ürettik. Paylaşımaya açık bir tat sunabilmiş olduk. Yani farklı anlarda da tüketiciye DAMAK'ı sunduk. Beklediğimizin üzerinde ilgi gördük. Bu açıdan yeni sürprizlerimiz olacak.

"DAMAK BENDANE" hakkında bilgi verir misiniz?

2007'de Türkiye'deki çikolata pazarının yüzde 20'si fıstıklı çikolatalardı. Fıstıklı çikolata, bitter çikolatanın tüm çeşitlerinin toplamı kadardı. Pazarın en büyük segmenti düz sütlü çikolata, daha sonra fındıklı, fıstıklı geliyor. Son iki yılda fıstıklı çikolata pazarında diğer alt kategorilerden daha fazla bir büyüme gerçekleşti. 2009'da fıstıklıların

oranının yüzde 28'e geldiğini görüyoruz. Yani pazarın neredeyse üçte biri fıstıklı çikolata oldu. DAMAK da çok ciddi büyüme gösterdi. 2008'de yüzde 40'a ulaştı. Yani fıstık keyfi daha da arttı. DAMAK'taki çikolata ile fıstık oranımız ideal bir dengede. 76 yıldır bu dengeyi koruyoruz. Pazara baktığımızda çok fazla fıstıklı ürünler çıktı. O tür ürünler çikolatalı fıstık, yani fıstıklı çikolata değil. Bizim sloganımız da "çikolata ile fıstığın efsanevi aşkı". Bu dengeyi koruyarak ne yapabileceğimizi düşündük. Bendane fikri ortaya çıktı. Bendane ağaçtan yere düşen ilk fıstıklar. Bu fıstıkların özelliği, aromasının çok kuvvetli olması. Rengi de tam fıstık yeşili. Antep baklavasının lezzet sırrı da bendaneler, yani ilk fıstıklardır. Bendane ile özel üretim yapacağız. Fıstık sevenler için bu anlamda değişik bir ürün oldu. Bu ürünü tüm yıl değil, her yıl ilk hasatlardan bir parti yapacağız ve o dönemde Türk halkına sunacağız. Bu nedenle paketlerde hasat yılını da yazıyoruz. İlk hasat toplanacak, üretilecek, piyasaya verilecek ve tüketilecek. Ambalajı daha farklı ama yine DAMAK karakterini koruyor. Yani beyaz yine ambalaja hakim. Sadece bir fıstık dalı görseli ekledik.

Kaç çeşit ürün olacak?

Tek olacak ve 80 gram olacak. Kasım ayında piyasaya sunuldu.



Yüzde 99,5 lokal üretim

Türkiye'deki çikolata pazarının büyüklüğü yeterli mi?

Türkiye'de çikolata pazarı çok büyük olmasına karşın hala doymamış bir pazar. Gıda sektöründe çikolata ikinci en büyük pazar. Mevcudumuzun üç katına çıkma fırsatımız var. Yıllık kişi başı 1,5 kilogram çikolata tüketiyoruz. Çok çikolata seven ülkelerde bu miktar 12-13 kilografa çıkıyor. Avrupa'yı düşünürsek ortalama 5 kilogram. Türkiye'nin Avrupa seviyesine gelmesinin beklenmesi gerekir. Bu olacaktır. Önemli olan bu yolda nasıl gittiğiniz. Türkiye'de gerçek çikolata bu gelişim olmalı. Çikolata adı altında satılan ürünler var. Zaman içinde ne kadar gerçek çikolata dönerlerse Türk halkının da çikolata kültürü o oranda doğru gelişir. Bence Türkiye çikolata ve çikolatalı ürünler konusunda tüm Avrupa'yı besleyecek konumda. Çünkü kakao yağı hariç tüm hammaddeler bizde var. Rekabette farklılaşacak ürünlere odaklanmalıyız. Yurtdışına gönderdiğimiz çikolata miktarı iki yılda üç katına çıktı. Türkiye'deki satışımızın yüzde 99,5'i lokal üretim. Benim üzerinde emek sarf ettiğim bir konu da DAMAK'ın Avrupa'ya açılması. Avrupa fıstıklı çikolatayı biliyor. DAMAK'ın Avrupa'da çok ciddi potansiyeli var. Yakında Almanya'da satış başlayacak.





İlk hasatın armağanı: Bendane

Fıstık ağacından toprağa düşen ilk fıstıklara bendane deniyor. Hasat zamanının habercisi olan bendanelerin lezzeti de bir başka oluyor. Çünkü bu fıstıkların en önemli özelliği, aromasının çok yoğun olması...



Bendane fıstık ağacından yere düşen ilk fıstıklardır. Eylül ayında fıstık ağaçlarının altı hazırlanmaya başlanır. Fıstıkların yüzde 1-yüzde 3'lük kısmı olgunlaşarak kendiliğinden toprağa düşer.

Toprağa ilk düşen fıstıklar tüm hasatın en lezzetli olanlarıdır, bunlara bendane denir. Bendanenin toprağa düşmesi hasatın hazır olduğunun habercisidir, böylece diğer fıstıklar elle ağaçlardan toplanır. Bu fıstıkların özelliği, aromasının çok kuvvetli olması.

Özel üretim

İşte bu özel tat, DAMAK'ın eşsiz lezzetiyle buluştu. DAMAK'ın yeni çeşidinde bendane ile özel üretim yapılacak. Bu ürün tüm yıl değil, her yıl ilk hasattan sınırlı sayıda üretilip tüketicilere sunulacak.

Kasım ayında ilk kez piyasaya sürülen ürün, 80 gramlık tek çeşit. Yendiğinde baklavadaki fıstık tadını hissettiren DAMAK BENDANE'nin, reklam filmi de ürün kadar ilgi çekici nitelikte.

Eylül ayında Gaziantep'te fıstık ağaçlarının içinde çekilen reklam filmi, bendane kadar özel bir aşk öyküsünü konu alıyor. Fıstık ağacının altında DAMAK BENDANE'yi tadan iki sevgili, çikolatayla fıstığın aşkını anlatıyor.



Mükemmel ikolatanın sırrı burada

İsviçre'nin Broc kentinde açılan ikolata Mükemmeliyet Merkezi (Chocolate Centre of Excellence), bünyesindeki uzmanlarla, başta lüks ve premium olmak üzere tüm çikolata ürünlerini mükemmeliyete taşıyacak.



Çikolata Mükemmeliyet Merkezi (Chocolate Centre of Excellence), 25 milyon İsviçre Frangı değerinde bir yatırımla hayata geçirildi. İsviçre Ekonomi Bakanı Doris Leuthard ve Nestlé Dünya Başkanı Paul Bulcke'in katılımıyla açılan merkezdeki çalışmalarını Nestlé uzmanlarından oluşan bir ekip yürütecek.

Ekte kakao çekirdeği uzmanlarından duyu uzmanlarına, paketleme tasarımlarından tüketici uzmanlarına kadar uzanan alanında yetkin birçok isim yer alıyor. Ekip Pierre Marcolini, Tristan Carbonatto ve Roger von Rotz gibi bağımsız çikolata uzmanlarının da yaratıcı katkılarından yararlanıyor. California Art Center ve Lozan'da bulunan ECAL University of Art and Design gibi prestijli dış tasarım kuruluşlarıyla yaptığı ortaklık, merkezin yenilikçi yönünü simgeliyor.

Merkezdeki çalışmalar başta lüks ve premium olmak üzere, tüm çikolata ürünlerini etkileyecek. Onlarca ülkedeki binlerce tüketiciyle yapılan çalışmalar ışığında geliştirilen mükemmel çikolata reçetesi de bu çalışmalara örnek teşkil ediyor. Merkezin çalışmaları doğrultusunda son dönemde Nestlé ürünlerinin neredeyse tamamının reçeteleri değiştirildi ve tüketici beklentileri doğrultusunda daha da lezzetli hale getirildi.

The Chocolate Centre of Excellence

Dev ARGE ekibi

Çikolata Mükemmeliyet Merkezi, Nestlé'nin araştırma ve geliştirme ağının bir parçasını oluşturuyor. Tüketicilerin değişen ihtiyaçlarını anlamak ve bu ihtiyaçlara tam karşılık gelecek ürünleri geliştirmek amacıyla dört kıtada, 28 merkez ve 5 bin kişilik bir ekiple ARGE çalışmalarını sürdüren Nestlé, her yıl bu alanda yaptığı 1,5 milyar doların üzerindeki yatırımla araştırma geliştirme konusunda da gıda firmaları arasında lider konumda.

Nestlé paylaşılan değer yaratıyor

Nestlé'nin ARGE merkezlerinin birçoğu çikolata ve kakao alanında araştırmalar yapıyor. Nestlé'nin son 30 yıl içerisinde gerçekleştirdiği araştırmalar, daha verimli ve hastalıklara karşı dirençli kakao türlerinin geliştirilmesini sağladı. Üstün kaliteli bu bitkiler, Ekvador, Venezüella, Endonezya ve Fildişi Kıyısı gibi ülkelere dağıtılıyor. Nestlé, Ekvador ve Venezüella gibi en iyi kakaonun kaynağı olan ülkelerde, bu kakaonun korunması ve kendine has üstün kaliteli kakao çeşitlerinin geliştirilmesine yönelik önemli çalışmalar yürütüyor.

Bu çalışmalar kapsamında Nestlé dünyanın dört bir yanındaki çiftçilere de destekte bulunuyor. Kırsal alanların geliştirilmesi, Nestlé'nin iş stratejisinin bir parçası olan paylaşılan değer yaratma ilkesinin bir ifadesi. Nestlé, bir kuruluşun uzun vadede başarılı olabilmesi için sadece hissedarlarına değil, çiftçilerden, çalışanlara ve tüketicilere dek toplumun her kesimine de değer yaratması gerektiğinin bilinciyle hareket ediyor.



Stratejik önemin göstergesi

Nestlé'nin İsviçre'deki Çikolata Mükemmeliyet Merkezi'ne yaptığı yatırım, çikolata sektörüne verdiği stratejik öneme işaret ediyor. 2008 yılında yüzde 7,6 oranında bir organik büyümeyle Nestlé, çikolata alanında 9,8 milyar İsviçre Frangı değerinde satış gerçekleştirdi. Kit Kat gibi küresel markalar 1 milyar İsviçre Frangı'nı aşan bir satışa ulaşırken, Nestlé'nin çikolata satışlarının yüzde 70'i yerel markalardan elde edildi. Nestlé, kategori ortalamasının üzerinde büyüyen Premium ve lüks çikolata segmentinde siyah çikolatada lider konumda yer alıyor.





“Doğru yolda ilerliyorum”

Avrupa Yakası'nın sevilen karakterlerinden “Laz Dursun” olarak tanıdığımız Ömür Arpacı, son dönemde başarılı projeleriyle dikkat çekiyor. Şu an kendini koşturan, hırs içinde değil ama amacına ulaşmaya çalışan biri gibi hisseden Arpacı, doğru yolda olduğunu düşünüyor.



Avrupa Yakası dizisinin unutulmaz karakteri “Laz Dursun” yani Ömür Arpacı, dokuz yıl önce tiyatro aşkına İstanbul'un yolunu tutmuş. Lisede başlayan oyunculuk tutkusunu önce Müjdat Gezen Sanat Merkezi'nde şimdi de Kültür Üniversitesi Sinema ve Televizyon Bölümü'nde öğrenci olarak devam ettiren Arpacı, birçok film, dizi ve reklam filminde yer aldı.

Son olarak NESCAFE® Classic'in reklamında “Uyan Türkiye” diye herkese seslenen sanatçı, güne mutlu uyanmanın formülünü anlatıyor.

Şiveli konuşması, yöresel kıyafeti, sevimli halleri ve kendine has tarzıyla büyük küçük hemen herkesin beğenisini toplayan sa-

natçı, gelen tepkilerden de oldukça memnun olduğunu dile getiriyor.

“Laz Dursun” karakteriyle akıllara kazındınız. Nasıl keşfedildiniz?

Bir gün Erler Film'den, Yılmaz Uzun beni aradı. “Çiçek Taksi dizisi için sizinle görüşmek istiyoruz” dedi. Ardından Çiçek Taksi'de oynamaya başladım. Sonrasında da birçok dizi, film ve reklam filminde yer aldım. Avrupa Yakası çok fazla izlenen bir dizi olduğu için “Laz Dursun” akıllarda yer etti. Bu rol için beni keşfeden Gülse Birsnel oldu. Daha önce kendisiyle “Hırsız Var” filminde oynamıştık. “Laz Dursun” karakterini benim oynamamı istediler. Ben de kabul ettim ve kendimi çok güzel bir ekibin içinde buldum. Senaryoyu merakla beklerdim. Bir sonraki bölümü iple çekerdim.



“Aşk Geliyorum Demez” filminden bir kare

“Avrupa Yakası” dizisinden bir kare

Çekimlerde zorlandığınız zamanlar oluyor muydu?

“Laz Dursun” karakteri benim için pek yabancı değildi. 18 yıl Trabzon’da yaşadım. Karadeniz’i çok iyi bildiğim için, bu karakteri canlandırırken hiç zorluk yaşamadım.

Kendinizi nerede görüyorsunuz?

Şu an kendimi koşturan, hırs içinde değil ama amacına ulaşmaya çalışan biri gibi hissediyorum. Bizim meslekte amacına, en üst seviyeye gelmek o kadar kolay değil. Ancak kendi adıma doğru yolda olduğumu düşünüyorum. Son olarak rol aldığım “Aşk Geliyorum Demez” adlı film vizyona girdi. Bunun dışında bazı yeni projeler var.

Okul devam ediyor mu?

Müjdat Gezen Sanat Merkezi konservatuar bölümünden mezun oldum. Şu an Kültür Üniversitesi’nde Sinema ve Televizyon Bölümü’ü son sınıf öğrencisiyim.

Dizi ve sinema filmlerini yakından takip ediyor musunuz?

Şu sıralar Kenan İmirzaloğlu’nun başrolünü oynadığı Ezel dizisini izlemeye çalışıyorum. Bunun dışında dizi izlediğimi pek söyleyemem. Daha çok sinema filmi izliyorum.

En son hangi filmi izlediniz?

Kirpi’yi izledim. Çok hoşuma gitti. Mazhar Alanson’u çok beğendim.

Beğendiğiniz oyuncular kimler?

Johnny Depp hayranıyım. İnanılmaz derecede seviyorum onu ve tüm filmlerini izledim. Türklerden de rahmetli Savaş Dinçel.

Mutfakla aranız nasıl?

Süper. Yemek yapmasını bilirim ve çok sık yemek yaparım.

Sağlıklı beslenmeye özen gösterir misiniz?

Çekimlerin ne zaman başlayıp ne zaman biteceği belli olmuyor. Bu nedenle bizim için sağlıklı beslenmek çok zor. Yemek ayırımı yapmam. Her şeyi yiyebilirim.

Çok sık kahve tüketir misiniz?

Her gün mutlaka bir fincan kahve içerim. NESCAFÉ® dışında da Nestlé’nin COFFEE MATE® ve DAMAK® ürünlerini çok severim.

Spor yapıyor musunuz?

Sürekli başlıyorum ama ikinci haftanın sonunda bırakıyorum.

“Uyan Türkiye”



Uyan Türkiye reklamı nasıl ortaya çıktı?

Uyan Türkiye dört aylık bir proje. Oldukça maceralı bir projeydi ama sonuçta istediğimiz şeyi yakaladık ve ortaya prestijli bir iş çıktı. Rengiyle, kalitesiyle ve gerçek mekan çekimleriyle bizim için büyük avantaj oldu. Şu ana kadar piyasadaki çoğu reklamdan çok daha iyi. Çünkü hem bir markayı vurgulayacaksınız hem de insanları sıkmadan bunu sunacaksınız. Bu anlamda başarılı bir iş oldu ve ben çok mutluyum.

Çekimler ne kadar sürdü?

İki günde tüm çekimleri tamamladık.

Reklama tepkiler nasıl?

İnanılmaz tepkiler alıyoruz. Gerçekten çok güzel. Kimseden kötü bir yorum almadım, kötü bir şey duymadım.



“Sıkı Dostlar” dizisi

“NESCAFÉ Classic” reklamı

Türkiye'nin güvendiği su

Sağlıklı ve kaliteli ambalajlı su denildiğinde akla ilk gelen markalar ERİKLİ® ve NESTLÉ® PURE LIFE® olarak karşımıza çıkıyor. Güçlü markaları sayesinde Nestlé Waters, sektördeki liderliğini koruyor.

Su vücudumuz için en önemli yaşam unsurlarının başında geliyor. İnsanların beslenmesinde, enerji sağlamasında, besinlerin taşınması ve emilmesinde, yanmasında, oksijenin hücreye taşınmasıyla karbondioksitin çıkarılmasında çok önemli rol oynuyor. Bu nedenle sağlıklı bir su tüketimi için kalite güvenliği sağlanmış ambalajlı suların tercih edilmesi gerekiyor. Türkiye'de tüketicilerine kalite, sağlık ve lezzetli suyu ulaştıran markaların başında Nestlé Waters çatısı altındaki ERİKLİ® ve NESTLÉ PURE LIFE® geliyor.

1872'de Fransa Paris'te kurulmuş, halen 130 ülkede toplam 72 farklı ürünü ile dünya su pazarının lideri olan Nestlé Waters, merkezi İsviçre Vevey'de bulunan dünyanın bir numaralı gıda ve içecek şirketi olan Nestlé S.A.'nın ambalajlanmış su grubunu oluşturuyor. 2002'de NESTLÉ PURE LIFE markasıyla Türkiye su pazarına giren Nestlé Waters, 2006'da Erikli'yle birleşerek ambalajlı su pazarındaki payını yükseltti ve birinci sıraya yerleşti. Nestlé Waters, şu an Bursa'da bulunan üç fabrikada üretim yapıyor.

Türkiye'nin en beğenilen suyu

Capital dergisi tarafından gerçekleştirilen "Türkiye'nin En Beğenilen Şirketleri" araştırmasında Erikli, 2001 yılından bu yana sekiz yıldır üst üste ulusal su sektörünün en beğenilen şirketi seçiliyor.

Çok sayıda yöneticinin rakip şirketleri hakkında özgürce görüş bildirdiği araştırma, Türkiye'nin ciro ve büyüme rakamlarıyla göz dolduran şirketlerinin 'itibar' karnesini gözler önüne seriyor. Erikli, bu yıl sekizincisi düzenlenen araştırmada sektöründe yine birinciliği elde ederek zirvedeki yerini koruyor.



Uludağ'ın armağanı

Uludağ'ın 2 bin 300 metre yükseklikte bulunan kaynağından alınarak şişelenen Erikli, 44 yıldan bu yana kalite standartlarına uygun uygulamalarıyla müşteri beklentilerini karşılayan bir kalite güvence anlayışı sunuyor. Temelleri 1965'te atılan Erikli, ilk yıllarında dönüşümlü cam şişe ve galvanizli damacana dolumu gerçekleştirerek, takip eden yıllarda fabrikalara dökme su, evlere galon cam satışı yapmaya başlıyor. 1980'li yıllarda değişen tüketim eğilimleriyle birlikte, suyun tüketicilere ulaşım ambalajları da farklılaşarak dönüşümsüz pet ambalajlar tercih edilmeye başlanıyor. Bu yıllarda dönüşümsüz ürünler alanında yatırım yapan şirket, kısa süre içerisinde ülkemizin en saygın üç büyük su işletmecisinden biri haline geliyor.

Büyük şehirlerde inanılmaz boyutlara ulaşan sağlıklı su sıkıntısı 1990'lı yılların ortalarında su istasyonlarının çoğalmasına ve sonrasında polikarbonat damacana dolumunun başlamasına neden oluyor. Sektörün ihtiyaçlarını yakından takip eden ve yatırımlarını aralıksız sürdüren şirket, istikrarlı bir büyüme dönemi sonucunda 19 lt. su pazarının liderliğine yükseliyor. Erikli, bugün ulusal su pazarında güçlü satış ve dağıtım organizasyonu ile faaliyet gösteriyor. Ana bayi ve bayilerinin satış ve dağıtım mekanizmalarını etkin ve verimli kılmak amacıyla Türkiye'nin yedi farklı noktasında kurulan dağıtım merkezleri ile ticari müşterilerine hizmet veriyor.



Lezzetli ve sağlıklı NESTLÉ® PURE LIFE®



Dünyanın bir numaralı gıda ve içecek şirketi Nestlé'nin garantisi altında sunulan,

Uludağ'ın güvenli ve el değmemiş doğal kaynaklarından elde edilen NESTLÉ® PURE LIFE®, yumuşak içiminden gelen benzersiz lezzeti ve sağlık dolu içeriğiyle bir yaşam kaynağı. NESTLÉ® PURE LIFE®, her yudumda vücudumuzun yenilenmesinde önemli rol oynayan dengeli ve sağlıklı mineral yapısıyla hem çocuklara hem de yetişkinlere hitap eden eşsiz bir lezzet.

Tüketicilerin tercihi ERİKLİ®

KalDer (Türkiye Kalite Derneği) ve uluslararası araştırma kuruluşu Ka Araştırma'nın ortak girişimiyle gerçekleştirilen Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi (TMME) 2009 yılı ikinci çeyrek sonuçlarına göre ambalajlı su sektöründe ERİKLİ®, müşterilerini en çok memnun eden şirket seçildi. Ülke genelinde kalite ve müşteri memnuniyeti bilincinin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılmasının yanı sıra şirketlerin iş başarıları için, müşterilerinin kalite ve memnuniyet değerlendirmelerinden yararlanmasını amaçlayan TMME'ye göre, üç yıldır ambalajlı su sektöründe ERİKLİ® liderliğini koruyor. ERİKLİ®, su sektöründe sahip olduğu 44 yıllık deneyimini, koşulsuz müşteri memnuniyeti felsefesiyle pekiştirerek tüketicileriyle paylaşıyor. Bu sebeple her gün 3 milyon kişi ERİKLİ® ambalajlı ürünleri tüketiyor.

“Müzik bir yolculuktur”

1990'lı yıllarda patlama yapan pop müziğin önemli temsilcilerinden biri, “Bebeto” lakaplı Burak Kut. Farklı tarzları denemeyi seven sanatçı, “Tekdüzelikten yana değilim. Hep farklı denemelerim oldu. Çünkü bence müzik bir yolculuktur” diyor.

Türk pop müziği 1990'lı yıllarda patlama yaptı. Art arda albümler çıktı. Bu dönemde dikkat çeken sanatçılardan biri Burak Kut. “Benimle Oynama” albümüyle herkesin beğenisini toplayan sanatçının, farklı türlerde albüm çalışmaları oldu. Tekdüzeliği sevmediğini söyleyen Kut, “Müzik bir yolculuktur. Dönüp baktığımda görüyorum ki, iyi bir şey yapmışım” diyor. Son albümünü Sezen Aksu'nun prodüktörlüğünde hazırlayan sanatçı, hiçbir şarkının atlanmadan dinlenebileceği iyi bir albüm olduğunu düşünüyor.

1990'lı yıllarda patlama yapan pop müziğin önemli temsilcilerindensiniz.

Bu başarıyı bekliyor muydunuz?

1990'lar benim 20'li yaşlarım ve benim için

“Evimden çikolatayı eksik etmem”



Çikolatayla aranız nasıl?

Evimde mutlaka bulundururum.

Misafirlerime ikram ederim. Beyaz çikolata da sütlü çikolata da severim. Çocukluğumda bakkaldaki çikolatalar hep ilgimi çekerd. Arkadaşlarımla, harçlık kapabildiysek hemen çikolata alırdık.

Nestlé sizin için ne ifade ediyor?

Nestlé çok köklü bir kuruluş. İyi, kaliteli ürünler piyasaya sürüyor. Ürünlerini keyifle yiyorum.

çok heyecanlı geçen yıllar. O yılların ayrıcalığı özel televizyonların atılımıydı. Bunlarla birlikte gelişen müzik sektörünün parçası olduk. “1990'lı yıllarda büyük patlama olacak, müzik işine girersem ünlü olurum” gibi planlar yapmadım. O yıllarda konservatuvardan mezun olmak üzere olan, klasik müzik öğrenen bir öğrenciydim. O dönemlerde konservatuvardan arkadaşlarla çeşitli yerlerde çalarak popüler müzikte deneyim kazandım. Sahnedeki ışıltıdan mı, insanların ilgisinden mi, sahneye çıktığımda çok mutlu olduğumdan mı bilinmez herkesin dikkatini çektim. Benim için çok eğlenceli zamanlardı. En sevdiğim işi profesyonelce yapma fırsatını yakaladım. Beklenmedik bir şekilde bir başarı yakaladık. Ondan sonrası da su gibi akıp gitti.



Farklı türlerde albüm çalışmalarınız oldu. Bunun nedeni nedir?

Tekdüzelikten yana değilim. İlk albüm çok başarılı olduktan sonra ikincide neden tarz değişikliğine gittiğimi çok sordular. Hep Miles Davis'in bir anısı gelir aklıma. Standart caz müziği yapan Miles Davis'e, neden eski tarzına dönüp klasik caz yapmadığını sormuşlar. Miles Davis, “Ben onu yaptım. Onu dinlemek isteyenler, tekrar o albümleri alıp dinleyebilir” diye cevap vermiş. Ben de bu kafada birisiyim. İlk albümden sonra, istediklerimi yapabilme gücünü buldum. Hep farklı denemelerim oldu. Çünkü bence müzik bir yolculuktur. 15 yıl sonra dönüp baktığımda görüyorum ki, iyi bir şey yapmışım.

Bundan sonra da şaşırtmaya devam edecek misiniz?

Özellikle şaşırtmaya yönelik çalışmalar yapmıyorum tabii. Satış kaygısından uzaklaştığınız zaman daha rahat müzik yapıyorsunuz. Ancak bu demek değil ki, ben yaparım satmasa da umurumda değil. Ortak beğeniye de dikkat etmek gerek. Benim gönlümdede yatan şey de herkesin beğenisini kazanan şarkılar yapabilmek. Kariyerimde Sezen Aksu şarkıları gibi herkesin bildiği şarkılarım olmasını isterim.

Son albümünüzü nasıl hazırladınız?

Kariyerimdeki en heyecanlı yapımlardan biri. Bana göre olgunluk dönemi şarkılarının

ve şarkı sözlerinin bir araya toplandığı bir yapım. Yeni bestecilerle çalışma imkanı buldum. Sezen Aksu'nun oğlu Mithat Can'ın dört tane şarkısı var. Sezen Aksu albümümün prodüktörü oldu. Repertuar seçimini yaptı, aralarında kendi şarkıları da var. Albümde kendi bestelerim de var. Hepsini keyifle seslendirdim. Hiçbir şarkının atlanmadan, keyifle dinlenebileceği iyi bir albüm oldu düşüncesindeyim. Uzun vadede kalıcı olacağını düşündüğüm şarkılar var. Aslında müziği konuşarak tarif etmek pek mümkün değil. Kulaktan kalbe gider müzik.

Kendinize nasıl zaman ayırırsınız?

Tek başıma olduğumda yürüyüş yapmayı tercih ederim. Yürüyüşün rahatlatıcı yönü var. Kitap okumayı severim. Bu sıralar dört kitabı aynı anda okuyorum. 10 yılı aşkındır tanıdığım yakın arkadaşlarımla zaman geçirmeyi severim. Uygun zamanım varsa playstation oynarım.

Spora zaman ayırıyor musunuz?

Ayırıyorum tabii. Albüm öncelerinde sporcu gibi hazırlanmaktan yanayım. Pilates yapıyorum ve çok faydasını görüyorum. Sporu alışkanlık haline getirip sağlıklı bir hayatım olmasını istiyorum.

Yemekle aranız nasıl? Neler severiniz?

Fiziksel yapım kilo almaya müsait. O nedenle her istediğimi yemem gerekiyor. Daha dikkatli yemek yemeye çalışıyorum. Yemek seçmiyorum. Farklı lezzetler denemeyi seviyorum. Ancak çok enteresan şeyler de yemem, daha çok Türk mutfağı ağırlıklı yiyorum. Keyfim olursa yemek pişirim ama çok iyi aşçıyım diyemem. Sadece yemek yapmanın bir prensibi olduğunu biliyorum ve o prensibi biliyorum. Zevkli biriyimdir, yapmak istedikten sonra bir şeyler pişirip çok iyi sofrayı kurabilirim.



Fotoğraf: Murat Özdemir

Bir ikolata klasiği

Küçük, kırmızı kutulu ambalajıyla, nefis sütlü çikolatayla dolu minik paketleriyle, çocukluğumuza damga vuran Napoliten, geçmişten günümüze eşsiz bir çikolata klasiği... Hala çok özel, hala çok lezzetli...

Gözlerinizi kapatın... Şöyle ocukluğunuza doğru güzel bir yolculuk yapın... Eve gelen misafirlerin, anneannelerin, dedelerin, teyzelerin, amcaların, komşuların size getirdiği o küçük kırmızı kutuyu hatırlıyor musunuz?

Hani içerisinde minik, tek tek paketlenmiş nefis sütlü çikolata paketleri olan kutuyu... Hatırlıyorsunuz değil mi? Unutmak mümkün değil, değil mi?

Anılarımızdaki ikolata

ocukluđumuza damgasını vuran Nestlé Napoliten ile ilgili büyük küçük hemen herkesin bir anısı mutlaka bulunuyor. Çođumuz onu ekmeceli çikolata olarak hatırlıyoruz.

Nestlé Napoliten'in kırmızı kutusundan çekerek çıkarttığımız çekmeceye benzeyen bölümde, altlı üstlü sıralanmış minik sütlü çikolata paketleri yer alıyordu.

Hem oyun hem lezzet

Kimimiz bu minik ve sevimli çikolata paketlerini özenle açıyor, çikolatasını yedikten sonra sanki hiç yenmemiş gibi kağıtları katlayarak kutuya yeniden özenle yerleştiyordu.

Kutudan o minik, kırmızı kağıtlara sarılı çikolatalardan almak isteyenleri şaşırıyorlardı. Nestlé Napoliten hem oyun hem de lezzetli Nestlé ikolatası demektir.



Küçük büyük herkesin gözdesi

Nestlé Napoliten, küçüklerin olduğu kadar büyüklerin de gözde ikolatasıydı. Kahvelere ve aylara eşlik eden kaliteli ve lezzetli Nestlé Napoliten, ideal boyutları ile tercih ediliyordu. Kilosuna dikkat edenler, çikolata krizini bu minik kırmızı paketlerle dindiriyordu. Küçüklerse, hem bu sevimli paketle oynamaktan hem de bu çikolatayı yemekten ayrı bir keyif alıyordu.

Kasım ayında raflarda

Kasım ayı itibarıyla raflardaki yerini alan Nestlé Napoliten, 1980'lerdeki nostaljik tasarımını anımsatan yeni paketi ve yumuşacık Nestlé ikolatası ile hem dünün hem de bugünün çocuklarını sevindiriyor. Yeni paket tasarımı, 1980'lerdeki Nestlé Napoliten paketinden ilham alınarak hazırlandı.

Yine yeniden Nestlé Napoliten

Nestlé bize şimdi yeniden o günlere bir an bile olsa dönme fırsatını sunuyor. Küçük kırmızı kutusunda mutluluk veren o minik lezzetli çikolata paketleri... Küçük mutlulukları tekrar yaşatmak, yüzümüzde bir tebessüm yaratmak için Nestlé Napoliten yeniden geliyor.

1960'lardan bugüne eskimeyen lezzet

Türkiye, Nestlé Napoliten ile 1960'larda tanıştı. Kırmızı kutusuyla, lezzetli sütlü ikolatalarıyla herkes tarafından 1980'ler ve 1990'larda sevilerek tüketildi.

Ve, Nestlé'nin Türkiye'deki 100'üncü yılını kutladığı bu dönemde, eşsiz çikolata klasiği Nestlé Napoliten yeniden sevenleriyle buluştu.

iLAN

Bazı lezzetler hiç değişmez

İstanbul'un dört bir yanında faaliyet gösteren esnaf lokantaları, adeta zamanı durduran mekanlar. 100 yılı aşkın tarihlerine rağmen aynı dekora ve aynı lezzete sahip esnaf lokantalarında lezzetin yolculuğu değişmeden sürüyor.

Esnaf lokantaları, Türk yemek kültürünü diğer yemek kültürlerinden ayıran önemli unsurlardan biri. İstanbul'un dört bir yanında faaliyet gösteren, bazıları 100 yıllık geçmişe sahip esnaf lokantaları, tarihin her döneminde varlıklarını sürdürdü.

Klasik Türk mutfağına özgü tatların yaşatıldığı bu lokantalar, zaman içinde buldukları semtle de özdeşleşen mekanlar haline geldi. İstanbul'da bugün her semtin mutlaka tanınmış bir esnaf lokantası bulunuyor.

Genelde civardaki çalışanlar tarafından tercih edilmeleri nedeniyle esnaf lokantası adıyla anılan bu lokantalar, kişilere evlerindeki lezzeti, diğerlerine oranla daha samimi bir ortamda ve daha ucuz sunmasıyla dikkat çekiyor.

Seyahatname'de esnaf lokantaları

25-30 yıllık çalışanlarıyla dikkat çeken esnaf lokantalarının geçmişi ise Evli-

ya Çelebi'nin zamanına kadar uzanıyor. Seyahatname'sinin İstanbul bölümünde esnaf lokantalarından söz eden Evliya Çelebi, beşer altışar tencereli ocaklar bulduran aşçı dükkanlarını anlatır.

1600-1800 yılları arasında esnaf lokantaları ticaret merkezlerinde ve büyük çarşılar çevresinde yer alıyordu. Osmanlı'nın modernleşmesiyle birlikte 1888'de, Sultan II. Abdülhamid'in izniyle, bugün de hala faaliyet gösteren "Hacı Abdullah" kuruldu. 1897'de ise daha sonraları "Konyalı" adını alan "Konya Lezzet Lokantası" onu takip etti.

1901'de Pandeli, 1919'da Yanyalı Fehmi'nin açılmasının ardından Kanaat, Hünkar ve Hacı Salih gibi işletmeler birer esnaf lokantası olarak faaliyete geçseler de zaman içerisinde esnaf lokantası kimliğinden sıyrıldılar. Yerli-yabancı, ünlü-ünsüz binlerce konuğu ağırlayan İstanbul'un simgesi mekanlar haline geldiler.





Yemek kültürümüzün ve toplumsal kaynaşmanın önemli duraklarından olan esnaf lokantalarının öne çıkan özelliklerinden biri genellikle akşam servislerinin olmaması. Günlük pişirilen yemek öğle saatlerinde tüketilir. Daimi müşterileri vardır ve fiyatları uygundur. Genellikle tencere yemeği yapan esnaf lokantalarında, pişirilmesi büyük zahmet gerektiren yemekler de yer alır.

Hacı Abdullah

Hacı Abdullah'ın 1888'de başlayan serüveni "ustadan çırağa" devralınarak devam ediyor. Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerinde Karaköy Rıhtımı'nda açılan Abdullah Efendi Lokantası'nın işletme ruhsatı, bizzat Sultan II. Abdülhamit tarafından verildi. Zaman içinde İstanbul'un farklı noktalarında ve farklı isimlerle hizmet veren lokanta, en son 1958'de bugün bulunduğu yere, İstiklal Caddesi'ne taşındı. 1983'de adı Hacı Abdullah olarak değiştirildi. Adı İstanbul'la özdeşleşen Hacı

Abdullah'ta birbirinden eşsiz lezzetler misafirlere sunuluyor. Yolu düşenler, patlıcanlı kuzu inciği tatmadan dönmemeli.

Üsküdar Kanaat Lokantası

Hemen herkesin bildiği Kanaat Lokantası, geleneksel Türk mutfağının yemeklerinden oluşan menüsüyle 1933 yılında hizmet vermeye başladı. Kapıdan girdiğinizde dondurma tezgahı ve ardındaki klasik ve sütü Türk tatlılarının dizildiği bir vitrin sizi karşılar.

Bütün esnaf lokantalarında olduğu gibi burada da ücretinin ödendiği kasa, tatlılarla zeytinyağlılar vitrinlerinin ortasında yer alır. Kanaat Lokantası'na gidenlerin denemeden dönmemeleri gereken eşsiz lezzet, lokantaya özgü elbasan tava.

Bankalar-1 Lokantası

Karaköy'deki Bankalar-1 Lokantası için "havidz"ın mekanı denilebilir. Bankalar-1 Lokantası'na özgü havidz adlı tatlıyı,

Esnaf lokantalarının özellikleri

- Vitrinleri küçük cepheli, çoğu içeri girince arkaya doğru uzanan bir yapıya sahip.
- Genellikle sokak aralarında küçük bir mekanda hizmet veriyor.
- Bazıları 30 kişilik, bazıları 200 kişilik.
- Sade, temiz ve gösterişsizler. Dekorunu hiç değiştirmeyenleri de var.
- Yemekleri dikkörtgen tepsiye koyup tezgaha yan yana diziyorlar.
- Sabah çorbayla açılış yapıyor. Genellikle 2-3 çeşit çorba çıkıyor.
- Hale gidip mevsimin en taze ve en güzel meyve sebzesini alıyorlar.
- Yemekleri günlük pişiriyorlar.
- Yemekler tezgaha genellikle 11.00 civarında çıkıyor. 15.00-16.00 arasında servis bitiyor, ardından lokanta kapanıyor.
- Garsonlar herkesi tanıyor. Hepsisi uzun yıllardır o lokantada çalışıyor.





MAGGI® lezzet katıyor

Esnaf lokantalarındaki aşçılar birçok geleneksel pişirme yöntemi kullanıyor. En çok da geleneksel lezzeti yakalamaya özen gösteriyorlar. Bu lezzet duraklarının aşçılarından birçoğu, MAGGI'nin çeşni ve bulyonlarının yemeklerine lezzet kattığını ifade ediyor.

İstanbul'daki 40 esnaf lokantası

Adıgüzel Lokantası/Galata, Ağa Lokantası/Beyoğlu, Anadolu Lokantası/Halıcıoğlu, Ankara Lokantası/Eminönü, Arzu Restaurant/Harbiye, Aslan Restaurant/Kapalıçarşı, Balkan Lokantası/Beşiktaş, Bankalar-1 Lokantası/Karaköy, Bankalar-2 Lokantası/Karaköy, Battal Usta/Sirkeci, Bolu Et Lokantası/Beşiktaş, Bursa Gül Restaurant/Çemberlitaş, Doyuran Lokantası/Kumkapı, Ege Restaurant/Eminönü, Erenoğlu Lokantası/Şişli, Fasuli Lokantası/Tophane, Güler Osmanlı Mutfağı/Hasanpaşa, Güney Restaurant/Galata, Hacı Abdullah/Beyoğlu, Havuzlu Restaurant/Kapalıçarşı, İlk Adım Et Lokantası/Çapa, Kanaat Lokantası/Üsküdar, Kasap Osman Et Lokantası/Hocapaşa, Kömür Lokantası/Fatih, Kurucu Ali Baba Kanaat Lokantası/Süleymaniye, Küçük Ev/Levent, Lades Restaurant/Taksim, Mutfak Dili Ev Yemekleri/Karaköy, Öz Bolu Lokantası/Üsküdar, Özkonak Muhallebicisi/Cihangir, Pehlivan Lokantası/Şişli, Sefa Lokantası/Nuruosmaniye, Selvi Restaurant/Taksim, Suat Restaurant/Harbiye, Şahin Lokantası/Tepebaşı, Şar Lokantası/Çarşıkapı, Tarihi Hünkar Lokantası/Beşiktaş, Tarihi Subaşı Lokantası/Nuruosmaniye, Vatan Lokantası/Aksaray, Yanyalı Fehmi Lokantası/Kadıköy

Kaynak: İstanbul'un Esnaf Lokantaları / Sevim Gökyıldız



İstanbul'da yiyebileceğiniz tek yer burası. Bir tür fırınlanmış irmik tatlısı olan havidz, Ermeni bir ustanın edinilen bir tarife sadık kalınarak yıllardır menüde yer alıyor.

Yanyalı Fehmi Lokantası

Kadıköy'de hizmet veren Yanyalı Fehmi Lokantası, Yunanistan'ın Yanya kentinden göç eden Fehmi Bey tarafından 1919'da kuruldu. Osmanlı mutfağından seçilmiş yemek çeşnilerini, unutulmaya yüz tutmuş Türk mutfağını, damak tadıyla, göz zevkiyle 100 yıldır müşterilerine sunan Yanyalı Fehmi Lokantası'nda sunulan acem tavuğu, lezzet düşkünlerinin vazgeçemeyeceği bir tat.

Pandeli

Muhteşem İznik çinileriyle bezeli duvarları, bembeyaz kolalı örtüleri, Galata Köprüsü, Eminönü ve Mısır Çarşısı'nı gören manzarası, Türk mutfağının özgün tatlarından oluşan yemekleriyle Pandeli bir İstanbul klasiği.

Atina'da da bir şubesi bulunan Pandeli, 1909'dan bu yana İstanbullulara hizmet veriyor. Pandeli'de yemekler hala bakır kazanlarda, odun ve kömür ateşinde pişiriliyor. Az ve günlük yemekler yapılıyor. Pandeli'ye yolu düşenler, sebze kuzu incikten tatmadan dönmemeli.



Kış günlerinin sıcak keyfi

Salep, soğuk kış günlerinin vazgeçilmez tatlarından bir tanesi. Bol tarçın ilave edildikten sonra muhteşem bir keyfe dönüşen salep, içimizi ısıtırken sağlığınıza da birçok fayda sağlıyor.

Kış kendini gösterince sıcak içecek-
lere olan talep de artıyor. Herkes
kendi damak tadına uygun favori
içeceğini belirlerken, geleneksel salep keyfi
bu yarışta açık ara önde gidiyor. Mevsim
kışa döndüğünde pastanelerdeki salep
kazanları kaynamaya başlıyor; sokak ara-
larında ve ana caddelerde salepçiler her
zamanki yerini alıyor. Evde, işte, okulda,
sokakta insanlar sıcacık saleple keyfi yu-
dumluyor. Lapa lapa kar yağdığında salep
içmenin keyfi ise bir başka oluyor.



Halk arasında "çayrotu" veya "çemçiçe-
ği" olarak da bilinen salep; soğuk algınlığı,
öksürük ve bağırsak rahatsızlıklarına da iyi
geliyor. Eski çağlarda hekimlerin ishal ve
safrakesesi rahatsızlıkları için hastalarına
tavsiye ettikleri salebin, cinsel gücü artır-
dığı da biliniyor. Türklerin saleple tanışması
ise çok eskilere uzanıyor. İslamiyet'in kabul

edilmesiyle, alkollü içkilerin yerini boza, şıra
ve salep gibi içecekler almaya başlamış.
Şıra daha çok yaz aylarında tercih edilir-
ken, boza ve salep kış aylarında içilmiştir.
Osmanlı İmparatorluğu'nda da salep tüke-
timi artarak devam etmiş. Özellikle padi-
şahlar için hazırlanan kuvvet macunlarına

zencefil, kişniş, sinameki, çörekotu, hin-
distancevizi, anason gibi birçok şifalı bit-
kinin yanı sıra salep de eklenmiştir. Yine o
dönemlerde kışın sokaklarda güğümlerle
salep satılmıştır.

Evlere salep servisi

Şimdi pastanelerde ya da özel sokak tez-
gahlarında bulabileceğimiz salep, eskiden
mangal kömürüyle ısıtılan özel güğümler
içinde sokak satıcıları tarafından kapı kapı
dolaşarak evlere servis edilmiştir. Öyle ki
sadece bizde değil tüm Avrupa'da salep
gelenek haline gelmiş. 18. yüzyıla kadar
henüz evlerde çay, kahve içme geleneği
bu kadar yaygınlaşmamışken, meydanlar-
da ve kalabalıkların toplandığı caddelerde
salepçilerin sabaha kadar dolaştıkları bi-
liniyor. Ortadoğu'ya özgü bir içecek olan
salep, özellikle İngiltere'de salep dükkan-
larında satılır ve tereyağlı ekmekle birlikte
servis edilmiştir.

Nestlé'den sıcacık salep keyfi

Nestlé, soğuk kış günlerinin vazgeçilmez
lezzeti geleneksel salep keyfini, Nestlé kalı-
tesi ve güvencesiyle tüketicilerine sunuyor.

Sütle hazırlanan ve tek içimlik poşetlerde
satışa sunulan Nestlé Salep®, yoğun ve ne-
fis lezzetiyle damaklarda unutulmaz bir tat
bırakıyor.

Nestlé Salep sayesinde içinizi ısıtacak sıca-
cık salep keyfiyle; evde, işte, okulda, sokak-
ta kışın tadını çıkarın.



Reklamlara müzisyen dokunuşu

Türk pop müziğinin başarılı sanatçılarından Metin Arolat'ın pek çok kişinin bilmediği bir yönü daha var. Keyif ve ilgiyle izlediğimiz birçok reklam filminde yönetmen olarak onun imzası var. Arolat, müzisyen kimliğinin reklam çekimlerinde avantaj sağladığını dile getiriyor.

Metin Arolat, müzik çalışmalarının yanı sıra yoğun bir şekilde reklam filmi yönetmenliği yapıyor.

Hareketli ve renkli filmler çekmeyi sevdiğini dile getiren Arolat, son olarak CRUNCH Hindistancevizi'nin reklam filminin yönetmenliğini gerçekleştirdi.

“Keyifli, akılda kalıcı bir film oldu”

Sabahtan akşama kadar dans ederek CRUNCH Hindistancevizi'nin reklam filminin çekimini yaptıklarını anlatan Arolat, “Klip tadında hazırladığımız film, keyifli ve

akılda kalıcı oldu” diyor. Arolat'tan reklam filminin hikayesini dinledik.

Filmin konsepti nasıl oluştu?

Reklam filminin konseptini Lowe Ajans belirledi. Klip tadında bir reklam filmi hazırlamak istediler. Bu yılın çok moda olan Pittbull'un, “You know I want cha” şarkısına yeni sözlerle bu filmi hazırlamışlar. Sözler de çok etkileyici olmuş. Bu konsepti pop bir dille vermek istedim. Çünkü hedef kitle gençler, modayı takip edenler, trend olanların etkisinde kalıp beğenenlerdi. Ürün de böyle bir şey.

Çekimlerde kaç kişi görev aldı?

Kamera önünde üç yabancı manken ve bir Türk dansçı, kamera arkasında yaklaşık 50 kişi görev aldı. Ata Plato'larında çekimleri yaptık. Çok eğlenceli ve akılda kalıcı bir reklam oldu. 23 saniyelik bir reklam filmi. Bir de kısa versiyonunu yaptık.

Yönetmen olarak bu konsepti nasıl bir yorum getirdiniz?

Yönetmenlik dışında müzisyen kimliğim de devreye girdi. Herkesin bana konduğunu bir şey var; “Metin renkleri çok iyi kullanır.” Bu farkında olmadan yaptığım bir şey. CRUNCH Hindistancevizi'nin klipi de ren-





garenk oldu. Güzel ve iyi dans eden kızlar seçtik. Sabahtan akşama kadar dans ederek ve eğlenerek bu çekimi yaptık.

Ürünü nasıl buldunuz?

Tabii ki denedim. Ben hindistancevizli ürünleri çok severim. Nestlé CRUNCH'ı zaten çok seviyordum. Yeni ürününü de çok beğendim. Çekim boyunca üründen yedik. Taze, ağızda dağılıp giden bir tadı var. Tadının yanında paketi de insanın iştahını açıyor, albenisi var. Nestlé'ye çocukluğumdan gelen bir güvenim var. Nestlé'nin

bir ürününü kullanıp da kötüymüş demedim. En beğendiğim ürünleri NESQUIK®. Yeni çıkan ürünlerini mutlaka deniyorum. Nestlé'nin insanın içindeki çocuğun başını okşayan bir tarafı var. Çikolata yemek 40 yaşında biri için daha çocukça bir şey, ama bundan vazgeçemiyorsunuz. Yediğiniz zaman sizi mutlu ediyor. O çikolatayı yemek kaçamak bir şey gibi. Nestlé'nin benim içimdeki çocuğun canlı kalmasını sağlayan bir görevi de var. Nestlé ürünlerinden DAMAK®'ı çok seviyorum. Sütlü çeşitlerini de beğeniyorum.

Kıtır kıtır reklam filmi

"Patlat bir CRUNCH, hayatına hareket kat" sloganıyla akıllara yer eden CRUNCH, yeni ürününün reklam kampanyasıyla da ses getirdi. Gençleri patlatmaya tam gaz davet eden CRUNCH'ın yeni reklam filmi, ekim ayında yayınlanmaya başladı. Birebir klip formatında çekilen reklam filminin yönetmenliğini Metin Arolat üstlendi. Dünyanın farklı köşelerinden üç güzelin dans ettiği reklam filmi; tüm yaz gençleri coşturan, Pitbull-Calle Ocho'nun "You know I want cha" adlı parçasının CRUNCH Hindistancevizli'ne özel olarak hazırlanmış sözleri ile hem göze hem kulağa hitap ediyor.



Kış hastalıklarına dikkat

Soğuyan hava, düşen vücut direnci, daha fazla kapalı alanda bulunulması nedeniyle kış mevsimi birçok hastalığı da beraberinde getiriyor. Bu hastalıklar ve bunlardan korunmak için işte yapılması gerekenler...

Kiş aylarıyla birlikte etrafımızda hapşırın, burunları kızarmış insanların sayısı artıyor. Hemen hemen herkeste bir yorgunluk şikayeti. Vücudumuzun daha fazla enerjiye ihtiyaç duyduğu kış ayları, aynı zamanda çeşitli hastalıkların da daha sık görüldüğü bir mevsim. Bu mevsimde enfeksiyonlar daha ağır geçtiği için, uzmanlar sağlığınıza daha çok önem vermemiz gerektiğini belirtiyor. Rahat ve sağlıklı bir kış geçirebilmenin de yolu önce bilinçli korunma yolları ve dengeli beslenmeden geçiyor. Belirtileri ve nedenleri birbirine benzese de kış mevsiminde artan hastalıklar farklı tedavi yöntemleri gerektiriyor. Dikkat edilmemesi ve gerekli önlemlerin alınmaması gibi durumlarda bu hastalıklarından bazıları daha ciddi sorunlara neden olabiliyor.



Bağışıklık sistemini güçlendirmek için:

- Mutlaka egzersiz yapılmalı. Koşun ve bedensel aktivitede bulunun. Hafif tempoda koşma, bisiklete binme, yüzme, tenis, dans, aerobik, jimnastik gibi sporlar yapılarak kalp de korunmuş olur.
- Enfeksiyon hastalıklarının ortaya çıkmasında stres de etkili olabilir. Stresten uzak durmaya, güler yüzlü olmaya ve tartışmalardan uzak kalmaya çalışın.
- Temiz havaya çıkmayı ve yürümeyi ihmal etmeyin.
- Kaliteli uykuya önem verin.
- Dönüşümlü soğuk ve sıcak banyolar yapın.
- Fazla kilolarınızdan kurtulun.
- Tüketeceğiniz yağ miktarını sınırdan tutun ve doğru yağı kullanın. Günlük ihtiyacınız olan proteini ihmal etmeyin.
- Bol bol C vitamini, doğal yoldan ya da ilaç şeklinde vitamin takviyeleri alınmalı.
- Bağırsakların sağlıklı çalışması için lifli gıdalara ağırlık verin. Haftada 2-3 kez kuru baklagil ve salata tüketimine özen gösterin.
- Günlük antioksidan alımını ihmal etmeyin.
- Kış mevsiminde güneşli gün sayısı az olduğu için, haftada 2-3 kere balık tüketilerek D vitamini alımı sağlanabilir. Ayrıca demir içeriği yüksek kuru meyveler ve pekmez gibi gıdalara da tüketilebilir.
- Sigaradan uzak durun. Alkolü azaltın.
- Bitkisel çaylar içmeyi ihmal etmeyin. Ihlamur, kuşburnu, elma, portakal ve üzüm suyu tüketimi bağışıklık sistemini güçlendirir.
- Kuru üzümü çekirdekleriyle yiyin.

Soğuk algınlığı

Her mevsim insanların kapısını çalabilen soğuk algınlığının, sonbaharla birlikte yoğunluğunda ciddi bir artış gözleniyor ve kış aylarında hareketliliği en üst noktaya çıkıyor. Burun ve boğazda meydana gelen bir enfeksiyon olan soğuk algınlığı, genelde bir hafta sürer. Yaş ve başka rahatsızlıklara göre bu süre değişkenlik gösterebilir. Burun akıntısı, hapşırma, öksürük, ateş gibi belirtileri olan hastalık, bulaşıcı olduğu için dikkat etmek gerekiyor. Ağrı kesici ve ateş düşürücülerin yanı sıra yatak istirahati de bu hastalığın atlatılmasında etkilidir.



Grip

Grip, influenza virüsünün neden olduğu solunum yolu enfeksiyonudur. Soğuk algınlığı ve grip arasındaki en önemli fark, soğuk algınlığında yüksek ateş ve genel durum bozukluğu gözlenmezken; gripde yüksek ateş, genel durum bozukluğu ve araya giren ikincil bakteriyel enfeksiyonlar görülebilir. Grip yüksek ateş, halsizlik, öksürük, baş, boğaz ve kas ağrılarıyla başlar. İyileşme süreci 1-2 haftayı bulabilen grip-ten korunmanın en iyi yolu, ekim ve kasım ayı arasında grip aşısı olmaktır.

Farenjit

Farenjit boğazın arka duvarının iltihabıdır. Bu bölgenin mikrobik, metabolik ya da çalışılan ortamın ısısına, tozuna bağlı olarak reaksiyon göstermesiyle ortaya çıkan farenjit, beslenme alışkanlığı, sigara, mide-

deki asit problemleri gibi değişik nedenlerden oluşabiliyor. Ses kısıklığı, boğazda kuruluk, yanma, ağrı, yutkunma zorluğu, toz ve yiyeceklere karşı hassasiyet farenjit belirtileridir. Tedavi için boğaz kültürü alınıp mikrobik olup olmadığı araştırılır. Farenjite virüslerin neden olduğu düşünüldüğünde antibiyotik verilmesi gerekli değildir.

Zatürree

Zatürree ciddi bir akciğer hastalığıdır. 39 dereceyi geçen ateş, öksürük, çoğu zaman pas renginde ve koyu kıvamlı balgam gibi belirtileri olan zatürreede, akciğerdeki hava keselerinin iltihap ve sıvıyla dolması sonucunda kana oksijen ulaşamadığı için vücut hücreleri düzenli çalışmaz. Doktor gözetiminde, uygun antibiyotiklerin kullanımıyla iyileşme sürecine girilebilir.

Akut bronşit

Akciğerlerdeki bronşlarda salgı artması nedeniyle ortaya çıkan bir iltihaptır. Soğuk algınlığının ardından görülebileceği gibi, alerjisi ya da kronik sinüzit hastalığı olanlarda da görülebilir. Akut bronşitte; burun akıntısı, titreme, kas ağrısı, boğaz ağrısı, kuru öksürük, hafif ateş, balgam çıkarma ve solunum zorluğu gibi belirtiler görülür. Akut bronşit virüsler tarafından oluşturulduğu için antibiyotik kullanımı gereksizdir. Solunum zorlaştığında hekim astım tedavisinde kullanılan bir ilaç önerebilir.

Sinüzit

Burun çevresindeki sinüs adı verilen boşlukların iltihaplanmasına sinüzit adı verilir. Burun tıkanıklığı, ağız kokusu, yüz ve dişlerde ağrı, öksürük, ateş ve halsizlik gibi belirtileri olan sinüzit baş ağrısı da yapabilir. Sinüzit tedavisinde; sinüslerin havalanmasını kolaylaştıran tablet, süspansiyon, burun damlası ve antibiyotik kullanılabilir.

Hastalıklardan korunma

- Kış mevsiminde enfeksiyonlar ağır geçtiği için korunma tedbirlerine özen gösterilmesi çok önemli. Kronik hastalığı olanlar kış aylarına girerken mutlaka genel kontrollerini yaptırmalı.
- Günlük taze sebze ve meyve tüketmeyi alışkanlık haline getirin. Portakal, nar, üzüm, elma, soğan, sarımsak, havuç, limon, mandalina, greyfurt, yeşilbiber, marul ve salata tüketimine ağırlık verin.



- Yaşlılar, çocuklar, kalp, astım, diyabet gibi sağlık sorunları olanlar, çok soğuk günlerde mecbur kalmadıkça sokağa çıkmamalı.
- Soğuktan koruyan giysiler tercih edilmeli ve aşırı terlememeli.
- Özellikle hamile kadınlar kış hastalıklarına karşı dikkat etmeli, kalabalık ortamlardan uzak durmalı.



- Bulaşıcı hastalıklardan korunmak için eller sık sık yıkanmalı ve yakın solunum temasından kaçınılmalı.
- Hapşırma ve öksürme sırasında ağız ve burun kağıt mendille kapatılmalı.
- Su tüketimi azaltılmamalı. Su bağırsıklık sistemini güçlendirir ve yeni hücre üretimini hızlandırır.



“Kuzey, benim için yeni bir aşk”

Emre Altuğ, hem özel hem de mesleki yaşantısında yoğun ve heyecanlı bin dönem geçiriyor. Kısa bir süre önce baba olan Altuğ, “Oğlum Kuzey henüz yeni tanıştığım, büyük ve yeni bir aşk benim için. Bu büyük aşk giderek çoğalacak” diyor.

Romantik şarkılarıyla tanıdığımız Emre Altuğ, çok yönlü bir sanatçı. Albüm ve konser çalışmalarının yanı sıra televizyon dizileri ve sinema filmlerinde oyunculuk yapıyor, televizyon programı hazırlayıp sunuyor, reklam filmlerinde rol alıyor. Son olarak Coffee Mate®’in yeni kampanyasının yüzü olan Emre Altuğ, Ocak ayında yayınlanmaya başlayacak reklam filmi serisiyle izleyenlerin karşısına çıkacak. Altuğ ile bir araya gelerek Coffee Mate çekimlerinin yanı sıra çalışmalarını ve oğlu Kuzey’in hayatında yaptığı değişikliği konuştuk.

Hem özel hem de mesleki hayatınızda yoğun ve heyecanlı bir dönemdesiniz.

Günleriniz nasıl geçiyor?

Reklam çekimi yaparak, single hazırlayarak ve oğlum Kuzey’in gazını çıkararak. Benim hayatım her zaman yoğun. Hiç durmuyorum. Müzik biraz geri planda kaldığında oyunculuk işi ön plana çıkıyor. Bir de hem ticari getirisi olan hem de kariyerime olumlu etki yapacak reklam çalışmalarım oluyor. Şu an yeni yıl dönemi için bir single hazırlıyorum. Yine bir aşk şarkısı olacak. Single’den sonra da albüm hazırlıklarına başlayacağım.

Şarkılarınızdaki kadar duygusal mısınız?

Duygusal insanların duyguları çok fazla ön plandadır. Hayatımızda bazı anlar vardır ki mantığınızla düşünmek zorundasınız. Aksi takdirde sizi uçuruma sürükler. Zaten bu iş yeterince duygusal yoğunluğu olan bir iş. Bir de kararlarınızda ciddi anlamda duygusal davranırsanız, bu sizi yanlışa sürükleyebilir. Hayat bana meselelerin mantığını da duygularıma katmayı öğretti. Bunun için çabaladım. Yoksa benim duygusal bir yapım var.

Baba olmak nasıl bir duygu?

Kuzey henüz yeni tanıştığım, büyük ve yeni bir aşk benim için. Bu büyük aşk giderek çoğalacak. Çok hızlı büyüyor. Uyudukça büyüyor. Her gün onu biraz daha değişik görüyorum. Çok uslu bir bebek. Bir de gaz sancısı olmasa hiç sesi çıkmayacak. Gaz nedeniyle geceleri biraz rahatsızlanıyor. Uykumuzdan büyük bir mutlulukla kalkıp ilgileniyoruz.

Kuzey, hayatınızda nasıl bir değişiklik yarattı?

Kuzey, annesiyle çok daha fazla zaman geçiriyor. O nedenle benim işim daha kolay. Çağla, işlerinden kopmak zorunda kaldı. Ancak benim için böyle bir zorunluluk olmadı. Kuzey’in asıl ihtiyacı olan şey Çağla’da. Dolayısıyla işlerimle ilgilenebiliyorum. Yoğun bir dönem geçiriyorum. Sinema filminin ardından single ve reklam çekimleri, halen devam

“Keyifli ve profesyonel bir çalışmaydı”



Nestlé ile nasıl bir işbirliği yaptınız?

Nestlé, Türkiye’nin en köklü, en kaliteli

markalarından birisi. Kendilerinden böyle bir teklif geldiğinde seve seve kabul ettim. Nestlé ile işbirliği yapmaktan çok mutluyum.

Çekimler nasıl geçti?

Reklamın çok keyifli bir konsepti var. Çok eğlenceli iki gün geçirdik. Başarılı, yaratıcı arkadaşlarımızın yazdığı senaryonun dışında da, kendiliğinde oluşan espriler de oldu. Ocakta yayınlanmaya başlayacak reklam filmi serisini, izleyenlerin de beğeneceğini umuyorum.





32 sohbet

eden televizyon programı, başlayacak olan konser programım... Yoğunluktan keyif alıyorum. İşten geri kalan bütün zamanımı evde Kuzey'le geçiriyorum.

TV8'deki, "Stüdyo Emre" programınız nasıl ortaya çıktı? Nasıl gidiyor?

Uzun zamandır aklımda olan bir projeydi. TV8'den gelen teklifi değerlendirdik. Bunca yıllık arkadaşlığımın televizyona yansımalarının çok sıcak olacağını düşündüm. Çok güzel tepkiler alıyorum. Özellikle üniversite gençliği yakından takip ediyor. Bizim programımızda her telden, en kaliteli var. Magazin yok. Arkadaşlıklarımı sıcak bir şekilde ekrana yansıtmaya çalışıyorum. Az laf çok müzik olmasını istedim. Şu ana kadar aldığım tepkiler de doğru yolda olduğumuzu gösteriyor.

Bu yoğunlukta beslenmenize dikkat edebiliyor musunuz?

Biz evde beslenmeyi tercih eden bir aileyiz.



Evimizde çok iyi yemek yapan bir yardımcıımız var. Bizim isteğimiz doğrultusunda çok güzel yemekler yapıyor. Sağlıklı beslenmeye çok önem veriyoruz. Bir sorunumuz olmuyor, ama çok lezzetli olduğunda fazla yiyebiliyoruz. Onu da ertesi sabah Nesfit® yiyerek dengeliyoruz. Haftada dört sabah Nesfit yiyoruz.

Nestlé'nin diğer ürünleriyle aranız nasıl? Hangi ürünlerini seviyorsunuz?

Nestlé'nin Türkiye'nin en iyi çikolata üreticisi olduğunu düşünüyorum. Benim çocukluğumdan beri tadını en sevdiğim çikolata. Nestlé'yle çocukluğumun geçtiği Akatlar'da, Ahmet Amca'nın bakkalında tanıştım. Tüm türlerini çok seviyorum. Özellikle DAMAK®'ı çok beğeniyorum.

Nescafe® ve Coffee Mate'i ne sıklıkta tüketirsiniz?

Nescafe içmeyi çok seviyorum ve Coffee Mate'le tüketmeyi tercih ediyorum. Zaten kahve iki türlü içilir: Sade ya da Coffee Mate'li. Bizim ses tellerimizin sağlığı için her şeyin keskininden uzak durmamız gerekiyor. O nedenle Nescafe'yi çok sıcak içmiyorum. Coffee Mate'le yumuşatıyorum. Ses tellerime en küçük bir pürüz olmaması gerekiyor. Coffee Mate bu anlamda işimi çok kolaylaştırıyor. İstedğim an içebiliyorum.

Gözü kapalı bile tanırırsınız

Nestlé Yetişkin Beslenmesi İş Birimi Genel Müdürü Amaç Kansu, Coffee Mate'in yeni reklam kampanyasındaki amaçlarını şöyle özetliyor: "Amacımız kahvesini yumuşak içimli sevenlere, kokusundan ve tadından vazgeçmeden buna ulaşabileceklerini anlatmak."

Coffee Mate'in yeni kampanyasıyla ilgili bilgi verir misiniz?

Kampanyayı hazırlarken Türk tüketicisinin hazır kahve/Nescafe tüketim alışkanlıklarından yola çıktık. Bugün baktığımızda Türk tüketicisi Nescafe'yi yüzde 90 oranda yumuşak içimli seviyor. Bunun için süt veya kahve kreması tercih edebiliyor. Tüketicinin önemli bir beklentisi de tat yumuşarken kahvenin sevdiği kokusunu, aromasını kaybetmemesi. Her keyfin olduğu gibi kahve keyfinin de tam ve eksiksiz olması. Coffee Mate bu noktada devreye giriyor. Özel olarak kahve için üretiltiğinden kahvenin koku ve aromasını bastırmadan tadını yumuşatıyor. Yeni kampanya bunun farkındalığını artırma-

yı hedefliyor. Coffee Mate, yumuşak içimli bir kahve lezzeti sunan ve bunu kahvenin tadına ve kokusuna hiç dokunmadan yapan bir ürün. Yeni kampanyamızı da bu özelliğin üzerine bina ettik. Tüketicimize "Kahveniz, gözünüz kapalı-



Amaç Kansu

ken sade zannedeceğiniz kadar yoğun kahve kokusuna sahip, ama yudumladığınızda yumuşak bir tadı varsa Coffee Mate'lidir" demek istiyoruz.

Neden Emre Altuğ'u tercih ettiniz?

Kampanyamızı, fikrimizi tanıtacak oyuncunun samimi bulunan, sevilen, inandırıcı ve insanların "Bizim evin insanlarından birisi" diye tanımlayacakları ve hiçbir sahteliği olmayan birisi olmasını istiyorduk. Emre Altuğ bizim için tüm bu özellikleri taşıyor. Ayrıca araştırmalarda fikrini aldığımız tüketicilerimiz de bu seçimimizi destekleyen görüşler verdi.

Nasıl bir strateji izliyorsunuz?

Tattırma mantığına dayalı bir iletişimi, değişik hedef kitleleri kullanarak yapıyoruz. Emre Altuğ'un önce koklatıp ardından tattırdığı Coffee Mate'li kahveyle önce biraz kafa karıştırıyor. Ardından da mesajımızı veriyor. "Kahve iki türlü içilir: Sade ya da Coffee Mate'li"

İçinizi ısıtan
geleneksel
salep tadı



TAM
KIVAMINDA
Sıcacık çikolata
tadı!