

**froma**<sup>®</sup>

fragrances & flavors

tohumdan dünyaya tasarım - creation from seed to the world

ŞUBAT 2017 BÜLTEN

# KOKU DURAĞI



Her Koku  
Anılara Açılan Bir kapıdır

Herkes ayrıcalıklıdır. MHC'ye dair.

Koklama problemleri

Duyusal pazarlamada koku'nun yeri ve önemi

Tarıhten ilham alınmış iki Froma kreasyonu  
Ertuğrul 1890 ve Enzeru 1890.

# Her Koku Anılara Açılan Bir Kapıdır



**K**okuları algılamaya anne rahminde başlıyor insan. Fetüsün içinde yer aldığı sıvı pek çok koku molekülü barındırıyor ve bu kokularda hem annenin gen yapısından kaynaklanan genel bir karakter taşıyor, hem de günlük beslenme şekline göre hafif değişiklikler gösteriyor.

Çoğu kez farkında olmasak da sevme/sevmeme, o ortamda huzurlu olup olmama duygularımızın çoğu aslında en erken hatıralarımızla ilgili oluyor. Konu sadece yasemin, leylak ya da kereviz kokusu sevip sevmememiz değil. Ortamlar, insanlar, nesnelere de kokuyor. Bu kokular bilinç dışı dahi olsa kararlarımızı etkiliyor. Her biri bizde birtakım duygulara karşılık geliyor.

Kötü mü kokuyor? Tehlikeli, zehirli veya bozulmuş olabilir, uzak dur! Güzel mi kokuyor? Tadına bak, dene, içine çek gibi basit çalışıyor, detayda ise daha karmaşıklaşıyor. Vereceğimiz tepkiyi aslında o kokunun bizdeki ilk hatırası belirliyor. Bizler ne kadar az farkında olsak da, kokunun üzerimizdeki kontrolü tahminlerimizin çok çok üstünde.

## **Herkes Ayrıcalıklıdır. MHC'ye Dair...**

Her birimizin kendimize has bir kokusu (koku izi) var-

dır. Koku duyumuz ve nasıl koktuğumuz genetiğimizle ilişkilidir. Koku izimiz bizim genotipimizle daha çok da Ana Doku Uygunluk Kompleksi (Major Histocompatibility Complex-MHC) ile ilişkilidir. Aynı aileden insanlar benzer MHC genotiplerine sahiptir. Aynı ailenin bireyleri arasındaki genler arası ilişki ve dolayısıyla kokuları benzerdir. Yorumlarımız farklı olsa da genel hatlarda bize çok uzak ve gen yapısı bizlerden çok daha farklı olan kişilere aşık oluruz.

Burada gerçekleşen aslında bir çeşit sihir değil Mono Histocompatibility Complex (MHC) diye adlandırılan bilimsel olgudur. Her birimizin bir gen yapısı var ve bu genotipin özelliklerimize yansıyan şekline fenotip deniyor. İşte bu fenotip, genotipimizle ilgili ipuçlarını veriyor. Biz de çoğu zaman bu fenotip ipuçlarını koklayarak en uygun genotipi (üremek için en uygun eşi) seçiveriyoruz. Aşkın kimyası ve bilinç dışı seçim kriterleri üzerine yapılmış bir çok araştırma var.

Çalışmalar gösteriyor ki çekici bulduğumuz kokular ile MHC tipimiz arasında bağlantı vardır. Birçok kokulu tişört deneyinde kadınlar en zıt MHC tipine sahip erkeklerin kokusunun olduğu tişörtleri tercih etmişlerdir. En farklı gen yapısı en sağlıklı yeni jenerasyonlar yapabilecek partner anlamına geliyor.

# Koku Alma Problemleri

**K**oklamanın nasıl bir mucize ve aslında bir hediyeye olduğunu anlamak için yokluğu ya da bozukluğunun hayatlarımızdaki boşluğunu tartmak en etkili yoldur. Peki nedir bu bozukluklar: Anozmi, Kakozmia, Phantosmia (Hayalet Koku); yaşamayanlar farkında olmasa da hayat kalitesini oldukça olumsuz etkileyecek bozukluklardır.

## Anozmi

Anozmi kokuyu algılayamama rahatsızlığıdır. Anozmi geçici olabileceği gibi bazı anozmi tipleri (Travmatik Anozmi dahil) kalıcı da olabilir. Burun mukozasında iltihaplanma, burun geçişlerinin blokajı veya temporal lobun zarar görmesi gibi sebeplerden meydana gelebilir.

Geçici bir koklama kaybı tıkanmış burun ya da enfeksiyondan kaynaklanabilir. Kalıcı kayıp ise burundaki koku alıcı nöronların ölümü veya koku alma işlemini gerçekleştiren beyin bölgelerindeki koku sinirlerinin hasarlarının gerçekleştiği beyin yaralanmalarından kaynaklanabilir. Doğuştan gelen koku alma kayıpları ise genellikle genetik faktörlere bağlıdır.

## Phantosmia (Hayalet Koku)

Bir koku halüsinasyonu, orada olmayan bir kokuyu algılama durumudur. Phantosmia genelde kendiliğinden geçer, bununla birlikte bu bazen kademeli gerçekleşebilir ve seneler sürebilir. Kokusal halüsinasyonlar burun enfeksiyonları, burun polipleri veya diş problemleri



gibi sağlık kondisyonları sebebiyle ortaya çıkabilir. Ya da migren, kafa yaralanmaları, darbeler, Parkinson, nöbetler, veya beyin tümörleri gibi nörolojik durumlar da sebep olabilir.

## Kakozmia

Hoş olmayan Phantosmia olarak da tanımlanabilir. Ortamda bulunmamasına rağmen algılanan hoş olmayan bir koku halüsinasyonu ya da kötü bir koku illüzyonunu tanımlamak için kullanılır. Kısaca Kakozmiası olan kişi ortamda olmamasına rağmen kötü bir koku algılar ya da güzel bir kokuyu kötü olarak algılar. Çoğu kez koku patikalarının yaralanmasının bir sonucudur. Burun boşluğumuzun arkasında yer alan dokularda meydana gelen herhangi bir hasar (viral enfeksiyon veya travma) probleme sebep olarak Kakozmia'ya neden olabilir. Kakozmia'nın sebebi tespit edilip tedavi edildiğinde Kakozmia'da ortadan kaybolacaktır.



## Tarihten İlham Alınmış iki Froma Kreasyonu

### Ertuğrul 1890 ve Enzeru 1890

Hilalin ülkesi'nden başlayarak Yükselen Güneşin ülkesi Japonya'ya ulaşan Osmanlı Fırkateyni Ertuğrul ve ona kucak açan Japon halkının tarihe yazılmış dostluklarına dair anlamlı iki yorum.

**ERTUĞRUL 1890**

Bu tasarım Ertuğrul Fırkateyni'nin hikayesini anlatıyor. Evlerindeymişçesine Japonya sahillerinde huzur içinde sonsuzluğa uyuyan kayıp mürettebatın ve kurtulanların okyanus ötesinde kurdukları dostlukların anısına Froma'dan ku-

sursuz bir yorum, ERTUĞRUL 1890.

**ENZERU 1890**

Japon halkının konuk severliğini vurgulayan Enzeru 1890 ile tamamlanmasa Ertuğrul'un hikayesi muhakkak ki yarım kalacaktı. Enzeru 1890 Ertuğrul'un kurtulan mürettebatına kucak açan merhamet ve misafirperverliğin simgesi Japon halkının dostluğuna naif ve şık bir yorum olarak hayat buluyor.

<https://vimeo.com/201835657>

<https://www.youtube.com/watch?v=ZuLJCFjd64c>

# Duyusal Pazarlamada “Koku”nun Yeri ve Önemi

**B**eş duyardan biri ya da birkaçını etkileyerek tüketicinin bir ürün hakkındaki düşüncesine ya da satın alma kararına etki etmeye yönelik çalışmalara duysal pazarlama denir.

Diğerleri oldukça uzun yıllardır kullanılmakta ve konumuz dışında olduğundan biz burada koku üzerine birkaç bilgi paylaşmak istiyoruz.

Gerald Zaltman, “Müşteriler nasıl Düşünür?” isimli kitabında kokunun önemini şu sözlerle anlatıyor: “Koku ve diğer duyarlar beynin limbik sistemine entegre edilmiş durumda. Görsel tetiklemelerde bu deneyimler yeniden yaşanıyor, hatırlatılıyor.”

Brand Sense kitabının yazarı Martin Lindstrom’un işaret ettiği bir araştırmaya göre ise erkeklerin yüzde 80’i ve kadınların yüzde 90’ı, koku sayesinde canlı ve duysal anılarının tetiklendiğini belirtmişlerdir.

Her markanın kokusu olmalı görüşünde olan ve Duyusal pazarlama kitabının yazarı Marc Gobe, markalaşma sürecinde koku faktörünü doğru kullanan markaların,

müşterileriyle duysal bir bağ kurduğunu söylüyor. Kokunun duysal pazarlamada kullanımına dair en güzel örnekleri ve başarılı uygulamalarından biri marketlerde kullanılan taze ekmek kokusudur. Müşterilerde acıkma hissi oluşturularak daha çok alışveriş yapılmasının sağlanması kaçınılmazdır.

Gıda dışı ürünlerde de oldukça etkili bir unsur olduğuna dair önemli bir örnek ise 1960’lı yıllarda Rolls Royce markasının yaşadığı kriz ve sorun tespit edildikten sonra getirilen çözüm olabilir. Rolls-Royce tutkunları, ısrarla yeni otomobilin daha önceki modellerin sağladığı keyfi yaşatmadığını iddia ediyordu. Araştırmalar gösterdi ki eski modellerin iç aksesuarları tahta, deri, yün gibi doğal maddelerden oluşuyor, bir araya geldiklerinde ise özel bir koku ortaya çıkıyordu. Haftalar süren çalışma sonunda müşteriler memnun edildi. O günden bu yana fabrikadan çıkan her otomobilde koltukların altına bu “Rolls-Royce kokusu” ekleniyor.

Duyusal pazarlama aracı olarak kokuyu kullanan marka sayısı artmaya devam ediyor.

## Nerelerdeydik?

5 Kıtada, 51 Ülkede 20.000 Ürünle yaygın şekilde faaliyet gösteren Froma F&F farklı coğrafyalarda sektörel fuarlarda yer almaya devam ediyor.



Cosme Tokyo Fuarı  
23-25 Ocak 2017



Cosmoprof Asia Hong Kong Fuarı  
14-18 Kasım 2016



Intercharm Ukrayna Fuarı - Kiev  
22-24 Eylül 2016

**froma**<sup>®</sup>  
fragrances & flavors

FROMA KİMYA GIDA VE AMBALAJ SAN. TİC. LTD. ŞTİ.  
İsso San. Sit. 5.Yol Sokak J Blok No: 23-25-27 34538 Esenyurt-İstanbul  
T: +90 212 623 02 90 F: +90 212 623 02 95 [info@froma.com.tr](mailto:info@froma.com.tr)



tohumdan dünyaya tasarım - creation from seed to the world

[www.froma.com.tr](http://www.froma.com.tr)