

Tüm paydaşlarımız için...

%20,7

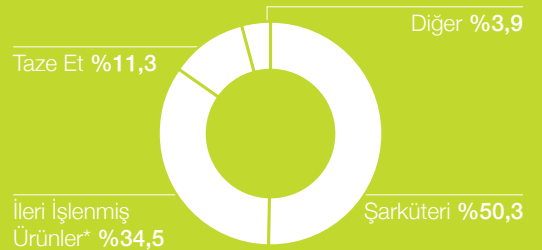
Toplam şarküteri ciro pazar payı

2012 yılında Pınar Et;

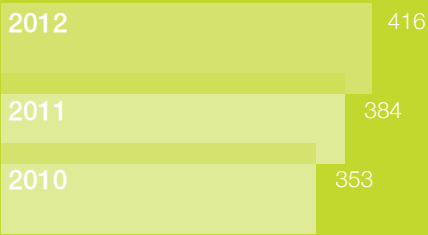
- Toplam şarküteri ürünlerinde %20,7 ciro pazar payı elde ederek liderliğini korumuştur.
- Toplam net satışlarında bir önceki yıla oranla %8,5 artış kaydetmiştir.
- İhracat faaliyetlerinde geçtiğimiz yıla oranla %35,6 ciro büyümesi sağlamıştır.
- 10 adet yeni ürünü piyasaya sunmuştur.
- Şarküteri ürünleri ile Türkiye'deki hanelerin %41'i tarafından tercih edilmiştir.



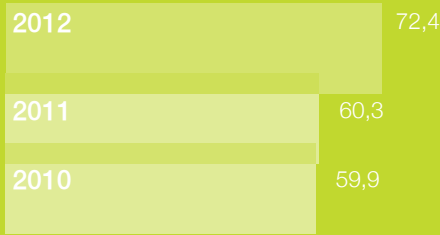
Ürün Grupları Bazında Net Satışlar



* Dondurulmuş et ürünleri, unlu mamuller ve deniz ürünleri

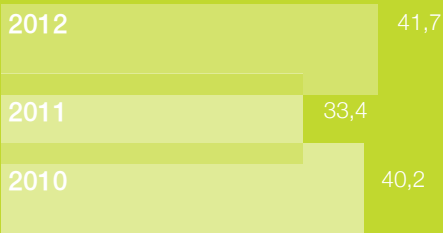
Net Satışlar (milyon TL)

2012 yılında net satışlar %8,5 oranında artışla 416,4 milyon TL olmuştur.

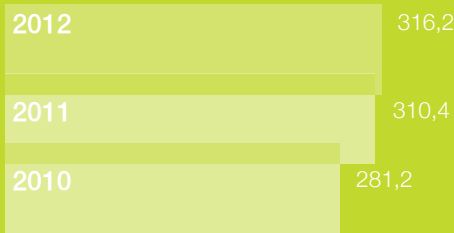
Brüt Kâr (milyon TL)

Pınar Et'in brüt kârı geçen yıla göre %20 yükselerek 72,4 milyon TL olarak kaydedilmiştir.

Pınar Et, verimli çalışmalara sahne olan bir yılı daha başarıyla tamamlamıştır. Şirket'in net satışları 2012 yılında 2011 yılına göre %8,5 artarak 416 milyon TL olarak gerçekleşmiştir.

FAVÖK (milyon TL)

FAVÖK, katma değeri yüksek olan işlenmiş ürün satışlarının artması ve faaliyet giderlerindeki iyileşmeler sonucunda %24,8 artışla 41,7 milyon TL'ye yükselmiştir.

Özkaynaklar (milyon TL)

Pınar Et'in özkaynakları 2012 yılı sonu itibarı ile bir önceki yıla kıyasla %1,9 artarak 316,2 milyon TL olarak gerçekleşmiştir.

%24,8

FAVÖK 2012 yılında %24,8 artış göstermiştir.

Brüt Satışlar (TL)

Ürün Grubu	2012	2011	Değişim (%)
Şarküteri	279.748.338	262.789.920	6,45
İleri İşlenmiş Ürünler	163.972.328	144.993.591	13,09
Taze Et	55.396.752	61.773.109	(10,32)
Diğer	16.892.534	13.200.364	27,97
Toplam	516.009.952	482.756.984	6,89

%20

Pınar Sucuk 2012 yılında Türkiye'de hanelerin %20'sine girmeyi başarmıştır.

Türkiye'deki her 100 haneden 90'ına bir şarküteri ürününün girdiği 2012 yılında, bu hanelerin %41'i Pınar Et markalı şarküteri ürünlerini tercih etmiştir.



Pazar Payları

Salam	Sosis	Sucuk	Toplam Şarküteri
%37,8	%28,3	%16,1	%20,7
Lider	Lider	Lider	Lider

Kaynak: Nielsen





Pınar Et, uzun dönemde sürdürülebilir ve kârlı bir büyüme için pazardaki yeni gelişme ve eğilimlerin önceden sezinlenmesi ve sahiplenilmesi gereğine inanmaktadır. Şirket bu amaçla paydaşlarının şimdiki ve gelecekteki gereksinimlerini belirlemekte, geleceğin taleplerini karşılayacak kaynakları hazır bulundurmakta, tüm süreçlerini buna uygun tasarlayarak paydaş memnuniyetini sağlama çalışmalarına önem vermektedir.

Pınar Et, paydaşlarına olan kurumsal taahhüdünün ayrılmaz bir parçası olarak gördüğü insan kaynağı, sosyal sorumluluk, etik değerlere bağlılık, şeffaflık ve kurumsal yönetim eksenlerindeki başarılı uygulamalarına, 2012 yılında da kesintisiz olarak devam etmiştir.

Sektörde liderlik konumunun pekiştirildiği bir yıl...

Pınar Et, 2012 yılında şarküteri pazarındaki küçülmeye rağmen elde ettiği %20,7 ciro pazar payı ile en yakın rakibinin 2 katından daha fazla bir farkla liderliğini korumuştur. (Kaynak: Nielsen)

Pazardaki en büyük kategori olan sucuk kategorisinde %16,1 ciro pazar payına sahip olan Pınar Et, Türkiye'de sucuk denince ilk akla gelen marka olma konumunu sürdürmüştür. (Kaynak: GFK-Tracking) Pınar Et, bu kategorideki açık ara liderliğini 2012 yılında da devam ettirerek Türkiye'deki hanelerin %20'sine girmeyi başarmıştır. (Kaynak: Nielsen-Ipsos HTP)

Pınar Salam bir önceki yıla göre %8 artışla %37,8 ciro pazar payına ulaşmış, bu sonuçla en yakın rakibinin 3 katı üzerinde bir oranla liderlik pozisyonunu elde etmiştir. (Kaynak: Nielsen)

Pınar Salam 2012 yılında Türkiye'deki hanelerin %23'ünde tüketilmiştir.

2012 yılında %28,3'lük ciro pazar payı ile liderliğini sürdüren Pınar Sosis, en yakın rakibinin 11 puan üzerinde konumlanmıştır. (Kaynak: Nielsen) Pınar Sosis Türkiye'deki hanelerin %13,4'üne ulaşmıştır. (Kaynak: Ipsos HTP)

Türkiye'deki her 100 haneden 90'ına bir şarküteri ürününün girdiği 2012 yılında, bu hanelerin %41'i Pınar markalı şarküteri ürünlerini tercih etmiştir. (Kaynak: Ipsos HTP)

Pınar Et, 2012 yılında etli ve unlu ürünler ile deniz ürünlerini kapsayan tüm dondurulmuş ürünler pazarında toplam %27 ciro pazar payına sahip olmuş ve ilk 2 marka içinde yer almaya devam etmiştir. (Kaynak: Nielsen-Scantrack)

Özellikle dondurulmuş et ürünleri kategorisinde tüketicilerin en çok tercih ettiği marka olan Pınar Et, bu kategoride %42 gibi yüksek bir payla rakiplerinin açık ara önündedir.

Her geçen yıl büyümeye devam eden ve giderek önemi artan dondurulmuş pizza kategorisinde Pınar Et, %28 pazar payı ile liderliğini korumuş, faaliyet gösterdiği bir diğer dondurulmuş unlu ürün kategorisi olan milföyde cirosunu artırmaya devam ederek %20 pazar payına ulaşmıştır. Donuk balık ürünlerinde ise Pınar Et'in ciro payı geçen yıla oranla 0,5 puan artmış ve %24,4 seviyesine gelmiştir. (Kaynak: Nielsen-Scantrack)

%42

Dondurulmuş et ürünleri kategorisinde tüketicilerin en çok tercih ettiği marka olan Pınar Et, bu kategoride %42 gibi yüksek bir payla rakiplerinin açık ara önündedir.



%81

2012 Ipsos HTP raporlarına göre; hanelerin %81'ine yılda en az bir kez Pınar Et ürünü girmektedir.

Türkiye'de işlenmiş et ürünleri ve dondurulmuş et ürünleri pazarının liderliğini uzun yıllardır sürdüren Pınar Et'in hane penetrasyonu da her yıl artış göstermektedir.

%27

2012 yılında Pınar Et ihracatını %27 oranında artırma başarısı göstermiştir.

Satışlarda sektör trendlerine uygun, dengeli dağılım

2012 yılında Pınar Et'in satışlarının segment bazındaki dağılımı, sektörde yaşanan değişime paralel bir yön çizmiştir. Yıl içerisinde, katma değeri yüksek ürünlerin satışına odaklanma stratejisi başarıyla uygulanarak toplam net satış gelirlerinde bir önceki yıla oranla %8,5 artış kaydedilmiştir. Pınar, 2012 (Ocak-Eylül) Nielsen gıda sektörü ciro payı sıralamasında 6. sırada (alkollü içecekler hariç) yer almıştır.

Pınar Et'in 2012 yılı şarküteri ürünlerindeki toplam tonaj satışlarının %34'ünü sucuk, %44'ünü salam, %21'ini ise sosis kategorileri oluşturmuş, salam ve sucuk kategorilerinde 2011 yılına göre artış yaşanmıştır.

2011 yılı seviyesini koruyan ileri işlenmiş ürünler toplam satışlarının ton bazında %26'sı et ürünlerinden, %68'i unlu ürünlerden, %6'sı ise deniz ürünlerinden kaynaklanmıştır.

Türkiye'de işlenmiş et ürünleri ve dondurulmuş et ürünleri pazarının liderliğini uzun yıllardır sürdüren Pınar Et'in hane penetrasyonu da her yıl artış göstermektedir. 2012 Ipsos HTP raporlarına göre; hanelerin %81'ine yılda en az bir kez Pınar Et ürünü girmektedir.



Toplam gelirlerde ihracatın artan payı

Pınar Et, ihracat faaliyetlerini sürdürülebilir büyüme ve kârlılığının önemli bir bileşeni olarak kabul etmektedir. Şirket, kalitesini, teknolojisini, etik değerlerini ve deneyimini, "Pınar" markası altında harmanlayarak global arenaya taşımaya kararlıdır.

Dünya pazarlarının sunduğu olanakları değerlendirerek ihracatın toplam satışları içindeki payını artırmayı hedefleyen Pınar Et, uluslararası piyasalardaki varlığını daha da güçlendirecek çalışmalar gerçekleştirmektedir.

Pınar Et, KKTC, Azerbaycan, Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Kuveyt, Türkmenistan, Özbekistan, Kazakistan, Katar, Bahreyn, Yemen, Avustralya, Irak ve Kırgızistan'a dana ve hindi etinden üretilmiş şarküteri ürünleri, dondurulmuş ürünler ve deniz ürünleri ihracatı yapmaktadır.

İlk kez 2012 yılında başlanan ABD'ye donuk balık ihracatının, 2013 yılında da düzenli olarak sürdürülmesi planlanmaktadır.

Pınar Et, 2012 yılında geçtiğimiz seneye göre Türk lirası bazında %35,6 düzeyinde ciro büyümesi sağlayarak 4,3 milyon ABD doları tutarında ihracat gerçekleştirmiştir.

Turquality Projesi kapsamına alınan ilk firmalardan biri olan ve bu proje içerisinde ilk 5 yılını başarı ile tamamlamış bulunan Pınar Et, ikinci 5 yıllık projede de yer almaktadır. Söz konusu proje çerçevesinde 2012 yılında yapılan müracaat tutarı 3.050.000 ABD dolarıdır.

Kurumsal yönetim derecelendirme notu

Stratejik yatırım planı kapsamındaki çalışmalar

Pınar Et, 2012 yılında üretim-çevre-insan döngüsünde toplam çıktıyı, kaliteyi, müşteri memnuniyetini ve verimliliği artırmaya odaklı yatırım çalışmalarını sürdürmüştür. 2012 yılında Pınar Et'te gerçekleştirilen yatırım harcamalarının toplam tutarı 10,8 milyon TL'dir. Binalar, yer altı ve yer üstü düzenlerine 202 bin TL, makine ve tesislere 7.821 bin TL, taşıtlara 82 bin TL, demirbaşlara 2.620 bin TL ve haklara 29 bin TL yatırım yapılmıştır.

Ödüller-belgeler

Kuruluşundan bugüne kadar Türkiye'nin işlenmiş et sektöründe lider markası olmaya devam eden Pınar Et'in gerek üretim standartları ve kullandığı teknoloji, gerekse yenilikçi ve ilkleri gerçekleştirme yaklaşımı, 2012 yılında da saygın kuruluşlar tarafından ödüle layık görülmüştür.

Capital Dergisi'nin GFK Araştırma şirketiyle ortaklaşa gerçekleştirdiği "İş Dünyası Nezdinde En Beğenilen Şirketleri Araştırması" sonucuna göre Pınar Et, geçtiğimiz yıl olduğu gibi bu yıl da sektörünün en beğenilen şirketlerinden biri olmuştur.

Superbrands'in seçili kurulu ve Nielsen'in ölçümlerine göre belirlenen 2012 yılı süper markalarından sadece dördü, 2012'deki yerlerini korumuştur. 2012 yılında listeye en çok gıda-içecek kategorisinde giriş olurken Pınar, son iki yıldır ilk 10'da kalmayı başaran süper markalar arasında yer alarak başarısını devam ettirmiştir.

RepMan İtibar Araştırmaları Merkezi tarafından yapılan "Türkiye'nin en itibarlı sektörleri ve şirketleri" araştırmasına göre Pınar, Türkiye'nin en itibarlı 10 şirketi arasında yer almıştır.

BrandFinance'in hazırladığı 2011 Marka Değeri raporuna göre Pınar Et ilk 100 marka arasındadır.

Pınar, GFK Araştırma şirketinin tracking raporlarına göre gıda sektöründe %39 ile ilk akla gelen markadır. Güvenilir Marka (%56), Kaliteli (%57), Yakın hissedilen (%49), Modern (%48), Uzman (%55), Ürünleri Lezzetli (%53) gibi kriterlerde de en yüksek değerlere sahiptir.

SAI Global/EFSIS tarafından 2012 yılında denetlenen Pınar Et'in, kesimhane, et parçalama ve paketleme bölümlerini kapsayan denetim puanı A grade 97,04, kırmızı et ürünleri ve beyaz et ürünleri üretim birimlerini kapsayan denetim puanı ise A grade 97,00 olmuştur.

2012 yılında yapılan çizgialtı aktivitelerden "Canım Sucuk Çekti" ile Sahada Pazarlama Uygulamaları ve Gerilla Aktiviteleri kategorilerinde Doğrudan Pazarlama İletişimi'nde birincilik ödülü alınmıştır (Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği Ödülü).

Pınar Açbitir Salam ve Pınar Gurme Burger, BrandsPark International tarafından yürütülen tüketici araştırmasında, tüketicilerin oylarıyla, dondurulmuş gıda (Köfte, Burger) ve salam kategorilerinde "En İyi Yeni Ürün" ödülüne layık görülmüştür.

2012 yılında Ambalaj Ayyıldızları Yarışması'nda Kalbim Sende Köfte ve Şölen Promosyon Paketi yetkinlik ödülü almıştır.

Ambalaj Sanayicileri Derneği'nin düzenlediği, özgün tasarımların ve fark yaratan çalışmaların ödüllendirildiği 2012 yılı Ambalaj Ayyıldızları Yarışması'nda Pınar Aç Bitir Salam ve Pınar Gurme Sucuk ürün ambalajları ile bronz ödüle layık görülmüştür.

2012 yılında Pınar Et, Ege Bölgesi Sanayi Odası (EBSO) tarafından; "Yarattığı Marka İle Yurtiçi Üstün Satış Performans Ödülü", "Yarattığı Marka İle Yurtdışı Üstün Satış Performans Ödülü" ve "En Yüksek Vergi" kategorisinde dördüncülük ödülüne layık görülmüştür. Ayrıca "Et ve Et Ürünleri Sanayi Meslek Grubunda"; "En Yüksek Yatırım Gerçekleştiren Firma Birincilik Ödülü", "En Yüksek Vergi Ödeyen Firma Birincilik Ödülü", "En Yüksek Üretim Gerçekleştiren Firma İkincilik Ödülü", "En Yüksek İhracatı Gerçekleştiren Firma İkincilik Ödülü", "En Fazla İstihdam Sağlayan Firma İkincilik Ödülü" almıştır.

Kariyer.net'in çeşitli kriterler doğrultusunda verdiği ve insan kaynağına verilen değer göstergelerinden olan "İnsana Saygı" ve "En Çok Başvuru Alan Şirket" ödüllerinden biri de topluluk şirketleri adına Yaşar Holding'e verilmiştir.

SAHA Kurumsal Yönetim ve Kredi Derecelendirme Hizmetleri tarafından 2012 yılında hazırlanan Kurumsal Yönetim Derecelendirme Raporu'nda Pınar Et'in derecelendirme notu 10 üzerinden 8,77 olarak açıklanmıştır.

Müşterilerimiz ve tüketicilerimiz için...



30 yıl

Pınar Et, 30 yıldır süregelen mükemmeliyetçi çalışmaları sonucunda tüketicilerin en güvendiği markalardan biri olmuştur.

Tüketicilerin en güvendiği markalardan biri...

Pınar Et, kuruluşundan bu yana üretimde en modern teknolojileri kullanarak tüketicilerine sağlıklı ve lezzetli ürünler sunmuş, sadece yarattığı ciro ile değil, belirlediği standartları ve prensipleriyle de sektöründe izlenen ve örnek alınan firma özelliği kazanmıştır.

Tüketicilerinin gereksinim ve beklentilerini sürekli ve periyodik olarak analiz etme alışkanlığına sahip olan Pınar Et, 30 yıldır süregelen mükemmeliyetçi çalışmaları sonucunda tüketicilerin en güvendiği markalardan biri olmuştur.

Pınar Et sahip olduğu geniş ürün portföyü ile farklı damak tatlarına hitap etmekte, farklı taleplere cevap vermekte ve farklı yaş grubundan tüketicilerinin beklentilerini karşılamaktadır.

Pınar Sucuk; premium segmentte Klasik, Şölen, Gurme, Delight Kutsal Sucuk, orta fiyat segmentinde Doyum Kutsal Sucuk, mangal severler için Mangal Keyfi Sucuk ve alt fiyat segmentinde Yörük Kutsal Sucuk ile pazarda yer almaktadır.

Salam segmentinde; premium segmentte Dana Macar, Kahvaltılık, Fıstıklı Salam, Hindi Etli Salam, Piliç Salam; açık şarküteride, Pınar markası ile Dana Macar, Etli, Fıstıklı, hindide Etli ve Fıstıklı, dilimli kategorisinde ise Açıkbüfe ve Açbitir markaları yer almaktadır. Orta fiyat segmentinde Doyum ve Pınar Büfe, alt fiyat segmentinde de Yörük Salam ve Yörük Büfe Salam bulunmaktadır.

Pınar Et sosis segmentinde; premium segmentte vakumlu sosislerde, kahvaltılık, kokteyl, uzun, ekonomik, hindi uzun; orta fiyat segmentinde Doyum vakumlu sosis ve farklı gramajlarda kokteyl sosisler; alt fiyat segmentinde ise Yörük Sosis ile pazarda yer almaktadır.

Dana ve hindi jambon, hindi göğüs füme ürünleri de Pınar Et'in şarküteri pazarındaki diğer mevcut ürünleridir.





Pınar Et Ürün Grupları

Şarküteri

Sucuk
Salam
Sosis
Dilimlenmiş Et Ürünleri
Jambon

Dondurulmuş Et Ürünleri

Burger
Köfte
Kaplama Ürünler

Dondurulmuş Unlu Ürünler

Pizza
Milföy
Mantı
Tostpizza

Dondurulmuş Deniz Ürünleri

Çtır Balık
Fish Finger
Karides
Halka Kalamar
Temizlenmiş Hamsi
Mezgıt Fileto
Sardalya Fileto
Sardalya Fileto Pane
Balık Şinitzel

Pişmiş Tabaklı Ürünler

Piliç Cordon Bleu
Hindi Burger
Hindi Izgara Köfte
Hindi Döner

Deniz Ürünleri

Ton Balığı
Uskumru Fileto

Taze Et Ürünleri

Hindi Taze Etleri
Dana ve Kuzu Taze Etleri
Hindi Donuk Etleri
Dana ve Kuzu Donuk Etleri



10

Pınar Et 2012 yılında 8 adedi iç pazara, 2 adedi ise ihracata yönelik olmak üzere toplam 10 adet yeni ürünü piyasaya sunmuştur.

Pınar Et, tüketici ihtiyaçları ve isteklerini temel olarak oluşturduğu ürün portföyünü, yine bu temelde sürekli iyileştirmeyi ilke edinmiştir.



Rekabet gücü yüksek yeni ürünler

Pınar Et, tüketici ihtiyaçları ve isteklerini temel olarak oluşturduğu ürün portföyünü, yine bu temelde sürekli iyileştirmeyi ilke edinmiştir. Bu ilke doğrultusunda yeni ürün tasarımları yapılmış, mevcut ürünler ise yeni teknolojilere uyarlanarak geliştirilmiştir. Ürün tasarımında, tüketici talebi doğrultusunda, pazar rekabet gücü yüksek tasarımlara öncelik verilmiştir.

Katma değeri yüksek ürünlere odaklanmaya, tüketicinin alım gücüne uygun daha küçük ambalajlı ürünler geliştirilmesine yönelik uygulamalara devam edilmiştir. 2012 yılında büyümesini sürdüren Pınar Açbitir markası genişletilerek Pınar Macar Salam %100 dana ve Pınar Hindi Fıstıklı Salam ürünlerinin lansmanı yapılmıştır.

Şarküteri kategorisinde üst premium ürünler ile şarküterideki "uzman marka" algısını tüketicide pekiştirmek için Gurme Sucuk ve Gurme Sosis lansmanını takiben Gurme Ailesi'ni genişletmek amacıyla ürün portföyüne Pınar Gurme Salam ve Pınar Gurme Parmak Sucuk eklenmiştir. Ayrıca Pınar Gurme serisinin, kategorideki ilk light şarküteri ürünleri olan Pınar Delight serisinin ve farklı lezzet arayışındakiler için yeni Şölen çeşitlerinin lansmanları gerçekleştirilmiştir.

Bunlara ek olarak Pınar, 2012 yılında pazarda hızla büyüyen dondurulmuş unlu ürünler kategorisinde yeni ürün lansmanlarıyla satışlarını artırmıştır. Bu kategori içinde önemli bir paya

ulaşan mantı segmentinde iki yeni ürün, Kare Manti ve Kayseri Mantısı pazara sunulmuştur. Tüketiciler tarafından beğeni toplayan bu ürünlerin sahadaki dağıtımının artırılması çalışmalarına devam edilmektedir.

Ayrıca yenilikçi bir ürün olarak anneler günü ve babalar günü için rafta farklılık yaratan, kalp formunda olan Kalbim Sende Köfte'nin lansmanı yapılmıştır. Yeni ürünler dışında, pizzada da 4 alana 1 hediye promosyonu gerçekleştirilmiştir.

Pınar Et 2012 yılında 8 adedi iç pazara, 2 adedi ise ihracata yönelik olmak üzere toplam 10 adet yeni ürünü piyasaya sunmuştur. Ayrıca 8 üründe gramaj ve içerik değişikliği çalışmaları yapılmıştır.

2012 Yılında piyasaya sunulan yeni ürünler

- Kare Manti
- Kayseri Mantı
- Gurme Parmak Sucuk
- Gurme Salam
- Tost Pizza
- Aç-Bitir Macar Salam
- Aç-Bitir Fıstıklı Salam
- Yörük Kokteyl Sosis
- Tavuk Salam (İhracat)
- Dana Burger (İhracat)



Pınar Et; tüketiciye sağlıklı, güvenilir, lezzetli et ve et ürünleri sunma misyonunun yanı sıra; inovasyona, bilimsel ve teknolojik gelişmelere de önem vermektedir.

2012 yılı iletişim kampanyaları

Pınar Et şemsiyesi altında üretimi gerçekleştirilen ürün gruplarının bilinirliklerini artırmak, marka imajını pekiştirmek ve yeni ürünleri tanıtmak amaçlı kampanyalar ve promosyonlar 2012 yılında da sürdürülmüştür.

Şarküteride ciro payı en yüksek olan, yıllar itibarıyla en yüksek oranda büyüyen ve rekabetin en yoğun olduğu kategori olması nedeniyle, ağırlıklı olarak sucuk iletişimi yapılmıştır. 2011 yılında lansmanı yapılan çeşitlerle yenilenen Şölen Sucuk Serisi (Çemenli, Kimyonlu, Acılı) iletişimine 2012 yılında da yeni kampanya ile devam edilmiştir. Yapılan iletişimde Pınar markasının yanında Şölen alt markasının da bilinirliğinin artırılması hedeflenmiştir.

Şölen reklam filmi Şubat-Mart aylarında televizyonda yayınlanarak olumlu tepkiler alınmıştır. TV ile eş zamanlı olarak outdoor mecraları kullanılmış, radyo spotları da bu dönemde yayınlanmıştır. Ayrıca sosyal medyada çeşitli çalışmalarla tüketicilerle iletişim kurulmuştur.

Çizgiyatında ise satış noktalarında tadım aktiviteleri ve kahvaltı mekanlarına sponsorluklar ile ürün tanımları yapılmıştır.

2012 yılı içinde dondurulmuş ürünlerin yeni iletişim faaliyetleri için çalışmalarını tamamlayan Pınar Et, 2013'te yeni iletişim kampanyasıyla kategoriye büyütme ve pazar payını artırmayı hedeflemektedir. Yeni oluşturulan iletişim stratejisi için 2012 yılında yoğun tüketici araştırmaları yapılmış, "Lezzet Fikirleri" adı altında tüm portföyü kapsayan bir iletişim çatısı oluşturulmuştur.

Yenilikçi Ar-Ge çalışmaları

Kuruluşundan bu yana kaliteyi ve hijyen kurallarını ön planda tutan Pınar Et; tüketiciye sağlıklı, güvenilir, lezzetli et ve et ürünleri sunma misyonunun yanı sıra inovasyona, bilimsel ve teknolojik gelişmelere de önem vermektedir.

Pınar Et 2012 yılında da sektörel gelişmeleri yakından takip ederek üretime uyarlamış, var olan ürünlerde ve yeni çıkan ürünlerde geliştirme ve iyileştirme çalışmalarına hızlı bir şekilde devam etmiştir. Özellikle Türk Gıda Kodeksi'ndeki önemli değişikliklerin ürünlere uyarlanması konusunda Ar-Ge departmanında yoğun şekilde çalışılmış, gerek yatırımlarla, gerekse yeni malzeme çalışmaları ve formülasyonların optimizasyonu ile yasal değişikliklere uygun üretime odaklanılmıştır.

Pınar Et Ar-Ge'de bir ürünün geliştirilmesi ve sunuma hazır hale getirilmesi, çok kapsamlı ve çok özenli bir araştırma ve deneme süreci gerektirmektedir. Tüm bu süreci başarıyla tamamlama yetkinliğine sahip olan Pınar Et, gıda sektöründe "ilk"lere imza atmaya gelecekte de devam etme kararlılığındadır.



%72

2012 yılında Pınar Et tesislerinde kapasite kullanım oranı %72 olmuştur.

Üretim (ton)

Ürünler	2012	2011	Değişim (%)
Mamuller	33.483	32.280	3,73
Et	6.623	6.747	(1,84)
Rendering	4.194	3.643	15,12
Toplam	44.300	42.670	3,82



- Entegre Kırmızı Et Üretim Tesisi

- Taze/donuk dana ve kuzu etleri
- Şarküteri ürün grupları (sucuk, salam, sosis vb.)
- Dondurulmuş et ürünleri (hamburger grubu)
- Dondurulmuş et ürünleri (köfte grubu)
- Hazır yemek ürünleri grubu (döner, pişmiş tabaklı ürünler)

- Entegre Hindi Üretim Tesisi

- Taze/donuk hindi etleri
- Dondurulmuş et ürünleri (hindi ve piliç grubu)

- İşlenmiş Su Ürünleri Tesisi

- Dondurulmuş balık köfte, natürel su ürünleri

- Yan Ürünler Üretim Tesisi

- Yem hammaddeleri (et-kemik unu vb.)

Pınar Et, yaklaşık 46.000 m² kapalı alanda 102.000 büyükbaş, 408.000 küçükbaş ve 1.836.000 adet hindi kesim ve işleme kapasitesine sahip tesislerinde yıllık yaklaşık 33 bin ton üretim gerçekleştirmektedir.

2012 yılında Pınar Et tesislerinde kapasite kullanım oranı %72 olmuştur.

Üretim Tesisleri

Kapalı Alan	46.000 m ²
Açık Alan	284.000 m ²
Toplam Alan	330.000 m²

Pınar Et kalite anlayışı ve yönetim sistemleri

Pınar Et kalite yönetim sistemini, ürünlerinin çiftlikten tüketiciye ulaşmasına kadar geçen tüm süreçleri kapsayacak bir yapıda kurgulamıştır. Sistemin amacı, ürünlerin güvenli, sağlıklı ve hijyenik koşullarda üretilmesi ve tüketicilerle buluşturulmasıdır.

Temelini süreç yönetiminin oluşturduğu kalite yönetim sistemi ile tüm süreçlerdeki kritik noktalar belirlenerek kontrol altına alınmış ve sürekli izlenmeleri sağlanmıştır. Bütün bu uygulamalar, dünya çapında güvenli gıda tedariki için düzenlenen standartları ve HACCP sistemini

içeren FSSC 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi kapsamında gerçekleştirilmektedir.

Pınar Et, Türk Gıda Kodeksi Et Tebliği'nde belirtilen kimyasal ve mikrobiyolojik analizleri yapma kabiliyeti olan donanımlı bir laboratuvara sahiptir. 2008 yılında 17025 Laboratuvar Yeterlilik Belgesi olarak TSE'nin taşeron laboratuvar olmaya hak kazanmıştır. Pınar Et ürünlerinin, Türk Gıda Kodeksi ve ilgili tebliğlere uygunluğu bu laboratuvarlarda yapılan kimyasal ve mikrobiyolojik analizlerle doğrulanmaktadır.

Pınar Et, 2012 yılı Mayıs ayında TSE tarafından, Eylül ayında İngiliz firması SAI Global/EFSS tarafından tüm yönetim sistemlerini kapsayan bir denetim geçirmiş ve her yıl olduğu gibi bu yıl da A notu ile değerlendirilmiştir.

Pınar Et'in kurulduğu günden beri uyguladığı İslami usullere uygun kesim sistemi, TSE'nin 2011 yılında yayınladığı Helal Standartı'na göre denetlenmiş ve Helal Belgesi almaya hak kazanmıştır.

Maliyet optimizasyonu uygulamaları

Pınar Et, masraf tasarrufuna, maliyet düşürmeye ve üretimde verimliliği artırmaya yönelik projelerini 2012 yılında da sürdürmüştür. 2008 yılında başlayan Yalın Altı Sigma ve 1999 yılında başlayan Operasyonel Maliyet İyileştirme (OMİ) çalışmaları ile önemli maliyet avantajları sağlanmıştır.

Yalın 6 Sigma projeleri

Yalın 6 Sigma projelerinde hedef; küreselleşen dünyada global riskleri yönetebilmek adına müşterinin sesine ve taleplerine karşılık verebilecek esnek bir yapıya sahip olmak, süreçlerde operasyonel mükemmelliği sağlamak ve bu sayede marka değerini artırabilmektir. Pınar Et bu kapsamda, Şirket'e ve tüm paydaşlarına değer yaratmak, iş kollarında güçlenerek liderliğini korumak, sonuç olarak sürdürülebilir ve kârlı bir büyüme sağlamak üzere çalışmalar yürütmektedir.

Yalın Altı Sigma ile operasyonel süreçlere ilişkin talepler ve iyileştirme çalışmaları, belirli bir sistematik doğrultusunda yönetilmektedir. Söz konusu çalışmalarda, her bir süreç için ölçülebilir kalite kritikleri belirlenmektedir. Ardından, kalite kritiğine etki eden süreç girdilerini iyileştirmek üzere aksiyonlar alınmakta, buna bağlı olarak hata oranları azaltılarak verimliliği artıracak bir yapı kurgulanmaktadır. Çalışmaların nihai hedefi, zaman içerisinde değişen müşteri beklentilerine hızla cevap vererek müşteri memnuniyetini sürekli kılmaktır.

Operasyonel Maliyet İyileştirme (OMİ) projeleri

Günümüzde giderek önemi artmakta olan yenilikçilik ve yetenek yönetimi, Pınar Et'in kurum kültüründe içselleştirilmiş kavramlardır. Bu kavramların önemli bir unsuru olan Operasyonel Maliyet İyileştirme uygulamalarında bireyler, kendi fonksiyonlarıyla ilgili tespit ettikleri aksaklıkları ortadan kaldırmaya yönelik fikirleri proje olarak önermekte ve yöneticilerin onayı sonrasında uygulanan çözümler ile maliyetlerde iyileşme sağlanmaktadır. Hayata geçen projeler teşvik edici bir yaklaşımla ödüllendirilmektedir. Bu uygulamalardan, bugüne kadar yaklaşık 18,2 milyon liralık tasarruf elde edilmiştir.

2004 yılından bu yana OMİ ile birlikte Şirket bünyesinde gerçekleştirilen bir diğer uygulama "Öneri Haftaları"dır. Bu uygulama ile öncelikle mavi yakalı personelin maliyet iyileştirmesi konusundaki fikirlerini almak ve uygun bulunan fikirleri hayata geçirmek amaçlanmaktadır.

kalite

Pınar Et kalite yönetim sistemini, ürünlerinin çiftlikten tüketiciye ulaşmasına kadar geçen tüm süreçleri kapsayacak bir yapıda kurgulamıştır.



1.200

Türkiye'nin en güçlü satış ve dağıtım ağına sahip olan Yaşar Birleşik Pazarlama'nın 1.200'den fazla araçtan oluşan filosu bulunmaktadır.

Pınar Et, satışlarının %73,9'unu Yaşar Topluluğu'nun satış ve dağıtım şirketi olan Yaşar Birleşik Pazarlama kanalıyla gerçekleştirmektedir.



Bilgi teknolojileri alanındaki çalışmalar

Çağdaş üretim yaklaşımlarını ve yönetim biçimlerini benimseyen Pınar Et, hem günden güne artan büyümesinin, hem de çağımızın gerektirdiği ihtiyaçlardan dolayı bilgi teknolojileri altyapısını günün şartlarına uygun olarak genişletmekte ve yenilemektedir.

Pınar Et, 2012 yılında bilgi teknolojileri altyapısında önemli revizyonlar gerçekleştirmiş, iş sürekliliği, veri güvenliği ve maliyet iyileştirme konularında önemli gelişmeler sağlamıştır. Bu kapsamda Yeni Ürün Geliştirme süreci SAP sistemi altyapısında kurgulanarak veri tutarlılığı, sürecin izlenmesi imkanı kazanılmış ve ortak çalışma ortamı yaratılmıştır.

En son teknolojiye sahip dağıtım ağı

Soğuk ve donuk dağıtım zinciri ve saklama koşulları ile soğuk zincir uygulamalarında edinmiş olduğu teknik bilgi ve güçlü deneyim, Pınar Et'in en önemli rekabet avantajları arasındadır. Pınar Et'in Türkiye genelinde stratejik olarak yerleştirilmiş, en son teknolojiye ve esnek organizasyon yapısına sahip dağıtım ağı; Türkiye'nin en büyük soğuk ve donuk dağıtım zinciridir.

Pınar Et, satışlarının %73,9'unu Yaşar Topluluğu'nun satış ve dağıtım şirketi olan Yaşar Birleşik Pazarlama kanalıyla gerçekleştirmektedir.

Yaşar Birleşik Pazarlama

Türkiye'nin en büyük satış dağıtım ağı

Yaşar Birleşik Pazarlama, Yaşar Topluluğu Gıda İçecek Grubu bünyesinde faaliyet gösteren bir satış-dağıtım şirkettir. Türkiye'nin en büyük ve en güçlü satış ve dağıtım ağına sahip olan Şirket 1.200'den fazla araçtan oluşan filosuyla ürünlerin tüketicilere en sağlıklı şekilde, hızla, düzenli ve sürekli olarak ulaşmasını sağlamaktadır.

Yaşar Birleşik Pazarlama, Gıda İçecek Grubu üretim şirketlerinin Pınar markalı 16 değişik ürün grubunun alt kategorilerindeki farklı ısı değerlerinde olan ve üç günden bir yıla kadar değişen farklı raf ömürlerine sahip 530'u aşkın ürün çeşidinin satış ve dağıtımını gerçekleştirmektedir. Söz konusu ürünler Şirket'in yurt geneline yayılmış bayilik ve bölge müdürlükleri ağı vasıtasıyla 155 binden fazla noktaya ulaştırılmaktadır.

Şirket, satışta uzmanlaşmış müşteri odaklı kadroları ve 100'ü aşkın deneyimli bayisi, verimliliği esas alan yaygın dağıtım ve kanal yönetimi stratejisi ile performansını ve etkinliğini her yıl geliştirmektedir.

2011 yılında genişlettiği binek ve satış araç parkı, hizmet kalitesini ve verimliliği artırmak üzere uygulamaya koyduğu projeler, Yaşar Birleşik Pazarlama'yı soğuk zincir dağıtımında müşterilerin en güvendiği hizmet şirketi durumuna getirmiş, müşteri memnuniyeti ve kârlılık anlamında önemli kazanımlar elde etmesini sağlamıştır.

Lojistik

Pınar Et, lojistik süreçlerindeki verimlilik ve müşteri memnuniyetine dayalı, Yeşil Lojistik kavramını destekleyici nitelikteki çalışmalarını 2012 yılında da sürdürmüştür.

%92

2012 yılında Pınar İletişim Merkezi'ne ulaşan tüketicilerle gerçekleştirilen anketin sonuçlarına göre müşteri memnuniyeti oranı %92'dir.



Nakliye yönetiminde sağlanan kazanımlar

Pınar Et, lojistik süreçlerindeki verimlilik ve müşteri memnuniyetine dayalı, Yeşil Lojistik kavramını destekleyici nitelikteki çalışmalarını 2012 yılında da sürdürmüştür.

Ölçek ekonomisi modeli ile yönetilmekte olan lojistik süreçlerinde uygulamaya alınan yeni rota optimizasyon modeli sayesinde, yurt genelinde gerçekleştirilen şehirler arası kara nakliye faaliyetlerinde daha az mesafe ile sağlanan lojistik maliyet tasarrufunun yanı sıra yaratılan daha az karbon emisyonu sayesinde sürdürülebilirlik ciddi seviyede desteklenmektedir.

Hizmet alınmakta olunan lojistik servis sağlayıcı firmaların araç filolarını daha çevreci olan Euro IV ve Euro V motor normlarındaki araçlar ile yenileme çalışmaları 2012 yılında da devam etmiş, araç filosunun ortalama yaşı 2011 yılında 4 iken 2012 yılında 3,5'e çekilerek filo gençleştirilmiştir.

Lojistik hizmeti alınmakta olan servis sağlayıcı firmaların servis kalitelerinin ve performanslarının ölçülmesi ise Yalın 6 Sigma uygulaması dahilinde her ay düzenli olarak gerçekleştirilmektedir.

Pınar İletişim Merkezi

Tüketici odaklı çalışma prensibini benimseyen Pınar, tüketicilerinden gelen istek ve önerileri titizlikle incelemekte ve dikkate almaktadır. Türkiye'nin her yerinden alan kodu çevirmeden ücretsiz olarak ulaşılabilen 444 76 27 no'lu Pınar İletişim Merkezi'ne müşteri talep ve şikâyetleri haftanın 7 günü 07:00-23:00 saatleri arasında iletelebilmektedir. Gelen çağrılar operatörler tarafından canlı olarak yanıtlanmakta, ulaştırılan konular hakkında mümkün olan en kısa sürede tüketicilere bilgi verilmektedir.

Pınar tarafından iletişimde bulunulan tüketicilere memnuniyet anketi uygulanmakta ve bu yöntemle Pınar İletişim Merkezi hizmet düzeyi düzenli olarak ölçülmektedir. 2012 yılında Pınar İletişim Merkezi'ne ulaşan tüketicilerle gerçekleştirilen anketin sonuçlarına göre müşteri memnuniyeti oranı %92'dir.



Tedarikçilerimiz için...

262

Pınar Et, ürünlerinde kullandığı kırmızı et alımını ağırlıklı olarak toplam sayısı 262'ye ulaşan üreticilerden yapmaktadır.

Uzun yıllara dayanan, güçlü işbirlikleri oluşturduğu tedarikçiler, Pınar Et'in müşterilerine sunduğu güvenli ve hijyenik ürün taahhüdünün de ayrılmaz bir parçasıdır.

6

Pınar Et, et ihtiyacını Türkiye çapında 6 bölgeye yayılmış durumdaki yerli besi çiftliklerinden satın aldığı canlı hayvanlarla karşılamaktadır.

Pınar Et için hammadde tedariki, üretim sürecinin en önemli aşaması konumundadır. Uzun yıllara dayanan, güçlü işbirlikleri oluşturduğu tedarikçiler, Pınar Et'in müşterilerine sunduğu güvenli ve hijyenik ürün taahhüdünün de ayrılmaz bir parçasıdır.

Üretimde kullandığı etin kesimini kendi tesislerinde gerçekleştiren Pınar Et, et ihtiyacını Türkiye çapında 6 bölgeye yayılmış durumdaki yerli besi çiftliklerinden satın aldığı canlı hayvanlarla karşılamaktadır.

Veteriner kontrolü altında en iyi kalitede büyükbaş hayvan tedariki için "Sözleşmeli Besicilik" kavramını geliştiren ve destekleyen Pınar Et, ürünlerinde kullandığı kırmızı et alımını ağırlıklı olarak toplam sayısı 262'ye ulaşan üreticilerden yapmaktadır.

Canlı hindi alımlarının tamamı ve büyükbaş hayvan alımlarının bir kısmı ise Topluluğun tarımsal üretim şirketi olan Çamlı Yem Besicilik'ten sağlanmaktadır.

Pınar Et tedarikçilerini, temel ticari ve operasyonel göstergelerin yanı sıra, sürdürülebilirlik performanslarını ve riskleri dikkate alarak değerlendirmektedir. Bu nedenle bütün tedarikçilerini, tedarikçi yönetim prosesinin bir parçası olarak, sürdürülebilirlik bazında hazırlanan bir kayıt sistemine dahil etme projesi oluşturmuştur.

Pınar Et'in büyüyen iş hacmi, tedarikçiler ile kurduğu işbirlikleri çerçevesinde onların da iş hacimlerini benzer şekilde büyütmektedir. Düzenli olarak yapılan denetimlerle gıda güvenliğine uygun yeni malzemelerin ortak olarak geliştirilmesi sağlanmakta ve tedarikçiler için yeni iş alanlarına girme imkanları doğmaktadır. Tedarikçiler ile sürekli bilgi ağı kurularak sektördeki olası gelişmeler, yenilikler takip edilmekte, kalite ve yenilik çemberleri düzenlenip işbirliği yapılmakta ve söz konusu yenilikler öncelikli olarak uygulamaya geçirilmeye çalışılmaktadır.



Çalışanlarımız için...

Pınar Et, operasyonel mükemmeliyete ve sürdürülebilir istikrarlı büyüme hedeflerine ulaşılmasında insan kaynağının çok önemli bir rol oynadığına inanmaktadır.

745

Pınar Et'te 2012 yılı sonu itibarıyla 745 kişi çalışmaktadır.

2012 Yılında

Pınar Et insan kaynaklarının temel misyonu Şirket'te yenilikçi, toplam kalite anlayışını ilke edinmiş, değişime ve gelişime kolaylıkla ayak uydurarak, global anlamda rekabet avantajı sağlayan İnsan Kaynakları Yönetimi'ni sürdürülebilmektir.

İnsan Kaynakları Yönetimi kapsamındaki başlıca uygulamalar:

- Şirket'te personel kadroları, işletme ekonomisi kriterleri ile tespit edilmektedir.
- Personelin gelişmesini sağlamak amacıyla her kademede tespit edilen plan çerçevesinde Şirket içi ve dışı eğitim programları uygulanmaktadır.
- Organizasyon içindeki terfi ve atamalarda fırsat eşitliği gözetilmekte, atamalar prensip olarak Şirket içi personel arasından yapılmaktadır.
- Gelişim planları uygulanarak, kariyer planlama sistemiyle potansiyeli olan personele yükselme olanakları en geniş biçimde sağlanmaktadır.
- Personelin performans değerlendirilmesi, hedeflerin gerçekleştirilmesi ve yetkinlik baz alınarak yapılmaktadır.
- En üst kademedden başlayarak en alt kademeye kadar her pozisyon için iş tanımları ve performans standartları dokümanlaştırılmakta ve personel değerlendirmesinde bu sistem baz olarak kullanılmaktadır.
- Çalışan Görüşü Anketi periyodik olarak her yıl uygulanarak çalışma koşulları, yönetim, sosyal aktiviteler, ücret, eğitim, performans değerlendirme, kariyer planlama, katılımcı yönetim ve şirket memnuniyeti konularında çalışanların fikirleri alınmakta, alınan geribildirimler doğrultusunda iyileştirme çalışmaları yapılmaktadır.

- Güvenli bir çalışma ortamı ve koşullarının sağlanması Şirket'in çok önem verdiği bir konudur. İşçi Sağlığı ve Güvenliği Yönetmeliği çerçevesinde mesleki risklerin önlenmesi, sağlık ve güvenliğin korunması, risk ve kaza faktörlerinin ortadan kaldırılabilmesi için tüm yasal tedbirler alınmaktadır.
- Şirket'in yönetim tarzı, yasalara ve ahlaki kuralara uygun davranan, toplam kalite felsefesini ve katılımcı yönetim şeklini benimseyen bir Şirket olarak varlığını sürdürmektedir.
- Şirket'te çalışanların; dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasi ve felsefi düşünce, din, mezhep ve benzeri sebeplerle ayırım gözetilmeksizin eşit uygulama görmesi prensibi esastır.

Hedef ve yetkinlikleri esas alan performans geliştirme çalışmaları

Pınar Et, çalışanlarının üstün bir performansa ulaşmalarını sağlamak ve Şirket'in stratejik hedeflerinin gerçekleşmesine katkıda bulunmak amacıyla, çok sayıda farklı yöntemi içeren eğitim ve geliştirme faaliyetleri düzenlemektedir.

2012 yılı içerisinde Şirket çalışanlarına, kişi başı ortalama 10 saat olmak üzere toplam 7.470 saat eğitim olanağı sunulmuştur. Bu eğitimler kişisel, mesleki ve yönetim becerileri olacak şekilde üç grupta toplanmıştır.

Nitelikli işgücüne önem veren Pınar Et; üniversitelerin kariyer günlerine katılarak potansiyel çalışanlara ulaşmakta, ayrıca öğrencilere staj imkanları da sunmaktadır. 2012 yılı içinde 88 üniversite öğrencisi ve 34 lise öğrencisi Pınar Et tesislerinde staj yapma şansına erişmiştir.

7.470

2012 yılında toplam 7.470 saat eğitim verilmiştir.





Yeniliklerle hayatı
tatlandırmak...



Çevre ve toplum için

CO₂

2020 yılına kadar karbon emisyonunun %15 azaltılması hedeflenmiştir.

Pınar Et, ekonomik menfaatlerini çevreye ve topluma sorumluluklarıyla dengeleyen, öncü ve örnek bir kurumsal vatandaşdır.

Sorumluluk sahibi bir kurumsal vatandaş

Pınar Et, ekonomik menfaatlerini çevreye ve topluma sorumluluklarıyla dengeleyen, öncü ve örnek bir kurumsal vatandaşdır. Ekonomik, çevresel ve sosyal sürdürülebilirliği uzun vadeli, sağlıklı ve kârlı performansın formülü olarak gören Pınar Et, kurumsal stratejisini ve hedeflerini bu düşünce etrafında temellendirmektedir.

Çevreyi koruma ve doğaya saygı, Pınar Et'in üretim döngüsünde en az ekonomik performans kadar gözetildiği temel bir olgudur. Şirket, hammadde tedarikinden taşımaya, tüketimden geri dönüşüme ve atıkların değerlendirilmesine kadar farklı aşamalarda ürünlerinin çevre üzerindeki etkilerini en düşük seviyede tutmanın sürekli çabası içindedir.



Çevreyi koruma ve doğaya saygı, Pınar Et'in üretim döngüsünde en az ekonomik performans kadar gözettiği temel bir olgudur.



Üretim teknolojilerini iyileştirme çalışmaları

Pınar Et çevre politikasında doğal kaynakların verimli kullanımı ve çevreye değer veren uygulamaların hayata geçirilmesi büyük önem taşımakta, ürün ve faaliyetlerin kalitesini artırırken çevre üzerinde olumsuz etki oluşturmamak amaçlanmaktadır. Bu nedenle üretim operasyonlarında ve enerji tüketimlerinde verimliliği artırmak için üretim teknolojilerini iyileştirme çalışmaları yapılmaktadır. Söz konusu çalışmalara, Yaşar Holding bünyesinde yapılandırılan ve Pınar Et'in de dahil olduğu bir sürdürülebilirlik ekibi ile devam edilmektedir.

Bu çalışmalar çerçevesinde oluşturulan çevre yönetim programları; enerji verimliliği, su tüketimlerinin takibi ve azaltılması, atık geri dönüşümü ve yönetimi ile yaşam alanlarının korunmasının en üst düzeye çıkarılmasını kapsamaktadır.

Enerji tüketiminde gerçekleştirilen azalmalar

Enerji verimliliği, Pınar Et'in öncelikli olarak gözettiği alanlardan biridir. Yaşar Holding'in tüm şirketlerinin katılımıyla oluşturulan enerji komitesi, enerji, su ve atık konularında ana hatları belirlenen tüm iyileştirme projelerini hayata geçirmek için çalışmalar yürütmektedir. Burada amaç, daha az enerji, daha az atık ve daha az su kullanarak üretim yapmak ve dolayısıyla ürün başına düşen karbon miktarını azaltmaktır.

Sera gazı salımı

Pınar Et sera gazı emisyon değerinin hesaplanabilmesi için emisyon kaynaklarını belirlemiş, faaliyet sınırlarını çizmiş ve hesaplama çalışmalarına başlamıştır. Sera gazı emisyon değerinin belirlenmesinin ardından karbon emisyonunu azaltma yöntemlerinin değerlendirilmesi ve uygun projelerin devreye alınması, sonuç olarak 2020 yılına kadar karbon emisyonunun %15 azaltılması hedeflenmiştir.

Uygulamaya konulan projeler ile birlikte, üretim süreçlerinde iyileştirilme sağlanmış, ton ürün başına düşen CO₂ miktarında, 2010 baz yılına göre %8,47 oranında azalma gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, 2012 yılında enerji tüketimlerinde bir önceki yıla göre elektrikte ton ürün başına harcanan enerji miktarı korunmuş, doğalgazda ise ton ürün başına harcanan doğalgaz miktarında %6,31 düşüş elde edilmiştir.

Elektrik enerjisinde tasarruf

Pınar Et, enerji tüketiminde kayıpların önlenmesi amacıyla yaptığı çalışmalar sonucunda önemli ölçüde enerji tasarrufu sağlamıştır. Bu çalışmalardan başlıcalarına aşağıda yer verilmiştir:

- Endüstriyel soğutma tesislerinde kompresör yağlarının soğutulmasına yönelik kapalı çevrim su soğutma kulesi alımı ve montajı
- Frekans kontrollü cihazların kullanımının yaygınlaştırılması
- Tesislerin soğuk su ihtiyacını karşılamak üzere kullanılan boru demetli rezerv buz kapasiteli soğuk su sistemi yerine, soğuk suyun plakalı tip eşanjörler ile temini
- Tesisat ve izolasyonların her yıl yenilenmesi ile kayıp ve kaçakların azaltılması

%40

Pınar Et'in piyasaya sürdüğü ambalaj malzemeleri için, yıllara göre geri kazanılan ambalaj atık miktarı %40 çıkmıştır.



Suyun verimli kullanımı

Pınar Et, çevre yönetim sistemleri ve programları kapsamında, tüm üretim proseslerinde kullanılan suyun verimli yönetimini hedeflemektedir.

Pınar Et tesislerinde birim ürün başına su tüketimi dikkatle izlenmekte, önemli bir değişiklik olduğunda muhtemel nedenlerinin sorgulanmasına önem verilmektedir. Ayrıca suyun verimli kullanımı ve atık oranının en aza indirilmesine yönelik çeşitli projeler oluşturulmakta ve titizlikle uygulanmaktadır.

Pınar Et üretim tesislerinde oluşan atık su miktarındaki üretim kaynaklı azalma ve artıma tesisinin daha az kirlilik yüküyle çalışması sayesinde enerji tasarrufu elde edilmiştir.

Ayrıca, deşarj noktasındaki otomatik numune alma cihazı ve debimetre ile tesislerin atık su değerleri takip edilmektedir.

Su kullanımını azaltma çalışmaları

- Amonyak soğutma kondenserlerindeki ve buhar kazanlarındaki suyun iletkenliklerinin düzenli kontrolleri ile daha az su tüketimi gerçekleştirilmiştir.
- Üretim makinelerine montajı yapılan kapalı çevrimli soğuk su üreticileri sayesinde su tüketiminde tasarruf sağlanmıştır.
- İleri işlenmiş ürünlerin üretiminde kullanılan kızartma yağının eritilmesi amacıyla sıcak su kullanımının yerine kapalı devre, buhar çevrimli, otomasyon sistemine sahip yağ eritme kabini yapılmıştır. Bu sayede hem su hem de elektrik enerjisinden tasarruf elde edilmiştir.

Ambalaj atıkları yönetimi

Pınar Et'in atık yönetiminin temelini, atığın kaynağında azaltılması ve yeniden kullanımını sağlanması oluşturmaktadır.

Pınar Et fabrikalarına, üretim proseslerinden çıkan atıkların toplama ve ayrıştırma süreçlerini kolaylaştırmak üzere, atık çeşitlerine göre ayrı ayrı atık toplama konteynırları yerleştirilmiştir.

Tehlikeli atık kapsamında tesislerden çıkan variller, bidonlar, elektrik-elektronik atıklar, makine ve bitkisel atık yağ gibi diğer atıklar lisanslı firmalara gönderilmekte ve geri dönüşümü sağlanmaktadır. Tıbbi atıklar, piller, floresanlar ve diğer atıklar ise kaynağında ayrı ayrı toplanmakta ve ilgili mevzuatlar uyarınca bertaraf edilmektedir.

Pınar Et ürettiği ürünlerde, geri kazanıma uygun ve çevreci ambalaj malzemeleri kullanımının yanı sıra, ambalajlarında kaliteden ödün vermeden daha az malzeme kullanılması konusunda projeler geliştirmiş ve folyo gramajlarının azaltılmasına yönelik çalışmalar yapmıştır. Ayrıca, makine ve ekipmanların daha az teknolojik atık oluşturması için, zamanında bakım ve değişim yatırımları gerçekleştirmiştir.

Pınar - ÇEVKO işbirliği

Pınar Et, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından onaylanmış ve Türkiye'nin yetkilendirilmiş kuruluşlarından biri olan ÇEVKO Vakfı ile sözleşme yapmıştır. Piyasaya sürülen Pınar Et ürün ambalajlarının yönetmelikte belirlenen oranlarda geri toplanması ve geri kazanımı/dönüşümü ÇEVKO Vakfı aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Ayrıca, imzalanan sözleşme gereği tüm ürünlerde "Yeşil Nokta" markası kullanılmaktadır.

ÇEVKO aracılığıyla 2012 yılında Pınar Et ürünlerinin tüketiminden oluşan 840 ton kağıt-karton, 74 ton plastik, 349 ton kompozit atık piyasadan geri toplanmış ve bu atıkların geri kazanım ve dönüşümleri yapılarak atıkların Türk ekonomisine kazandırılması sağlanmıştır. Aynı zamanda ÇEVKO aracılığı ile eğitim, bilinçlendirme, belediyelerin desteklenmesi gibi konularda yapılan çalışmalara da katkıda bulunulmuştur.

Ambalaj Türü	2010 yılı geri kazanım miktarı (%)	2011 yılı geri kazanım miktarı (%)	2012 yılı geri kazanım miktarı (%)
Kağıt - Karton	37	38	40
Plastik	37	38	40

Sosyal Sorumluluk

Pınar Et, ürünleriyle olduğu kadar, yarattığı doğrudan ve dolaylı istihdam olanakları, yatırımları, gerçekleştirdiği mal ve hizmet tedariki ve ödediği vergilerle de tüm toplum için değer üretmektedir. Şirket, bunlara ek olarak, sanata, eğitime, spora ve kültür varlıklarının korunmasına sağladığı sürekli desteği ve katkısı, topluma geri verme ilkesinin önemli ve vazgeçilmez bir aracı olarak görmektedir.

Pınar Çocuk Tiyatrosu 25. yılında

25 yılda Türkiye'nin dört bir yanındaki üç milyondan fazla çocuğa ücretsiz olarak ulaşan Pınar Çocuk Tiyatrosu, miniklere tiyatro sevgisini aşılamaı sürdürmektedir. Oynadığı her oyunda çocukların kültürel ve kişisel gelişimine katkıda bulunmayı hedefleyen Pınar Çocuk Tiyatrosu, bugüne kadar Türk tiyatrosuna birçok ünlü oyuncunun kazandırılmasında etkili olan bir okul görevi de görmektedir.

1987 yılından bu yana her yıl oyuncusundan yönetmenine, ışıkçısından sahne tasarımcısına kadar profesyonel kadrosuyla onlarca çocuk oyununa imza atan Pınar Çocuk Tiyatrosu 2011-2012 eğitim-öğretim yılı döneminde "Yaşasın Büyüyorum" isimli yeni oyununu sergilemiş, sahne, müzik, dekor ve kostümü profesyonelce hazırlanmış bu oyunuyla çocuklara görsel bir tiyatro şöleni yaşatmıştır.

GFK tarafından gerçekleştirilen bilinirlik ölçümüne göre Pınar Çocuk Tiyatrosu'nun 2012 yılındaki bilinirlik oranı %20'dir.

Kaynak: GFK Aromalı Sütler Tracking Araştırması

Pınar Resim Yarışması

Pınar Resim Yarışması, ilköğretim çağındaki çocukların resim sanatına ve güzel sanatlara ilgisini artırmak ve geleceğin ressamlarını yetiştirmek amacıyla 31 yıldır düzenlenmekte, her yıl yüz binlerce çocuğun hayallerini, umutlarını, özlemlerini resimle yansıtmasına olanak sağlamaktadır.

Geleceğin ressamlarına rehberlik görevini de üstlenen ve 1981 yılından itibaren her yıl farklı bir temayla açılan Pınar Resim Yarışması 2012 yılında "Haydi Hayallerimizi Çizelim" teması ile düzenlenmiş ve rekor düzeyde katılım gerçekleşmiştir.

Türkiye'nin her bölgesinden, KKTC'den ve Almanya'dan 1.068.440 resmin katıldığı yarışmada, öğretim üyeleri ve uzman kişilerden oluşan jürinin değerlendirmesiyle seçilen 23 minik ressam, ünlü ressam Hüsamettin Koçan koordinatörlüğünde İstanbul'da 1 haftalık Sanat Kampı ile ödüllendirilmiştir. 2012 yılında 31.'si düzenlenen Pınar Resim Yarışması'nın katılımcı öğrencileri, Sanat Kampı'nın son günü düzenlenen törende netbooklarını ve sertifikalarını da almışlardır. Sanat Haftası'na Diyarbakır'dan katılan bir öğrenci ise eğitim bursu almaya hak kazanmıştır.

GFK tarafından gerçekleştirilen bilinirlik ölçümüne göre Pınar Resim Yarışması'nın 2011 yılında %20 olan bilinirlik oranı, 2012 yılında %26'ya yükselmiştir.

Kaynak: GFK Aromalı Sütler Tracking Araştırması

Gizemli Kutular Projesi

Çocuklarda bilimsel düşünmeyi geliştirmek amacıyla Londra Bilim Müzesi (London Science Museum) tarafından oluşturulan interaktif atölye çalışması "Gizemli Kutular" projesi, Pınar ve İformel Eğitim/çocukistanbul tarafından ülkemizdeki öğrencilerle buluşturulmaktadır. Santralistanbul'da yürütülen atölye çalışmalarında, yenilikçi araçlar ve tekniklerle, alışılmışın dışında bir grup çalışmasına katılan çocuklara, bilimsel düşünme sürecinin bir yansıması yaşatılmaktadır.

%20

Pınar Çocuk Tiyatrosu'nun 2012 yılındaki bilinirlik oranı %20'dir.





Pınar UNICEF İşbirliği

“Pınar, UNICEF Elele Sanatla Geleceğe Projesi” kapsamında geçtiğimiz yıllarda Pınar Resim Yarışması'na katılan resimler arasından seçilen 3.000 resim orijinal boyutlarıyla kullanılarak özel Amerikan servisler üretilmiştir. UNICEF stantlarında satışa sunulan Amerikan servislerden elde edilecek gelir çocuklara destek olacak projeler için UNICEF tarafından kullanılacaktır.

2012 yılıbaşı sebebiyle Pınar adına yapılacak tüm yılbaşı hediye gönderileri yerine, Şanlıurfa'da bulunan Yatılı Bölge İlköğretim Okulları'na bağışlanmak üzere UNICEF ile işbirliğine gidilmiştir.

Pınar Enstitüsü

Sosyal sorumluluk kapsamında toplumun sağlıklı gelişmesine katkıda bulunmak amacıyla araştırma yapmak, araştırmaları ve eğitimleri desteklemek, sonuçları yayınlamak ve bu doğrultuda faaliyette bulunmak üzere 2012 yılında Pınar Enstitüsü kurulmuştur.

Pınar Enstitüsü'nün misyonu; gıda, sağlık ve beslenme konularında toplumu bilinçlendirmek ve kaliteli yaşam farkındalığı yaratmak amacıyla bilimsel projelere destek vermek, bilgi ağlarında yer almak ve eğitim faaliyetlerinde bulunmaktır.

Pınar Et Mesleki Eğitim Birimi

Pınar Et Mesleki Eğitim Birimi, et ve et ürünleri işlemeciliği meslek dalında eğitim veren bir kurumun olmaması, bu durumun da sektörde eğitilmiş eleman sıkıntısı çekilmesine yol açması nedeniyle 1998 yılında Pınar Et bünyesinde kurulmuştur.

Türkiye'de bir ilke örnek oluşturan bu programın amacı, temel eğitimini tamamlayarak iş hayatına atılan ve meslek öğrenmek isteyen 15-18 yaşları arasındaki gençleri, bir program

çerçevesinde teorik ve pratik açıdan eğitmektir. Söz konusu eğitimin tamamlanmasının ardından bu gençler, ülkenin ihtiyaç duyduğu vasıflı ara insan gücü içerisinde yer alabilme olanağına kavuşmaktadırlar. Ayrıca bu eğitim ile iş disiplininin sağlanması, ulusal düzeyde mesleki standardın, üretimde ise kalite standardının geliştirilmesi ve verimin yükseltilmesi de hedeflenmektedir.

2012 yılı itibarıyla mesleki eğitim biriminde, usta öğreticiler aracılığıyla 24 çırak öğrenciye et ve et ürünleri işlemeciliği alanında mesleki beceri kazandırılmış, 24 öğrenci Kalfalık Belgesi almaya hak kazanmıştır. Mezun olan öğrencilerden 10'u eğitimleri sonunda Pınar Et bünyesinde istihdam edilmiştir.

Mesleki eğitim biriminde yıl sonu itibarıyla 44 öğrenci eğitimlerine devam etmektedir. Kurulduğu günden bu yana Pınar Et Mesleki Eğitim Birimi'nden 305 öğrenci mezun olmuştur.

Spora destek

Pınar KSK

Pınar, spora olan katkısını Pınar Karşıyaka Basketbol Takımı'na sağladığı destekle sürdürmektedir. 1998 yılından bu yana Pınar Karşıyaka adıyla Türkiye Basketbol Birinci Ligi'nde mücadelesine devam eden basketbol takımını reklam bazında destekleyen Pınar, bu desteğiyle çocuklarda spor bilinci oluşturmaktadır. Ayrıca, her yıl 1.000'e yakın çocuk, Pınar'ın sponsorluğuyla Çiğli Selçuk Yaşar Tesisleri'nde spor yapma olanaklarından yararlanmaktadır.

Karşıyaka Spor Kulübü tarafından 01 Aralık 2012-10 Ocak 2013 tarihleri arasında gerçekleştirilen 2. Selçuk Yaşar Futbol Turnuvası'nın ana sponsoru Pınar olmuştur.

Yayınlar

Yaşam Pınarım Dergisi

2004 yılından bu yana yayın hayatında olan Yaşam Pınarım Dergisi farklı çizgisi ve içeriğiyle Pınar'ın tüketicileriyle, iş ortaklarıyla, akademik ve bürokratik çevrelerle arasında bir bağ kurmaktadır. Özellikle anne ve babalara yönelik yararlı bilgiler içeren Yaşam Pınarım Dergisi her 3 ayda bir basılmakta ve ücretsiz olarak dağıtılmaktadır.

Pınar Gazetesi

Her üç ayda bir yayınlanmakta olan Pınar Gazetesi, Pınar'a süt veren 15.000 üreticiye, 200-250 sözleşmeli veterinerine, Pınar Et alım departmanının çalıştığı üreticilere yönelik olarak hazırlanmaktadır. Gazete; besicilik, süt teknolojileri, besi hayvanı sağlığı gibi konularda süt ve et hayvancılığı yapan çiftçiler için önemli bir başvuru kaynağıdır.

Fuarlar - Sponsorluklar

Pınar Et, 81. İzmir Enternasyonal Fuarı'nda Yaşar Holding Gıda ve İçecek Grubu standı içinde yer alarak ürünlerini sergilemiştir.

Pınar Et, Dubai'de düzenlenen Orta Doğu'nun en prestijli ve katılımı yüksek fuarı GULF FOOD 2012 fuarına katılarak ürünlerini uluslararası piyasalara daha yakından tanıtmaya olanağı bulmuştur.

2012 yılında Pınar Et'in sponsor olarak desteklediği etkinlikler

Pınar Et'in topluma karşı olan sosyal sorumluluklarını yerine getirirken kullandığı en önemli araçlardan biri sponsorluk çalışmalarıdır.

- Türkiye Aşçılar Federasyonu ve Antalya Şefler Birliği tarafından Antalya Expo Center Fuar ve Kongre Merkezi'nde düzenlenen, Türkiye'nin her yerinden 2.500'e yakın aşçının katıldığı IV. Uluslararası Altın Kep Aşçılar Yarışması
- Uludağ Profesyonel Aşçılar Derneği tarafından düzenlenen ve Türkiye'nin her yerinden 300'e yakın aşçı katılımıyla Bursa Merinos Fuar ve Kongre Merkezi'nde gerçekleştirilen Ulusal Gastronomi Yemek Yarışması
- TUGİS (Türkiye Gıda Sanayi İşverenleri Sendikası) tarafından İstanbul Grand Cevahir Kongre ve Kültür Merkezi'nde düzenlenen Dünya Gıda Günü etkinliği
- KalDer'in İzmir Şubesi tarafından birincisi düzenlenen Güvenli Gıda Günleri
- Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı'nda düzenlenen Müşteri Çağında Pazarlama Zirvesi
- İzmir Kalite Derneği tarafından Mayıs ayında gerçekleştirilen 13. Mükemmelliği Arayış Sempozyumu
- Ege İhracatçılar Birliği tarafından 29 Mayıs 2012 tarihinde Swisotel Grand Efes'te düzenlenen Gıda Ar-Ge Proje Pazarı
- 4 Temmuz 2012 tarihinde Seatrade ve İzmir Ticaret Odası işbirliğiyle Swisotel Grand Efes'te gerçekleştirilen Türkiye Kruvaziyer Forumu
- 15 Kasım 2012 tarihinde İstanbul Maslak Sheraton Otel'de düzenlenen 11. Yönetim Zirvesi Organizasyonu
- 7-17 Aralık 2012 tarihlerinde TAKSAV (Toplumsal Araştırmalar Kültür ve Sanat Vakfı) desteğiyle gerçekleştirilen 1. Uluslararası İzmir Tiyatro Festivali
- 13-14-15 Aralık 2012 tarihlerinde Çırağan Sarayı'nda düzenlenen 2012 yılı 3. Boğaziçi Bölgesel Ortaklık Zirvesi

