

Tüm paydaşlarımız için...

%27,7

Süt kategorisinde toplam marka ciro pazar payı

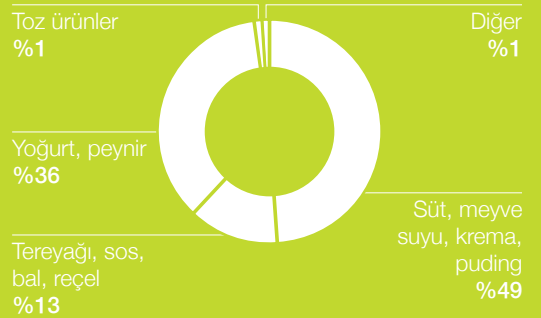
2012 Yılında Pınar Süt

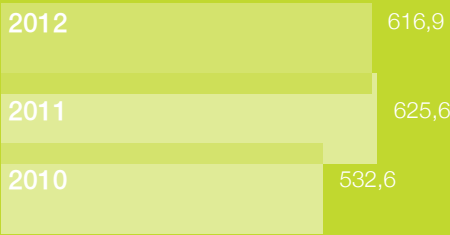
2012, Pınar Süt için istikrarın ve büyümenin sürdürüldüğü bir yıl olmuştur. Pınar Süt, 2012 yılı içerisinde izlediği doğru tanımlanmış stratejiler çerçevesinde süt kategorisinde toplam marka ciro pazar payını %27,7'ye yükseltmiştir. (Nielsen, 2012)

Pınar Süt, uzun ömürlü sade süt pazarında %30,2, light sütte %64,5, zenginleştirilmiş çocuk sütlerinde %53,5, toplam sürülebilir peynirde %41,8 oranında ciro pazar payları ile süt ürünleri sektöründe bir kez daha lider pozisyonuna erişmiştir. (Nielsen, 2012)

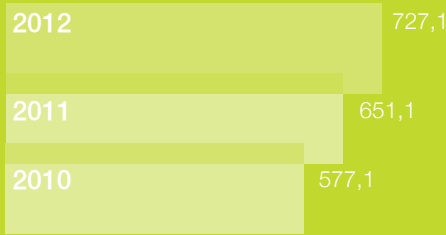


Brüt Satışların Dağılımı



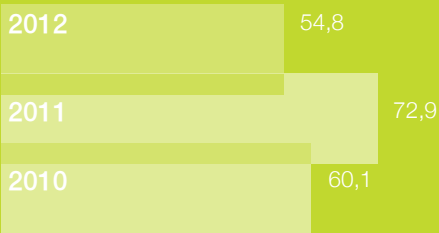
Toplam Varlıklar (milyon TL)

Pınar Süt'ün toplam varlıkları 2012 yıl sonunda 616,9 milyon TL seviyesinde gerçekleşmiştir.

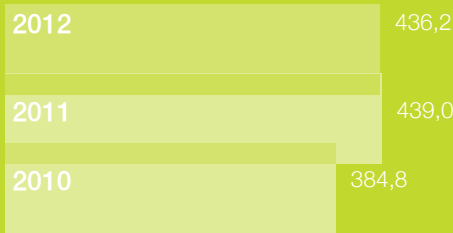
Net Satışlar (milyon TL)

Net satışlar 2011 yılına kıyasla %11,7 artarak 727,1 milyon TL seviyesine ulaşmıştır.

Pınar Süt'ün brüt kârı 2011 yılına göre %8,37 oranında artarak 145,0 milyon TL olarak gerçekleşmiştir.

Net Dönem Kârı (milyon TL)

Artan pazarlama, satış ve dağıtım giderleri nedeni ile 2011 yılına göre düşüş göstermesine rağmen net dönem kâr güçlü bir seviyede, 54,8 milyon TL olarak gerçekleşmiştir.

Özkaynaklar (milyon TL)

Pınar Süt'ün özkaynakları 2012 yılı sonu itibarıyla bir önceki yılın seviyesini muhafaza ederek 436,2 milyon TL olarak gerçekleşmiştir.

%11,7

Net satışlar 2012 yılında %11,7 oranında artış göstermiştir.

Brüt Satışlar (TL)

Ürünler	2012	2011	Değişim (%)
Süt, meyve suyu, krema, puding	482.916.628	435.107.100	10,99
Tereyağı, sos, bal, reçel	123.570.600	107.391.937	15,07
Yoğurt, peynir	353.620.212	298.665.733	18,40
Toz ürünler	14.234.562	13.430.390	5,99
Diğer	13.686.372	22.612.976	(39,48)
Toplam	988.028.375	877.208.136	12,63

%30,2

Pınar Süt sade süt kategorisinde %30,2 ciro pazar payı ile lider konumdadır.

Pınar Süt, 2012 yılı boyunca yürüttüğü etkili iletişim, tüketici ihtiyacına yönelik kampanya çalışmaları ve yeni ürün lansmanlarının etkisiyle marka gücünü artırmış ve hemen hemen tüm kategorilerde liderlik pozisyonunu pekiştirmiştir.

Pazar Payları

Toplam UHT Süt
%31,8
Lider

UHT Light Süt
%65
Lider

Organik Süt
%87
Lider

Zenginleştirilmiş Yetişkin Sütü
%85
Lider

Zenginleştirilmiş Çocuk Sütü
%53,5
Lider

Tereyağı
%17
İkinci

Sürülebilir Peynir
%42
Lider

Taze Peynir
%82
Lider

Labne
%56
Lider

Krem Peynir
%24
Lider

Kaynak: Nielsen





2012 yılında ürün kategorileri bazında gelişmeler

Süt Grubu *

Sade Sütler: Pınar Süt %30,2 ciro pazar payı ile lider konumdadır.

Light Sütler: %64,5 ciro pazar payı ile Pınar Süt liderliğini korumuştur.

Zenginleştirilmiş Çocuk Sütleri: Kategorideki artan rekabete karşın Pınar Çocuk ve İlk Adım ile elde edilen %53,5 ciro pazar payı, Pınar Süt'ün açık ara liderliğini korumasını sağlamıştır.

Aromalı Süt: 2012 yılında da devam eden yatırımların etkisi ile kategori 2011 yılına göre ciro bazında %6,6 büyüme göstermiştir. Bu kategoride Pınar Kido, %17,7'lik ciro pazar payına sahiptir.

Denge Süt: Pınar Süt, Denge serisi ile %85 oranında ciro pazar payı elde etmiştir ve lider konumdadır.

Organik Sütler: Pınar Organik Süt, 2012 yılında miktarda %4,9 küçülerek 3,5 milyon litreye, ciro bazında ise geçen seneye göre %9,8 büyüyerek 15 milyon TL ciroya ulaşmıştır.

* Kaynak: Nielsen, 2012

Peynir Grubu

Pınar Süt sürülebilir peynir kategorisi toplamında geçen yıla göre 2,6 puan artış kaydederek %41,8 ciro payına ulaşmıştır. Pınar Süt bu kategoride lider konumunu korumaktadır.

Pınar Süt, 2012 yılı sonunda labne peynir pazarında %55,8 ciro payıyla lider durumundadır.

Krem peynir pazarında Pınar Süt, geçen yıla göre 5,6 puan pay artışı yaşayarak 2012 yılı sonunda %23,6 ciro payına ulaşmıştır. Pınar krem peynir kategorisinde liderliğini sürdürmektedir.

Sürülebilir peynir kategorisinde, 2012 Ekim ayında Türkiye'de bir ilk olan Pınar Beyaz Çikolatalı ürünü, "Çikolata Seven Çocuklara Kahvaltıyı Sevdiren Beyaz" konumlandırması ile satışa sunulmuştur.

2012'de Pınar Beyaz Çikolatalı'nın yanı sıra kaymağa göre daha hafif bir alternatif olan Sütkrem ürünü de tüketicilerle tanıştırılmıştır. Türkiye'de bir ilk olan bu ürün, kaymak tadında, ancak kaymağa göre %50 daha az kalorili olma özelliği ile tüketicilerin büyük beğenisini kazanmıştır.



organik

Pınar Süt, organik yoğurt kategorisinde tek ulusal dağıtım yapan firmadır.

2011 yılında ürün sunulmaya başlanan organik yoğurt kategorisinde 2012'de lanse edilen yeni ürünler ile tonaj artışı yaşanmış ve organik segmenti toplam portföy içindeki payını yükseltmiştir.

%54,5

Pınar Süt dilimli peynir pazarında da lider konumdadır.

Üçgen peynir kategorisinde Pınar Süt %22,9 ciro payına sahiptir.

Beyaz peynir kategorisinde Pınar Süt'ün ciro payı geçen yıla göre 0,5 puan artış yaşamış ve %6,2 olmuştur. Organik beyaz peynir 2012 Mart ayında tüketicilerin beğenisine sunulmuştur.

Pınar Süt'ün kaşar peynir kategorisindeki payı 2011 yılına göre 0,7 puan düşüş göstererek %5,3 seviyesine gelmiştir.

Dilimli peynir kategorisinde Pınar Süt ciro payı 1,8 artış kaydederek %54,5 seviyesine ulaşmıştır. Pınar Süt dilimli peynir pazarında lider konumdadır.

Yoğurt-Ayran Grubu

2011 yılında ürün sunulmaya başlanan organik yoğurt kategorisinde 2012'de lanse edilen yeni ürünler ile tonaj artışı yaşanmış ve organik segmenti toplam portföy içindeki payını yükseltmiştir. Organik 800 gr yoğurdun 1.000 gr ile değiştirilmesi, organik 100 gr x 4 ve organik light 750 gr ürünlerle yeni kitlelere ulaşılması hedeflenmiştir.

Organik yoğurt kategorisinde tek ulusal dağıtım yapan firma olan Pınar Süt, anne-çocuk ve aileyi hedefleyen dergilerde, organik ürünler

hakkında bilinçlendirme amacıyla advertorial ve ilan çalışmaları yapmıştır. Pınar Süt, 100 gr x 4 organik yoğurt lansmanı döneminde çocuklu anne hedef kitlesi ile iletişim sağlamak için ürünü tanıtabilecek workshop aktivitelerinde yer almıştır. Çocuklu anneler ile organik yoğurt ile yapılabilecek pratik tarifler üzerinde çalışılarak ürün bilgilendirmesi yapılmıştır.

2012 yılında light yoğurt portföyünün ambalajları yenilenmiş, kullanılan materyal ve değiştirilen tasarım sayesinde rafta tüketicilerin daha çok ilgisini çekecek ambalajlara geçilmiştir. Formuna dikkat eden tüketicilerin daha fazla dikkatini çekmek üzere, %96 daha az yağ ve %35 daha az kalori içeriği ambalaj üzerinde vurgulanmış, yapılan değişikliklerle light yoğurt pazarındaki pay, pazarın üzerinde bir büyüme sağlanarak artırılmıştır.

Ayran kategorisinde yıl boyunca market içi tadım aktiviteleri, yaz döneminde plajlarda krem peynir ve meyve suyu kategorileriyle tanıtım çalışmaları yapılmış, plazalarda sucuk ve ayran tadımları gerçekleştirilmiştir. Light şişe ayran ve bardak ayran piyasaya sunulmuştur.

Pınar Süt tereyağı pazarında %17,2 ile geçen yılki payını korumuştur.





%21

Pınar meyve suyu kategorisinde 2012 yılında ciroda %21'lik büyüme elde etmiştir.

Sos Grubu

Pınar Süt 2012 yılında ketçap ve mayonez kategorisinde son 3 senenin en yüksek pazar payına ulaşmıştır. Piyasaya sunulan 2'li avantajlı paketlerin etkisi ve dağıtımda sağlanan artışla pazardan alınan pay yükselmiştir. Ketçapta %1, mayonezde %7 büyüyen Pınar Süt, kategorisinde en çok tercih edilen ilk 3 markadan biri olmaya devam etmiştir.

Pınar Süt, ketçap pazarında geçen yıla göre payını 0,5 puan artırmış ve %13,5 ciro payına sahip olmuştur. Mayonez pazarında ise geçen yıla göre 1,3 puan pay kazanarak payını %17,6 seviyesine yükseltmiştir.

Pınar sos grubu ürünlerinin market içi görünürlükleri; stand kullanımı, dönemsel etiket ve tüketici promosyonlarıyla artırılmıştır. Aralık ayında Pınar hardal, ketçap ve mayonezden oluşan yılbaşı paketi tüketicilerle buluşturulmuştur.

Toz Grubu

Pınar toz ürünler kategorisinde 2011'de piyasaya sunulan yeni ürünlerin lansmanı kapsamında 2012 yılında çizgi altı iletişime ağırlık verilmiştir. Anneler Günü etkinliklerinde tadımlar gerçekleştirilmiş, Ramazan'a özel toz puding basın bülteni hazırlanmış, dönemsel avantaj paketleri ile market içi görünürlük artırılmıştır.

Meyve Suyu Grubu

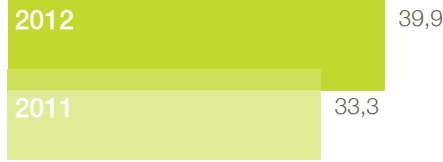
Pınar meyve suyu kategorisinde 2012 yılında %5'lik büyüme ile tonajda 23.400 bin litre hacme, ciroda ise %21'lik büyüme ile 54.702 milyon TL ciroya ulaşmıştır. Meyve suyu pazarında Pınar'ın ciro payı geçen yıla göre 0,5 puan artarak %4,7 seviyesine gelmiştir.



%19,8

Pınar Süt'ün ihracatı 2012 yılında ABD doları bazında %19,8 oranında artış göstermiştir.

İhracat (milyon ABD doları)



İhracatın Net Satışlar İçindeki Payı (%)



%22

Pınar Süt, 2012 yılında Türkiye'nin süt ve süt ürünleri ihracatının %22'sini tek başına gerçekleştirmiştir.

Yurt dışında güçlenen ve bilinirliği artan marka

Bölgesel marka olunmadan küresel oyuncu olunamayacağı gerçeği doğrultusunda hareket eden Pınar Süt, yakın coğrafyadan başlayarak yurt dışındaki birçok ülkede marka imajını güçlendiren ve bilinirliğini artıran faaliyetler yürütmektedir.

1980'li yıllardan beri ihracat faaliyetlerini giderek artan bir ivmeyle sürdüren Pınar Süt, 2012 yılında Türkiye'nin süt ve süt ürünleri ihracatının %22'sini tek başına gerçekleştirmiştir.

Pınar Süt, başta Körfez ülkeleri ve Orta Doğu bölgesi olmak üzere, aralarında Türkiye'ye sınır komşusu ülkeler, Orta Asya Türk Cumhuriyetleri, ABD, Uzak Doğu ve AB ülkelerinin (meyve suyu bulunduğu toplam 40'tan fazla ülkeye ihracat gerçekleştirmektedir. 2012 yılında İsviçre, Hong Kong ve Afganistan da Pınar Süt'ün ihracat yaptığı ülkeler arasına katılmıştır.

Pınar Süt ihracat faaliyetlerini öncelikli olarak 30. yılını tamamladığı Körfez Ülkeleri ve Orta Doğu bölgesinde yoğunlaştırmıştır. Bu bölgelere ihraç edilen "Pınar Labaneh" söz konusu ülkelerde %45 pazar payıyla lider markadır. Pınar Labne'nin Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri'ndeki pazar payı %35, Kuveyt'te %50'dir. Pınar Labne'nin yanı sıra kaymak benzeri sütlü bir ürün olan ve bu bölgedeki tüketicilerin beklentilerine uygun olarak geliştirilen "Kahvaltı Kreması" da büyük beğeni ile karşılanmıştır.

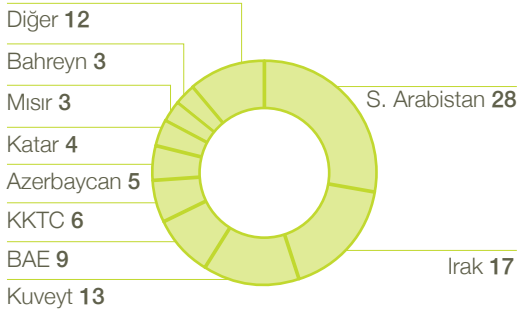
Ayrıca bu ülkelere UHT süt, beyaz peynir, Pınar Beyaz, krema, meyve suyu, yoğurt ve ayran da ihraç edilmektedir.

Diğer yurt dışı pazarlarda da Pınar markasının tanıtım ve pazarlama faaliyetleri artırılmış, süt ve süt ürünlerinde AB ülkelerinde piyasaya çıkan ilk Türk markası olarak Pınar Süt, 2012 yılında pazara sunulmuştur.

Pınar Süt'ün 2012 yılında gerçekleştirdiği toplam 14.701 ton tutarındaki ihracat karşılığında elde ettiği ihracat geliri 39,9 milyon ABD doları olmuştur.



İhracatın Ülke Bazında Dağılımı (%)



Pazar payını artırmaya odaklı kampanyalar ve yansımaları

2012'de sade süt kategorisinde Ekim-Kasım döneminde "Nesiller Pınar Süt'le Sağlıklı Büyüdü, Sıra Yeni Nesillerde" iletişimi gerçekleştirilmiş, TV, radyo, internet ve özel açık hava reklamları büyük beğeni kazanmıştır. Tüketici beğenilerine paralel olarak, Pınar'ın "güvenilir", "kendime yakın hissettiğim marka", "besleyici", "lezzetli", "reklamları güzel" gibi imaj değerlerinde önemli artışlar görülmüştür.

Light süt kategorisinde, mevsimselliğin de etkisi ile pazarlama aktiviteleri Nisan ayı itibarıyla yoğunluk kazanmıştır. Ürünün bilinirliğini artırmak amacı ile Nisan-Haziran aylarında internet iletişimi, Mart-Mayıs aylarında diyetisyen ile "Light Yaşamın Sırları" Facebook sayfasında canlı yayın ve canlı chat uygulamaları yapılmış, Mayıs ayı itibarıyla da Facebook sayfasında "Kalorimetrem" uygulaması yayına başlamıştır. Mayıs-Haziran döneminde çizgi altı aktiviteler yürütülmüştür.

Çocuk Sütü-İlk Adım ürünü için Ocak sonu-Şubat dönemlerinde "Üç Neslin Hikayesi" başlığı altında TV iletişimi yapılmış, dergi ilanı ile kategori desteklenmiştir. Ocak ayı itibarıyla "Annenin Günlüğü" Facebook sayfası yayına başlamıştır. Kategoride ilk defa bir uzmandan destek alınarak haftalık içerik belirlenen Facebook sayfasında, uzman pediatrist ile canlı chat ve canlı video uygulamaları oluşturulmuş, tüketicilerin soruları yanıtlanarak kategoriye dair bilinçlendirme yapılmıştır. Mayıs-Temmuz ayları arasında "Annenin Neşesi, Bebeğin Neşesi" dijital kampanyası ile en güzel gülen sekiz bebek

seçilip, çocuk sütü paketlerinin arka yüzünde fotoğraflarına yer verilmiştir. Kasım-Aralık döneminde 10 adet ulusal kanalda ve 4 büyük ilde satış noktası aktivitesi yapılmıştır.

Aromalı süt kategorisinde Kido markası için yıl boyu süren iletişim aktiviteleri ile kategorideki konum güçlendirilmeye devam edilmiştir. Kasım 2011'de lansmanı yapılan Kido Çikomiks'lerin 2012 reklam filminde, 2011 yılında yapılan "Kido Reklam Yıldızlarını Arıyor" kampanyasına katılan çocuklar arasından seçilen 5 çocuk yer almış, bu film Ocak ve Şubat aylarında yayınlanmaya devam etmiştir. Yıl boyunca tüm kampanyalara paralel olarak Çikomiks Fabrikası, Gizemli Mağara oyunları, Gizemli Yolculuk macera oyunu, Gökçe ile Karaoke ve Sihirli Notalar yarışmaları gibi çocuklara yönelik birçok interaktif uygulama Kido.com.tr'de yer almıştır.

Yetişkin aromalı süt kategorisinde Çikola, Ağustos ayında tadında yapılan iyileştirme ile tüketicilere sunulmuş, yeni paket tasarımı ile Aralık ayında raflarda sergilenmeye başlamıştır.

Denge Süt ürününde tüketicilerle iletişim kurmak, aynı zamanda ürünün bilinirliğini artırmak amacıyla Şubat ayında "Dengeli Hayat" Facebook sayfası yayına başlamıştır.

Pınar Süt'ün peynir grubu ürünlerinden olan ve tüketicilerin büyük beğenisini kazanan Pınar Labne için "Meşhur Eder Lezzeti" kampanyası, Aralık 2011-Ocak 2012 ve Haziran 2012 dönemlerinde yapılmış, TV'nin yanı sıra açık hava, gazete, internet mecraları kullanılmıştır. Sosyal

Turquality® Projesi *

Pınar markası, hızlı tüketim malları sektöründe, devlet tarafından desteklenen ve Dış Ticaret Müsteşarlığı öncülüğünde yürütülen Turquality® projesinde yer alan ilk ve en önemli markalardan biridir. 2012 yılında gerçekleştirilen çalışmalar sonucunda Pınar, Turquality® projesinin ikinci 5 yıllık safhasına dahil olmuştur.

* Turquality® Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından desteklenen, Türk markalarının dünya çapında rekabet gücünü artırmaya yönelik dünyadaki ilk ve tek markalaşma programıdır. Turquality®'nin amacı 10 yıl içinde 10 dünya markası yaratmaktır.

2013

Şanlıurfa fabrika yatırımının 2013 yılında faaliyete geçmesi hedeflenmektedir.

Pınar Süt büyüme politikaları kapsamında belirlediği stratejik planları kapsamında 3. fabrikasını kurma kararı almıştır.

29,7

Pınar Süt'te 2012 yılında gerçekleştirilen yatırım harcamalarının toplam tutarı 29,7 milyon TL'dir.



medyada da Pınar Labne'nin Facebook sayfası üye sayısı 82 bin olmuştur. Kampanya dönemi sonunda +2 ciro payı kazanılarak %58 pazar payına ulaşılmıştır.

Pınar Beyaz'da Şubat-Mart ayında "Kahvaltıyı Sevdiren Beyaz" iletişimi yapılmış, çizgi üstü iletişimin yanı sıra marketlerde çekilişle beyin kuklası ve beyin tasarımlı hediyeler dağıtılmıştır. Bu kampanya öncesi Pınar'ın bu kategoride %76 olan pazar payı %82'ye çıkmıştır.

Türkiye'de bir ilk olarak Ekim ayında satışa sunulan Pınar Beyaz Çikolatalı ürünü için Aralık ayında iletişime başlanmıştır. "Çikolata Seven Çocuklara Kahvaltıyı Sevdiren Beyaz" mottosu ile tanıtımı yapılan ürünün, anaokulu ve ilkokullarda gerçekleştirilen aktiviteler ile 200.000 çocuğa ve annelerine ulaştırılması hedeflenmiştir.

Krem peynirde TV, radyo, açık hava ve internet mecralarının kullanıldığı "Bana Bana" kampanyası Nisan-Mayıs aylarında yapılmıştır. İş merkezleri, kahvaltı mekanları, sahiller, vapurlar ve üniversitelerde yapılan tadımlarda toplam 100.000 kişiye ulaşılmıştır. Kampanya döneminde Pınar Krem Peynir satışları %30 artış göstermiştir.

Uzun zamandır iletişim gerçekleştirilmeyen meyve suyu kategorisinde marka bilinirliğini artırmak ve Pınar meyve suyunu tekrar tüketicinin gündemine taşımak amacıyla 2012 yılında açık hava ve radyo ağırlıklı bir kampanya ile meyve suyuna iletişim desteği verilmiştir. "Lezzetin İçindedir" kampanyası çerçevesinde yapılan dikkat çekici tadım aktiviteleri ile tüketiciler Pınar meyve suyu ile buluşturulmuştur.

Yatırımlarla yenilenen üretim gücü

Yenilik ve değişim Pınar Süt'ün kurum kültüründe önemli bir yere sahiptir. Her geçen gün sahip olduğu teknolojiyi ve bilgi birikimini daha ileriye taşıyan, buradan aldığı gücü bir rekabet avantajına dönüştüren Şirket, değişen sektörel koşullara uyumlu bir yatırım programı izlemektedir.

Pınar Süt büyüme politikaları doğrultusunda belirlediği stratejik planları kapsamında 3. fabrikasını kurma kararı almıştır. Lokasyon olarak Şanlıurfa'nın seçtiği tesisin temeli 2013 yılında atılacaktır. Halen Türkiye'nin bütün bölgelerine ürün dağıtma yetkinliğine sahip olan Pınar Süt, Güneydoğu bölgesinde gerçekleştireceği bu yatırımın sağlayacağı lojistik avantaj ile yetkinliğini daha da pekiştirecektir. Ayrıca söz konusu bölgede istihdamı artırmak, Pınar markasını o bölgede daha çok yaygınlaştırmak gibi misyonları taşıyan bu yatırım, Şirket'in önemli ihracat pazarları olan Irak ve Körfez ülkelerine yakınlığı ile de artı bir avantaj sağlayacaktır. Şanlıurfa fabrika yatırımının 2013 sonunda tamamlanması hedeflenmektedir.

Pınar Süt'te 2012 yılında gerçekleştirilen yatırım harcamalarının toplam tutarı 29.695.797 TL'dir. Bu yatırımlar arasında arsa, bina, yer altı ve yer üstü düzenleri 4.725.081 TL, makina ve tesisler 22.558.747 TL, taşıtlar 775.655 TL, demirbaşlar 1.500.677 TL, haklar 135.637 TL tutarındadır. Şirket 30.06.2010 tarihli 97128 nolu Yatırım Teşvik Belgesi kapsamında 2012 yılında toplam 19.473.367 TL yatırım gerçekleştirmiştir.

Üretmeyi ve değer yaratmayı başlıca sorumluluğu olarak gören ve bu doğrultuda, en verimli üretim modellerini benimseyen Pınar Süt, üretim etkinliğini artırıcı yatırımlarına gelecekte de devam edecektir.

Kurumsal yönetim derecelendirme notu

SAHA Kurumsal Yönetim ve Kredi Derecelendirme Hizmetleri tarafından hazırlanan Kurumsal Yönetim Derecelendirme Raporu'na göre Pınar Süt'ün Kasım 2011'de 10 üzerinden 8,34 olarak açıklanan derecelendirme notu, 23 Kasım 2012 tarihi itibarıyla 8,87'ye yükselmiştir.

1'inci

Capital Dergisi'nin GFK Araştırma Şirketiyle ortaklaşa gerçekleştirdiği "Türkiye'nin En Beğenilen Şirketleri Araştırması" sonucuna göre Pınar Süt, "süt ve sütü ürünler" sektöründe ilk sıradaki markadır.



Ödüller

- RepMan İtibar Araştırmaları Merkezi tarafından yapılan Türkiye'nin en itibarlı sektörleri ve şirketleri araştırmasına göre Pınar, Türkiye'nin en itibarlı 10 şirketi arasında yer almaktadır.
- Türkiye Kalite Derneği'nin (KalDer) ölçümünü yaptığı Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi (TMME), 2012 yılının 2. çeyreğinde ilk çeyreğe göre 0,2 puan artarak 76,7 puana yükselmiştir. Sonuçlara göre Pınar meyve suları, meyve suyu sektöründe birinci olmuştur.
- Türkiye Kalite Derneği (KalDer) ve KA Araştırma Limited ortak girişimi tarafından yürütülen ve müşteri memnuniyetini ölçen TMME 2012 yılı 3. çeyrek araştırma sonuçlarına göre Pınar, süt ve süt ürünlerinde birinciliği başka bir marka ile paylaşmıştır.
- 2012 yılında Ipsos'un Mediacat için yaptığı 'En Samimi Markalar Araştırması'nda süt ve süt ürünleri kategorisinde Pınar 2011'de olduğu gibi en samimi marka seçilmiştir.
- GFK Araştırma şirketinin tracking raporlarına göre Pınar, gıda sektöründe %39 ile ilk akla gelen markadır. Güvenilir (%56), kaliteli (%57), yakın hissedilen (%49), modern (%48), uzman (%55), ürünleri lezzetli (%53) gibi kriterlerde en yüksek değerlere sahiptir.
- Capital Dergisi'nin GFK Araştırma Şirketiyle ortaklaşa gerçekleştirdiği "İş Dünyası Nezdinde Türkiye'nin En Beğenilen Şirketleri Araştırması" sonucuna göre Pınar Süt, süt ve sütü ürünler sektöründe ilk sıradaki markadır.
- Superbrands'in seçici 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.
- Pınar Süt, Türkiye Gıda İşverenleri Sendikası'nın (TÜGİS) düzenlediği "Tarımsal Kooperatifler Dünyayı Beslemenin Anahtarıdır" temalı Dünya Gıda Günü'nde, Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) tarafından "Gıda Sektörüne Katkı Ödülü"ne layık görülmüştür.
- Pınar Süt Eskişehir Fabrikası'na, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından "En Temiz Sanayi" ödülü verilmiştir.
- Pınar Sade Süt, Şubat-Haziran döneminde gerçekleştirilen "Kanal D İyi Uykular" altbant özel uygulaması ile "En İyi Televizyon Medya Kullanımı" ve "En İyi (5-15 yaş) Çocuk Hedef Kitle" dallarında Felis birincilik ödülü kazanmıştır.
- Meyve Suyu Çılgın Serisi, Ambalaj Ayyıldızları 2012'de yetkinlik ödülü almıştır.
- BrandFinance'in hazırladığı 2011 Marka Değeri raporuna göre Pınar Süt ilk 100 marka arasında 30. sıradadır.
- İzmir Ticaret Odası ve Vergi Daire Başkanlığı tarafından verilen "Kurumlar Vergisi Rekortmenleri" ödüllerindeki sıralamaya göre Pınar Süt, ilk beş arasında yer almıştır.
- Pınar Süt 2012 yılında Ege Bölgesi Sanayi Odası (EBSO) tarafından verilen "Yarattığı Marka ile Yurt İçi Üstün Satış Performans Ödülü", "Yarattığı Marka ile Yurt Dışı Üstün Satış Performans Ödülü"nü kazanmış, "En Yüksek Vergi" kategorisinde ikincilik ödülünü almıştır. Ayrıca süt ve süt ürünleri sanayi meslek grubunda; "En Yüksek Yatırım Gerçekleştiren Firma Birincilik Ödülü", "En Yüksek İhracatı Gerçekleştiren Firma Birincilik Ödülü", "En Fazla İstihdam Sağlayan Firma Birincilik Ödülü", "En Yüksek Üretim Gerçekleştiren Firma Birincilik Ödülü"ne layık görülmüştür.
- Kariyer.net'in çeşitli kriterler doğrultusunda belirlediği ve insan kaynağına verilen değerler göstergelerinden olan "İnsana Saygı" ve "En Çok Başvuru Alan Şirket" ödüllerinden biri de Topluluk şirketleri adına Yaşar Holding'e verilmiştir.

Müşterilerimiz ve tüketicilerimiz için...



Pınar Süt Ürün Portföyü



Fonksiyonel Ürün

- İlk Adım Devam Sütü (sade)
- Pınar Çocuk Devam Sütü
- Pınar Çocuk Devam Sütü Ballı

Denge Marka Ürünler

- Kalsiyum+Vitamin A, D, E Süt
- Laktozsuz Süt

Süt

Kutu Süt

- Uzun Ömürlü Süt
- Organik Süt
- Organik Light Süt
- Günlük Süt (pastörize süt)
- Kido Süt (çilekli, muzlu, kakaolu, Çikomiks çikolata&çilek, Çikomiks çikolata&gofret)
- Yetişkin Aromalı Sütler (Çikola, Kafela)
- Şişe Süt
- Light Süt
 - %50 Light Süt
 - %0,1 Yağlı Light Süt

Yoğurt

- Pınar Doğal Yoğurt
- Pınar Doğal Yoğurt Yarım Yağlı
- Pınar Doğal Yoğurt Tam Yağlı
- Pınar Doğal Yoğurt Light
- Organik Yoğurt
- Pınar Tava Yoğurt

Ayran

- Pınar Şişe Ayran
- Pınar Bardak Ayran
- Pınar Light Ayran

Peynir-Tereyağı

Sürülebilir Peynir

- Krem Peynir
- Kekikli-Zeytinli Krem Peynir
- Cheddarlı Krem Peynir
- Pınar Beyaz
- Pınar Beyaz Light
- Pınar Beyaz Çikolatalı
- Pınar Labne
- Pınar Labne Light

Pratik Peynir

- Burger Dilimli Peynir
- Pınar Kido Üçgen Peynir
- Tam Yağlı Üçgen Peynir
- Kekikli-Zeytinli Üçgen Peynir
- Cheddarlı Üçgen Peynir
- Yarım Yağlı Üçgen Peynir
- Light Üçgen Peynir
- Dilimli Tost Peyniri

Geleneksel Peynir

- Taze Kaşar
- Tam Yağlı Beyaz Peynir
- Light Beyaz Peynir
- Organik Beyaz Peynir

Tereyağı

- Kase Tereyağı
- Geleneksel Tereyağı
- Rulo Tereyağı
- Paket Tereyağı
- Pratik Tereyağı

Özel Peynir

- Dil Peyniri
- Cheddar Peyniri
- Mozzarella



Meyve Suyu

Meyve Nektarları

- Vişne Nektarı
- Şeftali Nektarı
- Akdeniz Karışık Meyve Nektarı
- Kayısı Nektarı
- Portakal Nektarı
- Vişne-Elma Nektarı

%100 Meyve Suları

- Pınar %100 Portakal Suyu
- Pınar %100 Elma Suyu
- Pınar %100 Şeftali-Elma Suyu
- Pınar %100 Kayısı-Elma Suyu

Meyveli İçecek

- Tropik
- Portakal&Şeftali
- Portakal, Havuç&Limon
- Portakal, Armut ve Elma Karışık
- Armut, Ananas

Lezzetlendirici

Tatlı Sos

- Pınar Kakao Sos

Ketçap (acı ve tatlı)

Mayonez

- Mayonez
- Light Mayonez

Hardal

Krema

Pınar Süt krem

Tatlılar

Pratik Tatlı

- Kido Puding (kakaolu ve muzlu)
- Toz Puding (kakaolu, muzlu, vanilyalı, bitter çikolatalı, çikolatalı & fındık aromalı, supangle)
- Krem Şanti

Toplu Tüketim

Süt

- Servis Süt (tam yağlı ve yarım yağlı)
- Pınar Kutupak Süt (Bag in Box) (Tam yağlı ve yarım yağlı)

Peynir

- Pınar Labne
- Pınar Beyaz
- Pizzarella
- Dilimli Tost

Tereyağı

- PVC ve Folyo Paketler
- Rulo Tereyağı

Yoğurt

- Pınar Doğal Yoğurt

Ayran

Sanayi Tipi Süt Tozu

- Yağsız Süt Tozu
- Tam Yağlı Süt Tozu
- Peynir Suyu Tozu

Sos

- Servis Mayonez
- Servis Ketçap
- Kova Mayonez
- Kova Mayonez



21

2012 yılında 13 adet yeni ürün 21 farklı ambalajda piyasaya sunulmuştur.

Pınar Süt, sektördeki yenilikçi yaklaşımını ve tüketicilerinin ihtiyaçlarına gösterdiği önemi sürdürerek, 2012 yılında portföyüne farklı kategorilerde yeni ürünler eklemiş ve piyasaya sunmuştur.



2012 yılında pazara sunulan yeni ürünler

Pınar Süt, sektördeki yenilikçi yaklaşımını ve tüketicilerinin ihtiyaçlarına gösterdiği önemi sürdürerek, 2012 yılında portföyüne farklı kategorilerde yeni ürünler eklemiş ve piyasaya sunmuştur.

- Pınar Vişne-Elma Nektarı
- Pınar %100 Şeftali-Elma Suyu
- Pınar %100 Kayısı-Elma Suyu
- Pınar Light Ayran (%0,7 Yağlı) 1 litre
- Pınar Light Ayran (%0,7 Yağlı) 200 ml
- Pınar Portakal, Armut ve Elma Karışık Meyveli İçecek
- Pınar Armut, Ananas Meyveli İçecek
- Pınar Tropik Karışık Meyveli İçecek
- Pınar Organik Beyaz Peynir 400 gr
- Pınar Beyaz Çikolatalı 200 gr
- Pınar Beyaz Çikolatalı 20 gr
- Pınar Sütkrem 160 gr
- Pınar Organik Yoğurt 100 gr x 4
- Pınar Yoğurt 18 kg
- Pınar Beyaz Peynir 4.250 gr
- Pınar Light Labne 2.750 gr
- Pınar Tava Yoğurt 2.000 gr
- Pınar Tava Yoğurt 5.000 gr
- Pınar Organik Yoğurt 1.000 gr
- Pınar Organik Yoğurt 750 gr
- Pınar Organik Light Yoğurt 750 gr

İşlevsel ambalaj ve kapak revizyonları

Tüketicilerin satın alma kriterlerinden biri olan ambalaj; görsel çekicilik, gramaj algısı, kalite, pratiklik ve hijyenik olma gibi kavramları yansıtmaktadır. 2012 yılında Pınar ürünlerinin raflarda dikkat çekiciliğini artırmak ve tüketicilerin beklentilerini tam olarak karşılamak amacıyla ambalaj ve kapaklarda işlevsel ve görsel açıdan değişiklikler gerçekleştirilmiştir.

Alternatif tedarikçiler

250 gr tereyağı lidi, 16'lı üçgen peynir insert karton malzemesi, taze kaşar alt folyoları ve promosyon ürünleri için yurt dışı veya yurt içinde iş birliği yapılan tek tedarikçilere alternatif yaratılarak maliyet avantajı ve tedarik kolaylığı sağlanmıştır.

Görsellikte iyileştirme

200 gr Pınar Beyaz/Pınar Labne ambalajlarında, 10/15 gr tereyağı üst folyolarında, 250 gr tereyağı kaselerinde, light yoğurt ve 250 gr/500 gr geleneksel tereyağı ürünlerinde çalışmalar yapılarak ürünler görsel olarak daha çekici hale getirilmiştir.

Maliyet avantajı

1.500 gr yoğurt kaselerinde ecolight kase kullanımına geçilerek, 2.250 gr yoğurt kovalarında ambalaj ağırlığı azaltılarak, Tetrapak MP'lerinde shrink film kalınlığı 65 mikrondan 40 mikrona düşürülerek ve 1/5 Tetrapak MP'lerinde barkod etiketi kullanılarak maliyet avantajı elde edilmiştir.

Koli revizyonları

S şişe ve servis şişelerde, 200 gr yerli Pınar Beyaz ve Labne'lerde, 1/1 UHT sütte ve 460 gr Kakao Sos tepsilerinde koli içi azaltma ve iyileştirme çalışmaları yapılmış, 80x120 Euro Palet ölçüleri revize edilmiş, böylece zincir mağazaların talepleri karşılanmıştır.

Diğer yenilikler

Meyve sularında prizma ambalaja ve Türkiye'de ilk defa Pınar meyve suyunda uygulanan yeni geniş kapaklara geçiş yapılmıştır.

Kido Süt'lerde ürün çeşitlerine göre farklı renkte pipet kullanımına geçilmiştir.

Ayran PET şişelerinde önce şeffaf ambalaj, daha sonra da kırık beyaz ambalaj kullanımına başlanmıştır.

118 ve 160 mm çaplı yoğurt kapaklarında PVC malzemeden PET malzemeye geçiş yapılmıştır.

800 gr servis ketçap şişe kapağının delik çapı düşürülme çalışması yapılarak tüketicilerden gelen kullanım esnasındaki fazla ürün akışı problemi çözülmüştür.

Yenilikçi Ar-Ge çalışmaları

Pınar Süt, değişen ve gelişen tüketici eğilimlerini yakından takip etmekte, dünyadaki ve sektöründeki teknolojik gelişmeleri yakından izlemektedir. Müşteri odaklı çalışan, müşteri talep ve ihtiyaçlarına uygun ürünler üretmeyi ilke edinen Pınar Süt bu doğrultuda yürüttüğü Ar-Ge faaliyetlerine büyük önem ve öncelik vermektedir.

Pınar Süt, özellikle içecek kategorisindeki büyümeye paralel olarak bu kategoriye yönelik farklı meyve kombinasyonlarında ürünler geliştirmiştir.

Yılın son çeyreğinde Türkiye pazarında bir ilk olarak çikolata ve taze peyniri birleştirerek "Pınar Çikolatalı Beyaz" ürününü geliştirmiş, böylelikle özellikle çocuklara severek yiyecekleri farklı bir alternatif sunmuştur.

Yine pazarda bir ilki gerçekleştirerek, geleneksel kaymağa ve sürülebilir kremalara alternatif, %50 daha az yağlı, daha düşük kalorili ve daha sağlıklı bir ürün olan "Pınar Sütkrem"i tüketicilerle buluşturmuştur.

Pınar Süt Ar-Ge vizyonuna katkı sağlamak, yenilikleri ve trendleri yakından izleyerek analiz edebilmek amacıyla; yurt dışı ve yurt içi fuar, kongre ve seminer organizasyonlarına katılmakta, bu organizasyonlarda edindiği ürün örneklerini inceleyerek benchmark çalışmaları gerçekleştirmektedir.

2012 yılında gıda sektöründe dünyanın en büyük son ürün fuarı olan SIAL'e ve fonksiyonel gıdalara yönelik katkı maddeleri üreticilerini ve firmaları buluşturan "Health Ingredients Europe" fuarına katılım sağlanmıştır.

Yeni ürün geliştirme sürecini kısaltabilmek ve sistematik bir yaklaşım geliştirmek amacıyla uygulamaya geçirilen "Product Portfolio Management" (PPM) modülü kullanılmaya başlanmıştır.

Pınar Süt kalite anlayışı ve yönetim sistemleri

Misyonu, tüketicilerine sağlık, lezzet ve yenilik kaynağı ürünler sunmak olan Pınar Süt, stratejilerini ve iş planlarını tüketici istekleri doğrultusunda belirleyerek gıda sektörüne birçok yenilik kazandırmıştır. Şirket, gerçekleştirdiği ürün geliştirme çalışmaları kapsamında tüketicilerinin gereksinim ve beklentilerini karşılayacak ürün ve hizmetleri, Pınar güvencesi altında üretmekte, yurt içinde ve yurt dışında piyasalara sunmaktadır.

Pınar Süt, müşterilerinin beklentilerine ve yasal şartlara uygun, müşteri memnuniyetini ön planda tutan, kaliteli ve güvenli ürünler üretmek amacıyla, sürekli gelişmeyi sağlayacak yönetim sistemleri kurup uygulamakta, faaliyetlerini etkin bir süreç modeli ile yönetmekte ve yönetim sistemleri ile süreçlerin etkinliğini periyodik gözden geçirmelerle değerlendirmektedir.

TS EN ISO 14001:2004 Çevre Yönetim Sistemi, TS EN ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi, TS EN ISO 9001:2008 Kalite Yönetim Sistemi ve FSSC 22000:PAS 220 Gıda Güvenliği Sistemi, Pınar Süt tarafından başarılı bir şekilde uygulanmaktadır.

Bu uluslararası standartlar, gıda üretiminin ilk aşamasından tüketiciye ulaşmasına kadar her safhada, yani "tarladan sofraya", gıda kalitesini ve güvenliğini etkileyebilecek riskleri belirlemektedir. Standartlar, bu riskli noktalarda önlemler alıp koşulları sürekli denetleyerek, gerektiğinde müdahale ederek sağlıklı gıda üretimini ve tüketiciye sunulmasını amaçlayan kalite yönetim sistemi standartlarıdır.

Toplam kalite yönetimi kapsamında Yalın 6 Sigma projeleri ve EFQM Mükemmellik Modeli ile özdeğerlendirme gibi kurumsal gelişim ve verimlilik artırma metodolojileri de uygulanmakta ve süreklilikleri sağlanmaktadır.

Pınar Süt, bütün ürünlerindeki üretim kalitesini; iş güvenliği kuralları çerçevesinde, çevreye zarar vermeden ve topluma sürekli katkıda bulunarak sürdürmeyi hedeflemektedir. Bu amaçla iş sağlığı ve iş güvenliği ile enerji yönetim sistemleri alanlarında yürütülen faaliyetlerin de belgelendirilmesi için gerekli çalışmalar devam etmektedir.

TS EN ISO 14001:2004 Çevre Yönetim Sistemi, TS EN ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi, TS EN ISO 9001:2008 Kalite Yönetim Sistemi ve FSSC 22000:PAS 220 Gıda Güvenliği Sistemi, Pınar Süt tarafından başarılı bir şekilde uygulanmaktadır.



1.200

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

Pınar Süt'ün satışlarının %87'si Yaşar Holding'in satış ve dağıtım şirketi olan Yaşar Birleşik Pazarlama kanalıyla gerçekleştirilmektedir.



Operasyonel iyileştirme ve maliyet optimizasyonu uygulamalarında gelişmeler

Türkiye'nin pek çok ilkinin yaratmış, faaliyet gösterdiği sektörü oluşturmuş, geliştirmiş ve dönüştürmüş bir şirket olarak, inovasyon ve yenilikçilik Pınar Süt'ün kurum kültüründe yer almaktadır.

Pınar Süt'te, 2007 yılında başlayan Yalın 6 Sigma, 1999 yılında başlayan Operasyonel Maliyet İyileştirme (OMİ) uygulamaları ile önemli maliyet avantajları sağlanmıştır.

Operasyonel Maliyet İyileştirme (OMİ)

Ortak hedefi maliyetlerin iyileştirilmesi olan bu uygulamada bireyler kendi fonksiyonlarıyla ilgili tespit ettikleri aksaklıkları ortadan kaldıracak fikirleri proje olarak önermekte ve yöneticilerin onayı sonrasında uygulanan çözümler ile maliyetlerde iyileşme sağlanmaktadır. Hayata geçen projeler teşvik edici bir yaklaşımla ödüllendirilmektedir.

1990'lı yıllarda manuel olarak gerçekleştirilen projeler, 2003 yılından itibaren bilgi işlem alt yapısının gelişmesi ve SAP'ye geçişle beraber sistemsel olarak takip edilmeye başlanmıştır.

Yalın 6 Sigma projeleri

Yalın 6 Sigma projelerinde hedef, küreselleşen dünyada global riskleri yönetebilmek adına müşterilerin taleplerine karşılık verebilecek esnek bir yapıya sahip olmak, süreçlerde operasyonel mükemmelliği sağlamak ve bu sayede marka değerini artırabilmektir. Pınar Süt, Yalın 6 Sigma çalışmalarını 2008 yılından bu yana başarıyla sürdürmektedir. Bu çerçevede, Şirket'e ve tüm paydaşlara değer yaratmaya, iş kollarında

güçlenerek liderliği korumaya ve sonuç olarak sürdürülebilir kârlı büyümeye odaklı stratejiler geliştirilerek çalışmalar yürütülmektedir.

Operasyonel süreçlere ilişkin talepler ve iyileştirme çalışmaları Yalın 6 Sigma ile belirli bir sistematik doğrultusunda yönetilmektedir. Çalışmalar kapsamındaki her bir süreç için ölçülebilir kalite kritikleri belirlenmektedir. Kalite kritiğine etki eden süreç girdilerini iyileştirmek üzere aksiyonlar alınmakta ve buna bağlı olarak hata oranlarını azaltıp verimliliği sürekli artıracak bir yapı kurgulanması, zaman içerisinde değişen müşteri beklentilerine hızla cevap vererek müşteri memnuniyetini sürekli kılmak hedeflenmektedir.

Pınar Süt'te Yalın 6 Sigma projeleri, Şirket bünyesinden yetiştirilmiş, uzman kara kuşaklar tarafından yürütülmektedir. Sistemin itici gücü olan bu uzmanlar know-how'ları, eğitim ve danışmanlık hizmetleri ile proje yöneticilerine ve sponsorlarına destek vererek sistem içerisinde yayılım çalışmalarını gerçekleştirmektedirler.

Bilgi teknolojileri altyapı faaliyetleri

2012 yılında Pınar Süt bilgi teknolojileri altyapısında önemli revizyonlar gerçekleştirilerek iş sürekliliği, veri güvenliği ve maliyet iyileştirme konularında gelişme sağlamıştır. Yapılan çalışmalarla yüksek oranda performans elde edilerek iş verimliliğine katkıda bulunulmuştur. Bunun yanı sıra yeni ürün geliştirme süreci SAP sistemi altyapısında kurgulanarak veri tutarlılığı, sürecin izlenmesi ve ortak çalışma ortamı sağlanmıştır.

Projeler

- Terminal Server servisi donanım ve servis upgrade projesi
- Sunucu sanallaştırma donanım ve yazılım upgrade ve konsolidasyonu
- Uygulama sanallaştırma projesi
- Data Center altyapı revizyonları
- Disaster Center altyapı revizyonları
- Video konferans altyapı revizyonları
- Exchange e-posta servisi upgrade projesi
- Pınarbaşı ve Eskişehir fabrikaları arasındaki geniş alan altyapısının iki farklı operatör üzerinde fiber optik hatlarla yedeklenmesi projesi
- SAP sürüm yükseltme

Yeni ürün geliştirme süreci otomasyonu

Bu proje ile yeni ürün geliştirme sürecinde; departmanlar arası koordinasyonu ERP sisteminde tutulan verileri kullanarak sağlayacak bir sistemin kurulması amaçlanmıştır. Otomasyondan faydalanarak, birlikte çalışma, veri tutarlılığı, sürat ve merkezi raporlama imkanları kazanılması hedeflenmiştir. Projede SAP'nin Portföy ve Proje ürünü kullanılmıştır.

Dağıtım

Pınar Süt'ün satışlarının %87'si Yaşar Holding'in satış ve dağıtım şirketi olan Yaşar Birleşik Pazarlama kanalıyla gerçekleştirilmektedir. Bunun yanı sıra satışlar içerisinde direkt satışlar %3, yurt dışı satışlar ise %10 oranında paya sahiptir.

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 150 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.

Pınar İletişim Merkezi

Tüketici odaklı çalışma prensibini benimseyen Pınar, tüketicilerinden gelen istek ve önerileri titizlikle incelemekte ve dikkate almaktadır. 444 76 27 no'lu Pınar İletişim Merkezi'nde çağrılar haftanın 7 günü 07:00-23:00 saatleri arasında operatörler tarafından canlı olarak yanıtlanmakta, ulaştırılan konular hakkında en kısa sürede tüketicilere bilgi verilmektedir.

İletişimde bulunulan tüketicilere yapılan memnuniyet anketi aracılığıyla Pınar İletişim Merkezi'nin hizmet seviyesi düzenli olarak ölçülmektedir. 2012 yılında Pınar İletişim Merkezi'ne ulaşan tüketicilerle gerçekleştirilen anketin sonuçlarına göre müşteri memnuniyeti oranı %92 olarak belirlenmiştir.

%87

Pınar Süt'ün satışlarının %87'si Yaşar Holding'in satış ve dağıtım şirketi olan Yaşar Birleşik Pazarlama A.Ş. kanalıyla gerçekleştirilmektedir.

%92

Pınar İletişim Merkezi'ne ulaşan tüketicilerle gerçekleştirilen anketin sonuçlarına göre müşteri memnuniyeti oranı %92 olarak belirlenmiştir.



Tedarikçilerimiz için...

30.000

Pınar Süt, 30.000'i aşan üreticisi bulunmaktadır.

Pınar Süt, kaliteli süt hammaddesine ulaşmak için Avrupa Birliği standartlarında üretim yapan, Pınar Süt kalite anlayışını benimsemiş 200'ü aşkın çiftlikle sözleşmeli olarak çalışmaktadır.

550

Pınar Süt 550 ayrı noktadan çiğ süt satın almaktadır.

Sağlıklı beslenmenin vazgeçilmez bir parçası olan süt ve süt ürünlerini, en modern teknolojiyle üreterek tüketicisine sunan Pınar Süt, 30.000'i aşan üreticisinin emeğini tam anlamıyla değerlendirip onları daima destekleyerek Türkiye'de süt üretiminin artmasına katkıda bulunmaktadır.

Pınar Süt, kaliteli süt hammaddesine ulaşmak için Avrupa Birliği standartlarında üretim yapan, Pınar Süt kalite anlayışını benimsemiş 200'ü aşkın çiftlikle sözleşmeli olarak çalışmaktadır.

Süt alımı yapılan üreticilere; hayvan hastalıkları, hayvan besleme, sağım hijyeni gibi konularda eğitim seminerleri düzenlenmektedir. Ayrıca içerisinde yine hayvan hastalıkları, süt hayvancılığı ile ilgili güncel konuların ve Pınar Süt'ten haberlerin bulunduğu Pınar Üretici Gazetesi her üç ayda bir tüm bölgelere ücretsiz olarak dağıtılmaktadır.

Süt üreticilerine, süt hayvancılığı ile ilgili her türlü konuda teknik danışmanlık hizmeti verilmektedir. Hayvanların beslenmesinde kullanılan yemlerin

analizlerinin yapılması sağlanarak, sağlıklı ve uygun miktardaki yemlerle, süt hayvanlarının doğru bir şekilde beslenmeleri sağlanmakta, çiftlik ekonomisi, fizibilite, barınak plan ve projelerin hazırlanması konularında üreticiye hizmet verilmektedir.

Farklı süt alım bölgelerinden köy, kooperatif ve çiftlik olmak üzere 550 ayrı noktadan çiğ süt satın alınmaktadır.



Çalışanlarımız için...

Pınar Süt, başarısının kaynağının “insan” olduğuna inanmaktadır.

957

Pınar Süt'te 2012 yılı sonu itibarıyla 957 kişi çalışmaktadır.

2012 Yılında

Pınar Süt, büyüme ve gelişmenin temel dayanaklarından biri olan insan kaynaklarını etkin, verimli ve uzun süreli kılmak ve korumak amacını gütmekte, insan kaynakları politikalarını temel iş politikaları ve stratejileri doğrultusunda belirlemektedir.

Pınar Süt'te 1996 yılından bu yana Yönetici Yetiştirme Havuzu Projesi uygulanmaktadır. 2010 yılında 5. dönemi başlatılan ve 2012 yılında tamamlanan bu program ile genç yönetici adaylarını tanımak, üyelerin vizyonunu geliştirmek ve eğitmek, kariyer gelişimlerini izlemek, potansiyellerini geliştirecek proje ve aktivitelere katılmalarını sağlamak amaçlanmaktadır. Seçilerek programa dahil olan çalışanların gelişimleri eğitimler, mentorluk ve proje çalışmalarını ile desteklenmektedir.

Çalışan motivasyonunun ve bağlılığının yüksek olmasının başarıya daha hızlı bir şekilde ulaşılmasında önemli bir avantaj yarattığının bilincinde olan Pınar Süt, bu kapsamda her yıl düzenlenen “Çalışanların Görüşleri Anketi” ile çalışanlarından geri bildirimler almaktadır. Anket sonuçları doğrultusunda her kademedeki çalışanların oluşturduğu aksiyon komiteleri, iyileştirilmesi hedeflenen alanlara yönelik aksiyon planları hazırlayarak çalışan memnuniyetini ve motivasyonunu artırıcı uygulamalar gerçekleştirmektedir.

Pınar Süt'ün bakış açısına göre insan kaynağına sağlanan eğitim, bir şirketin geleceğe yaptığı en önemli yatırımdır. Bu doğrultuda Şirket çalışanlarına 2012 yılı içerisinde toplam 10.288 saat, kişi başı ortalama 10,3 saat eğitim olanağı sunulmuştur. Bu eğitimler genel olarak kişisel, mesleki ve yönetim becerileri olacak şekilde üç grupta toplanmaktadır.

Şirket'te yıl içerisinde gerçekleştirilen başlıca eğitimler; Yalın 6 Sigma Eğitimleri, Deney Tasarımı Eğitimleri, HACCP ve Hijyen Eğitimleri, İlk Yardım Eğitimleri, Forklift ve İş Makineleri Eğitimi, İş Güvenliği Eğitimleri ve Yangın Eğitimleri konu başlıklarını taşımaktadır.

Pınar Süt kadrosunda işe başlayan adaylara kurum kültürünün yaygınlaştırılması amacı ile Yaşar Holding insan kaynakları uygulamaları kapsamında oryantasyon eğitimleri de verilmektedir.

Pınar Süt, üniversitelerin kariyer günlerine katılarak potansiyel çalışanlara ulaşım, öğrencilere staj imkanları sunmaktadır. 2012 yılı için 122 üniversite, 53 lise öğrencisine staj olanağı sağlanmıştır.

Pınar Süt'ün “Önce İnsan” yaklaşımıyla biçimlendirdiği insan kaynakları politikasının odağında;

- Yetkinlik bazlı seçme yerleştirme sürecini tamamlayarak doğru insanın doğru işe yerleştirilmesi sonucunda değer yaratan çalışanların kurum içerisinde değerlendirilebilmesi amacıyla kendi yöneticisini yetiştirmek,
- Performans değerlendirme sistemiyle; kurumsal performansın yükseltilebilmesi için çalışanların hedeflerinin, Şirket hedefleri ile aynı yönde bütünleşmesini sağlamak,
- Çalışanların performansını, hedeflerine ulaşım dereceleri doğrultusunda değerlendirerek bireysel başarıyı ödüllendirmek ve daha iyi performans göstermeye teşvik etmek,
- Eğitim ve gelişim planlarını uygulayabilmek adına her yıl zorunlu veya zorunlu olmayan eğitimleri organize etmek,
- Çalışanların fiziksel ve ruhsal gelişimlerine önem vererek hastalıklar konusunda destek amaçlı eğitimler düzenlemek bulunmaktadır.

10.288

2012 yılında toplam 10.288 saat eğitim verilmiştir.





Hayatı keyifli
kılmak...



Çevre ve toplum için

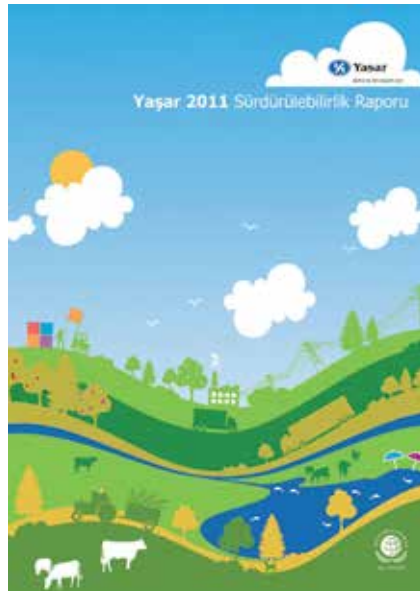
CO₂

Pınar Süt İzmir ve Eskişehir fabrikaları için 2020 yılına kadar %15 azaltım hedeflenmiştir.

Pınar Süt sektörde büyürken çevre üzerindeki olumsuz etkisini azaltmaya ve faaliyet gösterdiği coğrafyada yerel toplumla sıkı bir işbirliği kurmaya özen göstermektedir.

Pınar Süt kârlılık ve verimlilik esasına göre faaliyetlerini yürütürken, içinde bulunduğu topluma katkıda bulunmayı da sürdürmektedir. Ekonomik, sosyal ve çevre olmak üzere üç boyuta sahip bir kavram olan sürdürülebilirliği Pınar Süt tüm boyutlarıyla ele almakta, strateji ve hedeflerini bu doğrultuda belirlemektedir.

Yaşar Holding'in 2007 yılında Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi (KIS)'ni imzalayarak çıktığı yolculuğa paralel çalışmalar yürüten Pınar Süt, insan hakları, işgücü, çevre ve yolsuzlukla mücadele konularındaki duruşunu ve kaydettiği gelişmeleri paydaşlarıyla paylaşmayı taahhüt etmiştir. Ayrıca, 2010 yılında başlatılan "Kurumsal İtibar" projesi kapsamında ekonomi, çevre ve sosyal yaşam arasında denge kurmak için var olan çabaların daha sistematik bir biçimde sürdürüleceğinin de altını çizmiştir.



Pınar Süt sektörde büyürken çevre üzerindeki olumsuz etkisini azaltmaya ve faaliyet gösterdiği coğrafyada yerel toplumla sıkı bir işbirliği kurmaya özen göstermektedir. Tedarikçileri başta olmak üzere tüm paydaşlarıyla var olan iletişim kanallarını güçlendiren Pınar Süt, sürdürülebilirlik yolculuğuna hep birlikte devam etmek amacıyla stratejiler geliştirmektedir.

Pınar Süt tedarikçilerini, temel ticari ve operasyonel göstergelerin yanı sıra, sürdürülebilirlik performansı ve riskleri dikkate alarak değerlendirmektedir. Bunun için bütün tedarikçilerini, tedarikçi yönetim prosesinin bir parçası olarak, sürdürülebilirlik bazında hazırlanan bir kayıt sistemine dahil etme projesi geliştirmiştir.

Çevre baskılarının azalmasına yönelik tüm çalışmalar kısa vadede maliyet gibi gözükse de, ilerleyen zamanda yaratılan tasarruflar nedeniyle maliyet yapılarında olumlu etki yaratmaktadır. Ayrıca ekonomik değer ve istihdam yaratmanın yanı sıra topluma olan diğer katkıların daha sistemli olarak takibi ve paydaşlarca bilinirliğinin sağlanması Yaşar Holding markalarının var olan güçlerini artırmaktadır.

Karbon ayak izi hesaplaması

Dünya çapında yapılan araştırmalarla 1970'li yıllardan itibaren atmosfere salınan karbondioksit miktarlarında önemli artış olduğu ve atmosferin değişime uğradığı, giderek ısındığı, yüzyıl ortalaması dikkate alındığında 0,8-2 °C gibi bir ısınmanın gerçekleştiği ortaya çıkmıştır.

Bu değişim sera gazları denilen kavramın günlük hayatımıza girmesine neden olmuş, sera gazlarının hızlı artışının engellenmesi ve iklim değişikliğinin durdurulabilmesi için BM İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi imzalanmıştır. İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi'nin amacı atmosferdeki sera gazı birikimlerini, iklim sistemi üzerindeki insan kaynaklı etkiyi önleyecek bir düzeyde durdurmayı başarmaktır. Bu etkilerin ortaya çıkarabileceği doğrudan ve dolaylı sonuçlara karşı, imalat ve dağıtım süreçlerinde enerji verimliliğini artırma ve uygun enerji kaynaklarını kullanma konusunda çalışmalar başlatılmıştır.

Bu çalışmaların ilk aşamasında, sera gazı emisyonlarının diğer ifadeyle karbon ayak izinin, Pınar Süt seviyesinde belirlenmesi ve azaltılması projesini yürütecek ekipler oluşturulmuş, bu ekipler ISO 14064-1 Sera Gazları Emisyonlarının ve Uzaklaştırmalarının Kuruluş Seviyesinde Hesaplanması ve TS EN 150001 Enerji Yönetimi Eğitimi almışlardır.

İkinci aşamada Pınar Süt İzmir ve Eskişehir fabrikaları bazında "Karbon Ayak İzi Hesaplanması" ile ilgili olarak danışman firma belirlenmiş ve çalışmalara başlanmıştır. 2012 yılında her iki fabrika için ayrı ayrı 2011 yılının emisyonlarından karbon ayak izi hesaplaması yapılmış ve 2020 yılına kadar %15 azaltım hedeflenmiştir. Bununla beraber Pınar Süt bünyesinde her yıl hesaplamaların yapılabilmesini teminen Karbon Ekip Liderleri tarafından verilen eğitimler devam etmektedir.

Çevre dostu malzeme ve teknoloji kullanımı

Pınar Süt üretim tesislerinde tüm faaliyetler, TS EN ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemleri standartlarına uygun bir şekilde yürütülmektedir. Bu çerçevede, Pınar Süt'ün ana hedefleri; çevre mevzuatına ve tabi olduğu çevre ile ilgili yerel düzenlemelere uymak, doğal kaynakları verimli kullanmak, çevreye zarar veren atıkları kontrol

altına alarak azaltmak veya bu atıkları zararsız hale getirmek, kirliliğin önlenmesi için gerekli tüm tedbirleri almak olarak belirlenmiştir.

Pınar Süt Eskişehir Fabrikası'nda 2012 yılında yasal normlara uyum kapsamında 16.03.2012 başlangıç tarihinden itibaren 5 yıllık süre ile "Hava Emisyon" konulu çevre izni alınmıştır.

Pınar Süt tarafından her yılın başında çevre faaliyet plan ve programları oluşturulmakta ve tüm yıl boyunca takip edilen kaynak tüketimini azaltmaya yönelik iyileştirme çalışmaları gerçekleştirilmektedir. Bu çalışmalar çerçevesinde;

- Ekonomizer yatırımıyla buhar kazanlarında enerji tasarrufu gerçekleştirilmiş ve karbon salımı azaltılmıştır.
- Soğuk hava depolarında amonyak sistemi yerine buzlu su sistemine geçilerek enerji tasarrufu sağlanmıştır.
- Yeni inşa edilen ünitelerde aydınlatma panelleri ve yüksek verimli aydınlatma armatürleri kullanılarak enerji tasarrufu elde edilmiştir.
- Yüksek elektrik sarfiyatı olan motorların yerine enerji verimliliği yüksek EFF1 elektrik motorları kullanımı yaygınlaştırılmıştır.
- Kazan brülör sistemlerinde revizyon yapılarak yakıt tasarrufu sağlanmıştır.
- Yeni yatırım döneminde enerji verimliliği yüksek, çevre dostu ve karbon salımı düşük yeni nesil UHT sistemi ve makinelerine yatırım yapılmıştır.
- Atık kondens ısı kullanılarak ısıtılan yoğurt inkübasyon odası sayesinde elektrik enerjisinde tasarruf edilmiştir.
- Atık su arıtma tesisinde yapılan çalışmalar sonucunda kimyasal giderleri düşürülmüştür.
- Doğal afetlerde enerji güvenliğinin sağlanması adına trafo merkezine deprem sensörü montajı yapılmıştır.
- Organik atıklardan enerji elde edilmesine yönelik iki firma ile tesisin incelenmesi ve raporlanması konusunda çalışmalar yapmak için sözleşme imzalanmıştır.

Çevre yönetim sisteminin bir gereği olarak, tüm birimlerde çevre etki envanteri çıkarılmış, bu envanterlere göre çevreye olan etkilerin şiddetleri de belirlenerek çevre etki kütükleri oluşturulmuştur. Ayrıca kurulan tedarikçi değerlendirme sistemleriyle, tedarikçilerin çevre yönetim sistemleri ve işleyişi de Pınar Süt tarafından puanlandırılmaktadır.



%91

2012 yılı anketinde lojistik süreçlerde %91 gibi yüksek bir memnuniyet oranı sağlanmıştır.

2012 yılında Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'nca düzenlenen "En Temiz Sanayi Tesisi" yarışması kapsamında Eskişehir değerlendirmelerinde Pınar Süt Eskişehir Fabrikası ilk üçe girerek "Çevre Berati" ödülü almaya hak kazanmıştır.

Enerji tüketiminde gerçekleştirilen azalmalar

Pınar Süt 2012 yılında enerji tüketimini azaltmaya yönelik çeşitli çalışmalar gerçekleştirmiştir. Pınar Süt Eskişehir Fabrikası'nda imalat bölümlerinde doğal aydınlatmalar yapılmaya başlanmış, mevcut armatürlerin yerine verimli armatürler takılarak elektrik tasarrufu sağlanmıştır.

Pınar Süt İzmir Fabrikası'nda ise elektrik tasarrufu sağlanması amacıyla, imalat ve dış aydınlatmalarda mevcut aydınlatma sistemleri LED aydınlatmaya dönüştürülmeye başlanmıştır.

2012 yılında TS ISO 50001-2011 Enerji Yönetim Sistem Belgelendirmesi için çalışmalara başlanarak eğitimleri alınmıştır.

Hat verimlilikleri

Pınar Süt üretim merkezlerinde günlük üretim hattı verimlilik ölçümleri gerçekleştirilmekte, bu ölçümler haftalık, aylık ve yıllık bazda konsolide edilerek kayıt altına alınmaktadır. Konsolide kayıtlar ilgili tüm departmanların katılımının sağlandığı toplantılarda ve hat başında gerçekleştirilen deneme ve analizler ile periyodik olarak değerlendirilmektedir. Verimlilik kayıplarına neden olan faktörlerin giderilmesi ve mevcut verimlilik değerlerinin iyileştirilmesi hedefleriyle anlık ve uzun vadeli eylem planları oluşturulmaktadır.

Her bir üretim hattı için yıllık hedefler önceki 3 yılın kümülatif sonuçları doğrultusunda belirlenmektedir. Yapılan ölçümler, hazırlanan verimlilik tanımları ve hesaplama skalaları aracılığı ile değerlendirilerek gerçekleştirilen ilgili birimlerle paylaşılmaktadır.

2012 yılında Pınar Süt İzmir Fabrikası'nda %59,94 olan hat performans hedefi %61,40 olarak gerçekleştirilerek iyileşme göstermiştir.

Ambalaj atıkları yönetimi ile ürünlerin çevresel etkilerinin azaltılmasına yönelik girişimler

Pınar Süt, ürünlerinin hammadde ve prosesten kaynaklanan çevresel etkilerini dikkatle izlemekte ve etkilerin en aza indirilmesi için sürekli olarak çalışmaktadır.

Üretim tesislerinde oluşan atıkların kontrolüne yönelik yıllık Endüstriyel Atık Yönetim Planı oluşturulmaktadır. Bu planda; oluşan atık türleri, miktarları, gönderilen firma adı gibi bilgiler yer almaktadır.

Proses faaliyetleri sonucu ortaya çıkan organik ve evsel atıklar; tesis içerisinde bulunan yasal şartlara uygun depolama alanlarında depolanarak, yerel yönetimlerin gösterdiği, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'ndan belgeli yerlere gönderilmektedir.

Aynı şekilde, üretim ve bakım faaliyetleri gibi faaliyetler sonucunda meydana çıkan tehlikeli atıkların da tamamını tesis sahası dahilinde ve yasal şartlara uygun olarak düzenlenmiş, geçici depolama alanlarında toplanmaktadır. Daha sonraki aşamada ise, bu depolama alanlarından lisanslı firmaların araçları ile atıklar alınmakta ve yine lisansı bulunan firmaların bertaraf ve geri kazanım tesislerine gönderilmektedir. Yıllık oluşan tehlikeli atıklar ile ilgili Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'na bildirim yapılmaktadır.

Tesis genelinden çıkan tüm atık sular ise atık su arıtma tesisine gönderilmektedir. Burada uygun yöntemler ile atık sular arıtılmakta ve yasal deşarj standartlarına uygun olarak alıcı ortama deşarj edilmektedir. Arıtma tesislerinin verimliliğini, deşarj edilen atık suyun yasal şartlara uyumunu gözlemlemek adına Şirket'in çevre laboratuvarlarında gerekli analizler yapılmaktadır.

Satılan ürünlerin ambalajı için de tekrar kullanılabilirlik ve geri dönüştürülebilirlik hedeflenmektedir. Ambalajın tasarım aşamasından başlanarak, üretim ve kullanım sonrasında da en az atık üretecek ve çevreye en az zarar verecek şekilde ambalaj malzemesi seçimi yapılmaktadır.

Geride dönüştürülebilir malzemeler içeren ürün ambalajları için, ambalaj atıklarının geri kazanımı ve toplanması konusunda lisansı bulunan firmalarla iş birliğine gidilmiştir.

Sözleşmeler doğrultusunda hazırlanan ve bakanlığa sunulan ambalaj atıkları yönetim planına göre, ambalaj atıklarının kaynağında ayrı toplanması, geri dönüştürülmesi ve geri kazanılması konularında tüketicileri ve belediyeleri bilgilendirici eğitim faaliyetleri, üyesi olunan Çevre Koruma ve Ambalaj Atıkları Değerlendirme Vakfı (ÇEVKO) aracılığı ile düzenlenmektedir.

Nakliye yönetiminde sağlanan kazanımlar

Pınar Süt'ün yurt genelinde satış ve dağıtım faaliyetlerini geliştirme ve iyileştirme amacıyla 2010 ve 2011 yıllarında sürdürdüğü çalışmalar 2012 yılında hız kazanmıştır. Bu çalışmalar lojistik süreçlerindeki verimliliğe ve müşteri memnuniyetine odaklı ve Yeşil Lojistik kavramını destekleyici niteliktedir.

Gıda Grubu şirketlerinin ölçek ekonomisi modeli ile yönetilmekte olan lojistik süreçlerinde, Gıda Grubu Nakliye Projesi hayata geçirilmiştir. Bu proje kapsamında uygulamaya alınan yeni rota optimizasyon modeli sayesinde yurt genelinde gerçekleştirilen şehirlerarası kara nakliyelerinde kat edilen daha kısa mesafelerle lojistik maliyet tasarrufu sağlanmıştır. Bunun yanı sıra yaratılan daha az karbon emisyonu ile çevresel sürdürülebilirlik ciddi seviyede desteklenmektedir.

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

Yaşar Gıda Grubu şirketlerinin 2012 yılında yurt genelinde gerçekleştirdikleri yaklaşık 40.000 adet sevkiyat içerisinde, TIR tipindeki araçların kullanım oranı; dayanıklı sevkiyatlarda %92, frigorifik sevkiyatlarda ise %48 olmak üzere, genel ortalama %72 ile en yüksek seviyeye ulaşmıştır.

Müşteri memnuniyetini artırmak ve lojistik süreçlerde daha yüksek hizmet kalitesi sağlamak amacıyla her ay düzenli olarak Bayi (Müşteri) Lojistik Memnuniyeti Anketi uygulanmaktadır. 2012 yılı anketinde lojistik süreçlerde %91 gibi yüksek bir memnuniyet oranı sağlanmıştır.

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

Sosyal Sorumluluk

Kurulduğu günden bugüne eğitime, spora, sanata ve kültür varlıklarının korunmasına katkıda bulunmaya devam eden Pınar Süt, bu yolla sürdürülebilirliğin sosyal boyutuna da hizmet etmektedir.

Pınar Süt kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarını aralıksız sürdürmektedir. Ürünleriyle çocukların zihinsel ve bedensel gelişimine destek olan Pınar Süt kültür, sanat ve spor etkinlikleri ile kişisel gelişimlerine de katkı sağlamayı hedeflemektedir. Bu çerçevede Pınar Resim Yarışması, Pınar Çocuk Tiyatrosu ve Pınar Karşıyaka Basketbol Takımı sponsorluğu, ülkemizin aralıksız devam eden önemli ve sürdürülebilir sosyal sorumluluk projeleri olarak dikkat çekmektedir.

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

%20

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





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, özlereğini resimle yansıtmaya 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 İnförmel 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.

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 yılbaşı sebebiyle Pınar adına yapılacak tüm yılbaşı hediye gönderileri yerine, Şanlıurfa'da bulunan Yatılı Bölge İlköğretim Okulları'na başlanmak 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.

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 - Kongreler

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

Pınar Süt, 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.

Türkiye Aşçılar Federasyonu ve Antalya Şefler Birliği tarafından düzenlenen IV. Uluslararası Altın Kep Aşçılar Yarışması, Pınar'ın ana sponsorluğunda Antalya Expo Center Fuar ve Kongre Merkezi'nde gerçekleştirilmiştir. Yarışmaya Türkiye'nin her yerinden 2.500'e yakın aşçı katılmıştır.

Uludağ Profesyonel Aşçılar Derneği tarafından düzenlenen Ulusal Gastronomi Yemek Yarışması, Pınar'ın ana sponsorluğunda Bursa Merinos Fuar ve Kongre Merkezi'nde gerçekleştirilmiştir. Yarışmaya Türkiye'nin her yerinden 300'e yakın aşçı katılmıştır.

Sponsorluklar

2012 yılında Pınar'ın sponsorluk desteği sağladığı organizasyonlar:

- 5-6 Nisan 2012 tarihlerinde Dokuz Eylül Üniversitesi Hastanesi Hemşirelik Fakültesi tarafından İzmir Sabancı Kültür Merkezi'nde düzenlenen "13. Pediatri Günleri"
- 21-23 Mayıs 2012 tarihlerinde Çeşme Altın Yunus Otel'de gerçekleştirilen Ulusal Süt Zirvesi Süt ve Süt Endüstrisi Konferansı
- 29 Mayıs 2012 tarihinde Ege İhracatçılar Birliği tarafından Swisotel Grand Efes'te gerçekleştirilen Gıda Ar-Ge Proje Pazarı
- İzmir Kalite Derneği tarafından Mayıs ayında gerçekleştirilen 13. Mükemmelliği Arayış Sempozyumu
- 4 Temmuz 2012 tarihinde Swisotel Grand Efes'te Seatrade ve İzmir Ticaret Odası işbirliğiyle düzenlenen Türkiye Kruvaziyer Forumu
- 13 Ekim 2012 tarihinde İzmir Veteriner Hekimleri Odası tarafından Ege Anemon Otel'i'nde düzenlenen "Tek Sağlık: Süt ve Süt Ürünleri Çalıştayı"
- 15 Kasım 2012 tarihinde İstanbul Maslak Sheraton Otel'de gerçekleştirilen 11. Yönetim Zirvesi Organizasyonu
- 13 Aralık 2012 tarihinde Ege Üniversitesi Tire Kutsan Meslek Yüksek Okulu tarafından Tire'de gerçekleştirilen Tire Süt Sempozyumu
- 13-14-15 Aralık 2012 tarihlerinde Çırağan Sarayı'nda düzenlenen 2012 yılı 3. Boğaziçi Bölgesel Ortaklık Zirvesi
- KalDer'in İzmir Şubesi tarafından birincisi düzenlenen Güvenli Gıda Günleri
- Starlight Kongre Merkezi'nde gerçekleştirilen 48. Türk Pediatri Kongresi
- Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı'nda düzenlenen Müşteri Çağında Pazarlama Zirvesi 2012 etkinliği
- TÜGİS (Türkiye Gıda Sanayi İşverenleri Sendikası) tarafından İstanbul Grand Cevahir Kongre ve Kültür Merkezi'nde düzenlenen Dünya Gıda Günü etkinliği
- Dyo markalı ürünler kullanılarak Ege Üniversitesi Gıda Mühendisliği Fakültesi'nin dış cephe yenilenmesi

