

2014 YILI FAALİYETLERİ

Tüm paydaşlarımız için...

2014 YILINDA PINAR ET;

BAŞARILI BÜYÜME PERFORMANSINI DEVAM ETTİRMİŞ, HER KATEGORİDE PAYINI ARTIRARAK LİDERLİĞİNİ SÜRDÜRMÜŞTÜR.

TOPLAM ŞARKÜTERİ ÜRÜNLERİNDE CİRO PAZAR PAYINI %24,9'A ÇIKARTARAK LİDERLİĞİNİ PEKİŞTİRMİŞTİR.

TOPLAM NET SATIŞLARINDA BİR ÖNCEKİ YILA ORANLA %14,9 ORANINDA ARTIŞ KAYDETMİŞTİR.

İHRACATTA %38,3 CİRO BÜYÜMESİ SAĞLAMIŞTIR.

ŞARKÜTERİ ÜRÜNLERİ İLE TÜRKİYE'DEKİ HANELERİN %42,9'UNUN TERCİH ETTİĞİ MARKA OLMUŞTUR.



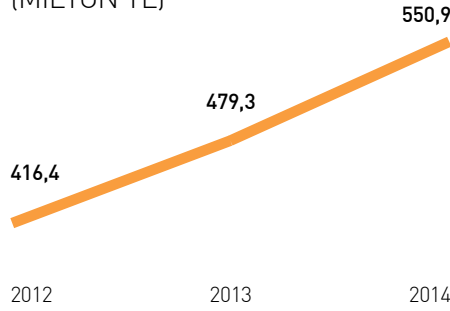
2014 YILININ BAŞARILI PERFORMANSI VE FİNANSAL SONUÇLARI PINAR ET'İN UYGULADIĞI STRATEJİLERİNİN DOĞRULUĞUNU TEYİT EDER NİTELİKTEDİR.

%15,0

2014 YILINDA PINAR ET'İN BRÜT SATIŞLARI, 2013 YILINA ORANLA %15,0 ARTARAK 682 MİLYON TL SEVİYESİNE YÜKSELMİŞTİR.

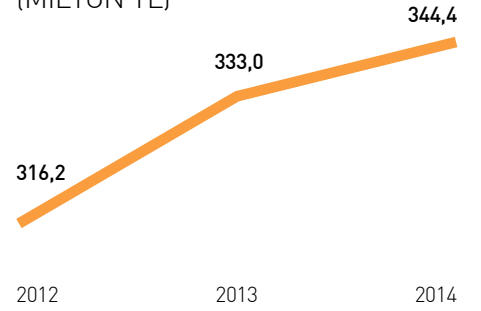


NET SATIŞLAR
(MİLYON TL)



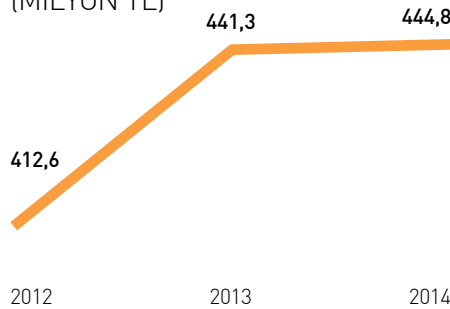
PINAR ET'İN NET SATIŞLARI %14,9 ARTIŞLA 550,9 MİLYON TL'YE ULAŞMIŞTIR.

TOPLAM ÖZKAYNAKLAR
(MİLYON TL)



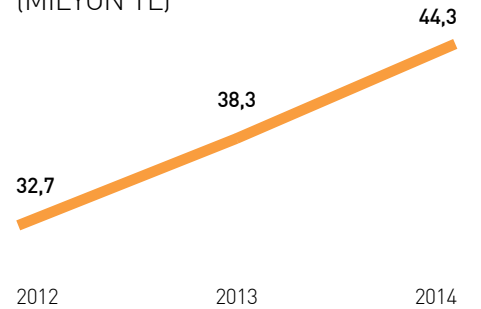
TOPLAM ÖZKAYNAKLAR %3,4 ORANINDA BÜYÜYEREK 344,4 MİLYON TL'YE YÜKSELMİŞTİR.

TOPLAM AKTİFLER
(MİLYON TL)



444,8 MİLYON TL OLARAK KAYDEDİLEN TOPLAM AKTİFLER GÜÇLÜ SEVİYESİNİ KORUMUŞTUR.

NET KÂR
(MİLYON TL)



44,3 MİLYON TL'YE ULAŞAN NET KÂRIN ARTIŞ ORANI %15,7'DİR.

2014 YILI FAALİYETLERİ



45

PINAR ET'İN TONAJ BAZINDA SATIŞLARI 2014 YILINDA 45 BİN TON OLARAK GERÇEKLEŞMİŞTİR.

DOĞRU STRATEJİLER, BAŞARILI SONUÇLAR

2014 yılının başarılı performansı ve finansal sonuçları Pinar Et'in uyguladığı stratejilerinin doğruluğunu teyit eder niteliktedir.

2013 yılında 441,3 milyon TL olan toplam aktifler 2014 yıl sonu itibarıyla 444,8 milyon TL'ye ulaşmıştır.

2014 yılında Pinar Et'in net satışları, 2013 yılına oranla %14,9 artarak 551 milyon TL seviyesine yükselmiştir. Satışların %98'i yurt içi, %2'si yurt dışı satışlardan oluşmuştur.

Rasyolar	2013	2014
Brüt Kâr Marjı	%17,3	%14,9
Net Kâr Marjı	%8	%8
Cari Oran	1,7	1,5
Asit Test Oranı	1,3	1,0
Finansal Kaldıraç Oranı	0,2	0,2
Borç/Özkaynak	0,3	0,3

Yıl içerisinde, katma değeri yüksek küçük porsiyon ürünlerin satışına odaklanma stratejisi başarıyla uygulanarak toplam net satış gelirlerinde bir önceki yıla oranla %14,9 artış kaydedilmiştir.

Pinar Et'in tonaj bazında satışları 2014 yılında 45 bin ton olarak gerçekleşmiştir.

2014 yılında Pinar Et'in satışlarının segment bazındaki dağılımı, sektörde yaşanan değişime paralel seyretmiştir. İşlenmiş et kategorisinde Pinar Et'in segment bazındaki tonaj dağılımı 2014 yılında %29 sucuk, %49 salam, %22 sosis olarak gerçekleşmiştir (Kaynak: Nielsen).

2014 yılında dondurulmuş ürün pazarının tonaj olarak %14'ü et ürünlerinden, %81'i unlu ürünlerden, %5'i ise deniz ürünlerinden oluşmuştur. Pinar markalı dondurulmuş ürünlerin dağılımı pazara göre daha çok dondurulmuş et ve deniz ürünleri ağırlıklı olarak gerçekleşmiştir.

Pinar Et'in brüt kârı 82,3 milyon TL olarak kaydedilirken, net kârı %15,7 artışla 44,3 milyon TL'ye ulaşmıştır.

PINAR ET 2014 YILINDA BAŞARILI BÜYÜME PERFORMANSINI DEVAM ETTİRMİŞ, HER KATEGORİDE PAYINI ARTIRARAK LİDERLİĞİNİ SÜRDÜRMÜŞTÜR.

PAZAR PAYLARI

%47,9

SALAM
LİDER

%38,9

SOSİS
LİDER

%16,9

SUCUK
LİDER

%24,9

TOPLAM ŞARKÜTERİ
LİDER

ARTAN PAZAR PAYLARI İLE PEKİŞTİRİLEN LİDERLİK...

Pınar Et 2014 yılında başarılı büyüme performansını ve her kategoride payını artırarak liderliğini sürdürmüştür.

Pınar Et'in toplam işlenmiş et kategorisindeki pazar payı %22,9'dan %24,9'a yükselmiştir (Kaynak: Nielsen). Hane penetrasyonu da her yıl artış gösteren Pınar Et Türkiye'de işlenmiş et ürünleri ve dondurulmuş et ürünleri pazarının liderliğini uzun yıllardır devam ettirmektedir.

Pazardaki en büyük kategori olan sucuk kategorisinde %17 ciro pazar payına sahip olan Pınar Et, Türkiye'de sucuk denince ilk akla gelen marka olma konumunu sürdürmüştür (Kaynak: GfK-Tracking). Türkiye'de sucuk tüketen hanelerin %16,8'ine girmeyi başaran Pınar Sucuk, bu kategorideki açık ara liderliğini 2014 yılında da devam ettirmiştir (Kaynak: Nielsen-Ipsos HTP).

Pınar Salam'ın payı bir önceki yıla göre 3,9 puan artışla %48 ciro pazar payına ulaşmış, bu sonuçla en yakın rakibinin kayda değer oranda üzerinde bir oranla liderlik pozisyonunu korumuştur (Kaynak: Nielsen).

Özellikle 2013 yılında sıçrama yaparak büyüyen Aç Bitir ile rakipleri tarafından takip edilen ve sürekli büyüyen dilimli salam pazarında liderliğini 2014 yılında da sürdürmeyi başarmıştır. Pınar Salam 2014 yılında Türkiye'deki hanelerin %30,1'inde tüketilmiştir.

2014 yılında Pınar Sosis, en yakın rakibinin önemli oranda üzerinde konumlanmış olarak %38,9'luk ciro pazar payı ile liderliğini sürdürürken Türkiye'deki sosis tüketen hanelerin %14,7'sine ulaşmıştır (Kaynak: Ipsos HTP).

Pınar Et, 2014 yılında etli ve unlu ürünler ile deniz ürünlerini kapsayan tüm dondurulmuş ürünler pazarında toplam %30,7 ciro pazar payına sahip olmuş ve ilk 2 marka içinde yer almaya devam etmiştir (Kaynak: Nielsen-Scantrack).

Pınar Et, özellikle dondurulmuş et ürünleri kategorisinde tüketicilerin en çok tercih ettiği marka olurken bu kategoride %46 gibi yüksek bir payla rakiplerinin açık ara önündedir.

Dondurulmuş unlu ürünlerde %22 pay ile ikinci sırada olan Pınar Et; pizza kategorisinde %28, milföyde %22, mantıda %16 ve 2013'te giriş yaptığı börek kategorisinde %23 pazar payına sahiptir. Deniz ürünlerinde ise pay kazanarak %30 ciro payına ulaşmış ve liderliği elde etmiştir (Kaynak: Nielsen-Scantrack).



2014 YILI FAALİYETLERİ



6,4

PINAR ET, 2014 YILINDA İHRACATINI YENİ PAZARLARA GİREREK GELİŞTİRMEYİ SÜRDÜRMÜŞ VE 6,4 MİLYON ABD DOLARI SEVİYESİNDE BİR HACME ULAŞMIŞTIR.



BAŞARILI İHRACAT PERFORMANSI

Pınar Et, 2014 yılında ihracatını yeni pazarlara girerek geliştirmeyi sürdürmüş, 6,4 milyon ABD doları seviyesinde bir hacme ulaşmıştır.

2014 yılında Türkiye pazarının yanı sıra çoğunluğu yakın coğrafyalarda yer alan 16 ülkeye ihracat yapmakta olan Pınar Et, yakın coğrafyalarda yaşanan siyasal konjonktüre rağmen 2013 yılındaki ihracat performansını korumayı başarmıştır. 2014 yılında Azerbaycan'da milföy ürünlerinde %23 oranında büyüme gerçekleşmiştir. Ayrıca yeni çıkan börek ürünlerinin KKTC, Irak ve Azerbaycan'a ihracatına başlanmıştır.



Pınar Et hedef pazarlara uygun şekilde ambalaj ve ürün projeleri üzerinde yoğunlaşmaktadır. Donuk ürün grubunda Irak'a özel köfteler geliştirilmiş, ayrıca Pınar Börek ürün çeşitleri için yerel dilleri de içeren ambalaj çalışmaları yapılmıştır.

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.

STRATEJİK YATIRIM PLANI KAPSAMINDAKİ ÇALIŞMALAR

Pınar Et, 2014 yılında üretim-çevre-insan döngüsünde kaliteyi, müşteri memnuniyetini ve verimliliği artırmaya odaklı yatırım çalışmalarını sürdürmüştür. Yenilenme yatırımları olan 2014 yılında gerçekleşen yatırımların toplam tutarı

PINAR ET 2014 YILINDA DEVREYE ALDIĞI YÜKSEK KAPASİTELİ 3. DİLİMLİ HATTI İLE TÜRKİYE’NİN EN BÜYÜK DİLİMLİ ÜRÜN KAPASİTESİNE SAHİP OLMUŞTUR.



20.454 bin TL’dir. Binalar, yeraltı ve yerüstü düzenlerine 7.752 bin TL, makine ve tesislere 9.002 bin TL, demirbaşlara 3.492 bin TL ve haklara 208 bin TL yatırım yapılmıştır.

Pınar Et 2013-2014 yıllarında yatırım teşvik belgesi kapsamında toplam 17,2 milyon TL yatırım gerçekleştirmiştir.

2013 yılının son döneminde stratejik yatırımlarına devam ederek ve 12.875 bin TL değerinde deniz ürünleri işleme ve paketlenme tesisi satın alarak pazardaki payını artırmayı hedeflemiş olan Şirket bu alandaki müşteri memnuniyetini ve verimliliğini artırmaya yönelik modernizasyon yatırımlarına devam etmiştir. 2014 yılında tesise üretim hızını ve hassasiyetini arttıran otomatik boylama makinesi alınmış, ayrıca kaplamalı balık ürünleri yapabilecek hat ilave edilmiştir.

2014 yılında ayrıca;

- Yeni sosis paketlenme makinesi devreye alınmıştır.
- Artan dilimli ürün satışlarını önümüzdeki 5 yıl boyunca karşılayabilecek, yüksek kapasiteli 3. dilimli hattı devreye alınmıştır. Bu hat sayesinde Türkiye’nin en büyük dilimli ürün kapasitesine sahip olunmuştur.
- Soğuk hava depoları (1.450 m²), yardımcı malzeme depoları (750 m²), enerji tesisleri ek binaları (225 m²), şarküteri paketlenme ek binası (1.100 m²), yeni sosyal bina (900 m²), Ar-Ge mutfağı (150 m²) ve ek teknik bina inşaatları (150 m²) ve çevre düzenleme çalışmaları tamamlanarak devreye alınmıştır.



2014 YILI FAALİYETLERİ



Pınar Aç Bitir, Effie Türkiye Reklam Etkinliği Yarışması 2014'te Temel Gıda Kategorisi'nde Altın Effie'ye layık görüldü.

2015 yılı yatırım hedefleri arasında

- yenileme ve modernizasyon çalışmaları kapsamında kaplamalı donuk ürünler, dondurulmuş balık üretim ve kanatlı şarküteri üretim hatlarının planlanan yenileme çalışmalarının tamamlanması
- ürün grupları arasında başarılı satış trendi gösteren Gurme ve Aç Bitir markalarına yatırım yapılarak bu alanlardaki büyümenin güçlendirilmesi bulunmaktadır.

ÖDÜLLER-BELGELER

İşlenmiş et sektöründe Türkiye'nin lider markası Pınar Et'in gerek üretim standartları ve kullandığı teknoloji, gerekse yenilikçi ve ilkleri gerçekleştirme yaklaşımı, 2014 yılında da saygın kuruluşlar tarafından birçok ödüle layık görülmüştür.

- "ÇEVKO Yeşil Nokta Sanayi Ödülleri" ile çevreci haber anlayışını yansıtan haberlere öncelik veren yayınlara verilen Geleneksel 3. Yeşil Nokta Basın Ödülleri'nde Pınar Et, 'Büyük Ölçekli İşletme Kategorisi'nde teşekkür plaketi almıştır.



- Ege Bölgesi Sanayi Odası (EBSO) tarafından Çevre Dostu Sanayi Tesisi ve Çevre Dostu Proje olmak üzere bu yıl iki kategoride düzenlenen yarışmada Pınar Et Çevre Dostu Proje kategorisinde ilk altı firma, Çevre Dostu Sanayi Tesisi kategorisinde ilk üç firma arasında yer almıştır.
- MixxAwards tarafından sektörün etkili reklamlarının belirlendiği, 84 ajanstan 596 projenin 27 ayrı kategoride değerlendirildiği ödül töreninde Pınar Gurme Sucuk, Mobil Rich Display Reklamları'nda Gümüş Mixx, Tablet Pazarlaması'nda Bronz Mixx, Mobil Kampanyalar'da Gümüş Mixx ödülleriyle layık görülmüştür.
- Reklamcılar Derneği ve Reklamverenler Derneği tarafından düzenlenen 2014 yılı Effie Türkiye Reklam Etkinliği Yarışması'nda Pınar Et, "Aç Bitir Tam Gelir" reklamıyla Altın Effie kazanmıştır.
- Ege Üniversitesi İşletme Kulübü tarafından düzenlenen 'İş Ödülleri'nde Pınar, En Beğenilen Marka Yönetimi ve En İyi Sosyal Medya kullanımı alanında birincilik ödülleriyle layık görülmüştür.

PINAR ET'İN GEREK ÜRETİM STANDARTLARI VE KULLANDIĞI TEKNOLOJİ, GEREKSE YENİLİKÇİ VE İLKLERİ GERÇEKLEŞTİRME YAKLAŞIMI, 2014 YILINDA DA SAYGIN KURULUŞLAR TARAFINDAN BİRÇOK ÖDÜLE LAYIK GÖRÜLMÜŞTÜR.



9,11

PINAR ET'İN KURUMSAL YÖNETİM DERECELENDİRME NOTU YUKARI YÖNLÜ REVİZE EDEREK 9,11 (%91,13)'E YÜKSELTİLMİŞTİR.

- Ambalaj Sanayicileri Derneği (ASD) tarafından düzenlenen Ambalaj Ay Yıldızları Yarışması'nda Pinar Gurme Dilimli Salam, Gıda Kategorisi'nde, "Pinar Dondurulmuş Börek" ise Grafik Tasarım kategorisinde bronz ödül almaya hak kazanmıştır.
- Mediacat tarafından Felis ödülleri ile halkla ilişkiler alanında başarılı projelerin ödüllendirildiği Brand Voice kategorisinde Pinar Çocuk Resim Yarışması ile Pinar büyük ödüle layık görülmüştür.
- Akademetre tarafından Marketing Türkiye için 2014 yılında düzenlenen Marka İtibar ve Marka Değer Performans Ölçümü "The One Awards" araştırmasına göre Pinar itibarını en çok artıran markalar arasında yer almıştır.
- Pinar Et, İZTO tarafından vergi ödeme kategorisinde Altın Madalya, döviz sağlama alanında ise Bronz Madalya'ya layık görülmüştür.
- EBSO Ödülleri'nde Pinar Et; "En Yüksek İhracat Gerçekleştiren", "En Yüksek Yatırım Gerçekleştiren", "En Yüksek Üretim Gerçekleştiren" ve "Üretimde En Fazla İstihdam Sağlama" kategorilerinde başarı belgesi, "En Yüksek Vergi Veren" kategorisinde ise plaket almıştır.



KURUMSAL YÖNETİM DERECELENDİRME NOTU

Pinar Et kurumsal yönetim derecelendirme notunu yukarı yönlü revize ederek 10 üzerinden 9,11 (%91,13)'e yükseltmiştir.

2014 YILI FAALİYETLERİ

Müşterilerimiz ve tüketicilerimiz için...

PINAR ET, GENİŞ ÜRÜN PORTFÖYÜ İLE FARKLI TALEPLERE CEVAP VERMEKTE VE FARKLI YAŞ GRUBUNDAN TÜKETİCİLERİNİN BEKLENTİLERİNİ KARŞILAMAKTADIR.



SEKTÖRÜNDE İZLENEN VE ÖRNEK ALINAN FİRMA

Mükemmeliyetçi yaklaşımı ile tüketicilerin en güvendiği markalardan biri olan Pınar Et, kuruluşundan bu yana üretimde en modern teknolojileri kullanarak ve titiz kalite kontrol süreçlerinden geçirerek tüketicilerine sağlıklı ve lezzetli ürünler sunmuştur. Pınar Et belirlediği standartları ve prensipleriyle sektöründe izlenen ve örnek alınan firmadır.

Pınar Et ürünlerinin doyumsuz lezzeti farklı tüketici eğilimleri ve damak zevkleri gözetilerek yapılan uzun araştırmaların ve periyodik analizlerin sonucunda ortaya çıkmaktadır. Pınar Et, geniş ürün portföyü ile farklı taleplere cevap vermekte ve farklı yaş grubundan tüketicilerinin beklentilerini karşılamaktadır.

Pınar Sucuk;

- premium segmentte Klasik, Şölen, Gurme, Küpetto
- orta fiyat segmentinde Doyum, Mangal Keyfi ve Aç Bitir
- alt fiyat segmentinde Yörük markaları ile pazarda yer almaktadır.

Pınar Salam;

- premium segmentte Pınar (Dana Macar, Kahvaltılık) Etlü, Fıstıklı, hindi etli ve fıstıklı, açık şarküteri kategorisinde Pınar (Dana Macar, Etlü, Fıstıklı) ve Şölen (Hindi Etlü, Hindi Fıstıklı), dilimli kategorisinde ise Gurme (Dana Macar, Hindi Etlü)
- orta fiyat segmentinde Doyum ve Aç Bitir (Etlü, Fıstıklı)
- alt fiyat segmentinde Yörük markaları ile pazarda yer almaktadır.

Pınar Sosis

- premium segmentte Pınar (Kahvaltılık, Kokteyl, Uzun)
- orta fiyat segmentinde Doyum (Hindi Kokteyl, Uzun) ve Aç Bitir (Kokteyl)
- alt fiyat segmentinde Yörük markaları ile pazarda yer almaktadır.

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

Dondurulmuş ürünler pazarında et, unlu ve deniz ürünleri segmentlerinde geniş bir ürün yelpazesine sahip olan Pınar; et ürünlerinde burger, kaplamalı ürünler ve köfte çeşitleri, unlu ürünlerde milföy, börek, mantı, pizza ve son olarak deniz ürünlerinde ise kaplamalı fileto balıklar, karides, kalamar ürünlerini tüketicilerin beğenisine sunmaktadır.

PINAR ET ÜRÜNLERİNİN DOYUMSUZ LEZZETİ FARKLI TÜKETİCİ EĞİLİMLERİ VE DAMAK ZEVKLERİ GÖZETİLEREK YAPILAN UZUN ARAŞTIRMALARIN VE PERİYODİK ANALİZLERİN SONUCUNDA ORTAYA ÇIKMAKTADIR.



ŞARKÜTERİ

- Sucuk
- Salam
- Sosis
- Dilimlenmiş Et Ürünleri
- Jambon

DONDURULMUŞ ET ÜRÜNLERİ

- Burger
- Köfte
- Kaplamalı Ürünler



DONDURULMUŞ UNLU ÜRÜNLER

- Pizza
- Milföy
- Manti
- Börek
- Tostpizza

DONDURULMUŞ DENİZ ÜRÜNLERİ

- Çıtır Balık
- Fish Finger
- Karides
- Halka Kalamar
- Temizlenmiş Hamsi
- Mezgiti Fileto
- Sardalya Fileto
- Sardalya Fileto Pane
- Balık Şinitzel

DENİZ ÜRÜNLERİ

- Ton Balığı
- Uskumru Fileto

TAZE ET ÜRÜNLERİ

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



2014 YILI FAALİYETLERİ



17

PINAR ET 2014 YILINDA 9'U İÇ PAZARA, 4'Ü EV DIŞI TÜKETİM KANALINA VE 4'Ü İSE İHRACATA YÖNELİK OLMAK ÜZERE TOPLAM 17 ADET YENİ ÜRÜN PİYASAYA SUNMUŞTUR.

FARK YARATAN YENİ ÜRÜN TASARIMLARI

Tüketici ihtiyaçları ve isteklerini temel alarak oluşturduğu ürün portföyünü, sürekli olarak iyileştirmeyi ilke edinen Pinar Et, 2014 yılında da bu ilke doğrultusunda yeni ürün tasarımları yapmış, mevcut ürünlerini ise yeni teknolojilere uyarlayarak geliştirmiştir. Rekabet gücü ve katma değeri yüksek tasarımlara öncelik veren Pinar Et 2014 yılında 9'u iç pazara, 4'ü ev dışı tüketim kanalına, 4'ü ise ihracata yönelik olmak üzere toplam 17 adet yeni ürün piyasaya sunmuştur.

Kullanıma hazır, pratik ürün ailesini genişletmek amacıyla tasarımı geliştirilen ve farklı alanlarda kullanılabilecek pazarda olmayan bir ürün olan Küpetto (küp kesim sucuk) 2014 yılında piyasaya sunulmuştur.

Su ürünleri tüketimini artırmak ve pratik kullanım avantajı sağlayabilmek için Limon Soslu Çipura ve Levrek Fileto ürünleri de 2014 yılında tüketiciler ile buluşmuştur.

Pinar, 2014 yılında dondurulmuş unlu ürünler kategorisi için mevcut çeşitlerine ek olarak pazarda olmayan ve yapılışı çok emek isteyen Su Böreği ve Tahinli Tepsi Böreği ürünlerini tüketiciye sunmuştur.

Kaplamalı ürünlerde Hindi Nugget, mantıda Gurme Mantı, deniz ürünlerinde soslu balıkları ve köfte kategorisinde tek seferde tüketime uygun küçük gramajlı kasap ve cızbiz köfteler 2014 yılında tüketicilerin beğenisine sunulan diğer ürünler olmuştur.

Yeni Ürünler

- Mangal Keyfi Hindi Isıl İşlem Görmüş Sucuk Büyük Dilim
- Küpetto Sucuk
- Kasap Köfte (180 g)
- Cızbiz Köfte (185 g)
- Hindi Nugget
- Beyaz Peynirli, Tereyağlı Su Böreği
- Tahinli Tepsi Böreği
- Gurme Mantı
- Limon Soslu Çipura Fileto
- Limon Soslu Levrek Fileto

PINAR ET, AR-GE ÇALIŞMALARINI YÜRÜTÜRKEN TÜKETİCİLERİNE EN İYİ, EN UYGUN, EN GÜVENİLİR VE EN LEZZETLİ ET VE ET ÜRÜNLERİNİ SUNMAYI KENDİNE HEDEF EDİNMIŞTİR.

Ar-Ge

PINAR ET AR-GE EKİBİ BİLİMSEL VE TEKNOLOJİK GELİŞMELERİ VE İNOVATİF YAKLAŞIMLARI YAKINDAN TAKİP ETMEKTE VE UYGULAMA ALANLARINI DEĞERLENDİRMEKTEDİR.



EDT

- Etlı Salam (Metropol) 1200 g
- Büfe Kokteyl Sosis 1000 g
- Manti 2500 g (dondurulmuş)
- Kayseri Manti 2500 g (dondurulmuş)

İhracat

- Truva Hindi Izgara Köfte 300 g (pişmiş, dondurulmuş)
- Truva Hindi İnegöl Köfte 300 g (pişmiş, dondurulmuş)
- Truva Hindi Acılı Köfte 300 g (pişmiş, dondurulmuş)
- Truva Hindi Burger 250 g (pişmiş, dondurulmuş)

GÜÇLÜ AR-GE ALTYAPISI

Gıda sektöründe "ilk"lere imza atmaya devam etme kararlılığında olan Pınar Et, Ar-Ge çalışmalarını yürütürken tüketicilerine en iyi, en uygun, en güvenilir ve en lezzetli et ve et ürünlerini sunmayı kendine hedef edinmiştir. Pınar Et Ar-Ge ekibi bilimsel ve teknolojik gelişmeleri ve inovatif yaklaşımları yakından takip etmekte ve uygulama alanlarını değerlendirmektedir.

2014 yılında özellikle Türk Gıda Kodeksi Et ve Et Ürünler Tebliği'ndeki önemli değişikliklerin ürünlere yansıtılması konusunda Pınar Et Ar-Ge departmanında yoğun şekilde çalışılmış; gerek yatırımlarla gerekse yeni malzeme çalışmaları ve formülasyonların optimizasyonu ile yasal değişikliklere uygun üretime başlanmıştır.

2014 YILI İLETİŞİM KAMPANYALARI

Pınar Et, 2014 yılında da üretimini gerçekleştirdiği ürün gruplarının bilinirliklerini artırmak, marka imajını pekiştirmek ve yeni ürünleri tanıtmak amacıyla kampanya ve promosyonlara devam etmiştir.

Yıllar itibarıyla en yüksek oranda büyüyen, ciro payı en yüksek olan ve rekabetin en yoğun yaşandığı kategori olan şarküteri kategorisinde Pınar Sucuk ürünlerinin iletişimine devam edilmiştir. 2011 yılında lansmanı yapılan Gurme Sucuk'un artan satış trendi ve rekabette yarattığı farklılık nedeniyle bilinirliğinin ve pazar payının artırılması hedeflenmiş, 2014 Şubat-Mart aylarında yapılan iletişim çalışmasında olumlu geri dönüşler alınmıştır. TV ile eş zamanlı olarak outdoor, radyo, internet mecraları kullanılmış, ayrıca, satış noktalarında tadım aktiviteleri, outdoor mekanlarda gerilla aktiviteleriyle ürün tanıtımları yapılmıştır.

2013 yılında iletişim yatırımı yapılan ve küçük dilimli salam kategorisini oluşturup büyüten Aç Bitir markası ile outdoor, dijital radyo gibi farklı mecralarda kullanılarak 2014 yılında da iletişimi sürdürmüş ve iletişim sonrası hızlı büyümesine devam etmiştir.

Pınar Et, 2014 yılında "Pınar Lezzet Fikirleri" kampanyası ile büyük başarı yakalamıştır.

2014 YILI FAALİYETLERİ

kalite

PINAR ET, ÜRÜNLERİNİN ÇİFTLİKTEN TÜKETİCİYE ULAŞMASINA KADAR GEÇEN TÜM SÜREÇLERİNİ KAPSAYACAK BİR KALİTE YÖNETİM SİSTEMİ UYGULAMAKTADIR.



SOSYAL MEDYA

twitter.com/PinarKurumsal

Pinar Kurumsal Twitter hesabından tüketicilerle tarifler, basın bültenleri, özel duyurular ve özel gün ve haftalara dair kutlama mesajları paylaşılmaktadır.

www.facebook.com/pratikanneler

Pinar Hazır Yemek için Pratik Anneler Facebook sayfası yayına alınmıştır. Sayfa, çalışan annelere ulaşmayı hedeflemekte ve onlarla günlük hayatlarını kolaylaştıran içerikler paylaşmaktadır.

TÜKETİCİLERİN KOŞULSUZ MEMNUNİYETİ İÇİN KALİTE YÖNETİM SİSTEMİ

Ürünlerinin çiftlikten tüketiciye ulaşmasına kadar geçen tüm süreçlerini kapsayacak bir kalite yönetim sistemi uygulamakta olan Pinar Et, ürünlerinin güvenli, sağlıklı ve hijyenik koşullarda üretilmesi ve bu koşullarda tüketicilerle buluşturulmasını hedeflemektedir. Süreç yönetimini temel alan kalite yönetim sistemi ile tüm süreçlerdeki kritik noktalar belirlenerek kontrol altına alınmış ve sürekli izlenmeleri sağlanmıştır. Bütün bu uygulamalar, dünya çapında kabul görmüş, HACCP (tehlike analizi ve kritik kontrol noktaları)

sistemini de içeren FSSC 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi kapsamında gerçekleştirilmektedir.

Pinar Et, sektörü ile ilgili yönetmelik ve tebliğlerde belirtilen analizler de dahil olmak üzere bir çok kimyasal ve mikrobiyolojik analizi yapma kabiliyeti olan donanımlı bir laboratuvara sahiptir. 2008 yılında 17025 Laboratuvar Yeterlilik Belgesi alarak TSE'nin taşeron laboratuvarı olmaya hak kazanan Pinar Et, HACCP planları, yasal gereklilikler ve spesifikasyonlar doğrultusunda ürettiği ürünlerin doğrulamasını kendi laboratuvarlarında yapmaktadır. Ürün analizleri dışında, satın alınan tüm girdilerin spesifikasyonlara uygunluğu da laboratuvarında kontrol edilmektedir.

Kalite ve gıda güvenliği yönetim sistemleri yanında sosyal sorumluluğu ilke edinen Pinar Et çevre, enerji, iş sağlığı ve güvenliği yönetim sistemlerini de etkin şekilde uygulamakta ve sürekli geliştirmektedir. Başarılı bir şekilde yürütülen karbon ayak izi azaltma çalışmalarına ilave olarak 2014 yılında su ayak izi çalışmalarına da başlanmıştır.



PINAR ET ÇEVRE, ENERJİ, İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ YÖNETİM SİSTEMLERİNİ DE ETKİN ŞEKİLDE UYGULAMAKTA VE SÜREKLİ GELİŞTİRMEKTEDİR.

verimli

PINAR ET, MASRAF TASARRUFUNA, MALİYET DÜŞÜRMEYE VE ÜRETİMDE VERİMLİLİĞİ ARTIRMAYA YÖNELİK PROJELERİNİ 2014 YILINDA DA SÜRDÜRÜMÜŞTÜR.

Üretim Tesisleri

Kapalı Alan	46.000 m ²
Açık Alan	284.000 m ²
Toplam Alan	330.000 m ²
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 sahiptir.

Pınar Et, Eylül 2014'te TSE, Eylül ve Kasım 2014'te ise İngiliz SAI Global tarafından tüm yönetim sistemlerini kapsayan denetimler geçirmiş ve her yıl olduğu gibi A notu ile değerlendirilmiştir. Şirket bunların yanı sıra düzenli olarak yapılan müşteri denetimleri ve sosyal sorumluluk denetimlerinde de başarılı olmuştur.

Pınar Et kurulduğu günden beri uyguladığı İslami usullere uygun kesim sistemini, Türk Standartları Enstitüsü'nün 2011 yılında yayınladığı Helal Standardı'nı alarak belgelemiştir ve bu konuda yılda iki kez denetim geçirmektedir.

MALİYET OPTİMİZASYONU UYGULAMALARI

Pınar Et, masraf tasarrufuna, maliyet düşürmeye ve üretimde verimliliği artırmaya yönelik projelerini 2014 yılında da sürdürmüştür. 2008 yılında başlayan Yalın Altı Sigma ve 1999 yılında başlayan Operasyonel Maliyet İyileştirme (OMİ) çalışmaları ile önemli maliyet avantajları sağlanmaktadır.



2014 YILI FAALİYETLERİ

25

PINAR ET YALIN 6 SİGMA PROJELERİNDE 2014 YILINDA ÇALIŞILMIŞ OLAN 5 ADET PROJE İLE 2008 YILINDAN GÜNÜMÜZE TOPLAM 25 PROJE TAMAMLAMIŞ BULUNMAKTADIR.



YALIN 6 SİGMA PROJELERİ

Pınar Et, 2014 yılında Yalın 6 Sigma projelerinde 7. proje dönemini tamamlamıştır. 2014 yılında çalışılmış olan 5 adet proje ile 2008 yılından günümüze toplam 25 proje tamamlanmış bulunmaktadır. Pınar Et, tedarikçilerini geliştirmek üzere değerli misyonlar yüklenmektedir. Projeler Pınar Et süreç sahipleri tarafından, operasyonel iyileştirmeler, ürün ambalaj iyileştirmeleri, çevre ve doğal kaynakları korumaya yönelik enerji yönetimi ve depo yönetimi başlıklarında önerilerek, istatistiksel olarak tanımlanmaktadır.

Yalın 6 Sigma çalışmaları ile hızlı, verimli, yaratıcı, inovatif ve bu doğrultuda daima bir adım önde olmayı hedefleyen bir iş kültürü yaratılmaktadır. Pınar Et'te proaktif yaklaşımla müşteriye anlamak esas alınmaktadır. Tekil iyileştirmeler yerine paydaşlar da sürece dahil edilerek alınan aksiyonların etkinliği maksimize edilmektedir. Tüm süreçlerde, kurumsal değerler göz önünde bulundurularak, şirket stratejileri ve müşteri beklentileri ile uyumlu projeler yönetilmektedir.



Böylelikle sürdürülebilir karlı büyüme stratejisini destekleyecek çalışmalar önceliklendirilmektedir.

OPERASYONEL MALİYET İYİLEŞTİRME (OMİ) PROJELERİ

Pınar Et'in içselleştirdiği yenilikçilik ve yetenek yönetimi kavramlarının 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.

BİLGİ TEKNOLOJİLERİ ALANINDAKİ ÇALIŞMALAR

2014 yılında Pınar Et'in bilgi teknolojileri altyapısında iş sürekliliği, veri güvenliği ve maliyet iyileştirme konularında önemli gelişmeler sağlanmıştır. Veri merkezinde yapılan yatırım ve iyileştirmeler kapsamında dosya depolama birimi yenilenerek, daha sürdürülebilir bir yapı

YAŞAR BİRLEŞİK PAZARLAMA, 9 BÖLGE MÜDÜRLÜĞÜ, 100'Ü AŞKIN BAYİ VE 150 BİN SATIŞ NOKTASI ARACILIĞIYLA PINAR MARKALI ÜRÜNLERİ EN TAZE, EN SAĞLIKLI VE EN HIZLI BİÇİMDE MÜŞTERİ VE TÜKETİCİLERLE BULUŞTURMAKTADIR.



elde edilmiştir. Pınar Et'in yeni yapılan sevkiyat alanının bilgi sistemleri altyapısı, iş sürekliliği yüksek tutulacak şekilde planlanarak yıl içerisinde çalışır hale getirilmiştir.

Yasal zorunluluk olan e-deftere geçiş 2014 yılı içerisinde Pınar Et için SAP entegrasyonu kurularak tamamlanmış, 1 Eylül 2014 itibarıyla sisteme geçiş sağlanmıştır.

Satın alınan deniz ürünleri işleme ve paketleme tesisinin Pınar Et'e devrolunması ile eş zamanlı olarak tüm iş akışları için SAP entegrasyonu sağlanmıştır. Aynı şekilde canlı hayvan besiciliği sürecinin Pınar Et iş akışlarına dahil olması ile SAP süreçleri de işleyişe paralel olarak entegre edilmiştir.

TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜK SOĞUK VE DONUK DAĞITIM ZİNCİRİ

Pınar Et'in Türkiye genelinde stratejik olarak yerleştirilmiş, en son teknolojiye ve esnek organizasyon yapısına sahip yer alan dağıtım ağı; Türkiye'nin en büyük soğuk ve donuk dağıtım zinciridir.

Soğuk ve donuk dağıtım zinciri ve saklama koşulları ile soğuk zincir uygulamalarında edinmiş olduğu teknik bilgi ve güçlü deneyim Pınar Et'e çok önemli bir rekabet avantajı sağlamaktadır.

Pınar Et, satışlarının %78'ini Yaşar Topluluğu'nun satış ve dağıtım şirketi olan Yaşar Birleşik Pazarlama kanalıyla gerçekleştirmektedir.

Yaşar Birleşik Pazarlama: Türkiye'nin En Büyük Satış Dağıtım Ağı

9 Bölge Müdürlüğü, 100'ü aşkın bayi ve 150 bin satış noktası aracılığıyla Pınar markalı ürünleri en taze, en sağlıklı ve en hızlı biçimde müşteri ve tüketicilerle buluşturan Yaşar Birleşik Pazarlama, 3 farklı iklimlendirme derecesinde, 17 farklı kategoride, 500'ü aşkın ürün çeşidi ile Türkiye'nin en büyük ve en önemli satış ve dağıtım teşkilatlarından biridir.

Yaşar Birleşik Pazarlama, Yaşar Holding Gıda Grubu tarafından üretilen ürünlerin satış ve dağıtımını, alanında uzmanlaşmış, müşteri odaklı çalışan, deneyimli, güçlü kadrosu ve 1.200'ü aşkın dağıtım aracıyla gerçekleştirmektedir.

2014 YILI FAALİYETLERİ



EDT

PINAR PROFESYONEL, PINAR MARKASININ TÜKETİCİLER NEZDİNDEKİ MARKA GÜCÜNÜ 'UZMANINDAN PROFESYONELLERE SUNULAN KALİTELİ HİZMET VE GÜVEN' İLE EDT KANALINA DA YANSITMAYI AMAÇLAMAKTADIR.



Maksimum sayıda satış noktasına ulaşmak ve nokta başına maksimum sayıda ürün çeşitliliği sağlamak adına, portföyündeki ürünleri, hedeflenen müşteri kanallarına götüren Şirket, Pinar markalı ürünlerin pazar liderliğine gelmesinde yaygın ve etkili dağıtım gücüyle çok önemli katkı sağlamaktadır.

EDT KANALINDA PINAR PROFESYONEL

2012 yılında Yaşar Birleşik Pazarlama bünyesinde yeniden yapılandırılan EDT Pazarlama Departmanı ile ev dışı tüketim (EDT) kanalına yönelik stratejik çalışmalar yapılmaktadır.

Günümüzde, özellikle çalışan kadın sayısının artması ve yalnız yaşayan birey sayısının fazlaşması sonucunda toplumdaki yaşam tarzları ve tüketim alışkanlıkları da değişmektedir. Özellikle ev dışı yaşam sürelerinin uzaması ve hazır yemek siparişlerinin artışı olarak gözlemlenen bu değişimler, EDT kanalının her geçen gün büyümesine ve önem kazanmasına sebep olmaktadır. TÜİK verilerine göre, EDT'nin Türkiye'deki büyüklüğü 33 milyar TL olarak tahmin edilmektedir.

Pinar Profesyonel, Pinar markasının tüketiciler nezdindeki marka gücünü 'uzmanından profesyonellere sunulan kaliteli hizmet ve güven' ile EDT kanalına da yansıtmayı amaçlamaktadır.

Ev dışında gıda tüketimi yapılan bütün satış noktalarını kapsayan EDT kanalında Pinar; otellerden restoranlara, catering şirketlerinden okullara uzanan geniş bir müşteri portföyüne sahiptir. "Kanaat Önderleri" olarak belirlediği şef-aşçıbaşılarda iletişim kurarak işin mutfağını öğrenirken; tüketicinin ihtiyaçlarını anlayarak onlara yardımcı olacak ürünler sunma hedefi doğrultusunda yenilikçi ve pratik ürünler geliştirmeye devam etmektedir.

Pinar 2014 yılında EDT kanalına yönelik bütün ürünlerin ambalajlarında yenileme yapmıştır.

PINAR İLETİŞİM MERKEZİ ÇAĞRI KARŞILAMA BAŞARI ORANI %90'DIR VE ÇAĞRILARIN %92'Sİ 15 SANİYE İÇİNDE CEVAPLANMAKTADIR.



%89

2014 YILINDA PINAR İLETİŞİM MERKEZİ'NE ULAŞAN TÜKETİCİLERLE GERÇEKLEŞTİRİLEN MEMNUNİYET ANKETİNİN SONUÇLARINA GÖRE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ ORANI %89'DUR.



PINAR İLETİŞİM MERKEZİ

"Önce tüketicilerimiz ve müşterilerimiz" ilkesi, Pınar'ın tüm birimleriyle, tüketicileri ve iç ve dış müşterilerinin ihtiyaçlarını hızlı ve doğru algılayıp onların daha iyi bir yaşama yönelik değişen beklentilerini karşılamada çevik, proaktif ve yenilikçi bir yaklaşım içinde olmasını gerektirmektedir. Tüketici odaklı çalışma prensibini benimseyen Pınar, tüketicilerinden gelen istek ve önerileri titizlikle incelemekte ve dikkate almaktadır.

Türkiye'nin her yerinden alan kodu çevirmeden aranabilen 444 76 27 no'lu Pınar İletişim Merkezi (PİM)'ne gelen müşteri talep ve şikayetleri haftanın yedi günü 07:00-23:00 saatleri arasında operatörler tarafından canlı olarak yanıtlanmakta, ulaştırılan konular hakkında en kısa sürede tüketicilere bilgi verilmektedir.

PİM çağrı karşılama başarı oranı %90'dır ve çağrılarının %92'si 15 saniye içinde cevaplanmaktadır. PİM Twitter hesabıyla ise sosyal medya üzerinden gelen istek ve öneriler incelenerek tüketicilere dönüş yapılmaktadır. İletişimde bulunan tüketicilere yapılan memnuniyet anketi aracılığıyla PİM'in hizmet seviyesi düzenli olarak ölçülmektedir. 2014 yılında PİM'e ulaşan tüketicilerle gerçekleştirilen memnuniyet anketinin sonuçlarına göre müşteri memnuniyeti oranı %89'dur.

Ayrıca Twitter'dan kurumsal hesaba görüş ve öneri sebebiyle ulaşan tüketicilere yönelik açılan twitter.com/InfoPinar adresli resmi twitter hesabından da tüketicilerin istek, ihtiyaç ve önerileri PİM tarafından takip edilerek çözüme kavuşturulmaktadır.

2014 YILI FAALİYETLERİ

Tedarikçilerimiz için...

KURULAN İŞBİRLİKLERİ ÇERÇEVESİNDE PINAR ET'İN BÜYÜYEN İŞ HACMİ, TEDARİKÇİLERİN DE İŞ HACİMLERİNİ BÜYÜTMEKTEDİR.

güven

Tedarikçileri ile kurduğu uzun yıllara dayanan, güçlü işbirlikleri Pınar Et'in müşterilerine sunduğu güvenli ve hijyenik ürün taahhüdünü yerine getirmesinde kilit bir role sahiptir.



UZUN YILLARA DAYANAN, GÜÇLÜ İŞBİRLİKLERİ

Tedarikçileri ile kurduğu uzun yıllara dayanan, güçlü işbirlikleri Pınar Et'in müşterilerine sunduğu güvenli ve hijyenik ürün taahhüdünü yerine getirmesinde kilit bir role sahiptir.

Et ihtiyacını Türkiye çapında 6 bölgedeki yerli besi çiftliklerinden satın aldığı canlı hayvanlarla karşılayan Pınar Et, veteriner kontrolü altında en iyi kalitede büyükbaş hayvan tedariki için "Sözleşmeli Besicilik" kavramını geliştirmekte ve desteklemektedir. Canlı hindi alımlarının tamamı ve büyükbaş hayvan alımlarının ise bir kısmı Yaşar Topluluğu'nun tarımsal üretim şirketi olan Çamlı Yem Besicilik'ten sağlanmaktadır. Pınar Et, etin kesimini kendi tesislerinde gerçekleştirmektedir.

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.

Kurulan işbirlikleri çerçevesinde Pınar Et'in büyüyen iş hacmi, tedarikçilerin de iş hacimlerini büyütmektedir.



Çalışanlarımız için...

ETKİNLİĞE VE YETKİNLİĞE ODAKLI İNSAN KAYNAĞI POLİTİKALARI

Tüm Yaşar Topluluğu'nda olduğu gibi Pınar Et'in de insan kaynakları stratejisi; "Yetkin ve etkin insan kaynağını çoğaltarak iş gücü verimini artırmak" ilkesinden hareketle çalışanın aklını ve kalbini kazanan adil insan kaynakları politikaları ve uygulamaları ile pazardaki en yetenekli, kalifiye, yaratıcı ve yenilikçi, motivasyonu, performansı yüksek iş gücünü çekmek, kalifiye iş gücünü geliştirmek ve çalışanın bağlılığını artırmaktır.

"Önce İnsan" anlayışına hakim olan ve uyguladığı adil insan kaynağı politikaları ile her konuda gelişmiş iş gücünü kendisine çeken Pınar Et'in oluşturduğu insan kaynağı; eğitilmiş, deneyimli, aidiyet ve sahiplik duygusu yüksek, bilime dayalı tüm gelişimlere açık, bilgi paylaşımına ve birlik ruhuna değer veren, katılımcı yönetim anlayışını ve başarı odaklı çalışmayı benimsemiş bireylerden oluşmaktadır.

Kuruluşundan bu yana büyüme ve gelişmenin temel dayanaklarından biri olan insan kaynağını etkin, verimli ve uzun süreli kılmak ve korumak amacını gütmekte olan Pınar Et, insan kaynakları politikalarını temel iş politikaları ve stratejileri doğrultusunda belirlemektedir.

Pınar Et'in insan kaynakları politikasının odağında;

- Yetkinlik bazlı seçme yerleştirme sürecini tamamlayarak yetkin ve etkin insan kaynağının artırılması sonucunda fark yaratan çalışanları kurum içerisinde değerlendirme,

- Performans değerlendirme sistemiyle; kurumsal performansın yükseltilebilmesi için çalışanların hedeflerinin, şirket hedefleri ile aynı yönde bütünlüğünü sağlama,
- Çalışanların performansını, hedeflerine ulaşım dereceleri doğrultusunda değerlendirerek bireysel başarıyı ödüllendirmek ve daha iyi performans göstermeye teşvik etme,
- Eğitim ve gelişim planlarını uygulayabilmek adına her yıl zorunlu veya zorunlu olmayan eğitimleri organize etme,
- Çalışanların fiziksel ve ruhsal gelişimlerine önem vererek hastalıklar konusunda destek amaçlı eğitimler düzenleme bulunmaktadır.

KİŞİSEL, MESLEKİ VE YÖNETİM BECERİLERİNİ ARTIRMAYA YÖNELİK ÇALIŞMALAR

Pınar Et şirket çalışanlarına 2014 yılı içerisinde toplam 11.638 saat, kişi başına ise ortalama 12,3 saat eğitim olanağı sunmuştur. Bu eğitimler genel olarak kişisel, mesleki ve yönetim becerileri olacak şekilde üç grupta toplanmaktadır.

Pınar Et 2012 yılında "Yaşar Akademi" markası ile e-öğrenme metodolojisi kullanılarak oluşturulan yeni eğitim platformunu pilot uygulama olarak gerçekleştirmiştir. Katılımcılardan alınan geri bildirimler ile 2014 yılı içerisinde uygulamada yer alan eğitimlerin çeşitliliği, içerikleri ve kullanan çalışan sayısında iyileşmeler sağlanmıştır.

Üniversitelerin kariyer günlerine katılarak potansiyel çalışanlara ulaşım, öğrencilere staj imkanı sunan Pınar Et, 2014 yılı için 96 üniversite ve 39 lise öğrencisine staj olanağı sağlamıştır.

Çalışan motivasyonunun ve bağlılığının yüksek olmasının başarıya daha hızlı bir şekilde ulaşılmasında önemli bir avantaj yarattığının bilincinde olan Pınar Et bu kapsamda 1998 yılından bu yana düzenlenen "Çalışanların Görüşleri Anketi" ile çalışanlarından geri bildirimler almaktadır. Topluluk bünyesinde 2012 yılında anketlerin online doldurulması ile ilgili yapılan pilot uygulamanın başarı sağlamasıyla her iki yılda bir yapılması planlanan Çalışanların Görüşleri Anketi, 2014 yılında tüm çalışanları kapsayan online bir uygulama haline getirilmiştir.

Pınar Et'in 2014 yılı ortalama çalışan sayısı 946'dır. Şirket'te yürürlükte olan Toplu İş Sözleşmesi'nin 31.12.2013 tarihinde sona ermiş olması nedeniyle Pınar Et ile Tek Gıda İş Sendikası arasında 01.01.2014-31.12.2015 dönemini kapsayacak şekilde işyeri düzeyinde toplu iş sözleşmesi imzalanmıştır. Pınar Et, Toplu İş Sözleşmesi'nin, işyeri barışının temel taşlarından en önemlisini teşkil ettiğine ve bunun da toplum barışına giden yol olduğuna inanmaktadır.

2014 YILI FAALİYETLERİ

Çevre ve toplum için

çevre

DOĞAL KAYNAKLARIN VERİMLİ KULLANIMI VE ÇEVREYE DEĞER VEREN UYGULAMALARIN HAYATA GEÇİRİLMESİ PINAR ET ÇEVRE POLİTİKASINDA BÜYÜK ÖNEM TAŞIMAKTADIR.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Pınar Et ekonomik, çevresel ve sosyal sürdürülebilirliği uzun vadeli, sağlıklı ve kârlı performansın formülü olarak görmektedir ve kurumsal stratejisini ve hedeflerini bu düşünce etrafında temellendirmektedir.

Pınar Et hammadde tedarikinden taşımaya, tüketimden geri dönüşüme ve atıkların değerlendirilmesine kadar farklı aşamalarda ürünlerinin çevre üzerindeki etkilerini en düşük seviyede tutmanın sürekli çabası içindedir.

ÇEVRE YÖNETİM PROGRAMLARI

Pınar Et ürün ve faaliyetlerin kalitesini artırırken çevre üzerinde olumsuz etki oluşturmamayı amaçlamaktadır. Üretim operasyonlarında ve enerji tüketimlerinde verimliliği artırmaya yönelik üretim teknolojilerini iyileştirme çalışmalarına, 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.

Doğal kaynakların verimli kullanımı ve çevreye değer veren uygulamaların hayata geçirilmesi Pınar Et çevre politikasında büyük önem taşımaktadır.



PINAR ET EKONOMİK, ÇEVRESEL VE SOSYAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ UZUN VADELİ, SAĞLIKLI VE KÂRLI PERFORMANSIN FORMÜLÜ OLARAK GÖRMEKTE VE KURUMSAL STRATEJİSİNİ VE HEDEFLERİNİ BU DÜŞÜNCE ETRAFINDA TEMELLENDİRMEKTEDİR.

CO₂

PINAR ET 2020 YILINA KADAR KARBON EMİSYONUNUN %15 AZALTI MAS I HEDEFİNİ SÜRDÜRMEKTEDİR.



SERA GAZI SALIMI

Pınar Et sera gazı emisyon değerinin belirlenmesinin ardından karbon emisyonunu azaltma yöntemlerinin değerlendirilmesi ve uygun projelerin devreye alınması ile 2020 yılına kadar karbon emisyonunun %15 azaltılması hedefini sürdürmektedir. Uygulamaya konulan projeler ile birlikte, sera gazı salınımlarında iyileştirmeler sağlanmıştır.

DAHA AZ ENERJİ, DAHA AZ SU VE DAHA AZ ATIK

Pınar Et, 2013 yılında TSE ISO EN 50001 Enerji Yönetim Sistemi Belgesi'ni almaya hak kazanmıştır. Enerji yönetimi, Pınar Et'in öncelikli olarak gözettiği alanlardan biridir. Bu kapsamda daha az enerji, daha az su ve daha az atık ile üretim yapmak ana hedefdir.

SU VE ENERJİ YÖNETİMİ

Pınar Et, tüm üretim proseslerinde kullanılan suyun verimli yönetimini hedeflemektedir. 2014 yılında fabrika genelinde su tüketimi ölçme ve izleme çalışmaları sonucunda su kullanılan üretim ve temizlik uygulamalarında değişiklik yapılarak tasarruf sağlanmıştır. Toplam su tüketiminde %10,9, üretim ton başına su tüketiminde ise %10,3 azalma elde edilmiştir.

"Yeşil Kuşak" projesi kapsamında tesise sıcak su sağlayan eski pompaların yerine yüke göre kademeli çalışan hidrofor

sistemi kurulmuştur. Bu sayede aynı basınç değerleri için daha yüksek debi elde edilerek, hem uzun süreli su tüketiminde hem de enerji tüketiminde tasarruf sağlanmıştır.

Doğalgaz tüketiminde ise ton ürün başına %6,32 düşüş elde edilmiştir.

KATI ATIKLARIN YÖNETİMİ

Pınar Et'in atık yönetiminin temelini, atığın kaynağında azaltılması ve yeniden kullanımının sağlanması oluşturmaktadır. Pınar Et fabrikalarına, üretim süreçlerinden çıkan atıkların toplama ve ayrıştırmasını kolaylaştırmak üzere, atık çeşitlerine göre atık toplama konteynırları yerleştirilmiştir. Fabrika genelinde, geri dönüşebilir tüm atıklar kaynağında ayrı ayrı toplanıp lisanslı geri dönüşüm firmalarına satılarak çevreye ve ülke ekonomisine katkıda bulunmaktadır.

TEHLİKELİ ATIKLARIN UZAKLAŞTIRILMASI

Pınar Et'in öncü ve örnek kurumsal kimliğinin temelinde, çevre ve topluma karşı olan sorumluluğu ön plandadır. Tesislerden çıkan tehlikeli atıklar Ulusal Atık Taşıma Formları ile lisanslı firmalara gönderilmekte ve atığın çeşidine göre geri dönüşümü veya bertarafı sağlanmaktadır. Tıbbi atıklar ve piller ise kaynağında ayrı ayrı toplanmakta ve ilgili mevzuatlar uyarınca bertaraf edilmektedir.

2014 YILI FAALİYETLERİ

dönüşüm

PIYASAYA SÜRÜLEN PINAR ET ÜRÜN AMBALAJLARININ GERİ KAZANIMI/DÖNÜŞÜMÜ ÇEVKO VAKFI ARACILIĞIYLA GERÇEKLEŞTİRİLMEKTEDİR.

ATIK PİLLERİN TOPLANMASI

Pınar Et'in kurumsal değerlerinden Çevresel ve Sosyal Sorumluluğumuz kapsamında proje geliştirilmiş, hizmet ömrünü tamamlamış veya herhangi bir şekilde hasar görerek kullanımı mümkün olmayan atık pillerin çöpe atılması, dolayısıyla çevreye zarar vermesini önlemek amacıyla çalışanların evlerindeki atık pilleri toplayıp tesise getirmeleri ve lisanslı firmalar aracılığıyla uzaklaştırılması gerçekleştirilmiştir.

Projeye dikkat çekmek ve farkındalığı artırmak amacıyla her 10 adet atık pil getiren çalışan adına 1 adet fidan dikilmesi kararlaştırılmıştır. 2014 yılının ilk yarısında toplanan 1.300 atık pil için Orman Bölge Müdürlüğü aracılığı ile Kemalpaşa'da 130 adet fıstık çamı dikilmiştir. Yılın ikinci yarısında toplanan 1.770 pil için 177 adet daha fidan dikimi gerçekleştirilecektir.

AMBALAJ ATIKLARI YÖNETİMİ

Pınar Et ürettiği ürünlerde, geri kazanıma uygun ve çevreci ambalaj malzemeleri kullanımının yanı sıra, ambalajlarında kaliteden ödün vermeden daha az malzeme kullanılması konusunda projeler geliştirmiştir. Son 5 yıldır hedeflenen plastik atık oranının altında ambalaj atığı çıkmaktadır. Ayrıca, makine ve ekipmanların daha az teknolojik atık oluşturması için, zamanında bakım ve değişim yatırımları gerçekleştirilmektedir.

PINAR - ÇEVKO İŞBİRLİĞİ

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

GERİ KAZANILAN AMBALAJ ATIK MİKTARLARI

Ambalaj Türü	2011 yılı geri kazanım miktarı (%)	2012 yılı geri kazanım miktarı (%)	2013 yılı geri kazanım miktarı (%)	2014 yılı geri kazanım miktarı (%)
Kağıt - Karton	38	40	42	44
Plastik	38	40	42	44

EGE BÖLGESİ SANAYİ ODASI TARAFINDAN DÜZENLENEN YARIŞMADA PINAR ET ÇEVRE DOSTU PROJE KATEGORİSİNDE İLK ALTI FİRMA, ÇEVRE DOSTU SANAYİ TESİSİ KATEGORİSİNDE İLK ÜÇ FİRMA ARASINDA YER ALMIŞTIR.

ödül

PINAR ET, ÇEVKO TARAFINDAN BU YIL İLK KEZ DÜZENLENEN YEŞİL NOKTA ÇEVRE ÖDÜLLERİNE KATILMIŞ, BÜYÜK ÖLÇEKLI İŞLETME KATEGORİSİNDE TEŞEKKÜR PLAKETİ ALMIŞTIR.

Pınar Et olarak 2014 yılında ÇEVKO aracılığıyla piyasadan toplanan atıkların geri kazanım ve dönüşümleri yapılarak Türk ekonomisine kazandırılması sağlanmıştır. Aynı zamanda ÇEVKO aracılığı ile eğitim, bilinçlendirme, belediyelerin desteklenmesi gibi konularda yapılan çalışmalara da katkıda bulunulmuştur.

EBSO ÇEVRE ÖDÜLÜ

Ege Bölgesi Sanayi Odası (EBSO) tarafından Çevre Dostu Sanayi Tesisi ve Çevre Dostu Proje olmak üzere bu yıl iki kategoride düzenlenen yarışmada Pınar Et, Çevre Dostu Proje kategorisinde ilk altı firma, Çevre Dostu Sanayi Tesisi kategorisinde ise ilk üç firma arasında yer almıştır.

YEŞİL NOKTA ÖDÜLÜ

Pınar Et, ÇEVKO tarafından bu yıl ilk kez düzenlenen Yeşil Nokta Çevre Ödülleri'ne katılmış, Büyük Ölçekli İşletme Kategorisi'nde Teşekkür Plaketi almıştır.

NAKLIYE YÖNETİMİNDE SAĞLANAN KAZANIMLAR

Pınar Et'in yurt genelinde satış ve dağıtım faaliyetlerini geliştirme ve iyileştirme amacıyla başlattığı çalışmalar 2014 yılında da yoğun biçimde devam etmiştir. Yeşil Lojistik kavramını destekleyici nitelikte olan bu çalışmalar lojistik süreçlerindeki verimliliğe ve müşteri memnuniyetine odaklıdır.

Ölçek ekonomisi modeli ile yönetilmekte olan yeni rota optimizasyon modeli ile yurt genelinde şehirlerarası kara nakliye operasyonlarında verimlilik sağlanmaktadır. Çevresel sürdürülebilirlik hedefi paralelinde, daha az mesafe ile daha fazla taşıma hacmine dayalı lojistik modeli oluşturulmuştur.

Yaşar Gıda Grubu şirketlerinin 2014 yılında yurt genelinde gerçekleştirdikleri yaklaşık 40.000 adet sevkiyat içerisinde, TIR tipindeki araçların kullanım oranı; dayanıklı sevkiyatlarda %90, frigorifik sevkiyatlarda ise %56 olarak gerçekleşmiştir.

Bayi (Müşteri) Lojistik Memnuniyeti Anketi müşteri memnuniyetini artırmak ve lojistik süreçlerde daha yüksek hizmet kalitesi sağlamak amacıyla her ay düzenli olarak uygulanmaktadır. 2012 yılı anketinde lojistik süreçlerde %91 olarak gerçekleşen memnuniyet oranı, 2013 yılında %94 ve 2014 yılında ise %96'ya ulaşmıştır.

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

2014 YILI FAALİYETLERİ

27 yıl

PINAR ÇOCUK TİYATROSU 27 YILDA TÜRKİYE'NİN DÖRT BİR YANINDAKİ ÜÇ MİLYONDAN FAZLA ÇOCUĞA ÜCRETSİZ OLARAK ULAŞMIŞTIR.



SOSYAL SORUMLULUK

Pinar, 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, toplumla paylaşma ilkesinin önemli ve vazgeçilmez bir aracı olarak görmektedir.

Pinar Çocuk Tiyatrosu 27. yılında

27 yılda Türkiye'nin dört bir yanındaki üç milyondan fazla çocuğa ücretsiz olarak ulaşan Pinar Çocuk Tiyatrosu, miniklere tiyatro sevgisini aşılamayı sürdürmekte ve her oyunda çocukların kültürel ve kişisel gelişimine katkıda bulunmayı hedeflemektedir. 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 Pinar Çocuk Tiyatrosu, 2013-2014 eğitim, öğretim yılı döneminde "Sütle Gelen Sevgi" isimli yeni oyununu sergilemiş; sahne, müzik, dekor ve kostümü profesyonelce hazırlanmış bu oyunuyla çocuklara görsel bir tiyatro şöleni yaşatmıştır. Pinar Çocuk Tiyatrosu Diyarbakır, Şanlıurfa, Gaziantep, Konya, Karaman, Aksaray, Eskişehir ve İzmir illerinde gerçekleştirdiği Anadolu Turnesi ile binlerce minik tiyatro severlerle buluşmuştur.



GfK tarafından gerçekleştirilen bilinirlik ölçümüne göre Pinar Çocuk Tiyatrosu'nun 2014 yılındaki bilinirlik oranı %25,1'tir (Kaynak: GfK Aromalı Sütler Tracking Araştırması).

Pinar Çocuk Resim Yarışması

Pinar Resim Yarışması, ilköğretim çağındaki çocukların resim sanatına ve güzel sanatlara ilgisini artırmak ve geleceğin ressamlarını yetiştirmek amacıyla 33 yıldır düzenlenmekte, her yıl yüz binlerce çocuğun hayallerini, umutlarını, özlemlerini resimle yansıtmalarına olanak sağlamaktadır.

1981 yılından bu yana her yıl farklı bir temayla açılan ve geleceğin ressamlarına rehberlik görevini de üstlenen Pinar Resim Yarışması 2014 yılında "Süt İçiyorum, Sağlıklı Büyüyorum" teması ile düzenlenmiştir.

Türkiye'nin her bölgesinden, KKTC'den ve Almanya'dan toplam 19.538 resmin katıldığı yarışmada, öğretim üyeleri ve uzman kişilerden oluşan jürinin değerlendirmesiyle seçilen 23 minik ressam, ünlü ressam Ergin İnan koordinatörlüğünde İstanbul'da 1 haftalık Sanat Kampı ile ödüllendirilmiştir. 2014 yılında 33.'sü düzenlenen Pinar Çocuk Resim Yarışması'nın katılımcı öğrencileri, Sanat Kampı'nın son günü düzenlenen törende iPad Mini'lerini ve sertifikalarını da almışlardır.

GfK tarafından gerçekleştirilen bilinirlik ölçümüne göre Pinar Çocuk Resim Yarışması'nın 2014 yılındaki bilinirlik oranı %24,9'dur (Kaynak: GfK Aromalı Sütler Tracking Araştırması).

“SÜTÜMÜZÜN GELECEĞİ BİLİNÇLİ ELLERDE” PROJESİ ÇİĞ SÜT ÜRETİCİLERİNİN HAYVAN SAĞLIĞI, HAYVAN BESLEMESİ, HİJYEN VE SANİTASYON KONULARINDA EĞİTİLMESİNİ AMAÇLAMAKTADIR.

sağlıklı

PINAR ENSTİTÜSÜ TOPLUMUN SAĞLIKLI GELİŞMESİNE KATKIDA BULUNMAK AMACIYLA KURULMUŞTUR.

Pınar Enstitüsü

Yaşar Üniversitesi Yerleşkesi'nde faaliyetlerini sürdüren Pınar Enstitüsü; kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında toplumun sağlıklı gelişmesine katkıda bulunmak amacıyla, araştırma yapmak, araştırmaları ve eğitimleri desteklemek, sonuçları yayınlamak ve bu doğrultuda faaliyetlerde bulunmak üzere 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.

“Sütümüzün Geleceği Bilinçli Ellerde”

Çiğ süt üreticilerinin hayvan sağlığı, hayvan beslemesi, hijyen ve sanitasyon konularında eğitilmesi amacıyla kamu ve özel sektör arasında iş birliği sağlanmasını hedefleyen “Sütümüzün Geleceği Bilinçli Ellerde” projesi ile Muğla ve Eskişehir Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı İl Müdürlükleri, Milas Süt Birliği, Eskişehir İli Damızlık Sığır Yetiştiricileri Birliği, Eskişehir Bölgesi Hayvancılık Kooperatifleri Birliği, İnönü İlçesi Süt Üreticileri Birliği, Pınar Süt ve Çamlı Yem Besicilik ile ortak çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Ankara Üniversitesi Veterinerlik Fakültesi Prof. Dr. Ayhan Baştan ve Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Prof. Dr. Ahmet Alçıçek tarafından gerçekleştirilen eğitimlerle Milas'ta 44 süt toplama merkezi ile 2.600 süt üreticisine, Eskişehir'de 17 süt toplama merkezi ile 1.388 süt üreticisine ulaşılmıştır. Projenin 2015 yılında yaygınlaştırılması amacıyla eğitimlerin Şanlıurfa'da ve diğer illerde

yürütülmesine yönelik alt yapı çalışmaları sürdürülmektedir.

TÜBİTAK 3001, Başlangıç ARGE Projeleri Destekleme Programı bünyesinde Pınar Enstitü ile Yaşar Üniversitesi İletişim Fakültesi ortaklığında yürütülen “Süt ve Süt Ürünlerine Yönelik Tüketici Algısı: Medyada Yanlış Enformasyonun Etkileri” projesi ile süt ve süt ürünlerine yönelik tüketici algıları araştırılmıştır. Araştırma sonuçları Pınar Enstitüsü tarafından düzenlenecek olan Süt ve Süt Ürünleri Çalıştayında konuyla ilgili çalışan akademisyen ve sektör temsilcilerine sunulacaktır.

Pınar Enstitüsü, 28-31 Mayıs 2014 tarihleri arasında Sofya'da gerçekleştirilen 21. Avrupa Obezite Kongresi ile 12-14 Kasım 2014 tarihlerinde İstanbul'da gerçekleştirilen İstanbul Sağlık ve Beslenme Bienali'ne katılım gerçekleştirmiştir. Aynı zamanda Bienal kapsamında, “Gıda Sanayinin Gündeminde Neler Var?” başlıklı oturumda “Gıda Güvenliği ve Endüstri Çalışmaları” konulu bir sunum yapılmıştır.

Pınar Enstitüsü'nün üyesi olduğu Avrupa Gıda Bilgi Konseyi (EUFIC) ile yürüttüğü ilk çalışma “Güzel Gıda Gezegeni” EUFIC'in çocuklara yönelik eğitimsel web sitesi (CoolFoodPlanet) için içeriği hazırlanan “Sağlıklı Yaşam için Çocuklara 10 İpucu” kitapçığının (10 Tips for the Kids) Türkçeye çevrilmesi ve basımı olmuştur. Kitapçık, Pınar Enstitüsü'nün çocuklarda sağlıklı beslenme alışkanlığının geliştirilmesine yönelik gerçekleştireceği her türlü çalışmada değerlendirilecektir.



2014 YILI FAALİYETLERİ



spor

PINAR, SPORA OLAN KATKISINI PINAR KARŞIYAKA BASKETBOL TAKIMI'NA SAĞLADIĞI DESTEKLE SÜRDÜRMEKTEDİR.



Pınar Et Mesleki Eğitim Birimi

Et ve et ürünleri işlemeciliği eğitimi veren bir kurumun olmaması nedeniyle, Pınar Et bünyesinde kurulmuş olan Pınar Et Mesleki Eğitim Birimi sektörde eğitilmiş eleman sıkıntısının giderilmesi amacıyla 1998 yılında eğitime açılmıştır. Türkiye'de bir ilke örnek teşkil eden bu eğitimin amacı, temel eğitimini tamamlayan, iş hayatına atılan ve meslek öğrenmek isteyen 15-18 yaşları arasındaki gençlerin teorik ve pratik mesleki eğitimlerinin bir programa göre yapılmasını sağlayarak onları, ülkenin ihtiyaç duyduğu vasıflı ara insan gücü içerisine alabilmektir. Ayrıca bu eğitim sayesinde; iş hayatında iş disiplininin sağlanması, ulusal düzeyde mesleki standartlara ulaşılması, üretimde kalite standardının geliştirilmesi ve verimin yükseltilmesi gibi hedeflere de ulaşılmaktadır.

Spora Destek

Pınar, spora olan katkısını Pınar Karşıyaka Basketbol Takımı'na sağladığı destekle sürdürmektedir.

Pınar Karşıyaka

1998 yılından bu yana Pınar Karşıyaka adıyla Türkiye Basketbol Birinci Ligi'nde mücadelesine devam eden basketbol takımı, çocukların spor aşkını basketolla pekiştirmektedir. Her yıl 1.000'e yakın çocuk, Pınar'ın sponsorluğunda Çiğli Selçuk Yaşar Tesisleri'nde spor yapma olanaklarından yararlanmaktadır.

Pınar Karşıyaka;

- Spor Toto Türkiye Kupası finalinde Anadolu Efes takımıyla mücadele ederek tarihinde ilk kez Türkiye kupasını almaya hak kazanmıştır.
- 30. Erkekler Cumhurbaşkanlığı Kupası'nı 1987 yılından sonra tarihinde ikinci kez Fenerbahçe Ülker basketbol takımını yenerek kazanmıştır.
- 2013-2014 sezonunda ULEB Eurocup'a katılmaya hak kazanmıştır ve mücadelesine I Grubu'nda son 32 takım arasında mücadele etmektedir.

ORGANİZASYONLAR

Pınar, 2014 yılında Türkiye Basketbol Federasyonu tarafından organize edilen Kadınlar ve Erkekler Türkiye Kupası ve Cumhurbaşkanlığı Kupası organizasyonlarına destek vermiştir.

Ankara ve İstanbul'da düzenlenen ve A Milli Kadın Basketbol Takımımızın 4. olarak tamamladığı FIBA Kadınlar Dünya Şampiyonası'nın resmi içecek tedarikçisi Pınar olmuştur. Her dört yılda bir düzenlenen ve dünyanın en prestijli kadın basketbolu turnuvası olan 'FIBA Kadınlar Dünya Basketbol Şampiyonası' 27 Eylül-5 Ekim tarihleri arasında Ankara ve İstanbul'da düzenlenmiştir. Beş kıtadan en iyi 16 takımın katıldığı turnuvada Pınar, turnuvaya katılan tüm takımların içecek ihtiyaçlarını karşılamıştır.

RUSYA'NIN TÜRKİYE'DEN İHRACAT İÇİN ONAY VERDİĞİ ÜÇ MARKADAN BİRİ OLAN PINAR 15-18 EYLÜL 2014 TARİHLERİ ARASINDA RUSYA'DA DÜZENLENEN WORLD FOOD MOSCOW FUARI'NA KATILMIŞTIR.

YAYINLAR

Yaşam Pınarım Dergisi

Özellikle anne ve babalara yönelik yararlı bilgiler içeren ve 2004 yılından bu yana yayın hayatında olan Yaşam Pınarım Dergisi farklı çizgisi ve içeriğiyle Pınar'ın tüketicileriyle, iş ortaklarıyla, akademik ve bürokratik çevrelerle arasında önemli bir bağ kurmaktadır. Dergi, her 3 ayda bir basılmakta ve ücretsiz olarak dağıtılmaktadır. 2013 yılında bu yana e-bülten olarak tüketicilere e-posta yoluyla gönderilmeye başlanan dergi bu sayede her ay 115.000 kişiye ulaşmaktadır.

Pınar Gazetesi

Besicilik, süt teknolojileri, besi hayvanı sağlığı gibi konularda süt ve et hayvancılığı yapan çiftçiler için önemli bir başvuru kaynağı olan ve her üç ayda bir yayımlanmakta olan Pınar Gazetesi, Pınar'a süt veren 25.000 üreticiye, veterinerlere ve Pınar Et alım departmanının çalıştığı üreticilere yönelik olarak hazırlanmaktadır.

FUARLAR - KONGRELER

Pınar, kurulduğundan beri her yıl sektörün gelişmesi için gerçekleştirilen kalite, gıda, Ar-Ge ve pazarlama gibi alanlarda düzenlenen birçok kongreye katılmanın yanında destek de olmaktadır. Yurt içi ve yurt dışında katıldığı fuarlarda da farklı pazarlama ve tüketici kanallarıyla buluşan Pınar, 600'den fazla ürünüyle Türkiye'nin, bölgenin ve dünyanın en prestijli fuarlarının katılımcılarından biridir. Sektörel gelişime katkıda da sürdürülebilirlik ilkesinden taviz vermeyen Pınar, ürünlerini uluslararası piyasalara daha yakından tanıtmakta ve gıda sektörüne farklı boyutlarda katkısı bulunan seçkin organizasyonlara da imza atmaktadır. Pınar, Türkiye'de aşçılık, gastronomi ve mutfak kültürünün

gelişmesine yönelik etkinliklere sponsor olarak sektör liderleri ve bilim adamlarıyla buluşma fırsatları yaratmaktadır.

23-27 Şubat 2014 tarihleri arasında Dubai'de düzenlenen Orta Doğu'nun en prestijli ve katılımı yüksek fuarı GULFOOD 2014 fuarına katılan Pınar Et ürünlerini uluslararası piyasalardan katılımcılara sergilemiştir.

Pınar Et, 28-31 Mart 2014 tarihleri arasında İstanbul CNR'da Ev Dışı Tüketim EDT EXPO Fuarı'na katılarak ürünlerini ev dışı tüketim sektöründe tanıtmıştır.

Rusya'nın Türkiye'den ihracat için onay verdiği üç markadan biri olan Pınar, 15-18 Eylül 2014 tarihleri arasında Rusya'da düzenlenen World Food Moscow Fuarı'na katılmıştır.

SPONSORLUKLAR

Pınar Et'in 2014 yılında sponsor olarak desteklediği başlıca organizasyonlar:

- Yaşar Üniversitesi 7. Lojistik Günleri, 6-7 Mart
- Harran Üniversitesi 1. Sanat Günleri Ressam Buluşması, 10-20 Mart
- Marketing Power Conference, 20 Mart
- Ege Üniversitesi 3. Medya Günleri, 1-2 Nisan
- Ege Üniversitesi Sanayi Zirvesi, 7 Nisan
- 3. Yenilikçi Markalar Zirvesi, 10 Nisan
- İstanbul Şehir Tiyatroları 30. Çocuk Şenliği, 26 Nisan
- Dokuz Eylül Üniversitesi Kariyer Serüvenleri, 30 Nisan
- Ege Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Kariyer Günleri, 30 Nisan
- Amerikan Koleji tarafından düzenlenen Sev Bazaar Day, 3 Mayıs
- KalDer tarafından düzenlenen Yaşamda Kalite Proje Fikir Yarışması, 8-9 Mayıs

- Ege Üniversitesi Uluslararası Gıda Kongresi, 26-29 Mayıs
- 15. Mükemmelliği Arayış Sempozyumu, 3-5 Haziran
- TEDx Alsancak, 30 Ağustos
- FIBA Kadınlar Dünya Basketbol Şampiyonası Resmi İçecek Tedarikçisi Pınar, 27 Eylül-5 Ekim
- Uludağ Üniversitesi Bursa 3. Uluslararası Gıda Kongresi, 26-27 Eylül
- TÜGİS (Türkiye Gıda Sanayi İşverenleri Sendikası) ve FAO (Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü) tarafından düzenlenen Dünya Gıda Günü etkinliği, 16 Ekim
- Per-Yön Ege tarafından düzenlenen 11. Ege İnsan Yönetim Zirvesi, 24-25 Ekim
- Gıda Teknolojisi Derneği tarafından Ankara Üniversitesi desteğiyle gerçekleşen 2. Uluslararası Gıda Teknolojisi Kongresi, 5-7 Kasım
- Taksav tarafından gerçekleşen 3. Uluslararası İzmir Tiyatro Festivali, 5-15 Aralık
- Ege Üniversitesi Marka Şehir İzmir Sempozyumu, 15-16 Aralık
- 2014-2015 Erkekler Türkiye Kupası İçecek Sponsoru
- 2014-2015 Kadınlar Türkiye Kupası İçecek Sponsoru
- 2014-2015 Cumhurbaşkanlığı Kupası İçecek Sponsoru