

# Tüm paydaşlarımız için...

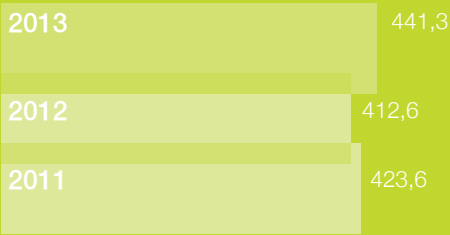
**%22,9**

Toplam şarküteri ciro  
pazar payı

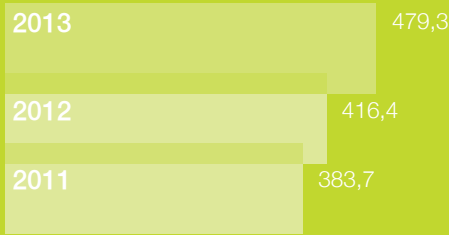
## 2013 yılında Pınar Et;

- Sektörde yaşanan değişime paralel bir yön izleyerek daralan pazarda rakiplerine göre her kategoride pazar payı kazanan marka olmuştur.
- Toplam şarküteri ürünlerinde %22,9 ciro pazar payı elde ederek liderliğini korumuştur.
- Toplam net satışlarında bir önceki yıla oranla %15,1 artış kaydetmiştir.
- İhracat faaliyetlerinde geçtiğimiz yıla oranla %29 ciro büyümesi sağlamıştır.
- Şarküteri ürünleri ile Türkiye'deki hanelerin %42'si tarafından tercih edilmiştir.



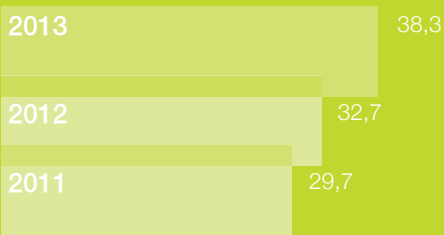
**Toplam Varlıklar** (milyon TL)

Pınar Et'in toplam varlıkları 2013 yıl sonunda 2012 yılına kıyasla %7,0 artışla 441,3 milyon TL seviyesine ulaşmıştır.

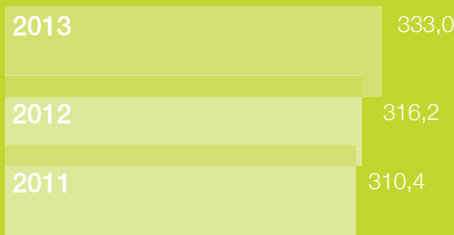
**Net Satışlar** (milyon TL)

2013 yılında net satışlar %15,1 oranında artışla 479,3 milyon TL olmuştur.

Brüt satışlar, 2013 yılında 2012 yılına göre %14,92 artarak 593 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Satışların %98,3'ü yurt içi satışlar olup kalanı yurt dışı satışlardan oluşmaktadır.

**Net Dönem Kârı** (milyon TL)

Pınar Et'in 2013 yılı net dönem kârı 2012 yılına göre daha güçlü bir seviyede 38,3 milyon TL olarak gerçekleşmiştir.

**Özkaynaklar** (milyon TL)

Pınar Et'in özkaynakları 2013 yılı sonu itibarıyla bir önceki yıla kıyasla %5,3 artarak 333,0 milyon TL olarak gerçekleşmiştir.

# %15,1

2013 yılında net satışlar %15,1 oranında artışla 479,3 milyon TL olmuştur.

Pınar Et satış tonajı geçen yıla göre %2,1 büyüyerek 45 bin ton olarak gerçekleşmiştir.

**Rasyolar**

	2012	2013
Brüt Kâr Marjı	%17,4	%17,3
Net Kâr Marjı	%7,8	%8,0
Cari Oran	1,9	1,7
Asit Test Oranı	1,4	1,3
Finansal Kaldıraç Oranı	0,2	0,2
Borç/Özkaynak	0,3	0,3

**%42**

Pınar şarküteri ürünleri 2013 yılında Türkiye'de hanelerin %42'sine girmeyi başarmıştır.

Türkiye'deki her 100 haneden 88'ine bir şarküteri ürününün girdiği 2013 yılında, bu hanelerin %42'si Pınar Et markalı şarküteri ürünlerini tercih etmiştir.



**Pazar Payları**

Salam

**%43,9**  
**Lider**

Sosis

**%35,3**  
**Lider**

Sucuk

**%17**  
**Lider**

Toplam Şarküteri

**%22,9**  
**Lider**

Kaynak: Nielsen





## %22,9

Toplam işlenmiş et kategorisinde kategoride 2013 yılında Pınar Et pazar payı %20,6'dan %22,9'a yükselmiştir.

### Tüketicilerin beklentilerine göre şekillendirilmiş geniş ürün portföyü

Pınar Et sahip olduğu geniş ürün portföyü ile farklı beklentilere ve farklı müşteri gruplarının taleplerine cevap vermektedir. Piyasaya çıkardığı yeni ürünlerle yeni bir segment oluşturmakta ve bu konuda sektörde takip edilen liderliğini sürdürmektedir. Özellikle 2013 yılında sıçrama yaparak büyüyen Aç Bitir ile rakipleri tarafından takip edilen ve sürekli büyüyen dilimli salam pazarında liderliğini sürdürmektedir.

### Katma değeri yüksek ürünlerin satışına odaklanma stratejisi ile başarılı mali performans

Pınar Et'in 2013 yılında sergilediği mali performans, öngörülerini ve beklentileri teyit eder niteliktedir.

2012 yılında 412,6 milyon TL olan toplam varlıklar 2013 yıl sonu itibarıyla 441,3 milyon TL olarak gerçekleşmiştir.

Brüt satışlar, 2013 yılında 2012 yılına göre %14,92 artarak 593,0 milyon TL olmuştur.

Yıl içerisinde, katma değeri yüksek ürünlerin satışına odaklanma stratejisi başarıyla uygulanarak toplam net satış gelirlerinde bir önceki yıla oranla %15,1 artış kaydedilmiştir.

Brüt kâr geçen yıla göre %14,8 oranında artarak 83,1 milyon TL'ye ulaşmıştır.

### Sektörün lideri...

Pınar Et 2013 yılında, sektörde daralan pazarda rakiplerine göre her kategoride pazar payı kazanan marka olmuştur.

Toplam işlenmiş et kategorisinde 2013 yılında Pınar Et pazar payı %20,6'dan %22,9'a yükselmiştir. (Kaynak: Nielsen)

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'deki hanelerin %18,7'sine girmeyi başaran Pınar Et, bu kategorideki açık ara liderliğini 2013 yılında da devam ettirmiştir. (Kaynak: Nielsen-Ipsos HTP)

Pınar Salam bir önceki yıla göre %19 artışla %43,9 ciro pazar payına ulaşmış, bu sonuçla en yakın rakibinin 5 katı üzerinde bir oranla liderlik pozisyonunu korumuştur. (Kaynak: Nielsen) Pınar Salam 2013 yılında Türkiye'deki hanelerin %26,4'ünde tüketilmiştir.

2013 yılında Pınar Sosis, en yakın rakibinin 22 puan üzerinde konumlanmış olarak %35,3'lük ciro pazar payı ile liderliğini sürdürürken Türkiye'deki hanelerin %14,7'sine ulaşmıştır. (Kaynak: Ipsos HTP)



## %27

Pınar Et, 2013 yılında etli ve unlu ürünler ile deniz ürünlerini kapsayan tüm dondurulmuş ürünler pazarında toplam %27 ciro pazar payına sahip olmuştur.

Pınar Et, özellikle dondurulmuş et ürünleri kategorisinde tüketicilerin en çok tercih ettiği marka olurken bu kategoride %45 gibi yüksek bir payla rakiplerinin açık ara önündedir.



Türkiye'deki her 100 haneden 88'ine bir şarküteri ürününün girdiği 2013 yılında, bu hanelerin %42'si Pınar markalı şarküteri ürünlerini tercih etmiştir. (Kaynak: Ipsos HTP)

Pınar Et, 2013 yılında etli ve unlu ürünler ile deniz ürünlerini kapsayan tüm dondurulmuş ürünler pazarında toplam %27 ciro pazar payına sahip olmuş ve ilk 2 marka içinde yer almaya devam etmiştir. (Kaynak: Nielsen-Scantrack)



Pınar Et, özellikle dondurulmuş et ürünleri kategorisinde tüketicilerin en çok tercih ettiği marka olurken bu kategoride %45 gibi yüksek bir payla rakiplerinin açık ara önündedir.

Dondurulmuş unlu ürünlerde %16,7 pay ile ikinci sırada yer alan Pınar Et pizza kategorisinde %24, milföyde %18,5 pazar payına sahiptir. 2012 sonunda girdiği mantı kategorisinde de Aralık ayında %14,7 ciro payına ulaşarak ilk 2 markadan biri olmuştur. 2013 yılında da dondurulmuş börek kategorisine giren Pınar Et, unlu ürünlerdeki gücünü artırırken donmuş deniz ürünlerinde de ciro %24,7 ciro payına ulaşmıştır. (Kaynak: Nielsen-Scantrack)

### Satışlarda dengeli dağılım

2013 yılında Pınar Et'in satışlarının segment bazındaki dağılımı, sektörde yaşanan değişime paralel bir yön çizmiştir. Yıl içerisinde, katma değeri yüksek ürünlerin satışına odaklanma stratejisi başarıyla uygulanarak toplam net satış gelirlerinde bir önceki yıla oranla %15,1 artış kaydedilmiştir.

İşlenmiş et kategorisinde Pınar Et'in segment bazındaki dağılımı 2013 yılında %31 sucuk, %46 salam, %23 sosis olarak gerçekleşmiştir.

2013 Mart ayında tebliğin değişmesiyle birlikte şarküteri pazarı daralırken, daralan bu pazarda Pınar Et sucuk, salam ve sosiste pazar payını artırmıştır. 2013 yılında toplam işlenmiş et kategorisinde Pınar Et pazar payı %20,6'dan %22,9'a yükselmiştir. 2013 yılında dondurulmuş ürün pazarının tonaj olarak %15'i et ürünlerinden, %81'i unlu ürünlerden, %4'ü ise deniz ürünlerinden oluşurken Pınar Et'in portföyünün %29'unu etli ürünler, %65'ini unlu ürünler, %5,5'ini deniz ürünleri oluşturmaktadır. Pınar, unlu ürünlerdeki payını artırmak için 2012 yılı sonunda mantı, 2013 Ağustos ayında da börek pazarına girmiştir. Pınar Et'in 2013 Aralık ayında mantıdaki payı %14,8'e, börekteki payı ise %24'e ulaşmıştır.

Hane penetrasyonu da her yıl artış gösteren Pınar Et Türkiye'de işlenmiş et ürünleri ve dondurulmuş et ürünleri pazarının liderliğini uzun yıllardır sürdürmektedir. 2013 Ipsos HTP raporlarına göre; hanelerin %42'sine yılda en az bir kez Pınar Et ürünü girmektedir.

## Kurumsal yönetim derecelendirme notu

### Toplam gelirlerde ihracatın artan payı

2013 yılında Türkiye pazarının yanı sıra çoğunluğu yakın coğrafyalarda yer alan, yaklaşık 20 ülkeye ihracat yapmakta olan Pınar Et geçen yıla göre ihracatını %29 oranında artırmıştır. 2013 yılında K.K.T.C., Azerbaycan, Irak, Özbekistan, Türkmenistan, Libya, Amerika, Bosna Hersek, Kırgızistan, Kuveyt, B.A.E., Katar, Bahreyn, Umman, Yemen'e şarküteri ürünleri, dondurulmuş ürünler ve deniz ürünleri ihracatı yapılmıştır. Ayrıca 2013 yılında bu ülkelere özel sos, burger, köfte çeşitleri ihracatına başlanmıştır.

Pınar Et, 2013 yılında bir önceki yıla göre %29 düzeyinde ciro büyümesi sağlayarak 5,3 milyon ABD doları tutarında ihracat gerçekleştirmiştir.

Turquality Projesi kapsamına alınan ilk firmalardan biri olan ve bu proje içerisinde ilk 5 yılını başarı ile tamamlamış bulunan Pınar Et, ikinci 5 yıllık projede de yer almaktadır.

### Stratejik yatırım planı kapsamındaki çalışmalar

Pınar Et, 2013 yılında üretim-çevre-insan döngüsünde kaliteyi, müşteri memnuniyetini ve verimliliği artırmaya odaklı yatırım çalışmalarını sürdürmüştür. Yenilenme yatırımları olan 2013 yılında gerçekleşen yatırımların toplam tutarı 23.426 bin TL'dir. Arazi ve arsalarla 6.000 bin TL, binalar, yeraltı ve yerüstü düzenlerine 2.970 bin TL, makine ve tesislere 9.073 bin TL, taşıtlara 131 bin TL, demirbaşlara 4.292 bin TL ve haklara 202 bin TL yatırım yapılmıştır.

2013 yılının son döneminde stratejik yatırımlarına devam ederek 12.875 bin TL değerinde dondurulmuş balık işleme tesisi satın alarak pazardaki payını artırmayı hedeflemiş, olan Şirket müşteri memnuniyetini ve verimliliğini artırmaya yönelik modernizasyon yatırımlarına devam etmiştir.

17.09.2011 tarihli 102023 no'lu Yatırım Teşvik Belgesi kapsamında Pınar Et 2012 ve 2013 yılları içinde toplam 7.686.454 TL yatırım gerçekleştirmiştir.

2014 yılında şarküteri ürün grupları arasında başarılı satış trendi gösteren Gurme ve Aç Bitir markalarına yatırım yapılarak bu alanlarda büyüme hedeflenmektedir.

Dondurulmuş ürün grupları tarafında ise pazar ihtiyaçlarına paralel olarak unlu ürünlerde 2013 yılında lansmanı yapılan börek kategorisinde büyüme hedeflenmektedir.

### Ödüller-belgeler

İşlenmiş et sektöründe Türkiye'nin lider markası Pınar Et'in gerek üretim standartları ve kullandığı teknoloji, gerekse yenilikçi ve ilkleri gerçekleştirme yaklaşımı, 2013 yılında da saygın kuruluşlar tarafından birçok ödüle layık görülmüştür.

- GfK ve Capital Dergisi tarafından düzenlenen "Türkiye'nin En Beğenilen Şirketleri" araştırmasına göre Türkiye'nin et sektöründe en beğenilen ikinci şirket Pınar Et olmuştur.
- RepMan ve GfK Türkiye tarafından 7 coğrafi bölgede toplam 16.243 kişi arasında yapılan araştırmaya göre Pınar, Türkiye'nin en itibarlı 10 şirketi arasında yer almıştır. Halk tarafından yapılan seçimde 2012 yılında 8. sırada olan Pınar 2013 yılında 7. sıraya çıkmıştır.
- Superbrands'de listeye giren her dört markadan biri gıda-içecek kategorisinden çıkmıştır. Pınar süper markalardan biri olarak ödül almıştır.
- 2012 yılı EBSO Ödülleri'nde Pınar Et; "En Yüksek İhracat Gerçekleştiren" ve "En Yüksek Üretim Gerçekleştiren" kategorilerinde ikinci, "En Yüksek Yatırım Gerçekleştiren", "Üretimde En Fazla İstihdam Sağlama" ve "En Yüksek Vergi Veren" kategorilerinde birinci olmuştur.
- Ambalaj Sanayicileri Derneği (ASD) tarafından bu yıl dördüncüsü düzenlenen Ambalaj Ay Yıldızları Yarışması Gıda Kategorisi'nde Pınar Delight Sucuk ve Gurme Parmak Sucuk "Yetkinlik Ödülü" almaya hak kazanmışlardır.
- İzmir Ticaret Odası Geleneksel Vergi Ödül Töreni'nde; Safi Ticari Kazanç bildirimine göre Pınar Et, Canlı Hayvan, Et ve Et Ürünleri Grubu'nda Altın Madalya kazanmıştır. Ayrıca Pınar Et döviz sağlamada bronz madalya almıştır.
- Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği (DPİD) tarafından bu yıl 6.'sı düzenlenen DP Ödülleri, sektörün en iyilerini belirlemiştir. 78 ajansın 357 proje ile başvurduğu organizasyonda "Pınar Gurme Sucuk Lezzet Masası" en iyi gerilla aktiviteleri kategorisinde 3.'lük ödülünün sahibi olmuştur.

SAHA Kurumsal Yönetim ve Kredi Derecelendirme Hizmetleri tarafından hazırlanan Kurumsal Yönetim Derecelendirme Raporu'na göre Pınar Et'in 2012'de 10 üzerinden 8,77 olarak açıklanan derecelendirme notu, 2013 yılı itibarıyla 9,16'ya yükselmiştir.

## %29

2013 yılında Pınar Et ihracatını %29 oranında artırma başansı göstermiştir.

# Müşterilerimiz ve tüketicilerimiz için...



## 30 yıl

Pınar Et, 30 yılı aşkın mükemmeliyetçi çalışmaları sonucunda tüketicilerin en güvendiği markalardan biri olmuştur.

### Sağlık, güven ve lezzet...

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

Pınar Et, tüketicilerinin gereksinim ve beklentilerini sürekli ve periyodik olarak analiz etme alışkanlığına sahiptir. 30 yıldan fazla süregelen mükemmeliyetçi çalışmaları sonucunda Pınar Et tüketicilerin en güvendiği markalardan biri olmuştur.

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

Pınar Sucuk; premium segmentte Klasik, Şölen, Gurme, Delight KANGAL Sucuk, orta fiyat segmentinde Doyum KANGAL Sucuk ve Mangal Keyfi Sucuk ve alt fiyat segmentinde Yörük KANGAL Sucuk ile pazarda yer almaktadır. Tek seferde tüketilebilen Pınar Aç Bitir sucuk farklı gramaj alternatiflerine sahiptir.

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

Pınar Et sosis segmentinde; premium segmentte vakumlu sosislerde, kahvaltılık, kokteyl, uzun, ekonomik, orta fiyat segmentinde Doyum vakumlu sosis ve farklı gramajlarda kokteyl sosisler, pratik kullanıma uygun Aç Bitir kokteyl sosisler, alt fiyat segmentinde ise Yörük Sosis ile rekabet etmektedir.

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





## Pınar Et Ürün Grupları

### Şarküteri

Sucuk  
Salam  
Sosis  
Dilimlenmiş Et Ürünleri  
Jambon

### Dondurulmuş Et Ürünleri

Burger  
Köfte  
Kaplama Ürünler

### Dondurulmuş Unlu Ürünler

Pizza  
Milföy  
Mantı  
Börek  
Tostpizza

### Dondurulmuş Deniz Ürünleri

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

### Pişmiş Tabaklı Ürünler

Piliç Cordon Bleu  
Hindi Burger  
Hindi Izgara Köfte  
Hindi Döner

### Deniz Ürünleri

Ton Balığı  
Uskumru Fileto

### Taze Et Ürünleri

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





## 14

2013 yılında 13'ü iç pazara, 1'i ise ihracata yönelik olmak üzere toplam 14 adet yeni ürünü piyasaya sunulmuştur.

**Katma değeri yüksek ürünlere odaklanmaya devam eden Pınar Et, tüketicinin alım gücüne uygun daha küçük ambalajlı ürünler geliştirilmesine yönelik uygulamalarına devam etmiştir.**



### Ürün portföyünü sürekli iyileştirme ilkesi

Tüketici ihtiyaçları ve isteklerini temel alarak oluşturduğu ürün portföyünü, sürekli olarak iyileştirmeyi ilke edinen Pınar Et, bu ilke doğrultusunda yeni ürün tasarımlarını yapmış, mevcut ürünlerini ise yeni teknolojilere uyarlayarak geliştirmiştir. Tüketici talebi doğrultusunda, ürün pazarında rekabet gücü yüksek tasarımlara öncelik verilmiştir.

Katma değeri yüksek ürünlere odaklanmaya devam eden Pınar Et, tüketicinin alım gücüne uygun daha küçük ambalajlı ürünler geliştirilmesine yönelik uygulamalarına devam etmiştir. 2012 yılında büyümesini sürdüren Pınar Aç Bitir markası genişletilerek Pınar Macar Salam dana ve Pınar Hindi Fıstıklı Salam ürünlerinin lansmanı yapılmıştır. 2013 yılında iletişim yatırımı yapılan bu ürünlerin satışları artırılmıştır.

Pınar, 2013 yılında pazarda hızla büyüyen dondurulmuş unlu ürünler kategorisinde yeni ürün lansmanlarıyla satışlarını artırmıştır. Bu kategori içinde önemli bir paya ulaşan börek segmentinde ürünler dört yeni içerikle ve iki farklı formda sunulmuştur. Geleneksel lezzetleri arayanlar için Peynirli ve Patatesli Tepsi Böreği, farklı lezzetler arayan tüketiciler için de Kıymalı-Patatesli ve Labneli-Ispanaklı rulo börek çeşitleri tüketicilerin beğenisine sunulmuştur. Tüketiciler tarafından beğeni toplayan bu ürünlerin sahadaki dağıtımının artırılması çalışmalarına devam edilmektedir.

2013 yılında 13'ü iç pazara, 1'i ise ihracata yönelik olmak üzere toplam 14 adet yeni ürün piyasaya sunulmuştur.

### Yeni ürünler

- Aç Bitir salam 75 gr x 4
- Mangal sucuk 2000 gr %100 dana
- Aç Bitir sosis %100 dana
- Peynirli Tepsi böreği (400-800 gr)
- Patatesli Tepsi böreği (400-800 gr)
- Kıymalı-Patatesli Rulo börek (500 gr)
- Labneli-Ispanaklı Rulo börek (500 gr)
- Mini Pizza
- Kadınbudu Köfte

### İhracat

- Truva sosis 240 gr

### EDT

- Sosis Kokteyl Büfe Ekstra 2500 gr
- Sosis Uzun Büfe Ekstra 2500 gr
- Jambon Yörük Catering 2000 gr
- Jambon Servis 2000 gr

### 2013 yılı iletişim kampanyaları

Pınar Et, 2013 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 sucuk iletişimine devam edilmiştir.

2011 yılında lansmanı yapılan Gurme Sucuk'un artan satış trendi ve rekabette yarattığı farklılık nedeniyle bilinirliğinin ve pazar payının artırılması hedeflenmiş, Gurme Sucuk reklam filmi Nisan-Mayıs aylarında televizyonda yayınlanmış ve olumlu tepkiler alınmıştır. TV ile eş zamanlı olarak



Pınar Et, 2013 yılında "Pınar Lezzet Fikirleri" kampanyası ile büyük başarı yakalamıştır.

outdoor, radyo, internet mecraları kullanılmış, ayrıca, satış noktalarında tadım aktiviteleri, çeşitli kampanyaları ve outdoor mekanlarda gerilla aktiviteleriyle ürün tanıtımları yapılmıştır.

2013 yılında iletişim yatırımı yapılan ve küçük dilimli salam kategorisini oluşturup büyüten Aç Bitir markası, salam ile başlayıp tek seferde tüketilebilen küçük gramajlı sucuk ve sosisleri de piyasaya sürerek büyümeye devam etmektedir. Kasım ayında lansmanı gerçekleşen Aç Bitir markası outdoor, dijital radyo gibi farklı mecralarda kullanılarak iletişimi sürdürülmektedir. 2013 yılı içinde dondurulmuş ürünler kategorisinde yeni iletişim faaliyetleri için çalışmalarını tamamlayan Pınar Et, bu kategoride yapılan "Pınar Lezzet Fikirleri" kampanyası ile büyük başarı yakalamıştır.

### Sosyal Medya

#### [twitter.com/PınarKurumsal](https://twitter.com/PınarKurumsal)

Kurumsal twitter hesabından tüketicilerle özel tarifler, basın bültenleri, özel duyurular ve özel gün ve haftalara dair kutlama mesajları paylaşılmaktadır. Ayrıca Twitter'dan kurumsal hesaba görüş ve öneri sebebiyle ulaşan tüketiciler için açılan [twitter.com/InfoPınar](https://twitter.com/InfoPınar) adresli resmi twitter hesabından da tüketicilerin istek, ihtiyaç ve önerileri Pınar İletişim Merkezi entegrasyonu sayesinde takip edilerek çözüme kavuşturulmaktadır.

#### [www.facebook.com/pratikanneler](https://www.facebook.com/pratikanneler)

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

### Tüketicilere en iyi, en uygun ve en çeşitli ürünleri sunmak için Ar-Ge çalışmaları

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

2013 yılında özellikle Türk Gıda Kodeksi Et ve Et Ürünler Tebliği'ndeki önemli değişikliklerin ürünlere uyarlanması konusunda Pınar Et Ar-Ge departmanında yoğun şekilde çalışılmış; gerek yatırımlarla gerekse yeni malzeme çalışmaları ve formülasyonların optimizasyonu ile yasal değişikliklere uygun üretime başlanmıştır.

Gıda sektöründe "ilk"lere imza atmaya devam etme kararlılığında olan Pınar Et, 2013 yılında da müşteri beklentileri çerçevesinde yurt içi ve yurt dışındaki gelişmeleri ve araştırmaları takip ederek, en iyi, en uygun ve en çeşitli ürünleri tüketicilerine sunmak için ürün geliştirme ve iyileştirme çalışmalarına devam etmiştir.



## kalite

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



### Kalite standartları ile zenginleşen üretim gücü ve ürün portföyü

Pınar Et kalite yönetim sistemi, tüketicilerin koşulsuz memnuniyeti anlamında büyük önem taşımaktadır. Ürünlerinin çiftlikten tüketiciye ulaşmasına kadar geçen tüm süreçleri kapsayacak bir kalite yönetim sistemi uygulamakta olan Pınar Et, ürünlerin güvenli, sağlıklı ve hijyenik koşullarda üretilmesi ve 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 güvenli gıda tedariki için düzenlenen standartları ve HACCP sistemini içeren FSSC 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi kapsamında gerçekleştirilmektedir.

Pınar Et, Türk Gıda Kodeksi Et Tebliği'nde belirtilen kimyasal ve mikrobiyolojik analizleri yapma kabiliyeti olan donanımlı bir laboratuvara sahiptir. 2008 yılında 17025 Laboratuvar Yeterlilik Belgesi olarak TSE'nin taşeron laboratuvarı olmaya hak kazanan Pınar Et, HACCP planları, yasal tebliğler ve spesifikasyonlar doğrultusunda ürettiği ürünlerin doğrulamasını kendi laboratuvarlarında yapmaktadır. Ürün analizleri dışında, satın alınan tüm girdilerin spesifikasyonlara uygunluğu da laboratuvarında kontrol edilmektedir.

Pınar Et, 2013 yılı Mayıs ayında TSE tarafından, Eylül ayında ise İngiltere firması SAI Global tarafından tüm yönetim sistemlerini kapsayan bir denetim geçirmiş ve her yıl olduğu gibi bu yıl da A notu ile değerlendirilmiştir.



## Üretim Tesisleri

Kapalı Alan	46.000 m <sup>2</sup>
Açık Alan	284.000 m <sup>2</sup>
<b>Toplam Alan</b>	<b>330.000 m<sup>2</sup></b>
- Entegre Kırmızı Et Üretim Tesisi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taze/donuk dana ve kuzu etleri</li> <li>• Şarküteri ürün grupları (sucuk, salam, sosis vb.)</li> <li>• Dondurulmuş et ürünleri (hamburger grubu)</li> <li>• Dondurulmuş et ürünleri (köfte grubu)</li> <li>• Hazır yemek ürünleri grubu (döner, pişmiş tabaklı ürünler)</li> </ul>
- Entegre Hindi Üretim Tesisi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taze/donuk hindi etleri</li> <li>• Dondurulmuş et ürünleri (hindi ve piliç grubu)</li> </ul>
- İşlenmiş Su Ürünleri Tesisi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dondurulmuş balık köfte, natürel su ürünleri</li> </ul>
- Yan Ürünler Üretim Tesisi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yem hammaddeleri (et-kemik unu vb.)</li> </ul>

Pınar Et, yaklaşık 46.000 m<sup>2</sup> kapalı alanda 102.000 büyükbaş, 408.000 küçükbaş ve 1.836.000 adet hindi kesim ve işleme kapasitesine sahiptir.

Pınar Et kurulduğu günden beri uyguladığı İslami usullere uygun kesim sistemini, TSE'nin 2011 yılında yayınladığı Helal Standartı'nı alarak belgelemiştir ve yılda 2 kez helal denetimi geçirmektedir.

### Maliyet optimizasyonu uygulamaları

Pınar Et, masraf tasarrufuna, maliyet düşürmeye ve üretimde verimliliği artırmaya yönelik projelerini 2013 yılında da sürdürmüştür. 2008 yılında başlayan Yalın Altı Sigma ve 1999 yılında başlayan Operasyonel Maliyet İyileştirme (OMİ) çalışmaları ile önemli maliyet avantajları sağlamıştır.

### Yalın 6 Sigma projeleri

Pınar Et, 2013 senesinde Yalın 6 Sigma projelerinde 6. proje dönemini tamamlamıştır. 2013 yılında çalışılmış olan 6 adet proje ile 2008 yılından günümüze toplam 20 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 kaynaklarımızı korumaya yönelik enerji yönetimi ve depo yönetimi başlıklarında önerilerek, istatistiksel olarak tanımlanmaktadır.

### Operasyonel Maliyet İyileştirme (OMİ) projeleri

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.

### Bilgi teknolojileri alanındaki çalışmalar

Pınar Et, hem günden güne artan büyümesini hem de çağımızın gerektirdiği ihtiyaçlardan dolayı bilgi teknolojileri altyapısını günün şartlarına uygun olarak genişletmekte ve yenilemektedir.

2013 yılında bilgi teknolojileri altyapısında önemli revizyonlar gerçekleştirmiş olan Pınar Et, iş sürekliliği, veri güvenliği ve maliyet iyileştirme konularında önemli gelişmeler sağlamıştır.



## 1.200

Türkiye'nin en büyük ve en önemli satış ve dağıtım teşkilatlarından biri olan Yaşar Birleşik Pazarlama'nın 1.200'den fazla araçtan oluşan filosu bulunmaktadır.

## Pınar Et, satışlarının %76'sını Yaşar Topluluğu'nun satış ve dağıtım şirketi olan Yaşar Birleşik Pazarlama kanalıyla gerçekleştirmektedir.



### En son teknolojiye sahip dağıtım ağı

Soğuk ve donuk dağıtım zinciri ve saklama koşulları ile soğuk zincir uygulamalarında edinmiş olduğu teknik bilgi ve güçlü deneyim, Pınar Et'in en önemli rekabet avantajları arasındadır.

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

Pınar Et, satışlarının %76'sını 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.

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

Yaşar Birleşik Pazarlama tüm ticaretini verimlilik ve raporlama üzerine kurduğu için, operasyonlarını günümüzün en etkili yazılım sistemleri ile sürekli takip etmekte ve sonuçlarını paylaşmaktadır.

Sonuç odaklı, müşteri ilişkilerini yönetebilen, proaktif, takım ruhu ile çalışan, nitelikli iş gücüne inanan Şirket, kendi iş yapış şekline özgün, hem kendi personeline hem de iş ortaklarının personeline, satış becerilerini artırmaya yönelik eğitim programları geliştirerek tüm ekibini eğitmektedir.

Yaşar Birleşik Pazarlama maksimum satış noktası, maksimum ürün çeşidi, maksimum aktivite, maksimum müşteri ilişki yönetimi, maksimum veri yönetimi, maksimum ekip çalışması, minimum finansal risk ile birlikte optimum taşıma maliyeti ve etkin stok yönetimini ana stratejisi olarak benimsemiştir.

Yaşar Birleşik Pazarlama ekonomik verimliliğini ve hizmet kalitesini artırmaya yönelik yeni projeler ve verimlilik yaratacak uygulamaları geliştirmeye devam etmektedir.



### Pınar Profesyonel

TÜİK verilerine göre, ev dışı tüketimin (EDT) Türkiye'deki büyüklüğü 33 milyar TL olarak tahmin edilmektedir. 2012 yılında Yaşar Birleşik Pazarlama bünyesinde kurulan EDT Pazarlama Departmanı ile Ev Dışı Tüketim Kanalı'na yönelik stratejik çalışmalar yapılmaya başlanmıştır.

2013'te Yaşar Birleşik Pazarlama, gıda sektörünün önde gelen firmalarının üyesi oldukları Ev Dışı Tüketim Tedarikçileri Derneği (ETÜDER)'ne üye olmuştur. 28-31 Mart tarihleri arasında, ETÜDER ve CNR ortaklığı ile gerçekleştirilen EDT EXPO 2013 Fuarı'na katılım sağlanmış; sektörün en önemli markasının Pınar olduğu bir kez daha vurgulanmıştır. EDT İletişim stratejisinin en önemli parçası olarak, kanalın "kanaat önderleri" şef-aşçıbaşlarıyla iletişim kanalları geliştirilmeye başlanmıştır. 2013 yılında, EDT kanalına uygun ürün geliştirme çalışmaları devam etmiştir.

### Pınar İletişim Merkezi

"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 karşılama çabası, 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 seviyesindedir ve çağrıların %92'si 15 saniye içinde cevaplanmaktadır. 2013 yılında faaliyete geçen 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. 2013 yılında Pınar İletişim Merkezi'ne ulaşan tüketicilerle gerçekleştirilen anketin sonuçlarına göre müşteri memnuniyeti oranı %91'dir.

## EDT

2013 yılında, EDT kanalına uygun ürün geliştirme çalışmaları devam etmiştir.

**PINAR** | Profesyonel

## %91

2013 yılında Pınar İletişim Merkezi'ne ulaşan tüketicilerle gerçekleştirilen anketin sonuçlarına göre müşteri memnuniyeti oranı %91'dir.



# Tedarikçilerimiz için...

## güçlü

Pınar Et, hammadde tedariki konusunda, uzun yıllara dayanan, güçlü işbirlikleri oluşturmuştur.

Tedarikçiler Pınar Et'in müşterilerine sunduğu güvenli ve hijyenik ürün taahhüdünün de ayrılmaz bir parçasıdır.

## güvenli

Tedarikçiler Pınar Et'in müşterilerine sunduğu güvenli ve hijyenik ürün taahhüdünün de ayrılmaz bir parçasıdır.

Pınar Et, üretim süreçlerinin en önemli bileşenlerinden biri olarak kabul ettiği hammadde tedariki konusunda, uzun yıllara dayanan, güçlü işbirlikleri oluşturmuştur. Söz konusu tedarikçiler Pınar Et'in müşterilerine sunduğu güvenli ve hijyenik ürün taahhüdünün de ayrılmaz bir parçasıdır.

Pınar Et, etin kesimini kendi tesislerinde gerçekleştirmektedir. 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 Topluluğun tarımsal üretim şirketi olan Çamlı Yem Besicilik'ten sağlanmaktadır.

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



# Çalışanlarımız için...

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

## 794

Pınar Et'in 2013 yılı ortalama çalışan sayısı 794'tür.

2013 Yılında

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

Tüm Yaşar Topluluğunda olduğu gibi Pınar Et'in de insan kaynakları stratejisi; "Yetkin ve Etkin İnsan 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.

### Hedef ve yetkinlikleri esas alan performans geliştirme çalışmaları

Pınar Et şirket çalışanlarına 2013 yılı içerisinde toplam 9.416 saat, kişi başına ise ortalama 11,8 saat eğitim olanağı sunmuştur. Bu eğitimler genel olarak kişisel, mesleki ve yönetim becerileri olacak şekilde üç grupta toplanmaktadır.

Pınar Et'in "Yaşar Akademi" markası ile e-öğrenme metodolojisi kullanılarak oluşturulan yeni eğitim platformunu kullanan çalışan sayısı 2013 yılında artmıştır.

Üniversitelerin kariyer günlerine katılarak potansiyel çalışanlara ulaşım, öğrencilere staj imkânı sunan Pınar Et 2013 yılı için 104 üniversite ve 46 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.

### İnsan Kaynakları Yönetimi kapsamındaki başlıca uygulamalar:

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

Şirkette 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 sözleşme görüşmelerine başlanmıştır.

## 9.416

2013 yılında toplam 9.416 saat eğitim verilmiştir.





# Çevre ve toplum için...

## CO<sub>2</sub>

2020 yılına kadar karbon emisyonunun %15 azaltılması hedeflenmiştir.

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

### Sürdürülebilirlik

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

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



### Çevre yönetim programları

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

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

### Enerji tüketiminde gerçekleştirilen azalmalar

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

Pınar Et'in öncü ve örnek kurumsal kimliğinin temelinde, çevre ve topluma karşı olan sorumluluğu ön plandadır.



#### Sera gazı salımı

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.

#### Elektrik enerjisinde tasarruf

Enerji tüketiminin azaltılması için yalın altı sigma çalışmaları kapsamında elektrik ve doğal gaz tüketimlerinin azaltılmasına yönelik projeleri hayata geçiren Pınar Et elektrik tüketiminde ton ürün başına %2,6, doğalgaz tüketiminde de ton ürün başına %4 düşüş elde etmiştir.

#### Suyun verimli kullanımı projeleri

Pınar Et, tüm üretim proseslerinde kullanılan suyun verimli yönetimini hedeflemektedir. Şirket, suyun verimli kullanımı ve atık oranının en aza indirilmesine yönelik çeşitli projeler oluşturmaktadır ve bu projeleri titizlikle uygulamaktadır. Pınar Et üretim tesislerinde oluşan atık su miktarındaki üretim kaynaklı azalma ve arıtma tesisinin daha az kirlilik yüküyle çalışması sayesinde enerji tasarrufu elde edilmiştir.

#### Su kullanımını azaltma çalışmaları

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

#### Ambalaj atıkları yönetimi

Pınar Et'in atık yönetiminin temelini, atığın kaynağında azaltılması ve yeniden kullanımının sağlanması oluşturmaktadır. Pınar Et fabrikalarına, üretim proseslerinden çıkan atıkların toplama ve ayrıştırma süreçlerini kolaylaştırmak üzere, atık çeşitlerine göre atık toplama konteynırları yerleştirilmiştir. 2013 yılı içerisinde yemekhanelerde de yemek atık miktarının azaltılması, ekmeğin israfının önlenmesi ve atıkların ayrıştırılması ile ilgili afişler asılarak bilinçlendirme çalışmaları yapılmış, farkındalık artırılmıştır. Fabrika genelinde, geri dönüşebilir tüm atıklar kaynağında ayrı ayrı toplanarak lisanslı geri dönüşüm firmalarına satılarak çevreye ve ülke ekonomisine katkıda bulunmaktadır.

# %94

2013 yılı anketinde lojistik süreçlerde %94 gibi yüksek bir memnuniyet oranı sağlanmıştır.

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.

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 4 yıldır hedeflenen plastik atık oranının altında ambalaj atığı çıkmaktadır. Ayrıca, makine ve ekipmanların daha az teknolojik atık oluşturması için, zamanında bakım ve değişim yatırımları gerçekleştirilmiştir.

### Pınar - ÇEVKO İşbirliği

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

Pınar Et olarak 2013 yılında ÇEVKO aracılığıyla piyasadan toplatılan 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.

### Nakliye yönetiminde sağlanan kazanımlar

Pınar Et'in yurt genelinde satış ve dağıtım faaliyetlerini geliştirme ve iyileştirme amacıyla başlattığı çalışmalar 2013 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 2013 yılında yurt genelinde gerçekleştirdikleri yaklaşık 40.000 adet sevkiyat içerisinde, TIR tipindeki araçların kullanım oranı; dayanıklı sevkiyatlarda %90, frigorifik sevkiyatlarda ise %50 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 yükselerek %94'e 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.

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

### Sosyal Sorumluluk

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

### Pınar Resim Yarışması

Pınar Resim Yarışması, ilköğretim çağındaki çocukların resim sanatına ve güzel sanatlara ilgisini artırmak ve geleceğin ressamlarını yetiştirmek amacıyla 32 yıldır düzenlenmekte, her yıl yüz binlerce çocuğun hayallerini, umutlarını, özlemlerini resimle yansıtmasına olanak sağlamaktadır.

1981 yılından itibaren her yıl farklı bir temayla açılan ve geleceğin ressamlarına rehberlik görevini de üstlenen Pınar Resim Yarışması 2013 yılında "Doğamızı Koruyalım, Geleceğimize Sahip Çıkalım" teması ile düzenlenmiş ve yarışmaya rekor düzeyde katılım gerçekleşmiştir.

Türkiye'nin her bölgesinden, K.K.T.C.'den ve Almanya'dan 377.824 resmin katıldığı yarışmada, öğretim üyeleri ve uzman kişilerden oluşan jürinin değerlendirmesiyle seçilen 23 minik ressam, ünlü ressam Devrim Erbil koordinatörlüğünde İstanbul'da 1 haftalık Sanat Kampı ile ödüllendirilmiştir. 2013 yılında 32.'si düzenlenen Pınar Resim Yarışması'nın katılımcı öğrencileri, Sanat Kampı'nın son günü düzenlenen törende netbooklarını ve sertifikalarını da almışlardır. Sanat Haftası'na Ağrı, Diyarbakır ve Kıbrıs'tan katılan üç öğrenci ise eğitim bursu almaya hak kazanmıştır.

GfK tarafından gerçekleştirilen bilinirlik ölçümüne göre Pınar Resim Yarışması'nın 2013 yılındaki bilinirlik oranı %31'dir. (Kaynak: GfK Aromalı Sütler Tracking Araştırması)

### Pınar Çocuk Tiyatrosu 26. yılında

26 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 2012-2013 eğitim-öğretim yılı döneminde "Alaaddin'in Sihirli Lambası" isimli yeni oyununu sergilemiş, sahne, müzik, dekor ve kostümü profesyonelce hazırlanmış bu oyunuyla çocuklara görsel bir tiyatro şöleni yaşatmıştır. Pınar Çocuk Tiyatrosu İzmir, Mardin, Kızıltepe, Şanlıurfa, Gaziantep ve Eskişehir illerinde gerçekleştirdiği Anadolu Turnesi ile binlerce minik tiyatro severlerle buluşmuştur.

GfK tarafından gerçekleştirilen bilinirlik ölçümüne göre Pınar Çocuk Tiyatrosu'nun 2013 yılındaki bilinirlik oranı %33'tür. (Kaynak: GfK Aromalı Sütler Tracking Araştırması)

### 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.

2013 yılbaşı sebebiyle Pınar adına yapılacak tüm yılbaşı hediye gönderileri yerine, Şanlıurfa'da bulunan Yatılı Bölge İlköğretim Okulları'na başlanmak üzere UNICEF ile işbirliğine gidilmiştir.

# %31

Pınar Resim Yarışması'nın 2013 yılındaki bilinirlik oranı %31'dir.



# %33

Pınar Çocuk Tiyatrosu'nun 2013 yılındaki bilinirlik oranı %33'tür.



## destek

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



### 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 2012 yılında 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.

Bu misyon ile yola çıkan Pınar Enstitüsü, 13 Haziran 2013 tarihi itibarıyla Yönetim Kurulu ve Bilim Kurulu üyeleri ile faaliyetlerine başlamıştır.

Bilimsel projelere destek vererek, bilgi ağlarında yer alarak ve eğitim faaliyetlerinde bulunarak toplumun sağlıklı gelişimine katkıda bulunmak amacıyla faaliyet gösterecek olan Pınar Enstitüsü, gıda ve beslenme alanında güvenilir bir referans noktası olmayı hedeflemektedir.

Pınar Enstitüsü, bu hedef doğrultusunda ilk olarak "Eğlenerek Hareket Edelim Sağlıklı Beslenelim" projesini hayata geçirerek gıda, sağlık ve beslenme konularında çocuklarda bilinç oluşturmaya yönelik eğitimler gerçekleştirmiştir. Proje kapsamında, yaz döneminde, Çeşme Altın Yunus Thermal ve Resort Otel'de tatil yapan 6-12 yaşları arasındaki çocuklarda beslenme konusunda bilinç ve farkındalık oluşturmaya yönelik eğitimler verilmiştir.

Gerçekleştirdiği çalışmalarla, kurum ve kuruluşlar ile kamuoyu arasındaki bilgi akışına katkıda bulunmayı hedefleyen Pınar Enstitüsü, bu kapsamda Ulusal Gıda Teknolojileri Platformu (UGTP) ile ortak çalışmalar yürütmektedir.

### Spora destek

#### Pınar Karşıyaka

Pınar, spora olan katkısını ise Pınar Karşıyaka Basketbol Takımı'nı destekleyerek gözler önüne sermektedir. 1998 yılından bu yana Pınar Karşıyaka adıyla Türkiye Basketbol Birinci Ligi'nde mücadelesine devam eden basketbol takımı, çocukların spor aşkını basketbolla pekiştirmektedir. Her yıl 1.000'e yakın çocuk, Pınar'ın sponsorluğuyla Çiğli Selçuk Yaşar Tesisleri'nde spor yapma olanaklarından yararlanmaktadır.

Türkiye'yi yurt dışında da temsil eden Pınar Karşıyaka, 2012 -2013 sezonunda Eurochallenge Cup'ı Türkiye'ye getirerek final four mücadelesinde yer almıştır.

Pınar Karşıyaka 2013-2014 sezonunda Spor Toto Türkiye Kupası'nı kazanarak şampiyon olmuştur.

#### 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 eğitimi 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.

## 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.

Yaşam Pınarım Dergisi 2013 yılında e-bülten olarak tüketicilere maille gönderilmeye başlanmıştır. Bu proje ile her ay 115.000 kişiye ulaşılmaktadır.

### 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.

### “Üretici ve Tüketici Gözüyle Et” kitabı

Prof. Dr. Cemal Sarıcan'ın yazdığı “Üretici ve Tüketici Gözüyle Et” kitabının 2. basımı Pınar tarafından gerçekleştirilmiştir.

### Fuar Kongre ve Sempozyumlar

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 ürününü 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.

Pınar Et 2013 yılında,

- 82. İzmir Enternasyonal Fuarı'nda Yaşar Holding Gıda ve İçecek Grubu standı içinde yer alarak ürünlerini sergilemiştir.
- İstanbul CNR'da Ev Dışı Tüketim EDT EXPO Fuarı'na katılarak ürünlerini ev dışı tüketim sektöründe tanıtma olanağı bulmuştur.
- Dubai'de düzenlenen Orta Doğu'nun en prestijli ve katılımı yüksek fuarı GULF FOOD 2013 fuarına katılarak ürünlerini uluslararası piyasalara daha yakından tanıtma olanağı bulmuştur.

## Sponsorluklar

### Pınar Et'in 2013 yılında sponsor olarak desteklediği başlıca organizasyonlar:

- Ege Üniversitesi tarafından düzenlenen Ege'de Marka Zirvesi, 12 Mart
- Dokuz Eylül Üniversitesi Hastanesi Hemşirelik Fakültesi tarafından İzmir Sabancı Kültür Merkezi'nde düzenlenen 13. Pediatri Günleri, 5-6 Nisan
- 10. Liderlik Zirvesi, 11 Nisan
- TRT Çocuk kanalı tarafından gerçekleştirilen TRT Çocuk Ülkesi, 15-23 Nisan
- Ankara Devlet Tiyatroları tarafından gerçekleştirilen Uluslararası Çocuk Tiyatroları Festivali, 24-30 Nisan
- Karşıyaka Rotary Kulübü tarafından Atatürk Olimpiyat Stadyumu'nda düzenlenen 28. Torunlar Atletizm Yarışması, 2-3 Mayıs
- 4. Gıda Güvenliği Zirvesi, 14-15 Mayıs
- KalDer'in İzmir Şubesi tarafından birincisi düzenlenen Yaşamda Kalite, Proje ve Fikir Yarışması, 30-31 Mayıs
- Ege İhracatçılar Birliği tarafından gerçekleştirilen Gıda Ar-Ge Proje Pazarı, 3-4 Haziran
- İzmir Kalite Derneği tarafından gerçekleştirilen 14. Mükemmelliği Arayış Sempozyumu, 5-6 Haziran
- 49. Türk Pediatri Kongresi, 11-13 Haziran
- FAO Genel Merkezi tarafından gerçekleştirilen Dünya Gıda Günü, 10 Ekim
- Güzelyalı Rotary Kulübü ve İzmir Büyükşehir Belediyesi tarafından gerçekleştirilen Engelsizmir Projesi, 30 Ekim
- 22. Kalite Kongresi, 12-13 Kasım
- UIP-4. Boğaziçi Zirvesi, 20-22 Kasım
- Müşteri Çağında Pazarlama Zirvesi, 4-5 Aralık
- Marka Konferansı, 19-20 Aralık

# 115.000

Yaşam Pınarım Dergisi 2013 yılında e-bülten olarak tüketicilere maille gönderilmeye başlanmıştır. Bu proje ile her ay 115.000 kişiye ulaşılmaktadır.

