

2010 Yılı Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi

En iyi süt ve süt ürünleri markası*

Pınar Süt, sergilediği etkin yönetim, üretim, pazarlama ve satış faaliyetleri sonucunda 2010 yılında da istikrarlı performansını başarıyla sürdürmüştür.

Sektörünün lider markası

Pınar Süt geliştirdiği iş stratejilerine uygun olarak sürdürdüğü faaliyetleri sonucunda 2010 yılında pazar yatırımlarına ağırlık vererek satış ve pazar payı artışı sağlamış, net satışlarını 2009'a kıyasla %20 artırma başarısını göstermiştir.

Pınar Süt, bağımsız araştırma şirketi Nielsen tarafından yapılan araştırmada "ilk akla gelen süt markası", Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi'ne göre "en iyi süt ve süt ürünleri markası" olarak marka gücünü bir kez daha kanıtlamıştır.

* Kalder Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi'ne göre

Yenilikçi ve öncü kimliğiyle teknik deneyim ve sektörel bilgisini harmanlayan Pınar Süt, faaliyet gösterdiği tüm ürün kategorilerinde pazar payında ilk üç marka içerisinde olmayı hedeflemiştir

Pınar Süt, sade süt pazarında %27, light süt pazarında da %59'luk ciro payıyla liderliğini korumaktadır. Çocuk sütünde ise artan rekabete rağmen Pınar Çocuk ve İlk Adım ile pazar payı kazanarak %50 ciro pazar payıyla liderliğini güçlendirmiştir.



Yenilikçi ve öncü kimliğiyle teknik deneyim ve sektörel bilgisini birlikte kullanan Pınar Süt, faaliyet gösterdiği tüm ürün kategorilerinde pazar payında ilk üç marka içerisinde olmayı hedeflemiştir.



Türkiye'nin süt ve süt ürünleri ihracatının %21'ini tek başına gerçekleştiren Pınar Süt, dış satış faaliyetlerini dengeli bir şekilde geliştirmeye devam etmektedir.

29 2010 yılı
ihracat yapılan ülke adedi

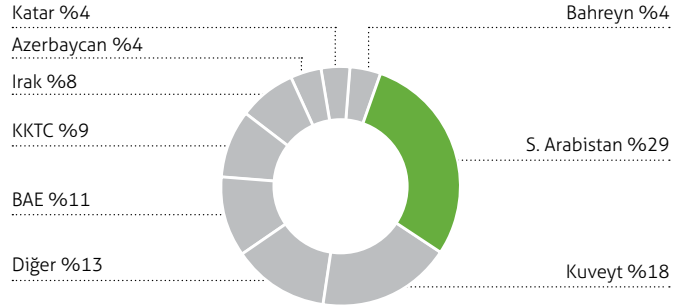
%8 2010 yılı
ihracatın satışlardaki payı

Pınar Labaneh

Körfüz ülkelerine ihraç edilen "Pınar Labaneh" söz konusu ülkelerde %45 pazar payıyla ambalajlı Labne pazarında lider markadır.



İhracatın Ülke Bazında Dağılımı



Pınar Süt, Denge markası ile faaliyet gösterdiği yetişkin zenginleştirilmiş süt pazarında (kefir hariç) %64'lük ciro pazar payı ile liderdir. Aromalı süt segmentinde %14'lük, pastörize süt segmentinde %11'lik ciro pazar payı ile her iki pazarda da dördüncü sıradadır.

Pınar Organik Süt, Türkiye'nin ilk ve tek organik sütü olarak 2010 yılında tonajda %28 büyüyerek 2,5 milyon litreye; ciro bazında ise geçen seneye göre %48 büyüyerek 9,1 milyon TL ciroya ulaşmıştır.

Pınar Süt, sürülebilir peynir pazarında %39'luk ciro payı ile lider durumdadır. Pınar, bu pazardaki alt kategorilerden taze peynirde (Pınar Beyaz ile) %78, Labne'de %53, Pınar Krem Peynir'de %17, Pınar Üçgen Peynir'de ise %24 ciro payına sahiptir.

(Kaynak: Nielsen)



İhracatta dengeli büyüme

Türkiye'nin süt ve süt ürünleri ihracatının %21'ini tek başına gerçekleştiren Pınar Süt, dış satış faaliyetlerini dengeli bir şekilde geliştirmeye devam etmektedir.

Pınar Süt 2010 yılında 29 milyon ABD doları ihracat geliri elde etmiştir. İhracatın toplam net satış içindeki payı 2010 yılında %8 olmuştur.

İhracat satışları 2002'den 2010'a 3 kat artış gösteren Pınar Süt, Ortadoğu'dan Avrupa'ya, ABD'den Asya'ya 29 ülkeye ihracat yapmaktadır.

Pınar Süt'ün başlıca ihracat pazarları Suudi Arabistan, Kuveyt, KKTC, Azerbaycan, Birleşik Arap Emirlikleri ve Bahreyn'dir. Körfez ülkelerine ihraç edilen "Pınar Labneh" söz konusu ülkelerde %45 pazar payıyla ambalajlı Labne pazarında lider markadır. Ayrıca bu ülkelere uzun ömürlü süt, beyaz peynir, Pınar Beyaz, krema, meyve suyu, yoğurt ve ayran ihraç edilmektedir.

Pınar Süt Turquality* projesinde yer alan en önemli markalardan biridir.

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

Pazar payını artırmaya yönelik çalışmalar

Pınar Süt kârlı ve stratejik kategorilerde pazarlama kampanyalarına 2010 yılında da devam etmiştir.

Çocuk Sütü- İlk Adım kategorisinde Şubat-Mart döneminde TV, Nisan-Mayıs döneminde internet mecrasında, yıl boyunca ise dergi ilanları ile tüketicilere ulaşılmıştır.

Sade süt kategorisinde dönemsel iletişim uygulamaları gerçekleştirilmiştir. Ana iletişime ek olarak Dünya Süt Günü ve Anneler Günü'ne yönelik iletişim çalışmaları ile tüketicilere seslenilmiştir.

2010 yılı Ekim-Kasım aylarında Pınar Beyaz için "Pınar Beyaz ile Kahvaltıdan Kopamayanlar" kampanyası, Aralık ayında "Türkiye'de Pınar Labne'yi Pınar icat etti, tüketiciler meşhur etti" teması ile Pınar Labne kampanyası yapılmıştır.

Kido markasıyla, 2009'da olduğu gibi 2010'da da yine başarılı ve ses getiren kampanyalara imza atılmıştır.

Sağlıklı, lezzetli ve yenilikçi Pınar Süt ürünleri, tüketicilerin her türlü talep ve ihtiyaçlarını karşılamaya devam etmektedir.



yenilikçi ürünler ile pazarının öncüsü

Pınar Süt, farklı segmentlerdeki tüketicilerin taleplerine hitap eden geniş bir ürün portföyüne sahiptir.



Fonksiyonel Ürün

- İlk Adım Devam Sütü (sade)
- **Denge Marka Ürünler**
 - Omega 3 Süt
 - Kalsiyum+Vitamin A, D, E Süt
 - Laktozsuz Süt
- Pınar Çocuk Devam Sütü
- Pınar Çocuk Devam Sütü Ballı

Süt

- **Kutu Süt**
 - Uzun Ömürlü Süt
 - Organik Süt
 - Organik Light Süt
- Günlük Süt (pastörize süt)
- Kido Süt (çilekli, muzlu, kakaolu, bisküvili)
- Yetişkin Aromalı Sütler (Çikola, Kafela)
- Şişe Süt
- %50 Light Süt
- %0,1 Yağlı Light Süt

Yoğurt

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

Ayran

- Pınar Şişe Ayran
- Pınar Bardak Ayran

Peynir-Tereyağı

- **Sürülebilir Peynir**
 - Krem Peynir
 - Kekikli-Zeytinli Krem Peynir
 - Cheddarlı Krem Peynir
 - Pınar Beyaz
 - Pınar Beyaz Light
 - Pınar Labne
 - Pınar Labne Light

Pratik Peynir

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

Geleneksel Peynir

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

Tereyağı

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

Özel Peynir

- Dil Peyniri
- Cheddar Peyniri
- Mozzarella



Meyve Suyu

- **Meyve Nektarları**
 - Vişne Nektarı
 - Şeftali Nektarı
 - Akdeniz Karışık Meyve Nektarı
 - Kayısı Nektarı
 - Portakal Nektarı
- **%100 Meyve Suları**
 - Pınar %100 Portakal Suyu
 - Pınar %100 Elma Suyu
- **Meyveli İçecek**
 - Limonata
 - Tropik

Lezzetlendirici

- **Tatlı Sos**
 - Pınar Kakao Sos
- **Ketçap (acı ve tatlı)**
- **Mayonez**
 - Cam Mayonez
 - Mayonez
 - Light Mayonez
- **Hardal**
- **Krema**

Tatlılar

- **Pratik Tatlı**
 - Kido Puding (kakaolu ve muzlu)
 - Puding (kakaolu, muzlu, vanilyalı)
 - Krem Şanti
 - Pasta Kreması
 - Toz Tatlı

Toplu Tüketim

- **Süt**
 - Servis Süt (tam yağlı ve yarım yağlı)
 - Pınar Kutupak Süt (Bag in Box) (Tam yağlı ve yarım yağlı)
- **Peynir**
 - Pınar Labne
 - Pınar Beyaz
 - Pizzarella
 - Dilimli Tost
- **Tereyağı**
 - PVC ve Folyo Paketler
 - Rulo Tereyağı
- **Yoğurt**
 - Pınar Doğal Yoğurt
- **Ayran**

- **Sanayi Tipi Süt Tozu**
 - Yağsız Süt Tozu
 - Tam Yağlı Süt Tozu
 - Peynir Suyu Tozu
 - Prosüt
- **Sos**
 - Servis Mayonez
 - Servis Ketçap
 - Kova Mayonez
 - Kova Mayonez



2010 yılında tüketicilere kullanım kolaylığı sağlayan ve maliyet avantajı yaratan yenilikçi ambalajlar hazırlanmıştır.

%30 Eskişehir yatırımı kapasite artış oranı

Eskişehir Fabrikası

Eskişehir Organize Sanayi Bölgesi'ndeki fabrikasında büyümeye devam eden Pınar Süt, kapalı üretim alanını 22.700 m²'ye yükseltmiştir. Bu yatırımla Şirketin süt ve süt ürünleri kapasitesi %30 oranında artarak 300 milyon litreye ulaşmıştır.



Portföye eklenen yeni ürünler

Pınar Süt değişen tüketici trendlerini 2010 yılında da yakından takip ederek, portföyüne yeni ürünler eklemiş ve tüketiciyle buluşturmuştur.

Yeni Ürünler:

- Bisküvi Pürelü Pınar Kido
- Pınar Kahvaltı Keyfi Beyaz Peynir
- Pınar Dilimli Peynir 700 g
- Ballı Pınar Çocuk Sütü
- Organik Extra Light Süt
- Pınar Cheddarlı Krem Peynir
- Pınar Kekikli-Zeytinli Krem Peynir
- Pınar Cheddarlı Üçgen Peynir
- Pınar Kekikli-Zeytinli Üçgen Peynir

2010 yılında ayrıca tüketicilere kullanım kolaylığı sağlayan ve maliyet avantajı yaratan yenilikçi ambalajlar hazırlanmıştır. Kolay açılır (easy-open), daha küçük ve çoklu paketlenme özellikleri taşıyan yeni ambalaj tasarımları ile aşağıdaki ürünler raflardaki yerini almıştır.

- 400 ve 800 gr Salamuralı Beyaz Peynir
- 400 gr Salamuralı Light Beyaz Peynir
- 750 gr Tam Yağlı Yoğurt
- 700 gr Dilimli Tost Peyniri
- 4,8 kg Kova Beyaz Peynir
- 150 gr Tam Yağlı Yoğurt
- 180 ve 200 gr Labne ve Pınar Beyaz (ihracata ve iç piyasaya yönelik)
- 2 kg Büfe Kaşar
- 500 gr Ketçap+420 gr Mayonez
- 1,5 lt Ayran (ihracata yönelik)



Yoğun Ar-Ge çalışmaları

Dünyadaki trendleri ve gelişmeleri yakından takip eden Pınar Süt, 2010 yılında da Ar-Ge çalışmalarını yoğun olarak sürdürmüştür.

Pınar Süt çalışanları, yeni ürünler, yeni ambalajlar, hammaddeler ve yardımcı maddeler ile ilgili dünyadaki gelişmeleri ve yenilikleri izleyebilmek ve Ar-Ge çalışmalarına destek vermek amacıyla yurt dışı ve yurt içi fuarlara, sempozyumlara, kongrelere, seminerlere, tedarikçi firma görüşmelerine ve eğitimlere katılmıştır.

2010 yılı içerisinde İzmir ve Eskişehir fabrikalarında, Kalite, İmalat, Satın Alma ve Pazarlama Departmanları ile yürütülen ortak çalışmalar çerçevesinde yeni ürün geliştirme, alternatif malzeme/tedarikçi yaratma, ürün ve maliyet iyileştirme çalışmaları gerçekleştirilmiştir.

Üretime yönelik proses optimizasyonu yaratmak amacı ile çeşitli laboratuvar çalışmaları ve hammadde bazında alternatif olmayan malzemelere alternatif yaratma çalışmaları yürütülmüştür.

Ambalaj bazında ise; alternatif tedarikçi yaratılması ya da alternatif malzeme yapısı geliştirilmesi, ambalaj maliyeti yüksek olan ürünler için alternatif ambalaj yaratılarak maliyet avantajı sağlanması, ambalaj özelliklerinin optimum değerlere getirilmesi ve ürüne uygun ambalaj seçimi için gerekli analiz ve değerlendirme çalışmaları yapılmıştır.

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

Sektörel koşullara uyumlu yatırım programı

Sahip olduğu teknolojiyi ve bilgi birikimini her geçen gün daha ileriye taşıyan Pınar Süt, değişen sektörel koşullara uyumlu bir yatırım programı izlemektedir.

Pınar Süt'te 2010 yılında gerçekleştirilen yatırım harcamalarının toplam tutarı 22,6 milyon TL olmuştur. Gerçekleşen yatırımlar ve tutarları; arsa, bina ve arazi üzeri yapılar 4 milyon TL, makina ve tesisler 14,6 milyon TL, taşıtlar 522 bin TL, demirbaşlar 3,3 milyon TL, haklar 199 bin TL'dir.

Eskişehir tesislerinde yeni üretim hatları

1997 yılında ilk yatırımın yapıldığı Eskişehir Organize Sanayi Bölgesi'ndeki fabrikasında büyümeye devam eden Pınar Süt, kapalı üretim alanını 22.700 m²'ye yükseltmiştir. Bu yatırımla fabrikanın süt ve süt ürünleri kapasitesi %30 oranında artarak 300 milyon litreye ulaşmıştır.

En modern makinelerden oluşan çevreci teknolojinin kullanıldığı, verimi yüksek üretim hatlarıyla enerji tüketiminde %30 düşüş sağlayan yeni tesisler 9 Ekim 2010 tarihinde hizmete açılmıştır.



Pınar Süt insan kaynaklarının temel misyonu; verimli, motivasyonu ve performansı yüksek insan kaynağına sahip olmak ve çalışan sadakati sağlamaktır.



Performansı yüksek insan kaynağı

"Sağlık, lezzet, yenilik" misyonuna uygun olarak faaliyetlerini sürdüren Pınar Süt, başarısının temelindeki asıl gücün "insan" olduğuna inanmaktadır.

Pınar Süt insan kaynaklarının temel misyonu; verimli, motivasyonu ve performansı yüksek insan kaynağına sahip olmak ve çalışan sadakati sağlamaktır. Çalışanlarının performanslarını geliştirirken kurumsal performansı da artırdığına inanan Pınar Süt, 2010 yılında sayıları 719'a ulaşan çalışanlarıyla hedeflerini başarıyla gerçekleştirmiştir.

Eğitim, Pınar Süt'e göre bir şirketin insan kaynağına ve dolayısıyla geleceğe yaptığı en önemli yatırımdır. Bu yüzden şirket çalışanlarına hem kişisel hem de mesleki gelişimlerine yönelik çeşitli eğitimler verilmektedir. 2010 yılında çalışanlara sağlanan toplam eğitim süresi 8.215 saat, kişi başı ortalama eğitim süresi ise 6 saat olmuştur.

Yıl içinde gerçekleştirilen eğitimlerin konu başlıkları İş Sağlığı ve Güvenliği, İş Sağlığı Güvenliği ile İlgili Yasal Zorunluluklar, Kimyasal Ürün ve Güvenli Kullanımı, Ergonomi Eğitimleri, Çalışanların Yasal Hak ve Sorumlulukları, Yangın Eğitimi ve Tatbikatı, İlk Yardım Eğitimleri, Temel Afet Bilinci'dir.

Lise ve üniversitede öğrenimlerini sürdüren 206 öğrenciye staj olanağı da sunan Pınar Süt, çeşitli üniversitelerin kariyer günlerine katılarak sektör ve çalışma hayatı hakkında öğrencilere bilgi vermiştir.

Pınar Süt'ün "Önce İnsan" yaklaşımındaki hedefleri aşağıda özetlenmiştir.

- "Doğru işe doğru insan yerleştirme" ve "içten terfi önceliği" prensiplerine paralel olarak yetkinlik bazlı seçme ve yerleştirme sürecini yürütmek,
- Performans değerlendirme sistemi yardımıyla şirket hedefleri ile kişisel hedeflerin örtüşmesini, gerçekleşmesini sağlamak. Performans sonuçlarına bağlı olarak çalışanların kişisel gelişim, kariyer planlama, ücretlendirme, ödüllendirme süreçlerini takip etmek,
- Çalışanlara ve ailelerine hastalıklar konusunda destek amaçlı eğitim vermek,
- Bulaşıcı hastalıklardan korunma, genel ve kişisel hijyen kuralları, HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points) eğitimleri, aile planlaması, sigara ve tütün alışkanlıkları, meme kanseri konularında her yıl planlı eğitim programları uygulamak.



Gıda ve İçecek Grubu İştiraklerinden...

Çamlı Yem Besicilik Sanayi ve Ticaret A.Ş.

1983 yılında sadece büyükbaş yemi üreterek faaliyetine başlayan Çamlı Yem Besicilik, zamanla yarattığı ilkleri ile tarım ve hayvancılık sektörüne liderlik etmeye başlamış, modern ve rekabet gücü yüksek bir sektör yaratılmasına katkı sağlamıştır.

Birçok farklı işi bünyesinde buluşturan Çamlı Yem Besicilik bugün yem, hindi besi, büyükbaş besi, kültür balığı ve bitki besleme alanlarında nihai tüketiciye kadar ulaşan yüzlerce çeşit ürün ile çiftlikten sofraya gıda zincirinin her halkasında yer alan bir tarım, hayvancılık ve balıkçılık şirketi haline gelmiştir.

Çamlı Yem Besicilik 2010 yılında kurumsal anlamda ve ürün grubu bazında birçok yenilik gerçekleştirmiştir. Büyükbaş yem ürün grubunda; organik mineralli süt ve besi yemi, probiyotikli süt ve besi yemi lansmanları yapılmıştır. Ayrıca müşterilere SMS yolu ile tüm promosyonlar duyurulmaya başlanmıştır. Özel aromatik ve doğal içerikli yemlerle beslenen Mini Hindi üretimi ve lansmanı da 2010 yılında yapılmıştır. Çamlı Çiftliği markalı tavuk ürünlerinin fason deneme üretimi yapılarak satışı gerçekleştirilmiştir.

Çamlı Çiftliği Market'te tabaklı angus etleri ve tabaklı hindi ürünlerinin yanı sıra Pınar Süt ve Pınar Et ürünlerinin satışına da başlanmıştır. Ayrıca tüketicilere markette pişirme ve eve servis hizmeti de sunulmaktadır.

2010 yılı sonunda Şirketin toplam satışları 161.408 ton olarak gerçekleşirken, ihracat miktarı 1.894 ton olmuştur. Ağırlıklı olarak kültür balığı ihracatı yapan Çamlı Yem Besicilik'in başlıca ihracat pazarları İspanya, Yunanistan, BAE, ABD, Hollanda ve Katar'dır.

Yaşar Birleşik Pazarlama

Yaşar Birleşik Pazarlama, Yaşar Topluluğu Gıda ve İçecek Grubu bünyesinde faaliyet gösteren bir satış dağıtım şirkettir.

Yaşar Birleşik Pazarlama, Gıda ve İçecek Grubu üretim şirketlerinin Pınar markalı 16 değişik ürün grubunun alt kategorilerindeki farklı ısı değerlerinde olan ve üç günden bir yıla kadar değişen farklı raf ömürlerine sahip 530'u aşkın ürün çeşidinin, yurt geneline yayılmış bayilik ve bölge müdürlükleri ağı ile 150 binden fazla noktaya satış ve dağıtımını gerçekleştirmektedir.

Şirket, satışta uzmanlaşmış müşteri odaklı kadroları ve deneyimli 100'den fazla bayisi ile verimliliği esas alan yaygın dağıtım stratejisini her yıl geliştirmektedir. Pınar ürünlerinin yanı sıra 2004 yılından bu yana dünyaca ünlü İtalyan çikolata devi Ferrero'nun Nutella, Kinder, Bueno markalarının satış ve dağıtımını yapmaktadır.

2010 yılında binek ve satış araç parkını ihtiyaçlar doğrultusunda genişleten ve Türkiye'nin ciro büyüklüğü açısından 100 büyük kuruluşu içinde yer alan Yaşar Birleşik Pazarlama, dondurulmuş ve soğuk zincirde ülkenin en büyük satış dağıtım ağına sahiptir.

Pınar Foods GmbH

Gıda sektöründe bir dünya markası olma yönündeki çalışmalarına hızla devam eden Yaşar Gıda ve İçecek Grubu, Avrupa pazarındaki etkinliğini artırmak amacıyla Almanya'da kurduğu Pınar Foods GmbH, Pınar markalı süt ürünleri ile Şölen markalı et ürünleri üretimini ve satışını, ayrıca Türkiye'den ithal edilen Pınar markalı suların satışını gerçekleştirmektedir.

Yaşar Gıda Grubu'nun Avrupa'da pazara sunduğu ürünler arasında Pınar Su, Pınar tam yağlı ve yarım yağlı beyaz peynir, kaşar peyniri, koyun peyniri, Pınar Beyaz, homojenize yoğurt, süzme yoğurt, ayran, meyve suları, Şölen mangal sucuk, Şölen dana salam ve Şölen dana sosis yer almaktadır.

Pınar Foods GmbH, 2010 yılında 15,3 milyon Euro'luk brüt satış gerçekleştirmiş, toplam satışın %75'ini süt ürünleri oluşturmuştur.