

“PAZARDAKİ YERİMİZİ GÜÇLENDİRECEĞİZ”

Balıkesir merkezli Banvit BRF, bu yıl yaptığı ek tesis yatırımıyla büyüme temposunu sürdürdü. Şirketin CEO'su Tolga Gündüz, yatırımların büyüme hedeflerine ulaşılmasına önemli katkı yapacağına dair beklentisini dile getiriyor. Yapılan araştırmalara göre en çok tercih edilen tavuk eti markası olduklarını söyleyen Gündüz, “Ayrıca IPSOS Hane Tüketim Paneli 2023 verilerine göre de yüzde 70 oranla et ürünleri kategorisinde en fazla haneye ulaşan firma konumundayız” diyor.

→ Tüm sektörlerde olduğu gibi bizim sektörümüzde de hızlı değişimler yaşanıyor. Toplumların gündeminde artık sağlıklı beslenme, sürdürülebilirlik ve markaya duyulan güven gibi konular daha fazla yer alıyor. Özellikle son yıllarda yaşadığımız gelişmelerin de etkisi ile gıda sektörü özelinde “Güven Markası” kavramının öne çıktığını gözlemliyoruz.

Ayrıca sağlıklı beslenme ve aktif yaşam trendinin ise tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de tüm kesimlere yayılarak genişlediğini söyleyebiliriz. Genç ve çalışan nüfusu yoğun olan ülkemizde “zaman” kavramı giderek daha değerli bir hale geliyor.

Dolayısıyla pratik olduğu kadar lezzetli, hazırlanması ve erişimi kolay ürünlere olan talep de gün geçtikçe artıyor. Biz de sektörümüzde 55'inci yılı geride bırakmış bir marka olarak tüketicilerimizi dinlemeye ve onların ihtiyaçlarını bu trendler doğrultusunda karşılamaya devam ediyoruz.

SEKTÖRDE TERCİH LİDERİYİZ

Sofralarımızdan eksik olmayan, mutfak kültürümüzde önemli bir yeri olan tavuk eti tüketimi TÜİK verilerine göre hemen hemen her yıl artış gösteriyor. Bu verilere göre Türkiye'de tavuk eti tüketimi 2022 yılında kişi başına 21,95 kg oldu. Bu rakam 2020'de 20,50 kg olarak gerçekleşmişti. Gelişmiş

ülkelerin tavuk eti tüketimlerine baktığımızda ise ülkemizdeki tüketimin oldukça gerilerde olduğunu görüyoruz. Sektörümüzün 2024 ve takip eden yıllarda tüketim anlamında daha istikrarlı bir büyüme göstermeye devam etmesini bekliyoruz.

İleri işlem fabrikamızda gerçekleştirdiğimiz ek tesis yatırımı 2023 başında tamamlayarak devreye aldık. Bu yeni ek tesisimizin çok önemli bir potansiyeli bulunan hazır ürünler pazarı için belirlediğimiz büyüme hedefine ulaşmamızda önemli bir katkı sağlamasını bekliyoruz.

Her yıl IPSOS ile yaptığımız Marka Sağlığı Araştırmamızın 2023 sonuçlarına göre yüzde 51 oranla Türkiye'nin en çok tercih edilen tavuk eti markasıyız. Ayrıca IPSOS Hane Tüketim Paneli 2023 verilerine göre de yüzde 70 oranla et ürünleri kategorisinde

en fazla haneye ulaşan firma konumundayız. 2024 için en önemli hedeflerimizden birisi de pazardaki bu konumumuzu daha da güçlendirmek.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK, ÖNCELİKLİ HEDEFİMİZ

Önümüzdeki yıllar için diğer öncelikli hedefimiz ise sürdürülebilirlik alanındaki çalışmalarımıza aralıksız olarak devam etmek. Bu noktada hem bağlı bulunduğumuz global şirketimizde hem de Banvit

“Ağaçlandırma çalışmalarımızın yanında üretim sürecimizi çevreyle dost bir şekilde sürdürmek amacıyla; su ve enerji tasarrufundan geri dönüşümlü ambalajların kullanımına, hayvan refahı, atık yönetimi ve eğitime kadar uzanan farklı kulvarlarda da projeler gerçekleştiriyoruz.”

2024'ün 3 odak noktası

1 Bir gıda üreticisi olma sorumluluğu ile hareket etmeyi sürdüreceğiz. Bu doğrultuda 2024'de üretime ve tüketicilerimize odaklanarak, onlara güvenle tüketebilecekleri ürünler sunmayı sürdüreceğiz.

2 Bir diğer başlığımız ise sürdürülebilirlik çalışmalarımız ve toplumsal alandaki sosyal yatırımlarımız olacak. Bu çalışmalarımızda daha iyiye ulaşma arayışımızı her zaman önde tutacağız.

3 Kurumsal kültürümüze yön veren "Yalınlık, Verimlilik ve Çeviklik" yaklaşımımız ise bahsettiğim tüm bu odak noktalarımıza ışık tutmayı sürdüreceğiz.



BRF'de hedefimiz 2040'a kadar "Net Sıfır"a ulaşabilmek. Bu hedefimiz doğrultusunda sürdürdüğümüz pek çok projenin yanı sıra ağaçlandırma çalışmalarımız da bizim için ayrı bir öneme sahip. "Banvit BRF Ormanları" projemizle 3 yılda ülkemizin 4 farklı noktasında 50 bin fidanı toprakla buluşturmanın mutluluğunu yaşıyoruz.

Önümüzdeki dönemde de "Banvit BRF Ormanları" projemizi ülkemizin farklı bölgelerinde de hayata geçirmek üzere çalışıyoruz.

Ağaçlandırma çalışmalarımızın yanında üretim sürecimizi çevreyle dost bir şekilde sürdürmek amacıyla; su ve enerji tasarrufundan geri dönüşümlü ambalajların kullanımına, hayvan refahı, atık yönetimi ve eğitime kadar uzanan farklı kulvarlarda da projeler gerçekleştiriyoruz.

DİJİTAL DÖNÜŞÜME DEVAM

Üretim sürecimizde sıfır gıda kaybı modeliyle

çalışıyoruz. Bu modele önemli katkısı olan robotik sistemler bizim için önem taşıyor. Üretim sürecimizde bu teknolojiyi özellikle porsiyonlama, gramajlama ve ambalajlama aşamalarında uzun yıllardır kullanıyoruz.

Öte yandan gıda lojistiğinde özellikle de beyaz et sektöründe soğuk zincirin kırılmaması hayati bir önem taşıyor. Lojistik ajandamızın üst sıralarında dijital dönüşüm sürecimizi otomasyon ile güçlendirmek var. Pazarda aktif olan çözümleri değerlendirerek, uygun olan ve şirketimize değer katacağını düşündüğümüz teknolojileri hayata geçirmek üzere çalışıyoruz.

Bu arada yetiştiricilerimiz için geliştirdiğimiz, iş süreçlerinde kolaylık, hız ve verimlilik sağlayan AGRO BRF isimli mobil uygulamamızı da yakın bir zamanda kullanıma sunduk. Mobil uygulamamız sayesinde yetiştiricilerimizle olan iletişimimizi daha da güçlendirmeyi hedefliyoruz.