

Banvit BRF, 56 Yılın Uzmanlığı İle Horeca'ya Özel Ürünler Sunuyor

1968 yılından bu yana faaliyetlerini sürdüren **Banvit**, Türkiye'nin ilk ambalajlı taze piliç etini tüketicilere sunan marka olmasıyla ön plana çıkıyor. Bugün binlerce çalışanı ile öncü üretim anlayışı ve kalite odaklı yaklaşımı ile geleceğe sağlam adımlarla ilerliyor. 2017 yılında dünyanın önde gelen gıda şirketlerinden biri olan BRF ile güçlenen **Banvit**, bugün hem son tüketiciye hem de Ev Dışı Tüketim sektörüne özel ürünler sunmaya devam ediyor. **Banvit BRF**'nin Ev Dışı Tüketim ve Horeca sektörüne hitap eden ürünlerini ve markanın gelecek hedeflerini, **Banvit BRF**'de CCO pozisyonunda bulunan **Nerdin Alp** ile konuştuk. Tüm **Horeca Mailing Gazete** okuyucularına keyifli okumalar diliyoruz.

Röportajımıza başlamadan önce sizi kısaca tanıyabilir miyiz?

İstanbul Teknik Üniversitesi'ndeki mühendislik eğitimimi tamamladıktan sonra çeşitli sektörlerde birkaç kısa iş tecrübesinin ardından, 1992 yılında **Banvit**'e, şirketin Tekirdağ şubesinde Müdür Yardımcısı olarak başladım. İlerleyen dönemlerde şirketin Ankara, İzmir, Kayseri ve İstanbul gibi farklı şehirlerdeki şubelerinde Şube Müdürlüğü yaptıktan sonra Satış Direktörü, Satış ve Pazarlama Direktörü gibi farklı pozisyonlarda görev aldım. 2017 yılından bu yana **Banvit**'teki çalışmalarımı CCO pozisyonunda sürdürüyorum.

devamı sayfa 7

Nerdin Alp
CCO





Banvit BRF, 56 Yılın Uzmanlığı İle Horeca'ya Özel Ürünler Sunuyor

Nerdin Alp
CCO



Uzun yıllardır sektörün en önemli markalarından biri olan Banvit'in kuruluşundan ve bugüne kadarki başarı hikayesinden bahsedebilir misiniz?

Banvit olarak faaliyetlerimize 1968 yılında başladık. Ülkemizde ambalajlanmış taze tavuk etini tüketicilere sunan ilk marka olduk. Sektörümüzde de pek çok ilk uygulamayı hayata geçirdik.

2001 yılında, şarküteri grubu ve ileri işlenmiş hazır ürünlerimizi ürettiğimiz İleri İşlem Tesisleri'ni hayata geçirdik ve ürün yelpazemizi genişlettik. 2017 yılında BRF'nin bünyesine katılmamızla birlikte yakaladığımız ivme ile daha güçlü adımlarla yolumuza devam ediyoruz.

Ürünlerimizle yurdumuzun dört bir yanına olduğu gibi yurt dışındaki müşterilerimize de hizmet veriyoruz. Güçlü dağıtım ağımla ürünlerimizi en kısa sürede müşterilerimize ulaştırıyoruz. Pazardaki talep ve dinamikleri yakından takip ediyoruz. Şirket olarak geçmişimizden ve 56 yıllık deneyimimizden de güç alarak sadece son tüketicilerimize değil, Horeca kanalındaki müşterilerimize de hizmet veriyoruz. Kurulduğumuz günden bugüne, ilke edindiğimiz yenilikçi anlayış ve güvene dayalı çalışma kültürü Banvit'i, sektörde Türkiye'nin en

çok tercih edilen markası konumuna taşıdı. Her yıl IPSOS ile yaptığımız Marka Sağlığı Araştırmamızın 2023 sonuçlarına göre %51 oranla Türkiye'nin en çok tercih edilen tavuk eti markasıyız. Ayrıca IPSOS Hane Tüketim Paneli 2023 verilerine göre de %70 oranla et ürünleri kategorisinde en fazla haneye ulaşan firma konumundayız.

Banvit BRF olarak değişen tüketici trendlerine ve pazardaki değişimlere nasıl cevap veriyorsunuz? Bu gelişmeler stratejilerinizi nasıl etkiliyor?

Topluların gündeminde artık sağlıklı beslenme, sürdürülebilirlik ve markaya duyulan güven gibi konular daha fazla öne çıkıyor. Özellikle son yıllarda yaşadığımız gelişmelerin 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.

Gerek kendi yaptığımız araştırmalar gerekse kamuoyuna açıklanmış bağımsız araştırma sonuçları, aynı

zamanda pazarı, müşteri ve tüketicilerimizden gelen talepler ışığında çalışmalarımıza ve yatırımlarımıza yön veriyoruz.

Bu doğrultuda planladığımız ve 2021 yılında başladığımız İleri İşlem Tesisimizin kapasite artırımı çalışmalarını da 2023 yılının ilk çeyreğinde tamamladık. Bu yatırım sayesinde gerek hane tüketiminde gerekse Ev Dışı Tüketiminde oluşan talebi daha iyi şekilde karşılayabilmeye inanıyoruz.

Ürünleriniz bireysel tüketiciye yönelik olduğu kadar Ev Dışı Tüketim ve Horeca sektörüne de hitap ediyor. Horeca sektörüne tedarik ettiğiniz ürün veya ürün grupları nelerdir? Banvit BRF markasının Horeca sektöründeki konumundan ve Horeca işletmecilerinin, Banvit BRF markasını tercih etmesindeki en önemli etmenler nelerdir?

Ürünlerimizi 3 ana kategoride sunuyoruz. Bunlar; pilic, hazır ürün ve şarküteri ürünleri. Pilic ürünlerimizde bütün ve parça pilicin yanı sıra kaplamalı ürünlerimiz ve soslu ürünlerimiz mevcut. Hazır ürünler kategorimizde tavuk döner, köfte, kebab, schnitzel, nugat ve burger gibi ürünlerimizin yanı sıra şarküteri grubumuzda sucuk, salam, sosis seçeneklerimiz bulunuyor.

Son tüketicilerimiz için gerçekleştirdiğimiz üretimimiz ve sunduğumuz ürünlerin yanında, adeta bir terzi ustalığıyla Horeca sektörü için ürettiğimiz özel ürünler ve sunduğumuz hizmetlerin de Banvit'in, sektörde geride bıraktığı 56 yıllık uzmanlığının bir göstergesi olduğunu söyleyebiliriz.



noktada Ar-Ge ekibimizin de kıymetli desteğini alıyoruz. İstenilen ürünün, istenilen zamanda ve miktarda temin edilebilmesi çok önemli. Bununla da kalmayıp, bu standartları da daima koruyabilmeniz yani sürekli hale getirebilmeniz de kritik. Dolayısıyla daha iyiye nasıl ulaşabiliriz noktasında, alanında uzman geniş bir ekiple çalışıyoruz.

Yurt içi pazarında olduğu kadar yurt dışı pazarında da önemli bir güce sahipsiniz. Bu bağlamda geçmiş yıllardaki ihracat başarılarınız ve 2024 yılı ihracat hedefleriniz hakkında düşüncelerinizi öğrenebilir miyiz?

Banvit BRF olarak, bağlı bulunduğumuz global şirketimizin hedefleri doğrultusunda ihracat stratejimizdeki önceliğimizi MENA bölgesi olarak be-

lerimize ulaşmaktan ve ülke ekonomimize katma değer sağlamaktan ötürü gurur duyuyoruz.

Marka olarak sürdürülebilirlik alanında da yatırımlar yaptığınızı görüyoruz. Bu bağlamda güncel çalışmalarınızdan ve sürdürülebilirlik ilgili gelecek hedeflerinizden kısaca bahsedebilir misiniz?

Şirket olarak elbette birincil önceliğimiz şirketimizin, işimizin sürdürülebilirliği. Bu nedenle pazardaki konumumuzu güçlendirmek için çalışmalarımıza aralıksız olarak devam ediyoruz. Diğer yandan bir diğer öncelikli hedefimiz ise sürdürülebilirlik alanındaki çalışmalarımıza da aralıksız olarak devam etmek. Özellikle su ve enerji gibi konularda tasarruf uygulamaları, ürün inovasyonu, canlı faali-

HMG Röportaj Kapak Konusu



Müşterilerimizin talep ve ihtiyaçları doğrultusunda özel olarak hazırladığımız ürünlerde; standart pişirme süresi, standart porsiyon büyüklüğü, standart lezzet ve kalite unsurları ile Banvit'in oldukça esnek ve kalibre üretim kabiliyeti, gıda üretimi alanındaki uzmanlığının doğal bir sonucudur.

Banvit BRF olarak yurt içinde çok geniş bir şube/bayi ve dağıtım ağına sahip olduğunuzu biliyoruz. HM Gazete okuyucuları için Horeca müşterilerinize ulaşmada nasıl bir yöntem izlediğinizi anlatabilir misiniz?

Her zaman belirttiğimiz gibi biz müşterilerimizin sesine kulak veriyoruz. Satış ekibi olarak daima sahadayız. Gıda sektöründeki trendler, ihtiyaçlar ve talepler hızla değişiyor. Bu hıza adapte olabilmek oldukça önemli. Özellikle müşterilerimize gerçekleştirdiğimiz ziyaretlerle veya diğer iletişim kanallarından aldığımız dönüşlerle çalışmalarımıza yön veriyoruz. Bu

ilirdik. Burada da oldukça başarılı bir şekilde çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Öncelikli hedefimiz, ihracat pazarımızı yakın ve etkin olduğumuz bu coğrafyada büyütmek.

Bizim en büyük ihracat pazarımız Irak. Bununla beraber ayrıca Arap Yarımadası'ndaki Birleşik Arap Emirlikleri, Kuveyt, Katar, Umman ve Yemen ile İran da ulaştığımız diğer hedef pazarlarımız. Asya ülkeleri, Türk Cumhuriyetleri ve Balkan ülkeleri de yine ulaştığımız diğer pazarlar. Ayrıca Afrika pazarında da Libya başta olmak üzere ihracatımız halen devam ediyor.

2022 yılında ulaştığımız 115,6 milyon ABD doları ihracat geliri ile İstanbul Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği tarafından 2023 yılı sonunda düzenlenen "Başanlı İhracatçılar Ödül Töreni"nde Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller, Beyaz Et ve Et Ürünleri kategorilerinde olmak üzere 3 ödül birden aldık. Geçtiğimiz yıllarda olduğu gibi ihracat alanındaki hedef-

yetler ve yem üretim süreci, sıfır atık uygulamaları, Banvit BRF Ormanı ve eğitim projeleri devam eden çalışmalar arasında yer alıyor.

Bu alanlardaki projenin yanı sıra açıldığında çalışmalarına da bizim için ayrı bir öneme sahip. "Banvit BRF Ormanları" projemizle 3 yılda ülkemizi 4 farklı noktada 50 bin fidanı toprakla buluşturmanın mutluluğunu yaşıyoruz. Önümüzdeki dönemde de "Banvit BRF Ormanları" projemizi ülkemizin farklı bölgelerinde de hayata geçirmek üzere çalışıyoruz. Bu çalışmalarımıza daha iyiye ulaşma arayışımızı her zaman önde tutacağız. Kurumsal kültürümüze yön veren "Yalınlık, Verimlilik ve Çeviklik" yaklaşımımız ise bahsettiğimiz tüm bu odak noktalarımıza ışık tutmayı sürdürecektir.

www.banvit.com

