



BANVİT MBRF

Çocuklardan başlayan farkındalık hareketi

**Kurum Adı:** Banvit MBRF**Projenin Adı:** Akıllı Çocuk Sofrası**Projenin Hedefi:** Çocuklarda gıda israfı ve bilinçli tüketim bilincini yaygınlaştırmak**Projenin Başlangıç Tarihi:** 2008

Banvit MBRF, 2008'de başlattığı Akıllı Çocuk Sofrası sağlıklı beslenme bilinçlendirme hareketi, bugün KidZania İstanbul'daki Banvit Sürdürülebilir Gıda Merkezi ile amaç odaklı pazarlamanın yeni nesil bir farkındalık ve eğitim modeli ile devam ediyor.



Sosyal sorumluluk projelerimize QR kodu okutarak ulaşabilirsiniz.

www.akillicocuksofrasi.com

Banvit MBRF, sofralara yaklaşık 60 yıldır sunduğu uzmanlığını, sürdürülebilirlik temelli bir gelecek vizyonu ile daha da ileriye taşıyor. IPSOS Marka Sağlığı Araştırması 2025 verilerine göre yüzde 47'lik oranla Türkiye'nin en çok tercih edilen beyaz et markası olmak, Banvit'in sadece ürün kalitesinde değil, aynı zamanda tüketici gözündeki güven ve marka sevgisinde de lider olduğuna işaret ediyor.

Banvit MBRF'nin sürdürülebilirlik vizyonu; hayvan refahı, enerji verimliliği, ağaçlandırma projeleri, döngüsel üretim uygulamaları ve karbon ayak izinin azaltılması gibi somut projelerle hayat buluyor. En büyük gücünü binlerce çalışanından alan şirket, hem çalışanlarını hem de paydaşlarını dahil ettiği sos-

yal projelerle insana değer veren bir üretim kültürü inşa ediyor.

'SORUMLU GIDA TÜKETİMİNDE FARKINDALIK YARATTIK'

Üretim süreçlerindeki titiz sürdürülebilirlik yaklaşımlarının yanı sıra toplumsal alanda da yatırımlar gerçekleştiren Banvit MBRF, geleceğin yetişkinlerine, yani çocuklara yönelik çalışmalarına odaklanmayı da sürdürüyor. Şirketin Pazarlama ve Kurumsal İletişim Direktörü Gökçe Uysal Kürer "Gerçek ve kalıcı etkinin ancak bu bilincin çocuklar tarafından bir yaşam biçimi olarak içselleştirilmesiyle mümkün olabileceğine inanıyoruz" diyerek markanın sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk vizyonunu özetliyor.

Bu yaklaşımla şirketin 2008 yılında hayata geçirdiği Akıllı Çocuk Sofrası projesi, ilk dönem çalışmalarında fiziksel hareketin önemi, yeterli ve dengeli beslenme konularına odaklanarak Millî Eğitim Bakanlığının da verdiği desteklerle bir eğitim seferberliğine dönüşmüş ve okullarda öğretmenlerle verilen yüz yüze eğitimler sayesinde yedi büyük ilde, 1 milyonun üzerinde çocuğa ulaşarak geniş bir etki yaratmıştı. 2016 yılına kadar çeşitli faaliyetlerle devam eden proje kapsamında çocuk tiyatrosu, drama yönteminin kullanıldığı birebir eğitimler, animasyon filmleri, öğretici eğlenceli içerikler, bilgilendi-



GÖKÇE UYSAL KÜRER
Banvit MBRF Pazarlama ve Kurumsal İletişim Direktörü



rici materyaller, projenin web sitesinden de paylaşılarak hem ailelere hem de öğretmenlere ulaşılmıştı.

Banvit MBRF, 2020 yılında odağını çağın gereklilikleri ve toplumsal ihtiyaçlar doğrultusunda gıda israfı ve bilinçli tüketim üzerine yoğunlaştırarak, projeyi dijital kanallara uygun hale getirdi ve böylece daha fazla kişiye erişerek, gıda israfı ve bilinçli tüketim farkındalığını daha etkin bir şekilde yaygınlaştırmayı hedefledi.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK PROJELERİNİN YENİ DURAĞI: BANVİT SÜRDÜRÜLEBİLİR GIDA MERKEZİ

Akıllı Çocuk Sofrası projesi, etkisini artırmak ve çocuklara teorik bilginin ötesinde deneyimsel bir öğrenme alanı da sunmak amacıyla bu yıl önemli bir adım daha attı. Banvit MBRF, 2025 yılı başında KidZania İstanbul işbirliği ile çocukların eğlenerek öğrendiği Sürdürülebilir Gıda Merkezi'ni hayata geçirdi.

Gökçe Uysal Kürer, bu yeni merkezin misyonunu şu sözlerle detaylandırıyor: "Akıllı Çocuk Sofrası projemizin bir uzantısı olan Banvit Sürdürülebilir Gıda Merkezimizde çocuklara sürdürülebilir gıda alanında bilgiler veriyor, rehberlik ediyoruz. Onları bu alanda gıdanın sürdürülebilirliği için çalışan bir uzman gibi düşünüp hareket etmeye teşvik ediyoruz. Merkezde çocuklar hem eğleniyor hem de gıda israfı hakkında bilgi



edinerek sorumlu tüketim bilincini geliştiriyorlar." Kürer'e göre, bu tür farkındalıkların erken yaşta kazanılması, uzun vadede dünyamız için en büyük kazanç olacak. Banvit MBRF, gıda güvenliği ve sorumlu üretimi sadece bir politika olarak değil, uzun vadeli iş stratejisinin merkezi olarak görmeye devam edecek.

NET SIFIR HEDEFİ YOLUNDA EKOLOJİK DÖNÜŞÜM POLİTİKALARI

Banvit MBRF'nin sürdürülebilirlik iddiası, üretim tesislerindeki somut rakamlarla da destekleniyor. Şirketin üretim tesisleri sıfır gıda kaybı felsefesiyle çalışıyor ve bu felsefe vaatten çok öteye gidiyor. Şirket, Bandırma üretim tesislerinde kurulu rendering tesislerinde organik üretim atıklarını işleyerek, ortaya çıkan hammaddeyi hayvan yemi üretiminde değerlendirilmek üzere sanayiye sunuyor ve bölgesindeki hayvan barınaklarına da düzenli olarak haftalık gıda yardımları gerçekleştiriyor.

Ayrıca karbon ayak izini azaltmak adına 2021 yılında hayata geçirilen Banvit MBRF Ormanları projesi kapsamında 60 bin fidan toprakla buluşturuldu. Global şirket MBRF'nin küresel vizyonu paralel olarak, 2050 yılına kadar

Net Sıfır sera gazı salımına ulaşılması hedefleniyor.

'YEREL PROJELERE SOSYAL DESTEĞİMİZİ SÜRDÜRÜYORUZ'

Kürer, Banvit MBRF'nin tüm sorumluluk hareketlerinin yanı sıra faaliyet gösterilen bölgelerde toplumsal yaşamın güçlenmesine katkı sunmayı da önemseydiğini belirtiyor ve sözlerini şöyle sonlandırıyor: "Bu doğrultuda, yerel kültürü, sporu ve sosyal hareketliliği destekleyen organizasyonların yanında olmaktan büyük mutluluk duyuyoruz. 2025 yılında Kapıdağ Yarımadası'nın eşsiz rotasında düzenlenen Kyzikos Ultra Maratonu'nun bir kez daha ana sponsorları arasında yer alarak spora ve sporcuya destek verirken, turizm ve arkeoloji anlamında çok zengin bir bölgenin tanıtımına da katkı sağlıyoruz. Diğer yandan Bandırma'da 34'üncü kez gerçekleştirilen Kuşçenneti Kültür ve Turizm Festivali kapsamında etkinliklere verdiğimiz sponsorluk desteğiyle bölgemizin bu anlamdaki gelişimini desteklemekten de mutluluk duyuyoruz. Önümüzdeki dönemlerde de faaliyet gösterdiğimiz coğrafyanın sosyal dinamizmine ve yerel yaşamın gelişimine katkıda bulunacak farklı projeleri de desteklemeyi planlarımız arasında görüyoruz." ■