

TAMEK®

“Tamek”se koy sepete”

Pazar

Türkiye’de 100’ün üzerinde üretici şirket ve markanın faaliyet gösterdiği gıda pazarı, rekabetin en yoğun yaşandığı sektörlerden biri. Hızlı nüfus artışı ve ekonomik büyüme, toplam gıda pazarının yıllık %10-20 arasında büyüme performansı göstermesine neden oluyor. Tamek de bu büyüme trendine ayak uydurarak, üç yıl içinde toplam tonajda %50’lik bir artış sağladı. Bu büyümenin nedenlerinden biri de bu üç yılda 30’nun üzerinde yeni ürünün lansmanının gerçekleştirilmiş olması.

Tamek, karton kutuda tüketiciye sunduğu Salçacık’la tek başına mevcut ambalajlı ürünler arasında %2 oranında pazar payına ulaşmayı başardı. Salça sektöründe bulunduğu bu pratik ambalaj çözümünü 2004’te biber salçasında da uyguladı ve Biberçik ürünü ortaya çıkı. Biberçik, çok kısa sürede pazarda %3 oranında pay yakalayarak dikkatleri üzerine çekmeyi başardı.

Tamek’in bir başka yeniliği ise reçel kategorisinde oldu. Yaz ve kış reçelleri ile Karakiraz reçeli, pazardaki liderliğini sağlamlaştırma konusunda Tamek’e ciddi bir katkı sağladı.

Tamek; Tamek ve Türtamek markaları ile toplam satışının %20’sini ihraç ediyor. 56 ülkeye ulaşan ihracatını her geçen gün genişletmek yolunda atımlar devam ediyor. Almanya, İngiltere, Fransa, Rusya, ABD, Kanada, Avustralya, Yeni Zelanda ve Nijerya’dan sonra, Japonya, Güney Kore, Sudan, İsveç ve İspanya şirketin pazarları arasında yer alıyor. Tamek, ihracatta mevcut pazarını koruyarak yeni girmiş olduğu pazarlarda da büyümeyi planlıyor.

Meyve suyu kategorisinde Türkiye’de 20’nin üzerinde üretici ile 40’in üzerinde marka bulunuyor. Yoğun rekabetin yaşandığı meyve suyunda şirket, Tamek, Tamek Plus ve Tamek Form markalarıyla faaliyet gösteriyor. Tamek’in de içinde bulunduğu nektar segmentinin toplam büyüklüğü 2004’te 263 milyon litreye ulaştı.

Meyve suyu kategorisindeki esas büyümeyi 2003’ten itibaren yakalayan Tamek, ana ambalajı olan 1 lt. karton kutulu meyve suyu dağıtımını üç katına çıkararak toplam pazar payını %100’ün üzerinde artırdı. Büyüme, 2004 yılında da devam etti. Pazar %17 oranındaki büyürken, Tamek meyve suyu satışlarını bir önceki yıla göre

%50’nin üzerinde artırmayı başardı.

Ayrıca 2004’te, daha çok okul kanalında tüketilen Tamek 200 ml. karton kutulu ürün satışları, bir önceki yıla göre %100’ün üzerinde arttı. Bu, çocukların kaliteli meyve suyuna ilgi göstermesi açısından da olumlu bir işaret olarak kabul ediliyor.

Başarılar

TNS PR’ın 2004’te Türkiye’de gerçekleştirdiği meyve suyu marka bilinirliği araştırmasında Tamek %43.5 ile birinci sırada yer alıyor. Türkiye’de meyve suyu, ağırlıklı olarak 11-35 yaş arası genç bir kitle tarafından tüketiliyor. CRC Araştırma ve Danışmanlık Şirketi’nin, 2003 yılında on beş il merkezinde 5 bin kişi ile görüşerek yaptığı araştırmaya göre, 12-18 yaş grubu tüketicilerin yarısı, Tamek meyve suyunu kalite ile özdeşleştiriyor ve vazgeçilmez bir ürün olarak tanımlıyor.

Araştırmanın çarpıcı sonuçlarından biri de, Tamek’in faaliyet gösterdiği tüm gıda kategorilerinde %20 ile %40 arasında hatırlanma oranlarına ulaşması. Bilinme oranlarında genelde yaş, cinsiyet ve SES gruplarına göre belirgin bir fark bulunmuyor. Araştırmada Tamek’in pazarda kaliteli, güvenilir, geniş ürün gamına sahip ve lezzetli oluşu gibi avantajları ön plana çıkıyor. Tamek’in fiyat politikası, tavsiye edilmesi, tecrübesi ve yılların markası olması üstün

bulunan diğer yönleri.

HTP Araştırma Şirketi’nin 2004 yılında yaptığı araştırma ise, Tamek’in faaliyet gösterdiği pazarlarda daha yüksek SES grupları ile eğitim düzeyi yüksek kitleler tarafından tercih edildiğini gösteriyor.

Çeşitli tüketici derneklerinin, tüketicilerle yüz yüze yaptığı araştırmalar doğrultusunda verilen ödüller, Tamek’in konserve, reçel ve meyve suyu alanındaki başarısını bir anlamda tescil etmiş oldu. 2002,

2003 ve 2004 yıllarında alınan Kalite Ödülleri’nin yanı sıra, 2005’te Tüm Tüketicileri Koruma Derneği (TTKD) tarafından verilen Altın Marka Ödülü de bu geçeceği bir kez daha ortaya koydu.

Tarihçe

Sektörünün öncülerinden olan Tamek, 31 Mart 1955 tarihinde, Bursa’da, bugün meyve suyu üretimi gerçekleştirilen fabrikada kuruldu ve 50 yıl içinde Türkiye’de gıda sektöründe pek çok üründe ilklere imza attı. O yıllarda salçanın, reçelin, kompostunun evlerde yapıldığı düşünülürken, bu yatırımın anlamı ve girişimci ruhun önemi daha iyi ortaya çıkıyor. Üstelik, 1958 yılında Türkiye’nin o günkü koşullarında ketçap üretmek, gıda sektörü açısından özel bir anlam taşıyor.

Tamek’in başarisinin sırrı, şirketin kurucusu Mehmet Sipahioğlu’nun, “Benim soframa koyamayacağım, yiyemeyeceğim hiçbir ürünü üretmeyiniz” sözünde saklı.

Yıllarca Bursa’daki fabrikasında faaliyet gösteren Tamek, 1980’lerin sonundan itibaren atağa kalkarak 1987’de Karacabey fabrikasını kurdu. Ardından, sırasıyla 1994’te Kızıksa ve 2002’de Salihli fabrikaları satın alınarak gıda ve meyve suyunda 200 bin tonluk üretim kapasitesine ulaşıldı.

Tamek Gıda’nın tüm fabrikaları ISO 9001:2000 sertifikasına sahip ve Hazard Analysis of Critical Control Points (HACCP) standartlarına uygun olarak üretim yapıyor. Karacabey fabrikası 14.579 m² kapalı alanda salça, sebze, bezelye, reçel, marmelat, ketçap, mayonez, dondurulmuş gıdalar ile meyve konsantresi üretiyor. Kızıksa fabrikasında, 11 bin 177 metrekarelik kapalı alanda, salça, bezelye, sebze, salçacık, püreler, meyve konsantresi, çorba ve toz içecek üretimi yapılıyor. Salihli’deki fabrikada 7 bin 200 metrekarelik kapalı alanda ise salça, haşlanmış ürünler, hazır yemek ve dolmalar, bamyas konservesi ile meyve konsantreleri üretiliyor.

Tamek’in ilk fabrikası olan ve 11 bin m² kapalı alana sahip Bursa fabrikası, 2001 yılında tümüyle meyve suyu üreten bir komplekse haline dönüştürüldü. 2005 yılında faaliyete geçen 10 bin m² kapalı alana kurulu Nilüfer Ana Lojistik Deposu ise, 15 bin ton kapasiteye sahip Türkiye’nin sayılı modern depoları içinde yer alıyor.

Ürün

“Tamek’te sağlık ve kalite önce gelir” prensibi üretimden satışa kadar her kademedeki iş akış mekanizmasında şiar edinilmiş bulunuyor. Üretim tesislerinde, su artırmada kullanılan



Biz kaliteyi ürettik, siz kaliteyi seçtiniz.

50. YILDA TÜKETİCİ ÖDÜLÜ 2005

Altın Marka

“Tamek”se koy sepete”

TAMEK

DOMATES SUYU

“Tamek, 50. kalite yılında Meyve Suyu, Salça, Reçel dağıtımına Altın Marka Tüketiciler Ödülü’ne layık görüldü. Kaliteli ürünler tüketilmeye ve kaliteyi ön sağıyan Tüm Tüketicileri Koruma Derneği’ne teşekkür ederiz.”

Çünkü Tamek 1955’ten beri kalitenin simgesi.

"reverse-osmosis" teknolojisi, Türkiye meyve suyu sektöründe ayrıcalıklı yeri olan bir yatırım konumunda. Kaliteye verilen önemden dolayı hiçbir koruyucu madde kullanılmayan, tamamen doğal meyve konsantrelerinden imal edilen meyve suları, ambalaj ve dolun teknolojisi sayesinde tazeliklerini bir yıla kadar koruyabiliyor.

Türkiye'nin tüm bölgelerinde gerekli araştırmaları yapıp, en iyi kaliteye sahip meyveleri bizzat satın alan Tamek, Karacabey, Salihli ve Kızıksa fabrikalarında bunları işleyerek, meyve sularında kullanılan meyve konsantresi üretimini gerçekleştiriyor.

Tüketicide sağlık bilincinin oturmasıyla sosyal bir görev üstlenen Tamek, kimyasal katkı ve koruyucu madde içermeyen ürünlerin üretimine özel önem veriyor. Tamek'te, satışların %50'sini oluşturan domates grubu ürünlerin likopen ihtiva etmesi (kansere karşı koruyucu bir kalkan işlevi görmesi), bunun yanında tüm ürünlerin mevsiminde alınıp işlenmesi, hormon ve diğer kimyasallardan arındırılmış olması nedeniyle, tüm ürünler "tüketici sağlığına dost" özelliği ile piyasaya sunuluyor.

Yine son dönemde genetiği ile oynanmış ürünlerin sağlığını olumsuz etkilerinin olabileceği endişesiyle bu konuda da önlem alma yoluna giden Tamek, bütün hammaddeleri gerekli kontroller ve standartlara bağlı kalarak tedarik ediyor.

En Son Gelişmeler

Marka yönetiminde misyonunu, "yenilikte liderlik" olarak belirleyen Tamek, bu kapsamda piyasaya çok sayıda yaratıcı ürünler sunmaya başladı.

Türkiye'de uzun yıllardır meyve suyu tüketiminin neredeyse tümü şeftali, vişne, kayısı ve portakal gibi klasik meyvelerden oluşuyordu. Bunda, tüketicinin yerleşmiş alışkanlıklarının yanı sıra, sektörde uzun zamandır gerekli Ar-Ge yatırımlarının yapılmamış olmasının da rolü büyüktü. 2003 yılında Tamek'in gerçekleştirdiği Tamek Plus sunumunda, havuç, karışık, mango,



ananas, çilek ve portakal parçacıklı olmak üzere altı yeni meyve suyu çeşidi tüketicilerin beğenisine sunuldu.

Ayrıca Tamek, kalori kaygısı olan tüketicilere yönelik %50 düşük kalorili Tamek Form serisini, karışık ve vişne nektarı çeşitleriyle piyasaya sunarak sektöre yeni bir ivme kazandırdı. 2005 yılında, gıda sektöründe 50. yılını farklı bir yaklaşımla kutlayan Tamek, ürünlerini yeni ambalajlarında "50. kalite yılı" özel logosuyla piyasaya sundu. Gıda grubu ürün ambalajlarının tasarımında yer alan açık mavi gökyüzü şirketin geleceğini, tarla doğallığı, 50. kalite yılı tecrübeyi, "Tamek'se Koy Sepete" logosu ise güveni simgeliyor.

Tamek'in gıda grubunda sunumunu gerçekleştirdiği 30 yeni çeşit ürün, "Mutfakta Pratik Çözümler ve Tatlar" sloganıyla ev hanımlarının işini kolaylaştırdı. Sarımsak ve soğanın kokusundan, soyarken göz yaşartmasından bıkanlar için üretilen sarımsaklı ve soğanlı domates püreleri raflarda yerini aldı.

Promosyon

Tamek, 50. kuruluş yıldönümünü, 2005'te çeşitli etkinliklerle TV, radyo ve yazılı basın kampanyalarıyla kutladı. Çırağan Sarayı'nda yapılan basın toplantısında yeni yatırımlar ve önümüzdeki 50 yıla ilişkin projeler kamuoyuna anlatıldı.

Meyve suyu, salça ve reçel kategorilerinde, TTKD tarafından Tamek'e verilen 2005 Altın Marka Ödülü yine bir basın kampanyasıyla tüketicilere duyuruldu.

2005 yılı içerisinde Tamek'in yeni ürünü Biberçik ve Domates pürelinin tanıtımı için hazırlanan TV kampanyası büyük başarıya ulaşarak şirket hedeflerini %50 artırdı. Meyve suyunda da Tamek Plus serisinin başanlı ürünü A-C-E vitaminli havuçlu karışık çeşidi için bir TV kampanyası düzenlendi.

Marka Değerleri

Tamek'in vizyonu, üretim, satış, pazarlama, finans ve insan kaynakları alanlarında her yıl daha iyiye giderek, Türkiye'nin önde gelen kuruluşlarından biri olmak.

Tamek, vizyonunda başarıya ulaşmak için müşteri tatmini sağlamaya, sağlıklı gelişmeye, evrensel kaliteye, yüksek standartlarda ürün ve hizmetler sunmaya özel önem veriyor.

Tamek, başarısının müşterilerle dürüstlük ve karşılıklı güvene dayalı olan ilişkiye bağlı olduğunun bilincinde. Bu nedenle, müşteri ve

tüketici gereksinimlerini en iyi biçimde karşılamak için yüksek kalite ve değerde ürünler sunmayı ilke ediniyor.

Müşteri şikayetlerinde tüketicilere kısa sürede yardımcı olmaya, sorun çözmeye ve müşteri tatminini sağlamaya özel önem veriyor.

İçinde yaşadığımız dünyayı korumak Tamek için yaşamsal bir öneme sahip. Yaşam kalitesinin artmasına katkıda bulunan ürünleri üreten bir şirket olarak, sağlıklı ve temiz bir çevrenin değerini çok iyi biliyor. Tamek çalışanları şirketin faaliyette bulunduğu her yerde sağlık, güvenlik ve çevre konularındaki ilkeleri doğru bir şekilde uygulamakla yükümlüler.

Tamek, ürün ve ambalajlarının kalitesini geliştirirken aynı zamanda çevreyi koruyan yeniliklere yatırım yapmayı benimsiyor.

www.tamek.com.tr



BUNLARI BİLİYOR MUYDUNUZ?

Tamek

- Tamek, 1958'de Türkiye'nin ilk ketçap ve domates suyunu üretti.
- Tamek 1959'da Türkiye'de ilk hazır yemek ve dolma üretimini gerçekleştirdi.
- Tamek meyve suyu, 1963 yılında ünlü kahverengi şişelerinde pazara sunuldu.
- Tamek, 1974'te Türkiye'deki ilk haşlanmış bakliyatları üretti.
- Domates püresi ilk defa 1991'de Tamek tarafından pazara sunuldu.
- Tamek, 1992'de Türkiye'de ilk diyabetik reçeli üretti.
- Tamek, 1993'te Türkiye'nin ilk tenekeli kutulu meyve suyu üretimini gerçekleştirdi.
- Tamek, 2000'de karton kutudaki ilk salçayı üretti.
- Tamek, 2003'te Türkiye'de ilk A-C-E vitaminli havuçlu karışık meyve suyunun lansmanını Tamek Plus serisi ile yaptı.
- 2004 yılında Tamek Form vişne ve karışık meyve nektarları tüketicilerin beğenisine sunuldu.

Sarımsak Soğanı Domates Biber

"Yepyeni Lezzetler!"