

# Sarelle®



## Pazar

Sanset Gıda bünyesinde bulunan Sarelle, dünyanın en zengin fındık bahçelerinin bulunduğu Karadeniz Bölgesi'nin Ordu ilinde üretiliyor. İyi üretim kuralları gıda sektöründe uygulayan Sanset'in toplam yıllık üretim kapasitesi 30 bin ton olarak ölçülüyor. 800 kişiyi aşan üretim, satış ve pazarlama kadrosuna sahip olan Sanset'in hedefleri, yapılacak yenilikler ile gelişmeye hazır olan Türkiye çikolata pazarının büyümesine katkı sağlamak ve orta vadede pazardaki payını daha da artırmak.

Türkiye'de sürme çikolata pazan, yaklaşık 40 bin ton hacminde ve 580 milyon TL büyüklüğünde. Ortalama üç kişiden biri her gün en az iki kez sürme çikolata yiyor. Her 100 haneden 77'sinde sürme çikolata tüketiliyor. Haneler ürünü bitirmeden yenisini satın alıyor. Sürme çikolata ile kurulan ilişkide keyif ve mutluluk gibi çikolata kategorisinin duygusal çağrışmaları ön planda tutuluyor. Buna ek olarak, "doyuruculuk" ve "pratiklik" gibi fonksiyonel faydalar özellikle anneler açısından önem arz ediyor. Tüketim motivasyonu için sabah saatleri ve kahvaltı en yüksek seviyede olsa da, Sarelle markasının sektöre kazandırdığı yeni vizyonla bu yaklaşım farklı tüketim okazyonlarını ve farklı zamanları da içine alacak şekilde değişiyor. Sarelle gerek her yaş grubuna hitap eden farklı lezzet alternatifleri, gerekse konumlandırılmasında her daim ön planda tuttuğu "doğal içerikli" ürünleri ile sektörün öncüsü olmayı sürdürüyor. Sarelle hammadde alımından son tüketiciye ulaşan ürüne kadar eksiksiz bir kalite zinciri içerisinde üretimini gerçekleştiriyor.

Bu özellikleri sayesinde çok uzun yıllardır pazarda hâkim olan Sarelle, bugün bulunduğu kategorinin ismi olarak da anılan bir marka. Köklü geçmişiyle kategoriye yön vermeye ve bilinirliğini korumaya devam ederken, bir yandan da inovatif ürünleriyle kendini geliştirmeyi sürdürüyor. Markanın hedefinde ise istikrarlı büyümesini devam ettirmek yer alıyor.

## Başarılar

Sarelle yaptığı yeniliklerle sektöre vizyon katıyor. 2007 yılında Sanset bünyesine geçen Sarelle, Sanset'in sağlıklı ve içeriği doğal ürünler üretmek misyonuyla katma değerli içerik ile üretmeye başladı. İçeriğinde tamamen doğal hammaddeler kullanılan Sarelle'nin marka konumlandırması da, 2007 yılından bu yana "doğallık" vurgusu üzerinden ilerliyor.

Doğal içeriğin ön plana çıkartıldığı, 2013 yılında başlayıp üç yıl boyunca devam eden "Siz ne yerseniz çocuğunuz da onu yer" kampanyası sayesinde Sarelle, doğallık denince akla gelen ilk sürülebilir çikolata markası olma başarısına erişti. Kampanya, Mediacat ve Ipsos iş birliğiyle yapılan

Adwatch araştırmasına göre 2013 yılının "En Çok Konuşulan Reklam Kampanyası" olarak seçildi. Yine aynı araştırmaya göre "Yılın En Beğenilen İkinci Reklam Kampanyası" seçilme başarısına imza attı. Tasarım çalışmalarında da her zaman farklı yaklaşımlar sunan Sarelle, 2015 yılında Ambalaj Ay Yıldızları Yarışması'nda "Tasarım" ödülünün sahibi oldu.

## Tarihçe

Sarelle, 1936 yılında Ordu'da bir aile şirketi olarak kurulan ve Türkiye'nin ilk fındık işleme tesisi olan Sagra tarafından üretilmeye başlandı. Marka 2007 yılında Toksöz Grup tarafından satın alındı ve işletmenin yüksek teknolojilerle yenilenmesinin adından, 2008 yılında Sanset bünyesinde tekrar üretime başlandı.

Sayırsız başarılı kampanya ile sektöre yön vermeye ve liderlik yapmaya devam eden Sarelle, 2007 yılından itibaren "doğallık" konseptini sahiplenerek, süreci günümüze kadar taşıdı. Bu konsepti temel alan iletişim kampanyaları ile annelerin güvenle tükettikleri en beğenilen sürülebilir çikolata markası haline aldı.

Marka, 2017 yılında yaptığı relansman kampanyasıyla bugün her yaşta Sarelle severi kucaklamaya devam ediyor. "Öyle ya da böyle, Sarelle her türlü yenir" sloganının kullanıldığı yeni iletişim kampanyasında da vurgulandığı gibi, %100 doğal içeriği ve özel Sagra fındıklarına borçlu olduğu eşsiz lezzeti ile Sarelle; tarzi, yaşı, mesleği, beğenisi fark etmeksizin tüm Türkiye'yi kucaklıyor.

## Ürün

Sarelle ürün gamında tüm tüketicilere hitap eden farklı çeşitleri barındırıyor.

Ana ürünü Sarelle Kakaolu Fındık Ezmesi ve Sarelle Fındık Ezmesi içeriğindeki %45'lik fındık oranı ile yoğun fındık tadını sevenlerin vazgeçilmez. Sarelle Bitter Fındık Ezmesi çikolatayı kaşık kaşık tüketmek isteyen bitter tutkunlarına hitap ederken,



Sarelle Duo çocuklara eğlence vad ediyor.

Pazarda Sarelle'yi en çok ayırtıran Sarelle Şeker İlavesez, hem formunu korumak isteyenlerin hem de diyabet hastalarının doktor kontrolünde kullanabilecekleri bir ürün. Şekersiz ürünün konumlandırılması "Şekersiz, hem de aynı lezzet!" sloganıyla yapılıyor; yani şekersiz ürünün lezzetinin orijinal ürün ile aynı olduğu vurgulanıyor.

Sarelle, tüm ürün ve çeşitlerinde kullanılan hammaddeler ile de pazardaki oyunculardan ayrışıyor. Ürünlerinde trans yağ, gıda boyası ve katkı maddesi bulunmayan Sarelle, kimyasal yollarla elde edilen doğala özdeş aroma yerine, vanilya bitkisinden elde edilen doğal vanilya ile üretiliyor. Sanset Gıda, tedarikçilerini özellikle kontrol ederek, yalnızca bu standartlara uyan firmalardan satın aldığı hammaddeler ile üretimini gerçekleştiriyor.

Sarelle kaliteli ve doğal içeriği ile çeşit çokluğunun yanı sıra, ürünlerinin sadece sağlıklı cam ambalajda olmasıyla da bilinçli tüketicilerin tercihi oluyor. Ayrıca kavanoz tasarımıyla da rafta ayrılmayı başarıyor. Sarelle ürünleri 50 gram, 350 gram ve 700 gramlık cam ambalajlar ile pazara sunuluyor. Sarelle, önümüzdeki dönemlerde yine inovatif içerikli ürünleri pazara sunarak sektörün öncüsü olma özelliğini korumayı hedefliyor.

## En Son Gelişmeler

Sarelle markası, "Türkiye'nin içeriği en doğal kakaolu fındık ezmesi" konumlandırılmasıyla pazara sunulduğu 2008 yılından bu yana, her yıl pazar üzerinde bir büyüme gerçekleştiriyor.

2013 yılında reklam kampanyasıyla annelere, "Siz ne yerseniz, çocuğunuz da onu yer" sloganıyla seslenen Sarelle; eğlenceli, dikkat çekici ve önemli mesajların verildiği bu iletişim kampanyasıyla tüketicileri doğal içeriğin önemi ile ilgili bilgilendirmeyi amaçladı.

2017 yılında ise Sarelle'nin kendine has fındık tadının da vurgulandığı bir iletişim kampanyasıyla ilerlendi. Kampanyada farklı tüketim şekli ve okazyonları ön planda yer aldı. "Öyle ya da böyle, Sarelle her türlü yenir" sloganının kullanıldığı

iletişim kampanyasında, klasik, bitter, şeker ilavesiz, sütlü kakaolu ve fındık ezmesi çeşitleriyle Sarelle'nin sadece kahvaltıda değil, her ortamda yenebileceğinin altı çizildi. Sarelle severlerin ister ofiste, ister kafede, ister denizin ortasında bir balıkçı teknesinde isterlerse de spor salonunda egzersizde, öyle ya da böyle her şekilde doğallığın keyfini sürebilecekleri tüketicilere aktarıldı. Ayrıca ürünün simit, pişi, Vafkibeir ekmeği gibi yerel lezzetlerin yanı sıra grisini, waffle veya meyvenin yanında da keyifle tüketilebileceği, hatta tercihe göre kaşık kaşık yenebileceği anlatıldı.

## Promosyon

Özellikle, 2013 yılında hayata geçirilen ve uzun soluklu olarak devam eden "Siz ne yerseniz çocuğunuz da onu yer" kampanyası ile doğallık konsepti sahiplenilerek karar verici annelere seslenildi. Bu kampanya döneminde "Erdo ve Bego" bebekleri yapılarak ürün ile birlikte satış noktalarında yerini aldı. Kampanya tüketiciler tarafından büyük bir beğeni ile karşılandı.

Önemli bir satış ve bilinirlik başarısına erişilen bu kampanyanın ardından 2017'de relansman kampanyası ile markanın kapsama alanı daha da genişletildi. "Sarelle İle İyi Gider" kampanyası ile pazarda yaygın olan tüketim alışkanlıklarının dışına çıkılması hedeflendi. Sabah saatlerinde kahvaltı sofrasında tüketilen ürün olmanın ötesine geçilerek, günün her saatinde, her yerde, istenilen her şekilde tüketilebilecek bir ürün olarak konumlandırıldı. Genel alışkanlığın ötesine geçen bu konumlandırma stratejisi, pazardaki diğer oyuncuları için de referans teşkil etmeye devam ediyor.

Sarelle, tüm mecraların etkin şekilde ve süreklilik gösterecek şekilde kullanıldığı bir medya stratejisini takip ediyor. Sosyal medyada FMCG kategorisinde en yüksek takipçisi olan markalar arasında üçüncü sırada yer alıyor.

## Marka Değerleri

Yapılan tüketici testlerine göre Sarelle, köklü, kaliteli, sıcak, samimi ve güvenle tüketilebilecek bir marka algısına sahip. Yerli sermaye ile üretim

yapması, Karadeniz fındıkları ile üretilmesi, kendine has fındık tadı ve yoğun lezzeti ile tüketici gözünde ayrı bir değere sahip.

Ürün gamında yer alan Sarelle Duo, Sarelle Şekersiz, Sarelle Kakaolu Fındık Ezmesi, Sarelle Bitter çeşitleriyle ayrıca, yenilikçi ürünler geliştiren bir marka imajı da çiziyor.

Ek olarak Sarelle kavanozları şık ve farklı algılanıyor; ürün bittikten sonra Sarelle kavanozları evlerde günlük yaşamın içinde yer alıyor.

Tüm bu özellikler markanın güçlü ve sağlam bir temele sahip olduğunu destekliyor. %100 marka bilinirliği olan Sarelle tüketicilerine katma değerli inovatif ürünler sunmaya devam ederek sahip olduğu marka gücünü korumayı sürdürüyor.

[www.sarelle.com.tr](http://www.sarelle.com.tr)

BUNLARI BİLİYOR MUYDUNUZ?

## Sarelle

- ▶ Sarelle'nin içeriğinde %100 doğal hammaddeler kullanılıyor.
- ▶ Sarelle'nin eşsiz lezzeti özel kavurma tekniği ile kavurulan fındıktan geliyor.
- ▶ Sarelle sürme çikolata kategorisinde "trans yağ" içermeyen iletişimini yapan ilk marka.
- ▶ Yılda yaklaşık 15 milyon kavanoz Sarelle tüketicilerle buluşuyor.
- ▶ Sarelle'nin etiketi zorlu uğraşlarla yıkamaya gerek kalmadan kolayca çıkartılabilir.
- ▶ Sürme çikolata sektöründe metal kapak sadece Sarelle tarafından kullanılıyor. Bu da özel tasarım kavanozun tüketiciler tarafından evlerde saklama kabı olarak tercih edilmesini sağlıyor.