



## Pazar

Paketli ve açık kuruyemiş olmak üzere iki farklı yapıyı barındıran Türkiye kuruyemiş pazarı; rekabete dâhil olan yeni markalar ve ürünlerle dinamizmini sürekli koruyor. Son yıllarda kayda değer bir büyüme performansı yakalayan pazar, özellikle sağlıklı beslenmeye olan ilginin artması ve sektörel rekabetin imve kazanmasıyla, ürün çeşitliliğinin zenginleşmesine ve pazanın büyümesine katkı sağlıyor.

Pazarda bugün itibarıyla ulusal markalar bir elin parmak sayısını geçmezken, 400'e yakın yerel firmadan söz ediliyor. Ambalajlı kuruyemiş pazarı, Nielsen verilerine göre, 2016 yılında yaklaşık 1.2 milyar TL'ye ulaştı.

46 yıllık uzmanlığı ve deneyimiyle daima lezzet, kalite ve tazelik ile birlikte anılan Tadım, Türkiye paketli kuruyemiş tüketiminin yarıdan fazlasını sağlayarak, pazar lideri konumunda bulunuyor. Tadım'ın sektördeki güçlü konumunda, uzmanlığı ve deneyimiyle birlikte pazardaki standartları belirleyen ve sektöre örnek teşkil eden yenilikçi kimliğinin de büyük payı bulunuyor. Ürün gamını, içerik ve ambalaj olarak sürekli yenileyen ve artıran Tadım, tüketicilerin talep ve beklentilerine en uygun yanıtı veriyor.

Yapılan araştırmalara göre Tadım, paketli kuruyemiş tüketicilerinin düzenli olarak tükettiği markalar arasında ilk sırada yer alıyor. Bugün 4 kategoride 41 çeşit ürünle, bazı kategorilerde %70'i aşan pazar paylarına ulaşan Tadım, tüketicilere eşsiz kalitede ve daima taze lezzetler sunuyor.

## Başarılar

Tadım, tüketici odaklılığı ve yenilikçi vizyonuyla yeni trendlere hızla adapte olarak, her zaman yepyeni ürünler ve alternatif lezzetler sunuyor. 1971 yılında kurulan ve ilk günden bu yana daima yeniliklerin öncülüğünü yapan Tadım, açık kuruyemiş paketli kuruyemişe geçiş sürecine de öncülük etti. Şeffaf paketle tüketicilerde hijyen bilinci oluşumuna çok güçlü katkılar sağlayan Tadım, 1999 yılında banyerli ve tam kapalı paketlere geçerek, sektörde bir ilke daha imza attı. Paketlerde sıcaklık, nem ve ışık bariyerini ilk kez Tadım kullandı.

2000 yılında makine parkını yenileyen Tadım, sektördeki ilklerden biri olan "oturan paket" üretimine başladı. Bu paketler, herhangi bir desteğe ihtiyaç duymadan rafta durabilmesinin yanında, gelişen zincir mağazacılık konseptinde de çık



görünüşüyle sektörün vazgeçilmezi oldu.

Makine parkı ve üretim tesisleri dünyanın en yüksek standartlarına sahip tesisler arasında yer alan Tadım, yeni teknolojileri ve gelişmeleri yakından takip ederek, sahip olduğu üretim teknolojisini 2012 yılında Gebze Organize Sanayi Bölgesi'nde açtığı yeni ve modern üretim tesisine taşıdı.

Tüm kuruyemiş sektörü için en büyük kilometre taşlarından biri olan Tadım Kuruyemiş Bar, 2007 yılında piyasaya yepyeni bir ürün olarak sunuldu. %60'ı kuruyemiş ve kuru meyveden oluşan Tadım Kuruyemiş Bar'ın lezzeti "Uluslararası Tat ve Kalite Enstitüsü" (ITQI) tarafından tescillenerek, 2009 yılında "Üstün Lezzet Ödülü"ne layık görüldü.

Yatınmları ve yenilikleriyle istikrarlı bir büyüme performansına sahip olan Tadım 2016 yılında, tüm hedeflerini başan ile tamamlamış, 2017 yılında da bu imveyi yukan taşıyarak tüm hedeflerine başan ile ulaşacağına inanıyor.

## Tarihçe

Tadım, Mehmet Tekinalp tarafından 1971 yılında İstanbul'da kuruldu. 1940'lı yıllardan beri Antep fıstığı ticaretiyle uğraşan Tekinalp Ailesi, Antep

fıstığının bugünkü konumuna ulaşmasında çok önemli bir rol oynadı. Mehmet Tekinalp'in "Fıstıklı Arap" lakabıyla anılan babası, İstanbul'a Antep fıstığını ilk tanıtan kişi olarak biliniyor. Aile, Antep fıstığına olan ilgiyi uluslararası ölçüğe taşıyarak, 1950'li yıllarda ABD'ye ilk kez Antep fıstığı ihracatını gerçekleştirdi. 1960'larda Tahtakale'de bir ofiste başlayan kuruyemiş ticareti, ay çekirdeği başta olmak üzere, diğer kuruyemiş ürünlerini de kapsayarak, hızla genişledi ve büyüdü. Kuruyemişin açık olarak satıldığı yıllarda, ürüne katma değer eklemek için inanan Mehmet Tekinalp, 1971 yılında Türkiye'nin ilk paketli kuruyemiş markası olan Tadım'ı kurarak paketli kuruyemiş sektörüne adım attı. Tekinalp, bu yenilik ile hem sağlığa uygun koşulları sağlanması, hem de bayatlamaya çok yatkın olan kuruyemişin ticari ömrünün uzatılmasını amaçladı ve çok başarılı oldu. Tadım'ın temel ilkesi olan "Kuruyemişi paketleyerek; en kaliteli ürünü, en taze haliyle ve en uygun fiyattan tüketicilere sunmak" hedefi o dönemde şekillendi.

Kuruyemiş ürününün ruhu olan bir markaya dönüştüğü bu dönemde, lezzeti çağnştıran "Tadım" ismi doğdu ve yıllarca devam edecek olan başan yolculuğu yeni bir kimliğe büründü. Tadım isminin tüketicilere etkili şekilde ulaşmasında ise grafik sanatının büyük ustası Mengü Ertel'in başanlı çalışması sonucunda oluşan Tadım logosunun payı büyüktür. Ustalıklı tasarlanan Tadım logosu, 46 yıldır çok küçük rötuşlar yapılarak kullanılmaya devam ediyor.

Kısacası Türkiye'de kuruyemişin pakete giriş hikâyesi, Tadım'la başladı. Tadım'ın bu öngörüsü ve yenilikçi anlayışı ile gelen başan, diğer sektörleri de olumlu yönde etkiledi.

Bugün, ikinci ve üçüncü kuşak temsilcilerin iş başında olduğu Tadım, 46 yıldır sektördeki öncü ve yenilikçi konumunu titizlikle koruyor. Mehmet Tekinalp'in iş anlayışı, hızla büyüyen ve köklenen Tadım marka ağacının sağlamlığına da garantisini oluşturuyor.

## Ürün

Paketli kuruyemiş sektöründe Türkiye'nin ilk ve lider markası olan Tadım, gıda kalitesi ve güvenliği temel alarak en kaliteli ürünü en taze haliyle, en uygun fiyattan tüketicilerine sunuyor. Tadım belirlediği üstün kalite standartları doğrultusunda hammadde alımında ve üretiminde kaliteden asla ödün vermiyor. Belirlenen kriterlere uygun bulunmayan ürünler ise tüketicilere ulaştırılmıyor.

Ürünlerinin sağlıklı ve taze olması için üretim tesislerinde modern laboratuvar cihazlarına yatırım yapan Tadım, üreticiden aldığı birinci kalite hammaddeyi son teknolojiye sahip makinelerden oluşan üretim hattında, EN ISO 22000: 2005 HACCP Gıda Güvenliği Sistemi'ne sahip sağlıklı bir ortamda el değmeden işliyor ve paketiyo-

Her yıl farklı içerik ve gramajlarda yeni ürünleri tüketicilere sunan Tadım'ın portföyünde bugün itibarıyla kuruyemiş kategorisinde 61, ay çekirdeği kategorisinde 10, işlenmemiş ve çiğ ürünler kategorisinde 16 ve kuruyemiş bar grubunda 3 çeşit olmak üzere toplam 90 ürün bulunuyor.

Tadım, son dönemde yükselen sağlıklı beslenme trendini en iyi şekilde karşılayan yeni ürün ve karışımları da tüketicilerine sunuyor. Bu kapsamda, çiğ fındık içi, çiğ badem içi, çiğ kaşık kuruyemiş, sultanıye kuru üzüm, kuru kayısı, kuru erik, güneşte kurutulmuş kayısı ve çiğ ceviz içi ürünlerini "Kendine İyi Bak" konsepti altında topladı. Sağlıklı yaşam ve spor alışkanlığının yaygınlaşmasıyla birlikte ürün portföyüne protein ve enerji yüklü karışımı "Tadım Sportif" i de ekleyen Tadım'ın Antep fıstıklı, fındıklı ve yer fıstıklı "Kuruyemiş Bar" serisi de doğallığı, doyurucu özelliği ve düşük kalorisi ile tüketicilerin beğenisini kazandı.

Tadım, sadece tüketici trendlerine göre değil ürün satıp, hizmet verdiği bölgelerdeki damak tadına göre de ürün gamını düzenliyor. Kosova'nın damak tadına uygun olarak üretilen baharatlı ay çekirdeği, buna en güzel örneklerinden birini oluşturuyor.

Tadım, ayrıca tüketicilerinin ürünleri en taze haliyle tüketebilmeleri için farklı ortam ve durumlara uygun, farklı paket boyları ile de portföyünü genişletiyor.

## En Son Gelişmeler

Ürünlerini son derece modern tesislerinde hazırlayarak, en taze ve en uygun fiyatla tüketicilere sunan Tadım; ay çekirdeği, kuruyemiş, kuru meyve ve kuruyemiş barları kategorilerindeki üretimini Gebze'de bulunan 25 bin metrekarelik kapalı alanda kurulu fabrikasında gerçekleştiriyor. Ayrıca, Kırkkale ve Gaziantep'te Hammadde Tedarik ve Paketli Üretime Hazırlık Tesisleri de bulunuyor.

Ürünlerini Türkiye dışındaki tüketicilere, yurt dışındaki fabrikasında üreterek sunmayı tercih eden Tadım, küreselleşme stratejisi ile birlikte Türkiye'den sonra ikinci üretim tesisini Almanya'nın Emsdetten kentinde açtı. 6 bin 500 metrekarelik kapalı alana sahip Tadım Almanya Üretim Tesis'i'nde, portföyündeki tüm ürünler üretiliyor. Tesis; Tadım ürünlerini, Almanya, Belçika, Hollanda başta olmak üzere tüm Avrupa ülkelerindeki ve Amerika'daki satış noktalarına ulaştırıyor.

Global vizyonu kapsamında çok önemli bir adım daha atan Tadım, Avrupa'nın en üst düzey basketbol organizasyonu Euroleague'in 2016 ve 2019 dönemi "Resmi Global Sponsoru" oldu. Euromonitor verilerine göre Batı Avrupa'nın en büyük kuruyemiş üreticilerinden biri olan Tadım, bu sponsorluk ile Türk kuruyemişinin dünyadaki tanınırlığının artmasına katkı sağlıyor.

## Promosyon

Vazgeçilmez önceliği, tüketici talep ve beklentilerine en iyi şekilde karşılık vermek olan Tadım, bu amaçla tüketicilerle sürekli olarak yakın temas içinde olmaya özen gösteriyor. İletişim kampanyaları, sponsorluk çalışmaları ve saha aktiviteleri organize eden Tadım, iletişim çalışmalarında hedef kitleye yönelik kurumsal çalışmaları ile fark yaratarak, özellikle televizyon, internet ve açık hava mecralarını etkin bir şekilde kullanıyor.

Tadım, iletişim çalışmalarında tüketicisiyle 46 yıldır kurduğu bağ ve onlarla birlikte oluşturduğu sosyal ağ ile ön plana çıkıyor. 1971'den itibaren Türkiye'nin en büyük sosyal ağını kuran Tadım, internetin günlük yaşama girmesiyle hayatımızı şekillendiren "sosyal ağ" kavramını, espri-

# KENDİNE İYİ BAK



kampanyalarla anlatıyor. Sosyal mecralardaki "beğen", "paylaş", "trending topic" gibi kavramları, internetin henüz olmadığı yıllardan beri zaten tüketicilerine sunan Tadım, lezzeti ve tazeliği ile her zaman "Türkiye'nin Tadı Tuzu" olmaya devam ediyor.

Tadım, yılın belli dönemlerindeki kampanyalarıyla da tüketicilerine özel olarak sesleniyor.

Paketli kuruyemiş sektörüne öncülük eden Tadım, tüm tüketiciler için gerek kuruyemişin faydalana dönük, gerekse paketli kuruyemişin sağladığı hijyen bilincinin geliştirilmesine dönük bilgilendirme kampanyalarını da sürdürüyor.

Tadım'ın Euroleague'in üç sezon boyunca "Resmi Global Sponsoru" olması da, tüketicilerle arasındaki bağları güçlendiriyor ve markanın tanınırlığını artırıyor.

Tüketicilerin yaşamını kolaylaştıran çözümler de sunan Tadım, özellikle yaz aylarında sahil kentlerinde ay çekirdeklerin çöplerinin yere atılmasını önlemek için tamamen geri dönüşümlü malzemeden üretilen kâğıt poşetler hazırladı. Özel poşetleri, ay çekirdeği alan müşterilerine dağıtmak üzere açık hava tüketiminin yoğun olduğu bölgelerdeki yaklaşık 7.000 satış noktasına iletti.

## Marka Değerleri

Türkiye'de kuruyemiş ile özdeşleşen Tadım'ın marka değerlerinin temelinde, kalitesini ve tazeliğini hiçbir zaman kaybetmemesi ve tüketicilere güven vermesi yatıyor. Toplumun sağlığını da önemseyen Tadım, sunduğu ürünlerle sağlıklı beslenme



konusunda çok önemli bir alternatif oluşturuyor. Örneğin, çocukların okulda ders aralarında sağlıklı atıştırmalıklar tüketmesine katkı sağlamak için 30 gram'lık ürün paketleri hazırlayan Tadım, sağlıklı beslenmeye özen gösterenler için de tüm kuru meyve ve çiğ kuruyemişlerini "Kendine İyi Bak" ortak çatısı altında topluyor.

Hammadde seçiminden üretime, tüm tedarik ve stok ağının oluşturulmasına kadar Tadım'ın geliştirdiği bütün süreçler, ürünlerini tüketicisine en taze şekilde sunmak üzerine kurgulanıyor. Tadım, iş yapış modeli gibi organizasyonunu da en taze ürünleri tüketicisine sunma perspektifiyle değerlendiriyor. Tazelik vaadinden en ufak bir taviz vermemek için ise sürekli yeni üretim ve dağıtım birimlerini bünyesine katıyor.

Ürün kalitesi korumak için oluşturduğu standartları ve inandığı ilkelerle bugünlere gelen Tadım'ın en büyük hedefi, yakaladığı bu güçlü marka imajını koruyarak geliştirilmek ve içinde bulunduğu pazar daha da ileriye taşımaktır.

Global pazarlarda markasını yüceltmek ve atıştırmalık sektöründe dünyanın en iyi şirketleri arasında yer almak vizyonu ile hareket eden Tadım, teknoloji ve bilişim alanlarına odaklanarak verimliliğini artırmayı hedefliyor.

## www.tadim.com.tr

### BUNLARI BİLİYOR MUYDUNUZ?

## Tadım

- ▶ Türkiye'nin ilk paketli kuruyemiş markası olan Tadım, bugün 100 bini aşkın satış noktasında ürünlerini tüketicilerle buluşturuyor.
- ▶ Ürünlerini sürekli geliştirmeye ve korumaya ağırlık veren Tadım, 2004 yılında kuru meyvelere de ilk kez paketli olarak tüketicilere sundu.
- ▶ 2007 yılında Türkiye ve dünya için bir ilke atarak, içerisinde %60 oranında kuruyemiş ve kuru meyve bulunan "Tadım Kuruyemiş Bar"ı tüketicilerin beğenisine sundu.
- ▶ 2009 yılında lezzeti "Uluslararası Tat ve Kalite Enstitüsü" (ITQI) tarafından da tescillenen Tadım Kuruyemiş Bar, "Üstün Lezzet Ödülü"ne layık görüldü.
- ▶ Türkiye'den sonra ikinci üretim tesisini Almanya'nın Emsdetten kentinde açan Tadım, ürünlerini tüm Avrupa ülkelerindeki ve Amerika'daki satış noktalarına ulaştırıyor.