



2019 Sürdürülebilirlik Raporu

TADIM hedeflerini, sürdürülebilir sağlam finansal yapısı, güçlü işletme sermayesi yönetimi ve müşteri odaklı iş yaklaşımı ile destekleyerek global oyuncuya dönüşmeye odaklıdır

Vizyonumuz

Türkiye'nin en taze, en lezzetli, en sağlıklı kuruyemiş, kuru meyvelerini ve ortak tadımız olan ay çekirdeğini yurtdışına taşıyarak tüm dünyanın tadı tuzu olmak.

Misyonumuz

En iyi ürünleri toprağında bulur, en sağlıklı koşullarda, en ileri teknolojiyle işleyerek en taze şekilde tüketicilerimizle buluştururuz. Türkiye'nin Tadım'ı olarak sektörün önünü açar, liderlik eder, pazarı büyütür, global vizyonumuzla geleceğe ilerleriz.

Stratejimiz

Türkiye'de iyi atıştırmalıkta lider marka konumunu korumak ve güçlendirmek, global pazarlarda marka bilinirliğini ve gücünü arttırmak.

Hedeflerimiz

- Paylaşılan keyifli anların sağlıklı eşlikçisi olmak
- Kalite ve tazeliğin simgesi olmak
- Markamızı yeni tüketicilerle buluşturmak
- Kuruyemiş kültür ve tüketiminin gelişimini sağlamak.

Ülkemizde yıllardır tazelikten ödün vermeden lideri olduğumuz sektörde, dünya markası olmayı hedefliyoruz

Değerli Paydaşlarımız,

Türkiye kuruyemiş pazarı, 2010'lu yılların başından bu yana gösterdiği büyümeye 2019 yılında da devam etti. Yaklaşık 5.8 milyar TL'yi bulunan yurtiçi kuruyemiş sektöründe, 2019 yılı itibarıyla 3,5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirildi. Özellikle Avrupa ülkelerinin Türk kuruyemişi için ciddi bir Pazar olmaya devam ettiğini gördük. Biz de Tadım olarak, lideri olduğumuz ambalajlı kuruyemiş sektöründe büyümeye ve öncü konumumuzu sürdürmeye devam ettik. Vizyonumuz pek çok farklı markaya da örnek oldu. İnaniyorum ki; önümüzdeki dönemde de kuruyemiş sektörü hem iç pazarda hem de ihracat anlamında istikrarlı büyümesini sürdürmeye devam edecektir. Sektörünün lideri Tadım da bu büyümenin önemli lokomotiflerinden biri olacaktır.

Sağlıklı beslenmeye ve yaşamaya olan ilgi artışı ve sektörümüzde rekabetin artması ile her iki yılda da ürün gamımızı zenginleştirmeye devam ettik. 2019'da 7 yeni ürünü pazara sunduk. Sektör yüzde 10,9 büyüyerek 1,8 milyar TL'ye ulaştı. Biz de payımızı artırarak bu pazarın 57%'lik kısmına ulaşmış olmanın mutluluğunu yaşadık. Bunların yanı sıra 16 ülkeye 20 Milyon Euro'ya yakın Tadım ürünü satma başarısı gösterdik. Hedefimiz; global anlamda büyümeyi sürdürmek ve dünyanın hemen hemen her noktasına kuruyemiş ihracatı yapmak.

Bu artışta -2010'lar boyunca olduğu gibi- özellikle tüketici beklentilerindeki farklılaşmanın ve iyi yaşam trendinin yaygınlaşmasının payı son derece büyük. Tüketicilerin bu eğilimi kuruyemiş ve kuru meyve pazarını büyütürken, sektör de bu eğilime hem kalite hem de ürün çeşitliliği anlamında en doğru şekilde karşılık vermek için elinden geleni yapıyor. Biz de sektörün kurucusu ve lideri olarak, yarım asra yaklaşan deneyimimiz ve köklerimizde var olan yenilikçi bakış açımızla, piyasanın nabzını en iyi şekilde tuttuğumuza ve müşterilerin beklentisine en uygun ürünleri sunduğumuza inanıyoruz.

Bu noktada, ön plana çıkan ve yaklaşık yarım asırlık tarihimizde asla taviz vermediğimiz özelliğimiz ise elbette tazelik. Yerli üretime verdiğimiz önem ve en üst seviyedeki kalite anlayışımız yanı sıra tazelik konusundaki hassasiyetimiz; marka olarak gerek iç pazarda, gerekse de dış pazarda tercih edilmemize sebep oldu. Öte yandan; tazelik ve kalite gibi markamızla özdeşleşen kavramların yanı sıra hijyen konusunda da oldukça titiz davranıyoruz. Tüm ürünlerimiz en sağlıklı koşullarda güvenle üretilip, el değmeden paketlenirken; lojistik aşamalarımızda da aynı özeni hassasiyetle devam ettiriyoruz.

Elde ettiğimiz rakamlara ve sektördeki konumumuza baktığımızda 2019 yılını hedeflerimiz doğrultusunda tamamladığımızı gururla söyleyebiliriz. Her anlamda zorlu bir yıl olacağı belli olan 2020'yi de hedeflerimiz doğrultusunda büyüyerek tamamlayacağımızdan en ufak bir şüphem yok.

Biliyorsunuz dijitalleşme artık her sektörde olmazsa olmaz değişimleri beraberinde getirdi. Biz de Tadım olarak iş süreçlerimizde dijitalleşmeyi adım adım uygulamaya başladık. Üretim ve dağıtım süreçlerimizde dijitalleştik. Bu alandaki yatırımlarımız artarak devam edecek.

Sürdürülebilir büyümemiz beraberinde istihdama olan katkımız da yıllar içinde artıyor. İnaniyorum ki sektörde ciddi istihdam yaratan markalardan biri olarak; global hedeflerimize ulaştıkça büyümeye ve çalışan ailemizi genişletmeye devam edeceğiz.

Yerli tarımın önemli destekçisi bir firma olarak sizlere doğru ve sürdürülebilir tarım uygulamaları anlamında gerçekleştirdiğimiz Önder çiftçi Programı'ndan da bahsetmek istiyorum. Tüketicilerimize en kaliteli ürünü sunmak nasıl sorumluluğumuzsa; üreticiye karşı en büyük sorumluluğumuz da onları desteklemek ve pazarda doğru ürünle doğru konumlanmalarına katkı sunmaktır. Bu bakış açısından hareketle, uzun vadeli ve güvenilir bir iş modeli ile 'sürdürülebilir doğru ve yerli' tarıma destek olacağız. Başta yerli beyaz ayçekirdeği tarımının geleceğini garanti altına alacak bu çalışma modelinde, üreticilerimizi, mazot, işçilik, gübre gibi konularda da destekleyeceğiz. Ayrıca çiftçilerimize, dijital tarım uygulamaları yoluyla teknik destek sağlayacağız. Her bölgenin ihtiyacına göre; tohum, taban gübresi, üst gübre, sulama, mazot ve işçilik gibi konular da program destekleri kapsamında olacak.

Elbette bugünlere gelmek kolay olmadı. Çok çalıştık, her yıl kendimizi geliştirmek için devamlı daha yaratıcı hamleler yapmayı hedefledik. Bugün itibarıyla geldiğimiz lider ve öncü konumda en önemli gücümüz çalışanlarımız, tedarikçilerimiz ve bayilerimizden oluşan geçmişi zengin büyük ailemiz oldu. Yönetim Kurulumuz ve şahsım adına bugünlere gelmemizi sağlayan değerli iş arkadaşlarıma, bizi başarıya taşıyan katkıları için iş ortaklarımıza, bayi ve tedarikçilerimize, bize güvenini eksik etmeyen tüketicilerimize en içten teşekkürlerimi sunar, Tadım ailesi olarak desteğinizi yanımızda hissetmenin bize güç verdiğini bilmenizi isteriz.

Saygılarımla,

İsmet Tekinalp
Yönetim Kurulu Başkanı

Özetle TADIM

TADIM'ın Sürdürülebilir Büyüme Yolculuğu 1971 Yılında Başlamıştır

Türkiye'nin lider paketli kuruyemiş markası Tadım, Mehmet Tekinalp tarafından 1971 yılında İstanbul'da kuruldu.

1940'lı yıllardan itibaren Antep fıstığı ticareti ile uğraşan Gaziantep'li Tekinalp Ailesi, bugün üçüncü kuşak temsilcileri ile birlikte Antep fıstığı tanıtımına büyük katkıda bulunmayı sürdürüyor. Mehmet Bey'in "Fıstıkçı Arap" lakabıyla anılan babası, Antep fıstığını İstanbullulara tanıtan ilk kişilerden biri olarak bilinir ve 1950'li yıllarda Antep fıstığı ihracatını genişleterek Amerika pazarına açılmıştır.

Mehmet Tekinalp, Antep fıstığının yanı sıra diğer kuruyemişleri de paketleyerek satmaya karar vererek 1971 yılında Tadım'ı kurdu ve paketli kuruyemiş sektörüne adım attı.

Tadım'ın marka özü de o dönemde net bir şekilde oluştu: **"Kuruyemişi paketleyerek en kaliteli ürünü en taze haliyle ve en uygun fiyattan tüketiciye sunmak."**

Hem insan sağlığı için gerekli hijyen koşullarının sağlanmasını hem de bayatlamaya çok yatkın olan kuruyemiş ürünlerinin tazeliğini koruyarak tüketiciye de aynı anda fayda sunulabilmesini amaçlayan Mehmet Tekinalp, bu bakış açısı ile Tadım markasını çok sağlam kökler üzerine oluşturdu.

Marka adı olarak lezzeti anlatan "Tadım" ismine karar verilirken, bu ismin tüketiciye en etkili şekilde ulaşması için marka logosu büyük grafik ustası Mengü Ertel tarafından tasarlandı.

Bugün Gebze'de ve Almanya'da kuruyemiş, kuru meyve ve Tadım Kuruyemiş Bar üretim tesisleri bulunan Tadım; 49 yıldır sektördeki öncü ve lider pozisyonunu koruyarak, üreticiden aldığı birinci kalite hammaddeyi son teknolojiye sahip makinelerden oluşan üretim hattında el değmeden işliyor, paketliyor ve en taze haliyle tüketicilerine ulaştırıyor.

Üretim Hikayemiz...

1971'den beri hiç ara vermeden, işimizi tutkuyla yapmaya devam ediyoruz

Tadım, tüm ürünlerini, dalından son tüketiciye kadar bütün tazeliği ve doğallığıyla ulaştıran bir üretim prensibine, altyapısına ve hizmet kalitesine sahiptir.

Bu sebeple ürün alımlarının yapıldığı çiftçiler dahi, ürün standart ve kalitesi olarak en iyisini sunanlar arasından ayrıntılı bir eleme ve değerlendirme sürecinin ardından seçilir. Çiftçilerin, yılın dört mevsimi dikkat, özen ve emekle yetiştirdiği yemişler, Tadım kalite standartlarına göre çok kapsamlı test ve analizlerden geçirilir. Son ürün olarak tüketiciyle buluşmasına karar verilen ürünler paketlenmek üzere Tadım üretim tesislerine gönderilir.

Tadım ürünlerinin, tüketicilerimizin evine ulaşmadan önceki durağı işte bu tesislerdir:

Türkiye Üretim Tesisi

Gebze'deki 44.000 m²'lik kapalı alanda konumlanan tesiste, diğer üretim tesislerinden gelen ürünlerle beraber, portföyümüzdeki tüm ürünler toplanır. Burada, ürününe göre salamura, soslama, soyma, seçme, kavurma, kızartma, paketlenme, kutulama, paletleme süreçleri gerçekleştirilir. Modifiye atmosferde paketlenme ile ürünün oksijenle teması kesilerek ayçekirdeklerinin, kuruyemiş ve kuru meyvelerinin ilk günlük tazeliğini koruması sağlanır.

Almanya Üretim Tesisi

Emsdetten'deki 12.300 m²'lik kapalı alanda konumlanan tesisimizde, portföyümüzdeki tüm ürünler toplanır. Burada, ürününe göre salamura, kavurma ve paketlenme süreçleri gerçekleştirilir. Paketlenme ile ürünün oksijenle teması kesilerek kuruyemişlerin ilk günlük tazeliğini koruması sağlanır. Burada üretilen ürünler tüm Avrupa ve Amerika'daki satış noktalarına ulaştırılır.

Kırıkkale Hammadde Tedarik ve Paketli Üretime Hazırlık Tesisi

20.000 m² açık ve 3.000 m² kapalı alana sahiptir. Bu tesisteki çelik silolarda ay çekirdeği, kabak çekirdeği ara üretimi ve stoklama yapılır. Ürünler eleme ve kalibrasyon işlemlerinden geçerek, diğer üretim süreçleri için Gebze'deki tesise gönderilir.

Gaziantep Hammadde Tedarik ve Paketli Üretime Hazırlık Tesisi

3.650 m² açık ve 3.600 m² kapalı alana sahiptir. Gaziantep'te bulunan bu tesiste, Antep fıstığı ara üretimi ve stoklaması yapılır. Kırmızı kabuklu Antep fıstığı, temizlenip kabuğundan ayrılır ve kavrulma işlemi yapıldıktan sonra paketlenmek üzere tüm tazeliği ve lezzeti korunarak Gebze'deki üretim tesisine gönderilir.

Şirketin büyüme hedefleri doğrultusunda mevcut üretim kapasitesinin yetersiz olması, işgücü ve lojistik olarak pazara daha yakın olan Ankara'da yeni tedarik ve paketli üretime hazırlık tesisinin inşaat çalışmaları deva etmeke olup 2021 yılının 1. Çeyreğinde faaliyete geçmesi öngörülmektedir.

Üretim tesislerimizde en taze ve en doğal hali ile paketlenen ürünlerimiz, sevdiklerinizle paylaşmanız ve afiyetle tüketmeniz için satış noktalarına ulaştırılır. Tadım ailesi olarak; her bir paketimizdeki benzersiz lezzeti, standartlarımızdan asla taviz vermeden sizlere ulaştırmanın gururunu yaşıyoruz.

2019 - Başlıca Göstergeler

TADIM, 2019 yılında paydaşları için değer üretmeyi sürdürmüştür. Şirketin orta ve uzun vadeli hedefi, risk ve fırsatları doğru yöneterek, sürdürülebilirliğin tüm cephelerinde performansını ivmelemek ve örnek kimliğini daha da geliştirmektir

Çevresel Göstergeler

75.121GJ	Enerji tüketimi
NA	Enerji verimliliği projeleriyle sağlanan sera gazı emisyonu azaltımı
580 saat	Çevre eğitimi
%67	Ambalaj atığı geri kazanım oranı

Sosyal Göstergeler

2270 saat	Toplam İSG eğitimi
%32	İşgücünde kadın oranı
22	Toplam İş Kazası Sayısı

TADIM’da Kurumsal Yönetim

KURUMSAL YÖNETİM YAPILANMASI

TADIM faaliyetlerini; etik değerlere, dürüstlüğe, adillığe ve profesyonellik standartlarına en yüksek seviyede ve her zaman bağlı kalarak yürütmektedir

TADIM’a göre sürdürülebilir kurumsal başarı, paydaşlar arası güvene dayalı iş birliğinin somut bir sonucudur.

Kurumsal yönetim, rekabet gücü kazanımının temel unsuru olan takım çalışmasını somutlaştırarak, paydaşlar arasındaki aktif iş birliğini teşvik etmektedir. Bir diğer ifadeyle kurumsal yönetim, şirketlerin planlanan hedeflerine yönelik gelişimine somut ve ölçülebilen katkılarda bulunmaktadır.

Şirket’in değişmez hedefi bu ilkelere tam uyumu sürdürmek ve ilgili uygulamaları sürekli geliştirmektir.

Uzun vadede değer üretme taahhüdünün temel bir bileşeni

TADIM Yönetim Kurulu ve üst yönetim ekibi, kurumsal yönetim konusunda Şirket’e liderlik ve kılavuzluk etmektedir.

TADIM Yönetim Kurulu, toplam 3 üyeden oluşmuştur.. Yönetim Kurulu’nda 1 kadın üye bulunmaktadır.

TADIM, paydaşlarına olan uzun vadeli değer üretme taahhüdü kapsamında, kurumsal yönetim politikalarını, ilke ve uygulamalarını geliştirmiş ve hayata geçirmiştir.

TADIM’da Yönetim Kurulu’nun sevk ve idaresinde yürütülmekte olan kurumsal yönetim çalışmaları, ana hatlarıyla; risk, uyum ve etik kültürlerinin geliştirilmesini, strateji ve hedef setlerinin oluşturularak onaylanmasını ve icrasının sağlanmasını, işi etkileyebilecek risklerin tanımlanmasını, bertaraf edilmesini ve sistematik olarak gözetilmesini öngörmektedir.

Değişken ve dalgalı ekonomik koşullarda kurumsal başarının anahtarlarından birisi de kurumsal yönetimdir. Değişen yasal çerçeve ve sürekli gelişen küresel ve ulusal piyasa koşulları doğrultusunda TADIM Yönetim Kurulu, yönetim uygulamalarını düzenli olarak gözden geçirip güncellemekte; şeffaflığa odaklanarak tüm çıkarlarını en iyi şekilde korumakta, gözetmekte ve temsil etmektedir.

TADIM Yönetim Kurulu'nun görev ve sorumluluklarını sağlıklı bir biçimde yerine getirmesi için Denetimden Sorumlu İç Denetim Komitesi ve Kurumsal Risk Yönetim Komitesi oluşturulmuştur.

Doğal riskler, tedarik zinciri problemleri gibi iş ve üretim kesintilerine neden olabilecek risklerden kaynaklanabilecek kayıpları önlemek ve azaltmak için iş sürekliliği ve kriz yönetimi çalışmaları yapılmakta ve süreç etkin bir sigorta yönetimi ile desteklenmektedir.

2019 Kurumsal Yönetim Performansından Satır Başları

Yönetim Kurulu üye sayısı	3
Yönetim Kurulu Başkanı ve Genel Müdür	Farklı kişilerdir.
Yönetim Kurulu toplantı sayısı	12/yılda
Tam katılım sağlanan Yönetim Kurulu toplantı sayısı	12/yılda
Yönetim Kurulu'na bağlı komite sayısı	10

YASALARA UYUM VE ETİK KURALLAR

TADIM, yasa ve etik kurallara tam uyum sağlamaya büyük önem vermektedir

TADIM, iş ve sosyal yaşamda hukuk kurallarına ve etik değerlere bağlı kalmayı, güvene dayalı çalışmayı, kaliteli, doğru ve güvenilir sonuçlar üretmeyi, yerleşik inanç, kural ve düşüncelere uygun hareket etmeyi, doğaya ve çevreye saygılı olmayı kurum kültürünün vazgeçilmez öğeleri olarak kabul etmiştir.

Disiplin Talimatı yasalar, genel ahlaki ve etik kurallar ile yönetmeliklerine aykırı davranışların çalışanlar ve diğer paydaşlar tarafından TADIM içinde yetkili mercilere bildirilmesinin sağlanmasını ve bu bildirimlerin incelenmesi için gerekli fonksiyonların ve kuralların tanımlanmasını düzenlemektedir.

Aylık yapılan Çevre ve İş Güvenliği Kurul toplantılarıyla iş güvenliği ve çevre ile ilgili yasal mevzuatların takibi sağlanır. İç tetkik ve yılda bir defa gerçekleştirilen yönetimin gözden geçirme toplantılarıyla üretilen ürünlerle ilgili ve genel olarak uyulması gereken bütün mevzuata uygunluk değerlendirilmesi yapılır.

Yönetmeliğe uygun olarak TADIM kapsamında, Genel Müdür'ün başkanlığını yaptığı Disiplin Kurulu faaliyet göstermektedir. Kurul, gerekli görülen durumlarda değerlendirme toplantıları yapmaktadır.

Bununla birlikte; çalışanlar ve diğer paydaşlar, Etik Hat aracılığıyla, gizlilik ilkesi çerçevesinde belirlenen iletişim kanalları üzerinden etik konularla ilgili durumları şirkete iletmektedirler. Etik Hat'a iletilen konular, bağımsız bir şirket tarafından doğrudan Genel Müdür'e raporlanmaktadır. Aksiyon alınması gereken durumlarda Genel Müdür çağrıda bulunarak ilgilileri bir araya getirir ve Disiplin Talimatı'nda belirtilen şekilde konular ele alınır.

Raporlama döneminde (2019), Şirket etik kuralları ve insan haklarının ihlali ya da yolsuzluk vakaları konusunda ilgili kanallar aracılığıyla yapılmış herhangi bir başvuru yoktur. Aynı dönem itibarıyla, TADIM aleyhine bu konularda açılmış veya devam eden bir dava da bulunmamaktadır.

TADIM, Etik ve İtibar Derneği (TEİD) üyesidir.

TADIM'ın Sürdürülebilirlik Yaklaşımı

Sürdürülebilirlik ekseninde değerlendirildiğinde, TADIM; Türkiye ekonomisine, paydaşlarına ve üyesi olduğu topluma değer üreterek katkıda bulunan, kısa, orta ve uzun vadeli stratejilerini belirlemiş, sorumluluk sahibi kurumsal bir vatandaşır

İklim değişikliği ve sera gazı seviyesindeki artış: İnsanlığın geleceğini tehdit eden kritik gelişmeler

Ekonomik büyüme ve kalkınmayı, sosyal ve çevresel olguların varlığında ele alan sürdürülebilirlik, son dönemde ekonomik aktörlerin gündeminde üst sıralara yükselmiştir. Dünyada yaşayan sekiz milyardan fazla insan, ekolojik ve sosyal çevrelerinde değişimin hızlandığını gözlemlemektedir. Bu kapsamda, farklı paydaş gruplarının katılımıyla şekillenen küresel kamuoyu, doğru ve kolektif aksiyonların hızla alınmasını beklemektedir.

Dünyanın ve insanlığın geleceği ve özellikle iklim değişikliği konularında somut adımlar atan ve ölçülebilir sonuçlar üreten şirketler, küresel piyasada pozitif olarak ayrışmakta ve faaliyet gösterdikleri toplumun güçlü desteğini almaktadırlar.

Diğer taraftan, yenilenebilir enerji kaynaklarının artan oranda kullanımı, her türden kaynaktan verimliliğin geliştirilmesi, doğaya karşı sorumlu davranılması, sürdürülebilirlik açısından önem taşıyan kamusal ve kurumsal aksiyon alanları olarak öne çıkmaktadır.

Bunlara ek olarak, topluma değer sunma amacıyla tüm maddi kaynakların doğru ve etkin yönetimini öngören ekonomik sürdürülebilirlik ile toplumun birer üyesi olan şirketlerin daha sağlıklı bir sosyal yapının oluşması amacıyla çeşitli görevler üstlendiği sosyal sürdürülebilirlik de günümüzde önemini artırmaktadır.

Sürdürülebilir gelişme ve kalkınma, TADIM'ın stratejisinin temel bir ögesidir

TADIM; sürdürülebilirliği, kısa, orta ve uzun vadede finansal performansın olduğu kadar paydaş kitlesine değer sunmanın da başlıca kaldıraçlarından biri olarak kabul etmektedir.

1971'ten bu yana Türkiye ekonomisine ve paydaş kitlesine katma değer sunan TADIM sürdürülebilirliği, faaliyet döngüsü kapsamında ekonomik, çevresel ve sosyal eksenlerde içselleştirmiş olup, tasarladığı proje ve inisiyatifi paydaşları ile yakın iş birliği içinde hayata geçirmektedir

TADIM, çevreye ve topluma saygılı ve duyarlı bir şirkettir

TADIM'ın değişmez sürdürülebilirlik hedefi, tüm kaynakların doğru ve verimli kullanımını sağlamak, üretim-ticaret-hizmet döngüsündeki çevresel etkiyi azaltmaktır.

Sürdürülebilirlik Çerçevesi

Ekonomik performans

Sürdürülebilir operasyonel başarıımız ile tutarlı finansal sonuçlar üretmeye ve faaliyetlerimizi yürüttüğümüz Türkiye ekonomisine ve toplumsal refaha katkımızı artırmaya odaklıyız. Riski doğru ve dengeli yönetmek adına, iç ve dış ve pazar operasyonlarımızı geliştiriyoruz. Diğer taraftan etkin maliyet yönetimi ve verimlilik çalışmalarımızla sürdürülebilir kârlılık hedefimize katkıda bulunuyoruz. Güçlü ekonomik performans için bilanço sağlığını korumayı, geliştirmeyi ve varlığımızı güçlendirmeyi hedeflerimiz olarak kabul ediyoruz.

Üretim ve hizmet

Yürüttüğümüz üretim çalışmalarımızda kalite, tazelik ve hijyen ilkemizden taviz vermeden tüketicilere en iyi ürünler sunmak ve riskleri doğru yönetmek adına tedarikçilerimiz ve iş ortaklarımız ile yakın iş birliği içinde çalışıyoruz. Üretim döngümüz ve hizmet süreçlerimizde, sürdürülebilirlik performansımızı titizlikle değerlendiriyor ve sürekli gelişimi besleyen fırsatları tanımlayarak geleceğe ilerliyoruz. Nihai hedefimiz; geliştirdiğimiz, ürettiğimiz ve tüketicilere sunduğumuz ürünlerle insan hayatına değer katmak.

İnsan kaynağı

Çeşitliliğe ve farklılığa inanıyoruz. Benimsemiş olduğumuz politika ve uygulamalara uygun olarak çalışanlarımızın her birine “önce insan” olarak yaklaşıyoruz. Kurumsal değerlerimiz ve kültürümüz ışığında dil, din, ırk ve cinsiyet farkı gözetmeksizin çalışanlarımıza insana yaraşır iş koşulları sunuyoruz. Performans, gelişim ve geribildirim programlarımız, tüm çalışanlarımızın kişisel ve mesleki hedeflerine ulaşmalarına katkı sağlamaktadır.

İş sağlığı ve güvenliği

Uygulamakta olduğumuz iş sağlığı ve güvenliği yönetim sistemimiz, mevzuat yükümlülüklerini yerine getirmemizin ötesinde, güvenli bir iş ortamının devamlılığı ile çalışanlarımızın sağlık ve güvenlik farkındalığını geliştirmemizde büyük rol oynamaktadır. İş kazaları ile yaralanma ve meslek hastalıklarını önlemeye yönelik yürüttüğümüz iyileştirme projelerimiz, kaza sıklık oranımızı sıfıra yaklaştırma hedefimize hizmet etmektedir.

Çevre

Bilinçli birer çevre neferi olarak davranmaya odaklıyız. Bu bağlamda, gerek üretim süreçlerimizin çevreye olumsuz etkilerini en aza düşürmeye, gerekse üretim, ticaret ve hizmet döngümüz kapsamında ortaya çıkan emisyonları ve atıkları azaltmaya yönelik projeler yürütüyoruz. Küresel su kaynaklarının sürdürülebilirliği hedefi kapsamında ise, tüm üretim ve kullanım proseslerimizde su tüketiminin azaltılmasına yönelik çalışmalarda bulunuyoruz.

Örneğin Türkiye Üretim Tesislerinde salamura prosesi en az su harcayacak şekilde, en yüksek tuzluluk oranıyla gerçekleştirilmektedir. Tüm tesislerimizde elektrik ve su tüketiminin azaltılmasına ve kontrolüne yönelik altyapı bulunmaktadır. Su kullanımını sınırlandıran zaman ayarlı / fotoselli bataryalar kullanılmaktadır. Elektrik kullanımını azaltmak için sensörlü armatürler tercih edilmiştir. Elektrik ve suyun israf edilmemesi firma politikamızdır ve bu bilinç çalışanlarımız arasında yaygınlaştırılmıştır.

Gebze Fabrikamızda yaklaşık 1 MIO \$'lık yatırımla devam etmekte olan çatı üstü güneş enerji sistemi yatırımlarımız tamamlandığında yıllık enerji tüketimimizin %34'ünü kendimiz karşılamış olacağız. Bu uygulamanın Ankara tesisi ve Almanya tesisinde de gerçekleştirilmesi öngörülmektedir.

İnşaatı devam eden Ankara Üretim Tesisleri projesinde kullanım ve bahçe sulama amacıyla ihtiyaç duyulan suyun binaların temel drenajlarından sağlanan suyun arıtılması yoluyla sağlanması planlanmaktadır. Yine benzer şekilde Türkiye üretim tesisimizde bahçe sulama temel drenajlarında toplanan sularla gerçekleştirilir, şebekeden su kullanılmaz.

Toplum

Sistematik ve planlı bir yaklaşımla yürüttüğümüz sosyal sorumluluk faaliyetlerinin odağında gönüllülük yer almaktadır. Bu kapsamdaki çalışmalarımız gönüllü çalışanın katkılarıyla gerçekleştirilmekte; özellikle eğitim, çevre ve engellilik konularına odaklanılmaktadır.

TADIM'ın Paydaşları

TADIM, üretim ve ticaret döngüsü kapsamında paydaş gruplarıyla sürekli iletişim ve etkileşim içindedir

TADIM, paydaşları ile sürdürülebilir bir diyalog içinde olmaya büyük önem vermektedir. Şirket, paydaş iletişimi sürecinden elde ettiği geri bildirimleri, stratejik önceliklerin belirlenmesi, politikaların oluşturulması, iş modelinin tasarlanması, sosyal sorumluluk projelerinin geliştirilmesi gibi pek çok alanda girdi olarak değerlendirmektedir

TADIM'ın Paydaşları ve İletişim Kurduğu Platformlar

Çalışanlar Günlük iş döngüsü, departman toplantıları, yönetici toplantıları, intranet, Teams, Skype, çalışanlarla paylaşım toplantısı
Müşteriler Yurt içi ve yurt dışı müşteri ziyaretleri, pazarlama iletişimi toplantı ve çalışmaları, sektörel buluşmalar, seminer ve konferanslar, internet sitesi ve sosyal medya kanalları, TADIM Çağrı Merkezi, memnuniyet anketleri, periyodik raporlamalar ve değerlendirmeler
Tedarikçiler İkili toplantılar, memnuniyet anketleri, periyodik raporlamalar ve değerlendirmeler
Bayiler, iş ortakları İkili ve çoklu/bölgesel toplantılar, memnuniyet anketleri, yurt içi ve yurt dışı bayi toplantıları, etkileşim çalışmaları, periyodik raporlamalar ve değerlendirmeler
Kamu kurumları ve toplum Kanun ve mevzuatlarda öngörülen raporlama yükümlülükleri, diğer bilgi akışları, ikili toplantılar, topluma katkı projeleri, yerleşkenin yer aldığı halk ile etkileşim
Üniversiteler Proje ve mesleki eğitim çalışmaları
Sektörel birlik ve örgütler Periyodik toplantılar, dönemsel bilgilendirme faaliyetleri, strateji geliştirme ve lobi çalışmalarına katkı, diğer toplantılar
Medya Basın toplantıları ve buluşmaları, basın bülteni iletişimleri, kurumsal iletişim faaliyetleri

TADIM 2019'ın zorlu piyasa koşullarında, sağlam finansal yapısı, kurumsal öngörü yetkinliği, çeşitlendirilmiş ürün ve pazar portföyü, pazarlama yetkinlikleri ve paydaşlarının desteği ile büyüme stratejisinden ödün vermeden faaliyetlerine devam etmiştir

2019 YILI FİNANSAL PERFORMANSINDAN SATIRBAŞLARI

2019 yılında %19 Yurtiçi Büyüme, yurt dışındaki payı giderek artmakta ve %41 Yurt dışı büyüme ile satışlarımızın yurt dışı payı %13'ten %16'ya çıkmıştır.

55 Ülke'de marka başvuru bulunmakta ve 45 ülkede marka tescilimiz sağlanmıştır.

Sadece 2019 yılında 10 yeni ülkede satışa başlamıştır.

TADIM olduğu uluslararası piyasa varlığını, yüksek müşteri memnuniyeti ve kalite odaklarında ileriye taşımaya kararlıdır

Almanya'daki tesislerinde 2015 yılından bu yana kuruyemiş ve kuru meyve üretimi yapan Tadım, 2020 yılında yaklaşık 14 milyon Euro'luk yeni fabrika yatırımı ile kapasitesini iki katına çıkarmaya hazır.

“Yeni paketlerini Anuga’da tanıttı”

2019 yılı Ekim ayında, Avrupa'nın en büyük gıda fuarı olan Anuga'da yeni paketlerinin tanıtımını gerçekleştiren TADIM, 2016 yılından bu yana üç yıldır devam eden Euroleague sponsorluğunu 2023 yılına kadar uzattı. Hem Türkiye hem de Avrupa pazarındaki iddialarına paralel, basketi ve basketbol severleri destekleyecek projelere imza atmaya devam edecek

Tüm dünyaya Türk fıındığının besleyiciliğini, sağlığa olan faydasını ve lezzetini anlatmak, fıındığın hak ettiği gibi tanıtılması ve bunu katma değerli marka yatırımları ile yapmaya inanan TADIM, Türkiye'nin diğer kuruyemiş ve kuru meyveleri arasında yer alan Antep fıstığı, kuru kayısı ve üzüm gibi ürünlerini sadece üretmek değil tanıtımını yapmak için de çalışmalar yapmakta.

25'ten fazla ülkeye ihracat...

Avrupa ve Amerika başta olmak üzere 25'ten fazla ülkeye paketli kuruyemiş ihraç eden TADIM ürünleri arasında ay çekirdek, kabak çekirdeği, fındık, antep fıstığı, karışık kuruyemiş, mısır bulunuyor.

Hedefimiz; global anlamda büyümeyi sürdürmek ve dünyanın hemen hemen her noktasına kuruyemiş ihracatı yapmak

Almanya operasyonunu büyütme ve ihracat planları dahilinde pazar çeşitliliğimizi arttırmayı hedefleyen TADIM, Almanya'daki fabrikasının yıllık üretim kapasitesini 5 bin tondan 12 bin tona çıkarmayı hedefliyor. 2019 yılında Türkiye'de toplam 1.3 milyar TL brüt ciroya ulaşan markanın bu ciro içindeki ihracat payı ise 210 milyon TL.

2019 YILI TEDARİK ZİNCİRİ PERFORMANSINDAN SATIRBAŞLARI

TADIM geniş bir tedarikçi ağına sahiptir

Tadım geniş tedarik ağıyla gelişmiş bir hammadde, ürün ve hizmet satın alma gücüne sahiptir. Geniş bir coğrafyaya yayılmış binlerce çiftçi ve güçlü tedarik yapımız Türkiye’de yetişen en verimli ürünlere ulaşmamızı sağlamaktadır. Bu yolda bize ,1500 aktif, 500 pasif olmak üzere toplam 3000 çiftçi, 140 Hammadde satın alma tedarikçisi 900 aktif, 1250 pasif olmak üzere toplam 2150 Endirekt satın alma tedarikçisi destek vermektedir.

4000’den fazla tedarikçi ile iş birliği

Tadım olarak ülkemizdeki tarımı ve yerli üretimi desteklerken çiftçilerimiz de iş süreçlerinde desteklemeyi sürdürüyoruz. Verimlilik ve kaliteyi teşvik edici destekler uygularken, hammadde satın alma ekibimiz de hasat dışı dönemde de sürekli sahada bulunarak çiftçilerimiz ile etkin iletişim sağlıyor, teşvik eden ve yol gösteren çözümler üretiyor. Bu kapsamda dijital tarım uygulamalarını geliştiriyoruz, Çiftçilerimizin toprak analizlerini yaparak verim ve kaliteyi artırmaya yönelik yol haritaları çıkarıyoruz ve bu bilgileri Çiftçiler ile paylaşıyoruz.

Verimliliği daha fazla artırmak için

TADIM, tedarikçilerini belirlerken çok sayıda kriteri göz önünde bulundurmakta, objektif ve yalın bir yaklaşım izlemektedir. Bu kıstaslar arasında ilk akla gelenler şunlardır:

- TADIM’ın politika ve stratejilerine genel olarak uyum sağlamak
- Çocuk işçi, zorla çalıştırma, ayrımcılık uygulamalarına izin vermemek
- Bilgi gizliliğine uygun davranmak
- Yasaların ve sektörün getirdiği standartlara uymak
- Yasal çalışma ve çalıştırma saatlerine uymak
- Etik kurallara saygılı olmak
- Çevre ve İSG konularında yasal mevzuata uygun üretim yapmak

Çiftçiye Sürdürülebilir Üretim Desteği

Tadım, Önder Çiftçi listesinde bulunan tedarikçileri ve iş yaptığı tüm çiftçileri, beyaz ay çekirdeğinin rekoltesini artırmak, tedarik sürecinde yıllık rekolte risklerini minimize etmek ve sürdürülebilir üretimi sağlamak gibi konularda bilinçlendirerek üretime teşvik ediyor. Bu kapsamda çiftçileri belirli sınıflar altında aynı ve nakdi avanslar ile desteklerken Önder Çiftçiler dışında kalan çiftçileri de beyaz ay çekirdeği ekimine teşvik etmek için “Üye Çiftçi” uygulamasını başlattı.

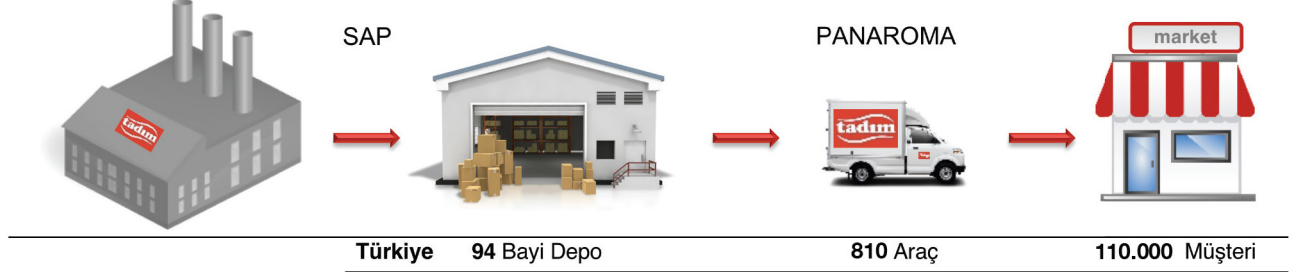
İthalatı artan siyah çekirdek karşısında, ambalajlı kuruyemiş sektörünün lideri olarak yerli üreticiyi korumak isteyen TADIM, Tarım ülkemiz için stratejik bir sektör ve ay çekirdeği ithalatına karşı çiftçilerle birlikte hareket edilmesi gerektiğine inanıyor. Bu kapsamda uzun vadeli ve güvenilir bir iş modeli ile sürdürülebilir, doğru tarıma destek veriyor. Aynı zamanda, pazarda yaşanacak olası olumsuz durumlardan üreticilerinin etkilenmesini minimuma indirmeyi hedefliyor. Ay çekirdeği tarımının geleceğini garanti altına alacak bu çalışma modelinde, üreticilerini, mazot, işçilik, gübre gibi konularda da destekliyor.

Çiftçilerine verdiği destek kapsamında, dijital tarım uygulamaları doğrultusunda tarlalardan veri toplanması ve bu verilerin analiz edilerek düzeltici, iyileştirici, önleyici faaliyetlere ve bilgiye dönüştürülmesi noktasında deneme çalışmalarına devam ediyor. Ayrıca çiftçinin bulunduğu bölgenin ihtiyaçlarına göre tohum, taban gübresi, üst gübre, sulama, mazot ve işçilik konusunda da çiftçiye destek veriyor.

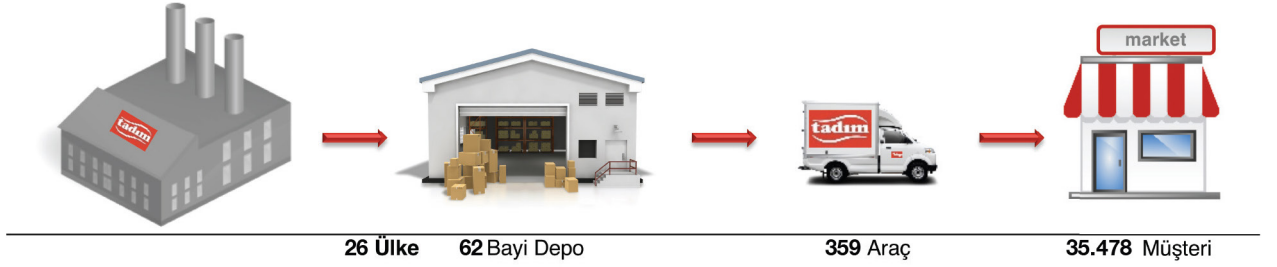
Beyaz ay çekirdeği üretiminde verim ve kaliteyi arttırmak amacıyla tohum ıslah çalışmaları yapıyoruz. Anadolu topraklarına özel bir ürün olan beyaz ay çekirdeğinin tohum ıslahı çalışmasının ardından diğer kuşaklara da aktarılmasını garanti altına alacağız ve sürdürülebilir tedarik için uzun soluklu bir aksiyon almış olacağız.

Türkiye'nin her yerinde aynı lezzet aynı tazelik Dağıtım Ağıımız

Türkiye'de



Avrupa'da



Değer Zincirini Daha da Geliştirmek İçin: Daha Kaliteli Ürün ve Hizmetler, Daha Mutlu Tüketiciler

Her zaman en kaliteli mahsulü alarak, en kaliteli ürünü üreterek, bunları tüketiciye en sağlıklı dağıtım koşullarında, en taze haliyle ve hak ettiği fiyattan ulaştırmayı hedefleyen TADIM, Her pakette aynı lezzet, tazelik ve kalitenin sağlanabilmesini bir şirket politikası olarak benimsemiş, bu prensipten yola çıkarak da tüketiciye alıştığı kalitede ürün sunabilmek için;

- Tüm üretim, dağıtım ve satış süreçlerini “Tazelik” ilkesi üzerine kurgular. Bu nedenle ürünlerin üzerinde 4-6 aylık son tüketim tarihleri yer alsa da satış noktasında 2 aydan daha eski ürün bulunmamasına özen gösterir
- Tadım ürünlerinin raf ömrü kısadır ve “katkı maddesi/koruyucu” olmadan doğal haliyle paketlenir. Tadım ürünlerinin özel ısı, nem ve ışık bariyerli paketleri sayesinde, tüm ürünlerin dış ortamla irtibatı en aza indirgenir ve uzun süre taze kalmaları sağlanır. Tadım, talep edilenden fazla ürün üretmez; depolarda ve satış noktalarında bekletmez.
- Ürünler toplandıktan sonra bekletilmeden fabrikaya getirilir, fabrikada kullanılan teknoloji sayesinde “el değmeden” hijyenik olarak paketlenir, bekletilmeden bayilere dağıtılır, bayilerde bekletilmeden tüketiciye ulaştırılır.

TADİM, sahip olduğu değerler ve kurum kültürü ışığında; dil, din, ırk ve cinsiyet farkı gözetmeden “önce insana” hizmet etmektedir

İşletme yönetimi açısından “insan”ı, diğer bilinen işletme kaynaklarını harekete geçiren “temel kaynak ve değer” olarak gören TADİM, Organizasyonunda var ettiği rol dağılımları ile çalışma arkadaşlarının yönetime olan katkılarını bir sistem içerisinde artırmayı amaçlıyor. Organizasyon da çalışanların hem üstlendikleri roller hem de bütüne olan katkılarının artırılmasına odaklanarak sürekli yeniliyor.

Tadım yönetim anlayışında, çalışanları yönetilenler değil, “iş”lerini yönetenler olarak kabul ediyor. Çalışanlarının işlerini yönetecekleri ortamı, politikaları ve prosedürleri belirliyor ve yine çalışanlarıyla birlikte iyileştirip geliştiriyor.

Tadım’da, insan kaynakları çalışmaları bütünseldir ve bir bölümle sınırlandırılmaz

TADİM İnsan Kaynaklarını, pazarda rekabet üstünlüğü elde edebilmek için öngördüğü rolleri üstlenebilecek nitelikte insanları bir araya getirme ve katkılarını stratejik hedeflere yönelik geliştirmelerini sağlayacak politikaları oluşturma, planlama, örgütleme, yönlendirme ve denetleme faaliyetlerini içeren bir işletme fonksiyonu olarak görür.

İnsan Kaynakları Yönetiminin başarısını, bilgi ve beceri sahibi, çalışma ve iş etiği yüksek, verimli sonuçlar alabilen ve ileri pozisyonlar için yeteneklerini geliştirebilen elemanların sürekli var edilebilmesiyle ölçümler. Söz konusu başarının, İnsan Kaynakları ile diğer bölüm liderleri ve takım arkadaşlarının iş birliği ile sağlanabileceğini bilir. Bu nedenle, İnsan Kaynakları Yönetimine ilişkin kararlar ve süreçler, organizasyonunun tamamına yayılır ve tüm çalışanları etkiler.

TADİM’in hedefi tercih edilen bir işveren olmaktır

TADİM, hayata geçirdiği insan kaynakları uygulamaları ile piyasada, her koşulda tercih edilen bir işveren olmayı hedeflemektedir.

Tadım, ülkemize olan yatırımları ve istihdama yönelik hamlelerini sürdürüyor. Tadım çatısı altında şu an 622 kişi istihdam ediliyor. Bunların yüzde 35’i beyaz yüzde 65’i ise mavi yaka. Faaliyet gösterdiği bölgelere göre; İstanbul’da 158, Gebze’de 266, Gaziantep’te 41, Kırıkkale’de 123 ve Almanya’da 34 kişiye istihdam sağlıyor.

Great Place to Work, kurum kültürünün gelişiminde çalışanların deneyimlerini keşfetmeyi ve aksiyona dönüştürebilecek veriye sahip olmayı sağlıyor

Bu modelde her şeyin temelinde güvenin yattığı vurgulanıyor ve güvenilirlik, hakkaniyet, saygı, gurur, takım ruhu boyutları üzerinden kurum kültürünün derinlemesine analiz edildiği bir çalışan memnuniyet anketi uygulanıyor. 2020’de analizle başlanılacak bu yolculukta aynı zamanda EVP Index ve Leaders değerlendirmesi ile güçlü ve gelişim alanlarında tespit edilmesi hedefleniyor.

TADIM, kadınların iş hayatına katılımını desteklemektedir

TADIM bünyesinde, kadın-erkek çalışan eşitliğinin sağlanması hedefi doğrultusunda hayata geçirilen istihdam yaklaşımının sonucunda, 2 yılda çalışan kadın sayısı toplam çalışan sayısı içinde %3 oranında artmıştır.

Kadın istihdamına ilişkin çalışmalara devam eden TADIM İnsan Kaynakları, mevcut kadın çalışanların iş ortamındaki memnuniyetlerini ve standartlarını yükseltmeye yönelik projeleri de hayata geçirmektedir.

TADIM performans yönetim sistemi

TADIM, sahip olduğu nitelikli işgücünü koruyup geliştirmek, bilgi ve deneyimini genç yetenekleri geliştirmek amacıyla performans yönetimi faaliyetleri yürütmektedir.

TADIM Performans Yönetim Sistemi, ekiplerin ve bireylerin performanslarını artırıp, yetkinliklerini geliştirmelerini öngörmektedir. Şirket’in başarısına katkıda bulunan Performans Yönetim Sistemi, iş sonuçlarının yanı sıra çalışanların gelişimine de odaklanmakta, tüm çalışanların güçlü ve gelişime açık alanları konusunda geri bildirim sağlamaktadır.

2019 YILI ÇEVRE PERFORMANSINDAN SATIRBAŞLARI

Yönetim kurulumuz 2019 yılında Türkiye Üretim tesislerinde çatı tipi güneş enerjisi santrali projesi kurulması yönünde karar almıştır. Yapılan projeye göre yıllık 1.805 MWh enerji üretecek bir güneş enerji santrali 2020 yılında devreye alınacaktır. Tesisin üreteceği enerjinin %34'ü yenilenebilir enerji kaynaklarından sağlanacaktır. Bu sayede enerji üretimi kaynaklı faaliyetlerden kaynaklı CO² emisyonlarının %72,8 oranında azaltılması hedeflenmektedir.

Türkiye üretim tesisinde kullanılmakta olan kompresörlerden çıkan ısı enerjisi, ısıtma amaçlı kullanılmaktadır. Kış aylarında aylık 13.700 kWh ısı güç kompresörlerden karşılanmaktadır.

Ayrıca çevreye karşı duyduğumuz sorumluluk ve ambalaj atıklarının geri toplanmasına ilişkin yönetmelik gereği 2019 yılında piyasaya sürülen ambalajlarımızın %54'ü Çevko ile yapılan işbirliği çerçevesinde geri toplatılmıştır.

Tesis içerisinde meydana gelen tehlikeli ve tehlikesiz atıklar Çevre ve Şehircilik Bakanlığından lisanslı firmalara gönderilerek geri dönüştürülebilir atıklar geri dönüştürülmekte, dönüştürülemeyenler bertaraf edilmektedir.

Migros ile yapılan ortak işbirliği projesiyle Gıda Atıklarının Azaltılması 10x20x30 Projesi ile üretimde ortaya çıkan gıda atıklarının önümüzdeki 10 yıl boyunca %50 oranında azaltılması hedeflenmektedir.

Azaltılan atıkların ve geri dönüşümün doğaya ve ekonomiye faydaları düşünüldüğünde atık minimizasyonunun önemi fark edilecektir. Atık minimizasyonu daha az atık veya tehlikeli atık oluşmamasını sağlayacak metotların ve ürünlerin kullanılmasının sağlanması ve atıkların olduğu yerde ayrılmasını içeren işlemlerdir. Atıkların azaltılması için verilen eğitimlerde Kaynakta azaltma, Geri dönüştürülebilir ürünler ve Atıkların ayrıştırılması konularına vurgu yapılmış ve operasyonlara bu doğrultuda yön verilmiştir.

Tehlikeli atıkların depolanması için tesisimizde Tehlikeli Atık depo alanı olup zemini geçirimsizdir. Sızma ve dökülmelere karşı depo alanının zemini havuz şeklinde teşkil edilmiş olup içerisinde oluşabilecek sızma ve dökülmelere karşı emici özelliği bulunan absorban malzeme mevcuttur.

TADIM'DAN TOPLUMA VE İNSANA DEĞER KATAN ÜRÜNLER...

Ay Çekirdeği Kampanyası

Tadım, 6-19 Mayıs tarihleri arasında televizyon, açık hava ve dijital platformlar üzerinden yürüttüğü kampanya ile televizyonlardan 13 milyon kişiye erişim sağlarken, hedef kitlesinin yüzde 55'i tarafından en az üç defa izlendi. Dijital platformlardaki video ve içerik yayınları ile toplamda 2,2 milyon izlenme elde eden Tadım, kurumsal kampanya kapsamında gerçekleştirdiği açık hava ve fikir liderleri iletişimlerine çekirdek filmi sırasında da devam etti.

Bölgesel İletişim / İzmir Çiğdem İletişimi (Roadshow)

İzmir'e özel Pazar sunduğu "Çiğdem" ürünü için 15-30 Haziran tarihleri arasında üç hafta sonu roadshow organize eden Tadım, ürününün bölgedeki bilinirliğini ve görünürlüğünü arttırdı. Alsancak Kordon, Bostanlı Sahil, Karşıyaka Çarşı, Göztepe Sahil, İnciraltı Sahil ve Bayraklı Altınyol Sahil'de altı gün boyunca toplam 9.174 ürün dağıtıldı ve yaklaşık 50.000 kişiye erişim sağlandı. Roadshow yapılan bölgelerdeki satışlarda yüzde 57 oranında artış tespit edildi.



Yağız İzgül Taco Çekirdek Projesi

Şef Yağız İzgül ile piyasaya yeni çıkan Taco Baharatlı Ay Çekirdeği ürünü için Instagram özelinde proje gerçekleştiren Tadım, proje özelinde toplam 2,6 milyon kişiye ulaştı ve içerikler 400.000 izlenme aldı. Sosyal medya hesaplarından paylaştığı içerikler ve düzenlediği Euroleague yarışması Tadım'a 1.270 takipçi kazandırdı.

Yer Fıstığı Kampanyası

Tadım, 23 Eylül-20 Ekim tarihleri arasında televizyon ve dijital platformlarda yürüttüğü Yer Fıstığı Kampanyası ile 15 milyon erişime ulaştı. Hedef kitlesinin yüzde 65'i tarafından en az üç defa izlenmeyi başaran Tadım, "Afili Aşk" dizisindeki entegrasyonu ile de 1,8 milyonluk bir erişim sağladı. Dijital platformlardaki video ve içerik yayınları ile toplam 2,5 milyon izlenme elde eden Tadım, Digitürk ile anlaşarak, Getir üzerinden 45 TL ve üzeri Tadım siparişi veren herkese derbi maç paketi hediye ettiği kampanyasını satış kurgusuna da çevirmiş oldu.

TadımaBak Kampanyası

Tadım, #TadımaBak tematik aktivasyon kampanyasını Migros reklam alanları ve dijital odaklı yüksek erişimli etkin bir medya planıyla destekleyerek toplam 4,7 milyon gösterim ve 35.700 tıklanma aldı. Sanal Market verilerine göre kampanya döneminde toplam 9.156 adet Kuru Meyve satıldı ve bu satışlardan 65.917,50 TL'lik ciro elde edildi.



Migros İyi Gelecek Festivali



4-7 Nisan tarihleri arasında İstanbul Kongre Merkezi'nde gerçekleştirilen Migros İyi Gelecek Festivali'nde ürünleri yer alan Tadım, Çiğ Kuruyemiş, Kuru Meyve ve Tadım Bar kategorilerindeki iletişimi ile Migros çalışanları ve fuar katılımcılarıyla etkileşim yarattı.

BloomFest

Tadım, 25-26 Mayıs'ta gerçekleştirilen, sponsoru olduğu iyi yaşam etkinliği BloomFest'te "Çiğ Kuruyemiş ve Kuru Meyve" kategorisi özelinde düzenlediği interaktif atölye çalışmaları ve stand alanı ile yüksek oranda görünürlük sağlayarak hedef kitlesine birebir ulaştı. Ürün konseptine özel olarak oluşturulan stand alanı, doğal görüntüsü ile büyük beğeni topladı. Etkinlik içeriğine entegre olan sampling ürünleri ile iletişimin odak noktasında yer almayı başaran Tadım, offline iletişimi sosyal medya kanalına taşıyarak, tüketiciyle olan bağını güçlendirdi, etkileşimini de arttırdı.

Dünya Yoga Günü Etkinliği

İstanbul Yoga Merkezi ve Kadıköy Belediyesi işbirliği ile 21 Haziran'da Kadıköy Kalamış Parkı'nda düzenlenen Dünya Yoga Günü etkinliğine ürün sponsoru olarak katılan Tadım, sahiplendiği "Tadım/Yoga" algısını güçlendirdi. Yüksek görünürlüklü brandignler ile tüketicilere doğru okazyonda ulaşarak, ürünleri birebir deneyimletme fırsatı yakalayan Tadım, bez çanta dağıtımı da yaptığı etkinlikten sosyal medyada güzel yansımalar aldı.

Brand Week (Beslenme Paketi Entegrasyonları)

Tadım, İstanbul Zorlu Center PSM'de gerçekleştirilen Brand Week 2019 etkinliği kapsamında 7 Kasım tarihinde düzenlenen Lovemark Ödül Töreni'nde tattırmalık ürünlerini ikram etti. Organizasyon genelinde görünürlüğünü en üst seviyeye çıkarmayı başaran Tadım, yaklaşık 5.000 kişiye erişim sağladı ve kuruyemiş kategorisinde Lovemark Ödülü'nün sahibi olmayı başardı.



EuroLeague

Tadım'ın resmi global sponsorları arasında yer aldığı, Avrupa'nın en fazla izleyiciye sahip basketbol organizasyonu Euroleague'in mayıs ayında İspanya'nın Vitoria-Gasteiz şehrinde gerçekleştirilen Dörtlü Finalinde güçlü bir global tanıtım yapıldı. Organizasyon kapsamında yapılanlar;

- Euroleague global sponsorluğu kapsamında geçtiğimiz sezon başlayan “Nuts’ Game” videolarının ikinci sezonu 20 Mart itibarıyla sona erdi. Videolar toplam 4 milyon izlenme aldı.



- Euroleague-Getir işbirliği ile gerçekleştirilen “Euroleague Sezon içi Kampanyası” kapsamında, 11-17 Şubat tarihleri arasında Getir üzerinden “Tadım Maç Paketi” (1 adet 250 gr Kabuklu Yer Fıstığı + 1 adet 200 gr Bol Tuzlu Ay Çekirdeği) satın alan kişiler arasından yapılan çekilişle beş çifte Fenerbahçe Beko-Anadolu Efes Euroleague maçına bilet hediye edildi. (Kampanyaya 342 kişi katıldı ve yaklaşık 6.000 TL ek gelir elde edildi.)
- “Euroleague Final Four Kampanyası” kapsamında, 11-24 Mart tarihleri arasında, 20 TL ve katları Tadım ürünü (ürün fark etmeksizin) alan kişiler arasından yapılacak çekilişle, 17-20 Mayıs tarihlerinde İspanya’da gerçekleştirilecek Final Four etkinliği için bir çifte maç bileti, uçak ve konaklama hediye edildi.
- Play-off ve Final Four döneminde, molalarda ve maç aralarında televizyonda Tadım alt bandı yayına girdi.

Anuga Fuarı



Tadım, Almanya'nın Köln şehrinde 5-9 Ekim tarihleri arasında gerçekleştirilen ve dünyanın en büyük gıda fuarları arasında yer alan Anuga Gıda Fuarı'na katılarak, ürünlerini Avrupalı tüketicilerin beğenisine sundu.

İyi Gelir-İyi Gider Kampanyası

İyi Gelir-İyi Gider Kampanyası'nın yolculuğunu, yaz aylarının en büyük keyiflerinden ay çekirdeğini ve ürünü yeni tatlarla buluşturma hikâyesini anlattığı bir içerikle Campaign Türkiye'de yer aldı.



Şirket İçi Karton Çantadan Bez Çantaya Geçiş

Tadım, plastik poşetlerle ilgili yeni düzenlemelerin ardından, kurumsal reklam malzemesi olarak kullandığı kırmızı karton çantaların yerine, dogaya uyumlu malzemeler kullanmak amacıyla, bez çantaya geçti.

Mini Boy Paketler

Tadım, pratik ve kolay taşınabilir 40 gramlık mini paketleri piyasaya sürdüğünü bir basın bülteni ile duyurdu. Mini boy karışık kuruyemiş paketleri Klasik, Festival, Sportif ve Naturel çeşitlerinden oluşuyor.

Bol Tuzlu Siyah

Ay Çekirdek Siyah Ay Çekirdek'in ardından "Bol Tuzlu Siyah Ay Çekirdek" ürününü satışa sunan Tadım, bu yeni ürününü bir basın bülteni ile tanıttı.

2019'un Yeni Tatları



Favori Büyüyen karışık ailesinin fındık, yer fıstığı, leblebi ve soslu mısırdan oluşan yeni lezzeti...

Taco Çekirdek Ay çekirdeği sevenlere, kendine has sosu ve nefis baharat karışımıyla yepyeni bir alternatif.

Bol Tuzlu Siyah Çekirdek Ay çekirdeğini bol tuzlu sevenler için en lezzetli alternatif Tadım'dan.

Yerli Kabuklu Fıstık Yer fıstığını kabuklu tercih edenler için... Yerli Kabuklu Fıstık en taze hali ile Tadım' da.

Zencefil & Tarçın Tahıl Bar Fındık, yer fıstığı, hurma, tarçın, zencefil, chia tohumu ve tahıldan oluşan formülü ile dikkat çeken Zencefil & Tarçın Tahıl Bar, beslenmesine özen gösteren ve kendini iyi hissetmek isteyenler için hem lezzetli hem de besleyici bir lezzet.

Karışık Kuruyemiş Bar Tadım'ın kuruyemiş sektöründeki sağlık ve kalite anlayışıyla çıkardığı Karışık Kuruyemiş Bar, yüzde 67 oranında badem, fındık, yer fıstığı ve kuru meyve içeriyor. Çocukların beslenme çantasından yetişkinlerin ofisine, seyahatlerden spor salonlarına her yerde her zaman bulunması gereken yepyeni bir ürün.

Performans Tabloları

Çevresel Performans

	2017	2018	2019
Toplam Enerji Tüketimi (GJ)	N/A	71.794	75.121
Doğrudan Enerji Tüketimi - Doğalgaz (GJ)	N/A	46.706	49.755
Enerji Verimliliği Projeleriyle Sağlanan Tasarruf (GJ)	N/A	N/A	50
Enerji Verimliliği Projeleriyle Sağlanan Sera Gazı Emisyonu Azaltımı (ton CO2e)	N/A	N/A	N/A
Doğrudan Sera Gazı Emisyonları (Scope 1) (ton CO2e)	N/A	N/A	N/A
Dolaylı Sera Gazı Emisyonları (Scope 2) (ton CO2e)	-	-	-
Personel Servislerinden Kaynaklanan Sera Gazı Emisyonları (Scope 3) (ton CO2e)	-	-	-
Toplam Su Çekimi - Yer Altı Kaynağı (m3)	N/A	N/A	N/A
Atık Su Deşarjı - (m3)	~1331 m3/ay	~1.268 m3/ay	~1.046 m3/ay
Kullanılan Toplam Ambalaj Miktarı (ton)	N/A	486	448
Ambalaj Atığı Geri Kazanım Oranı (%)	10%	61%	67%
Çalışanlara Sunulan Çevre Eğitimleri - Katılım (kişi sayısı)	N/A	134	94
Çalışanlara Sunulan Çevre Eğitimleri - Toplam Saat (kişi x saat)	N/A	9.180	40.200
Toplam Çevre Yönetim Harcaması (TL)	19154	27891	23083
Çevre Yasalarına Uyumsuzluk Cezası (adet-TL)	0	0	0
Formal Mekanizmalarla İletilen Çevresel Etki Şikayetleri (adet)	0	0	0
Çevre Kriterleriyle Değerlendirilen Toplam Tedarikçi Sayısı (adet)	N/A	N/A	N/A

Sosyal Performans

	2017	2018	2019
Çalışan Eğitimleri - Toplam Saat (kişi x saat)	10.450	10.870	9.586
Çalışan Başına Ortalama Eğitim Saati (saat/kişi)	18	17	16
Çalışanlara Sunulan İSG Eğitimleri - Toplam Saat (kişi x saat)	2.011	3.108	2.274
Çalışanlara Sunulan Çevre Eğitimi Saati - Toplam Saat (kişi x saat)	500	562	581
Mesleki Hastalık Oranı (%)			
Kayıp Günlü Kaza Oranı (≥ 1 gün kayıplı kaza sayısı x 100.000/çalışma saati)	1,55	1,58	0,32
İşle İlgili Ölüm Sayısı (kişi)	0	0	0
Yüksek Kaza ya da Mesleki Hastalık Riski Barındıran Ortam ya da Görevlerde Çalışan Sayısı (kişi)	0	0	0
Kurulu İSG Komitesi Sayısı (kişi)	3	3	3
Kurulu İSG Komitelerindeki Toplam Üye Sayısı (kişi)	40	40	43
Kurulu İSG Komitelerinde Çalışan Temsilcisi Sayısı (kişi) - İşyeri hekimi ve İSG Uzmanı hariç	34	34	37
İşgücü Kriterleriyle Değerlendirilen Toplam Tedarikçi Sayısı (adet)	NA	NA	NA

İK Demografisi

	2017	2018	2019
Toplam İşgücü (Sayı)	575	629	596
Doğrudan İstihdam	575	629	596
Kadın	%29	%33	%32
Erkek	%71	%67	%68
Müteahhit Firma Çalışanı	0	0	0
Yaş Grubuna Göre Toplam Çalışan Dağılımı			
18-30	%37	%37	%34
31-40	%37	%37	%38
41-50	%21	%21	%23
51-60	%5	%5	%5
Üst Yönetim Yapısı (Oran)			
Cinsiyet Bazında			
Kadın	%29	%25	%20
Erkek	%71	%75	%80
Yaş Grubuna Göre			
18-30	%0	%0	%0
31-40	%57	%50	%60
41-50	%29	%38	%40
51-60	%14	%13	0
Uyruk			
TC Vatandaşı	%100	%100	%100
Expat	%0	%0	%0
Orta Düzey Yönetim Yapısı			
Cinsiyet Bazında			
Kadın	%26	%27	%23
Erkek	%74	%73	%77

Yaş Grubuna Göre			
18-30	%0	%1	%0
31-40	%51	%51	%53
41-50	%47	%47	%45
51-60	%2	%1	%1
İşe Yeni Alınan Çalışanlar (İlgili yıl işe başlayanlar)			
Cinsiyet Bazında			
Kadın	%29	%46	%33
Erkek	%71	%54	%67
Yaş Grubuna Göre			
18-30	%39	%72	%66
31-40	%40	%22	%22
41-50	%18	%6	%10
51-60	%3	%1	%1
Turnover Oranları			
Beyaz Yaka Toplam Turnover	%16,5	%28,4	%15,6
Mavi Yaka Toplam Turnover	%21,1	%32	%18,3
İstifa Turnover			
Beyaz Yaka İstifa Turnover	%7,1	%12,3	%10,2
Mavi Yaka İstifa Turnover	%13	%12,1	%18,3

