

CARGILL

Haberler



Cargill küresel tüm faaliyetlerinde, dünyanın gelişimi için dünyayı koruyacak tedbirlerle yol alıyor.



EDITÖR

04 Dinle, öğren, yol göster...

AKTÜEL

05 Cargill kan bağışıyla can veriyor

Anlamli ziyaret, çok özel ziyaretçiler

06 Eğitime desteğe teşekkür ve devam

Cargill Gönüllü Koçları ve Tofaş Basketbol Takımı Oyuncuları,
Orhangazi Meslek Lisesi Öğrencileri ile buluştu

DÜNYADAN

07 Cargill, FiE 2015'te ürün inovasyonunu vitrine çıkardı

Hindistan'da gıda güvenliği girişimine destek

08 Cargill'den, ABD İklim taahhüdüne destek

Kanada'da kanola işleme tesisi açılıyor

İÇİMİZDEN BİRİ

09 Cargill Gıda METNA – Türkiye & İran Teknik Ekibi

KAPAK

13 Cargill 2015 raporları

GÜNDEM

17 Arda Projesi

GÜNCEL

21 Beyaz et

25 Turyağ Puffya tanıtıldı

28 ENVIROTEMP™ FR3™, CWIEME İstanbul'da görücüye çıktı

SOHBET

29 İş dünyasındaki genç adımların yanında...

TREND

33 Gulfood Manufacturing İnovasyonu Dubai'ye taşıdı

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

36 Pastacılık öğrencilerine Turyağ jesti!

37 Dünya Gıda Günü

38 150. yıl etkinlikleri

Cargill Tarım ve Gıda San.
Tic. A.Ş. Adına Sahibi ve
Yayın Müdürü

Dr. Ediz Aksoy

Yazı İşleri Müdürü

Songül Yılgin

songul_aras@cargill.com

Yayın Ekibi

Cenan Celebci

Yönetim Yeri

Barbaros Mah. Kardelen Sok.
Resepsiyon Lobi Apt.

No: 2/4-5-6-7

34746 Ataşehir

İstanbul-TÜRKİYE

tel: 0 216 554 18 00

faks: 0 216 651 24 17

Baskı

Print Center

Sanayi Mahallesi

Libadiye Sokak No:3

34416 - 4.Levent / İSTANBUL

tel:0 212 371 0 300

faks:0 212 280 96 04

Yayın Türü

Yaygın, Süreli

Yayın Tarihi

05 Ocak 2016

C*PulpTex™ 12931

Sos ve çorbalarda
daha iyi kıvam için
yeni bir çözüm

Optimum fonksiyonellik

C*PulpTex™ 12931 modifiye nişastası, domates bazlı hazır gıda uygulamaları için geliştirilmiş bir nişasta çözümdür. Sağladığı pütürlü yapı ile ürünün kıvamını iyileştirirken, çorba ve sosların gerek lezzet gerekse görüntüsünü korur.

Hazır gıda üreticileri, bu yeni modifiye nişasta çözümü sayesinde optimum fonksiyonelliği yakalarken, otantik lezzet tercih eden müşterilerin beklentilerini de karşılar.

Çok yönlü bileşen

C*PulpTex™ 12931 modifiye nişastasını özel kılan temel faktör, en zorlu üretim koşulları ve uzayan pişirme sürelerine karşı bile dayanıklı olmasıdır ve işlevsellik özelliği ile üreticilere geniş bir yelpazede farklı kıvamlarda üretim olanağı sağlar.



Dinle, Öğren, Yol Göster...

Editör

2015 Yıllık Raporu'nun başlığını oluşturan bu üç sözcük, kendisini dünyanın beslenmesine aday olan Cargill için başlık olmanın ötesinde derin anlamlar taşıyor.

Kuruluşundan bugüne geçen 150 yılda dünyanın beslenme problemlerinin çözümünde kendisine düşen sorumluluğun bilinci içerisinde çalışmalarını sürdüren Cargill, önce müşterilerine kulak veriyor, onları DİNLİYOR.

Sonraki aşama, öğrenme aşaması...
Müşterilerinin gereksinimlerini, onlarla birlikte çalışarak ÖĞRENİYOR.

Ve nihayet, bu gereksinimlere uygun çözümler sunarak müşterilerine pazardaki paylarını nasıl daha fazla artıracakları konusunda YOL GÖSTERİYOR.

Kısaca Cargill; dinliyor, öğreniyor ve uygulayarak yol gösteriyor.

Tüm bu süreçler gösteriyor ki; Cargill'de öğrenme bitmeyen bir süreç...

Neden mi?

Çünkü Cargill, müşterilerinin memnuniyeti ve tüketicilerin tat ve lezzet alışkanlıklarına uygun çözümler sunabilmek için onların ne istediğini anlamak çabasından hiç vazgeçmiyor.

Elbette tüketicilerin lezzet alışkanlıklarını bilmek, müşterilerine bunu sağlayacak ürünler sunmak da yetmiyor.

Çünkü artık tüketici; doğaya, çevreye saygılı üretim istiyor.

Bu nedenle Cargill, gıda tedarik zincirlerinde sürdürülebilirliği sağlamak ve böylece gıda güvencesini arttırmak adına çalışmalarına hız vermiş durumda.

Cargill CEO ve İcra Kurulu Başkanı David W. MacLennan ile Yönetim Kurulu Başkanı Gregory R. Page'in 2015 Kurumsal Sorumluluk Raporu'nda vurguladığı gibi;

“Cargill olarak sürdürülebilir ürün ve hizmetlerin en güvenilir tedarikçisi olmak istiyoruz.”

Bu yolda bütün paydaşlarını; çiftçileri, müşterilerini dahil ettiği uygulamalara imza atan Cargill, dünyanın geleceği ve bu geleceğin sürdürülebilirliği için Birleşmiş Milletler gibi platformlarda hükümetler, STK'lar ve diğer şirketlerle ortak taahhütlerin altına imza atıyor. Tıpkı, ormanların yok olmasının önlenmesi çabalarına destek için Eylül 2014'te BM çatısı altında New York Deklarasyonu'na attığı imza gibi...

Cargill tüm iş süreçlerinde paydaşlarını da gözetiyor. Birlikte çalıştığı çiftçilerin durumlarının iyileştirilmesi ve içinde çalıştığı toplumlarda refahın artması noktasında programlar uygulamaya koyuyor.

Bu programların uygulanmasında en büyük desteği ve güvencesi ise çalışanları. İçinde yaşanan ve çalışılan toplumların daha kalkınmış, müreffeh toplumlar haline gelmesi için Sosyal Sorumluluk Projelerinin içinde hep Cargill çalışanları var.

1865'te doğan ve 2015'te 150. yaşını kutlayan Cargill, bu uzun yolculukta tüm çalışanlarının emeğine şükran duyuyor. Biz de yeni bir yılın başlangıcında Cargill'e, tüm Cargill Gıda Ortadoğu, Türkiye ve Kuzey Afrika çalışanlarına ve değerli okurlarımıza aileleri ile birlikte nice mutlu yıllar diliyoruz.

Esen Kalın!



Cargill Fabrika Sorumlu Müdürü Cenan Celebci de kampanyaya bizzat katılarak kan bağışında bulunurken, toplam 27 ünite kan toplandı. Böylece Cargill Gıda Türkiye tarafından bu yıl 14'üncüsü düzenlenen Kan Bağışı Kampanyası ile Türk Kızılayı'na bugüne kadar toplamda 813 ünite kan bağışlanmış oldu.

Orhangazi Cargill Mısır İşleme Tesisi çalışanlarının tamamen gönüllü katılımlarıyla sürdürülen kampanyanın sorumluluğunu üstlenen İşyeri Sağlık Memuru Cemal Aksu, bu yılki kampanyanın da başarıyla sonuçlanmasını sağladı.

Cargill kan bağışıyla can veriyor

Cargill Gıda Türkiye, çalışanlarının gönüllü olarak 13 yıl önce başlattığı kan bağışı kampanyası ile bugüne kadar Türk Kızılayı'na 813 ünite kan bağışında bulundu.

Sağlık alanındaki en önemli acil ihtiyaçlardan biri kan. Hastaya uygun kanın bulunması için geçen dakikaların önemini ise ancak hasta yakınları bilir. İşte bu gibi zor zamanlarda ilk çalınan kapıdır Kızılay. Bu kapıdan kimsenin elinin boş dönmemesi için sağlıklı bireylere düşense en az yılda 1 kez 1 ünite kan bağışı yapmak.

Kızılay'a kan bağışında bulunmayı Kurumsal Sosyal Sorumluluk alanında benimsemiş ve kan bağışında bulunmayı gelenek haline getirmiş olan gıda sektörünün lider firmalarından Cargill Gıda Türkiye, 13 yıl önce başlattığı Kan Bağışı Kampanyası'nı bu yıl da sürdürdü. Kampanyaya bu yıl Orhangazi Cargill Mısır İşleme Tesisi çalışanlarının yanı sıra Cargill ile çalışan müteahhit firmalar Özufuk, ISS, Çağdaş Teknik, Enis Elektrik, Securitas da destek verdi.



Anlamli ziyaret, çok özel ziyaretçiler

Cargill Türkiye'nin Bursa Orhangazi'deki Mısır İşleme Tesisi'ne ziyaretler devam ederken, belki de en anlamlı ziyaret Aralık ayı içerisinde gerçekleşti. Avrupa 3.'sü Yalova Ortopedikler Spor Kulübü (YOSK) sporcuları ve yöneticileri Orhangazi Mısır İşleme Fabrikası'nda ağırlandı.

YOSK Başkanı Alparslan Erkoç ve sporcular, ziyarette ilk olarak Fabrika Sorumlu Müdürü Cenan Celebci ile bir araya geldiler. Dünyada Cargill ve Türkiye'de Cargill yapılanması ve ürünleriyle ilgili bilgilendirilen Erkoç ve sporcular, Celebci'nin soruları üzerine YOSK'un geçmişi ve faaliyetlerini anlattılar.

Türkiye'de 250 civarında ortopedik spor takımı bulunduğunu belirten YOSK Başkanı Erkoç, "Bunlardan 10 takım 1. Ligde oynuyor. Bizde ilk 10 içinde yer aldığımızdan Türkiye Tekerlekli Sandalye Basketbol Süper Ligi'nde oynuyoruz. Yurt içindeki başarılarımızın yanı sıra Uluslararası Tekerlekli Sandalye Basketbol Federasyonu tarafından bu yıl Hollanda'da düzenlenen Challenge Kupası'nda Türkiye'yi temsil ettik ve Avrupa 3.'sü olduk" bilgisini verdi.

Erkoç, geçen yıl Cargill'in katkısıyla düzenledikleri kampanyada Cargill çalışanlarının Yalova Sakatlar Derneği'ne 30 tekerlekli sandalye bağışladıklarını hatırlatarak, "Bu anlamlı desteklerinden dolayı Cargill yönetimine ve çalışanlarına bir kez daha teşekkür ediyoruz" dedi.

YOSK'un Türkiye'yi başarıyla temsil ettiğini belirterek, sporcuları kutlayan Cargill Fabrika Sorumlu Müdürü Celebci, sporcularla birlikte öğle yemeği yedi.



Eğitime desteğe teşekkür ve devam

Cargill İlk ve Ortaokulu Müdürü Ali Hasırcı ve Okul Aile Birliği Yöneticileri Cargill'in okullarına verdiği maddi ve manevi destek için Fabrika Sorumlu Müdürü Cenan Celebci'ye teşekkür plaketi sundu.

Ziyaret sırasında Cargill'in desteğinin okuluna ve öğrencilerine her zaman güç verdiğini belirten Okul Müdürü Ali Hasırcı, Cargill'in eğitim ve öğretime karşı güzel bir sorumluluk örneği ortaya koyduğunu söyledi. Hasırcı, "Bu yaz okulumuzun iç ve dıŐ boyasının yaptırdığı, okulun temizlik ve eğitim materyalleri ihtiyacını karşılayarak okulumuzda daha nezih bir eğitim öğretim ortamı sunduğu için Cenan Bey'e teşekkür ediyoruz" derken, Okul Aile Birliği yönetimi de, verilen destekten dolayı teŐekkürlerini dile getirdiler.

Cargill, Orhangazi Anadolu Öğretmen Lisesi ile Atatürk İlk ve Ortaokulu'nun da yardımına koŐtu. Bu desteklerin karŐılıęı da Cargill'e yapılan teşekkür ziyaretleri oldu.

Daha önce Orhangazi Anadolu Öğretmen Lisesi'ne bilgisayar ve fotokopi makinası desteği veren Cargill, okulunun yemekhanesinin faaliyete geçmesi konusunda da önemli ölçüde katkı sağladı. Bu desteği unutmayan Lise Müdürü Ayhan Sarboğa, öğretmenler, Okul Aile Birliği Başkanı Hülya Köse ve yöneticiler, Orhangazi Cargill Fabrikası'na teşekkür ziyaretinde bulundular.

Ziyaret sırasında Okul Aile Birliği Başkanı Hülya Köse, Cargill Fabrika Sorumlu Müdürü Cenan Celebci'ye bir çiçekle teşekkür ederken, okul yöneticileri de okulun başarıları hakkında bilgi verdiler.

Cargill, Atatürk İlk ve Ortaokulu'nun temizlik sorununa da çare oldu. Okulun temizlik robotu ihtiyacını karŐılayan Cenan Celebci'yi ziyaret eden Okul Müdürü Kenan İslam, okullarına yaptıkları katkıdan dolayı bir teşekkür plaketi sundu. Bu gibi desteklerin kendilerini ayakta tuttuğunu ve diğer kuruluŐlara da örnek olması gerektiğini belirten İslam, Celebci'nin şahsında bütün Cargill ailesine minnettar olduklarını söyledi.



Cargill Gönüllü Koçları ve Tofaş Basketbol Takımı Oyuncuları, Orhangazi Meslek Lisesi Öğrencileri ile buluştu

ÖSGD (Özel Sektör Gönüllüleri Derneği)'nin Meslek Lisesi Koçları Programı'nı 3 yıldır destekleyen Cargill çalışanlarından Bursa - Orhangazi Fabrikası'nda görevli 6 gönüllü koç, Orhangazi Meslek Lisesi'nden programa gönüllü olarak katılan 34 öğrenci ile bu yılın açılıŐ buluŐmasını 9 Aralık ÇarŐamba günü "Bursa - Tofaş Anadolu Arabaları Müzesi"nde gerçekleştirdi.

AçılıŐ etkinliğine Tofaş Basketbol Kulübü'nden "Yardımcı Antrenörler Sedat Özyer ve Yalçın Küçüközkan" ile Genç Milli Takım'da görev yapmış, Bursa bölgesinden yetişen genç oyuncularımızdan "Yiğit Arslan, Muhsin YaŐar ve Kadir Bayram" da katıldı. Samimi bir sohbet ortamında geçen etkinlikte programa katılan öğrenciler antrenör ve oyunculara; "spor, başarı, hedef koyma, motivasyon, planlı çalışma" gibi konularda sorular yönelttiler.

Cargill Gönüllü Koçlarının organize ettiği etkinlik, grup fotoğrafı ve oyunculardan imzalı fotoğrafların alınmasından sonra Tofaş Anadolu Arabaları Müzesi'nin gezilmesi ile devam etti.

Programın sonunda, gençlerle biraraya gelerek, onlarla başarı, motivasyon ve planlı çalışma üzerine sohbet eden takım antrenörleri ve oyuncularını, oldukça güzel bir gün geçirdiklerini belirterek, projeye katılan gençleri kutlayıp başarılar dilediler ve kendilerini davet ettikleri için Cargill Gönüllü Koçlarına ayrıca teşekkür ettiler. Öğrenciler ve koçları da Tofaş'ın çok değerli antrenör ve oyuncularına teşekkür ederek, Cargill Orhangazi Fabrikası'na geçtiler ve kendi koç grupları ile yapılan toplantılara katıldılar.



Cargill, FiE 2015'te ürün inovasyonunu vitrine çıkardı

Cargill inovasyona verdiği değeri 1-3 Aralık 2015 tarihleri arasında Paris'te gerçekleştirilen ve dünyanın önde gelen gıda ve içecek fuarları arasında yer alan Avrupa Gıda Bileşenleri Fuarı'nda (Food Ingredients Europe, FiE) bir kez daha sergiledi.

Cargill'in "İnovasyon Merkezi" standı, gıda üreticilerinin Ar&Ge uzmanlarıyla etkileşime girebileceği ve yeni ürün konseptlerini görebileceği fütüristik bir yapıda tasarlandı. Cargill fuar boyunca sürdürülebilir iş büyümesini desteklemek için nasıl çalıştığını ortaya koydu.

Cargill Gıda Bileşenleri ve Sistemleri Başkan Yardımcısı Frank van Lierde, şu değerlendirmeyi yaptı:

"İnovasyon yeni, farklı bir yolla yeni değerler yaratmak veya değer yakalamaya çalışmaktır. Biz Cargill'de büyümek, yeni fikirleri uygulamak ve tüketicilerin başarılı yeni ürünler üretmesine yardımcı olmak için inovasyonu temel dayanaklarımızdan biri haline getirdik. Daha hızlı ilerleyen, daha karmaşık dünyada üreticilerin kâr payları azalmaktadır ve tüketicilerin güveni tüm zamanların en düşük seviyesindedir. Küresel gıda endüstrisi yavaş bir şekilde büyümektedir. İnovasyon bu yüzden uzun vadeli hedeflerimize ulaşmamızda ve tüketicilerimizin işlerini sürdürülebilir bir şekilde geliştirmemizde önemlidir."

Cargill'in yeni ürün konseptleri tanıtıldı

Günümüzde; yapısal ve yeni duysal deneyimlerin yanı sıra, etikette şeffaflık, ilave protein kaynakları, doymamış ve doğal yağlara vurgu ve sağlıklı atıştırmalıklar gibi diğer eğilimlerle gıda inovasyonları tüketiciyi cezbeden önemli konular haline gelmiştir.

Cargill Gıda Bileşenleri ve Sistemleri EMEA (Avrupa, Orta Doğu ve Afrika) Ar-Ge direktörü Nils Sips şunları söyledi:

"Piyasanın henüz keşfedilmemiş alanlarına ulaşmak isteyen markaların bu eğilimleri yaratıcı bir şekilde birleştirmesi gerekmektedir. Biz araştırma çalışmalarımızı müşterilerimizin bunu hassas bir şekilde yapmasına yardımcı olacak şekilde yönlendiriyoruz. İnovasyonlarımızı daha sağlıklı reformülasyon veya maliyet verimliliği gibi üretici gereksinimlerine göre yönlendirerek müşterilerimizin piyasa erişimini ve başarı oranını arttırabiliriz. Teknik uzmanlığımızın genişliği, standımızda sunacağımız yeni ürün konseptlerinde gösterildiği gibi farklı piyasa segmentlerindeki zorlukların üstesinden gelmemize olanak tanımaktadır."

Cargill'in İnovasyon Merkezleri'nde yürüttüğü titiz çalışmalar ile endüstrinin en zorlandığı konularda yenilikçi çözümler geliştirilmiştir. Örneğin; çocuklara yönelik, tadı değişmeden kalorisini %50 azaltılmış meyve suyu içeceği; ProwLiz Hidrolize Buğday Proteini içeren yüksek proteinli içecek; sürdürülebilir kaynaklardan elde edilen Gerkens Dark kakao tozu ve Satiagel™ karragenanları içeren çikolatalı süt; her ikisi de yeni C*PulpTex™ modifiye nişasta sayesinde tamamen pulplu yapıda olan kalorisini azaltılmış granita ve İtalyan makarna sosu; ve yağı azaltılmış, lezzetli kremalı ve ilave şeker içermeyen çikolatalı pralin gibi.



Hindistan'da gıda güvenliği girişimine destek

Cargill Hindistan'da çiftçilerin, gıda endüstrisinin, regülatörlerin ve tüketicilerin sorumlulukları paylaştıkları yeni bir gıda güvenliği farkındalık girişimine imza atıyor.

Güvenli gıdaya ulaşımın temel insan hakkı olduğunu belirten Cargill India Başkanı Siraj Chaudhry, günümüzün karmaşık ve birbirine bağlı gıda zincirlerinde gıda güvenliğinden, zincirde yer alan bütün paydaşların sorumlu olduğunu söyledi.

Hindistan genelinde tüketiciler, sokak satıcıları ve endüstri ile olan bağların güçlendirilmesinin amaçlandığı girişim ile gıda güvenliği konusunun toplumun tüm kesimlerine yayılması planlanıyor. Hindistan'ın dünyanın en büyük genç nüfusa sahip olduğunun altını çizen Hindistan Tüketici İlişkileri Bakanlığı Sekreteri Shri C. Viswanath da, ülkede tüketicilere her geçen gün yeni ürünler sunulduğu ve sağlık ve hijyen konularının daha popüler hale geldiği hızlı bir değişim trendi olduğunu kaydetti.

Cargill'den, ABD İklim Taahhüdüne destek

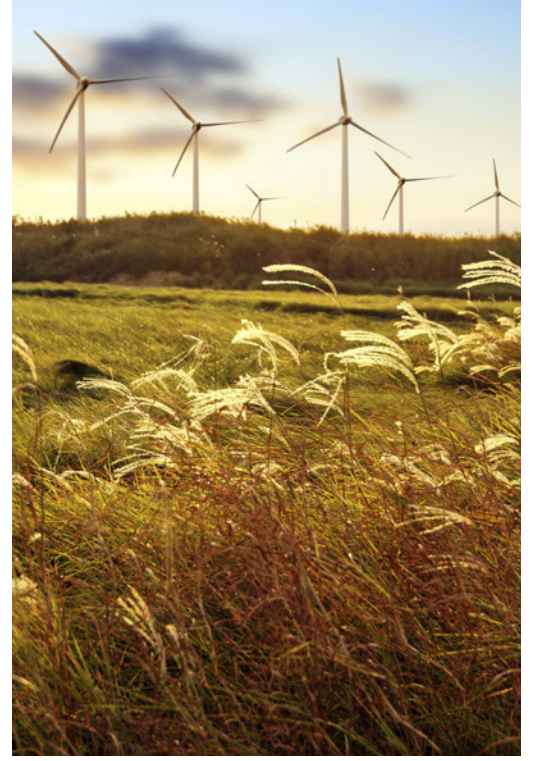
Cargill, ABD hükümetinin iklim değişikliği eylem planı çerçevesinde taahhüt yayınlayan 13 firma arasında yer aldı. Taahhüt; emisyonlar, su kullanımı ve enerji konularında ilerlemeleri içeriyor.

2015 yılını baz alarak sera gazı salınımı, tatlı su verimliliği ve enerji verimliliği kalemlerinin her birini 2020'ye kadar %5 oranında iyileştireceğini taahhüt eden Cargill ayrıca yenilenebilir enerji kullanımının toplam enerji tüketimine oranını %14'ten 18'e çıkaracak.

Cargill ve bazı Cargill müşterilerinin de imza attığı taahhütler, Obama yönetimince ortaya koyulan eylem planının parçası oldu.

Amerikan hükümeti, aralarında Warren Buffett's Berkshire Hathaway, Goldman Sachs ve Google'ın da bulunduğu şirketlerin taahhüdü imzalayarak, Aralık ayında Paris'te yapılan küresel iklim toplantısı öncesinde, zirvede ciddi sonuçlar alınması konusunda seslerini yükselttikleri açıklamasını yaptı.

Cargill, Eylül 2014'te New York'ta gerçekleştirilen Birleşmiş Milletler İklim Zirvesi'nde, birçok firma, STK ve hükümetle birlikte ormanların korunmasına yönelik New York Deklarasyonu'na da imza atmıştı. Dünya çapında ormanlık arazilerin yok olmasını yavaşlatmak, durdurmak ve hatta gidişatı tersine çevirmeyi içeren Deklarasyon kapsamında Cargill, palm yağı üretimini %100 sürdürülebilir hale getirme sözünü de vermişti.



Kanada'da Kanola İşleme Tesisi açılıyor

Cargill Kanada'nın Alberta kentinde son teknoloji bir kanola işleme tesisini faaliyete geçiriyor. Yılda 1 milyon ton kanola işleme kapasitesine sahip olan kırma tesisi, Alberta çiftçisine bu bölgede rekabetçi bir teslimat noktası olanağı sunacak. Tesis, Alberta'nın tahıl ve yağlı tohum sektörüne son 30 yılda yapılmış ilk büyük yatırım olma özelliği taşıyor.

Küresel kanola talebinin artışta olduğunu ve hedeflerinin 2025'e kadar kapasitelerini 26 milyon tona çıkarmak olduğunu belirten Kanada Kanola Konseyi Başkanı Patti Miller, bu miktarın yarısından fazlasının küresel pazarlarda satılmak üzere Kanada'da işlem göreceğini ve Cargill tesisinin bu amaca ulaşmakta çok yardımcı olacağını söyledi.

Cargill, Kanada'da bulunan toplam yatırımlarının %34'ünü, Alberta'daki 22 ayrı lokasyonda yaklaşık 3000 çalışanı ile gerçekleştiriyor. Yeni tesisin yapılması sırasında 1 milyon saatlik iş üreten Cargill, tesis ile 60 devamlı pozisyon da yarattı.

Cargill kırma tesisi, Trans Pasifik Ortaklığı'nın yeni pazarların kapısını açması dolayısıyla kanola sektöründe Alberta'ya küresel piyasalarda rekabetçi avantaj sağlayacak.



Rafa çıkan her ürün, keyiflerine keyif katıyor...

Cargill Gıda METNA - Türkiye & İran Teknik Ekibi, bölge pazarlarındaki müşterilerine yeni ürün ve çözümler sunmak, böylece müşteri memnuniyetini hep zirvede tutmak için çalışıyor. “Ortak proje yürüttüğümüz müşterilerimize ait ürünler rafa çıktığında, tüketicinin beğenisini kazandığını ve zevkle tüketildiğini görmek, yaptığımız işin en keyifli yanı” demeleri, boşuna değil...

Görevleri; lokal kontakt olarak müşterilerin ihtiyaçlarını belirleyerek ortak projeler geliştirmek, takip etmek, gerektiğinde araştırma merkezlerinde çalışmak, ürünlerle ilgili yasal gereklilikleri ve trendleri takip etmek, inovasyon günleri organize ederek ürün gruplarını anlatmak.

Ar&Ge Müdürü Sidal Acun Serbest'in liderliğindeki ekip; Tatlandırıcılar Ürün Grubundan sorumlu Teknik Ürün Müdürü Mustafa Safa Özen, Kakao & Yağ Ürün Grubundan sorumlu Teknik Ürün Müdürü Sinem Kural, Kıvam Vericiler Ürün Grubundan sorumlu Teknik Ürün Müdürü Kenan Çelebi, Distribütörlerden sorumlu Teknik Müdür Zaim Türk ve Mutfak'tan sorumlu Gıda Teknikeri Muzaffer Arı'dan oluşuyor.

Ekibin başarısında belirleyici unsur, işbirliği ve uyum içerisinde çalışmak olunca, biz de “Bu uyumu bozmayalım” dedik, sorularımızın yanıtlarını tüm ekipten aldık. İlk sorularımızı Ekip lideri Sidal Acun Serbest'e yönelttik.

Sohbetimize hizmet verdiğiniz bölge pazarları ile başlayalım. Bölge ülkelerinde pazar ne durumda?



Sidal Acun Serbest - Ar&Ge Müdürü

Cargill Gıda Ortadoğu, Türkiye ve Kuzey Afrika (METNA) olarak, gerek kültür gerekse ekonomik gelişim yönünden büyük çeşitlilik gösteren 19 ülkeye hizmet veriyoruz. METNA bölgesindeki nüfusun %80'i yedi ülkede toplanmıştır.

Mısır, İran ve Türkiye, bölge nüfusunun yaklaşık %50'sine sahipken, geriye kalan %30 ise Irak, Cezayir, Fas ve Suudi Arabistan'da yer almaktadır. Bölge GSYİH'sinin yaklaşık %50'si ise 3 ülkede, Suudi Arabistan, Türkiye ve İran'da toplanmıştır. GSYİH'deki büyüme, genç nüfustaki artış ve ev dışı tüketim alışkanlığının gelişmesi, bölgede gıda sektörü için yeni büyüme fırsatları sunuyor.



Geçtiğimiz 10 yılda bölgede yiyecek ve içecek satışları, yıllık 7,4 oranında bir bileşik büyüme oranıyla, yaklaşık 171 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. Satışların %75'i birkaç ülkede toplanmıştır ki, bunlardan biri Türkiye, bir diğeri de en hızlı büyüyen ülke İran'dır.

METNA bölgesindeki satışların büyük bölümünü Unlu Mamuller oluşturuyor. Artan nüfusu ve değişen gıda tüketim alışkanlıkları ile yüksek büyüme fırsatları sunan İran'da, sütlü ürünler ve dondurma kategorilerinde daha fazla büyüme göreceğimizi tahmin ediyoruz.

Bölge pazarlarının birbirine benzeyen ya da ayrılan yönleri neler?

METNA bölgesinin en gelişmiş pazarlarından biri olmasına rağmen Türkiye; artan rekabet, düşük büyüme ve daralan marjların etkisi ile giderek doymuş bir pazar haline gelmektedir. Türkiye ve İsrail pazarı nispeten daha gelişmiş iken, METNA'daki diğer pazarlarda daha ziyade düşük maliyetli malzemeler hakimdir. Ancak çok uluslu şirketlerin bölgede büyümesiyle talep daha değerli ürünlere kayacak, bu da daha kaliteli malzeme tedarik etme yaklaşımını destekleyecektir.

Türkiye'de rafa çıkan ürünler bölgede oldukça beğeniliyor ve benzer ürünler üretmek istiyorlar. Diğer taraftan, alışkanlıklara göre tüketici beklentilerinde farklılıklar olabiliyor. Örneğin İran'daki tüketici daha şekerli gıdalar tercih ederken, Türkiye'de bu oran azalıyor. Arabistan daha açık renkli ve daha çok sütlü çikolata etkisi veren kakao tozu talep ederken, Türkiye ve Mısır, ürünlere daha koyu ve bitter çikolata tadı veren kakao tozlarını tercih edebiliyor.

Cargill bölge pazarlarında; tatlandırıcılar, doğal ve modifiye nişastalar, polioller, fonksiyonel karışımlar, hidrokoloidler, lesitinler, yağlar ve kakao & kakao ürünlerinden oluşan oldukça geniş bir gıda bileşenleri portföyü ile hizmet vermektedir. Bu ürünler; gıda alanındaki tüm kategorilerde kullanılmaktadır.



Mustafa Safa Özen - Tatlandırıcılar Teknik Ürün Müdürü

Tatlandırıcı grubumuzda; şeker ile aynı kalori değerine sahip fruktoz ve glikoz şurupları, dekstroz gibi ürünlerden sorbitol, maltitol gibi mısır kaynaklı düşük kalorili ve diyabetiklerin tüketimine uygun çözümlere,

hatta Güney Amerika yerlileri tarafından 1500 yıldır ekilip biçilen stevia bitkisinden elde edilen kalorisiz stevia ekstraktına kadar geniş bir kitleye hitap eden bir portföyümüz mevcut. Bu ürünler gıdalarda birçok kategoride kullanılabilir.

Gıda sektörünün yanı sıra vitamin tabletleri, serumlar, şuruplar gibi eczacılık ürünlerinde de Cargill ürünlerine rastlamak mümkün. Henüz bölgemiz için niş bir alan olmakla birlikte diş macunu, saç jölesi, şampuan vb. kişisel bakım ürünlerinde de müşterilerimize tatlandırıcı ve kıvam verici çözümlerimizi sunuyoruz.



Sinem Kural - Kakao ve Yağlar Teknik Ürün Müdürü

Cargill, dünya genelinde 7 farklı lokasyonda bulunan üretim tesislerinde, kaynağından toplanan en kaliteli kakao çekirdeklerini kullanarak kakao tozu, kakao yağı, kakao likörü, çikolata, dolgu ve kaplamalar gibi çeşitli ürünler üretmektedir.

Ürünlerimiz, unlu mamul, çikolata & şekerleme, içecek, sütlü ürünler, dondurma ve hazır gıda gibi uygulamalarda kullanılır. Dünya pazarında aranan bir marka olan Gerkens® Kakao, geniş portföyü ile müşterilerimizin farklı uygulamalardaki talep ve ihtiyaçlarını karşılayabilmektedir.



Kenan Çelebi - Kıvam Vericiler Teknik Ürün Müdürü

Cargill Kıvam Verici Çözümler ürün grubunda; mısır, patates, buğday, tapyoka bazlı olmak üzere doğal ve modifiye nişastalar, karagenan, pektin, sodyum aljinat, keçi boynuzu gamı ürünlerinden oluşan hidrokolloidler, soya ve ayçiçek bazlı sıvı ve

toz lesitin ürünleri ile fonksiyonel karışımlardan oluşan geniş bir portföy sunuyoruz. Başta süt ürünleri ve şekerleme dolguları olmak üzere, kıvamın gerektiği hemen her uygulamada ürünlerimizin kullanımı mümkün.

Ar&Ge çalışmaları ile yeni, inovatif ürünler de geliştiriyorsunuz ki, bu uzun soluklu bir iş. Bu tür yenilikçi çözümler; bölge pazarına, şirketlere ve yerel markalara katma değer sağlamada nasıl bir potansiyele sahip?

Aslında günümüzde sıfırdan, hiç olmayan bir ürünü bulmak oldukça zor. Sadece araştırma geliştirmeye odaklanan bir global birimimiz var. Fikirler Ar&Ge birimimize geliyor, uygulamaya yarar sağlayıp, sağlamadığı kontrol ediliyor. Müşterilerimizin ihtiyaçları doğrultusunda bir ürünü sıfırdan oluşturuyoruz ya da var olan ürünü geliştiriyoruz. Müşterilerimizden aldığımız fikir, bilgi ve detaylar bu sürece ciddi katkı sağlıyor.

Hedefimiz tepeden aşağı bir anlayışla değil, aşağıdan yukarı bir bilgi akışı ile bu çalışmaları yönlendirmek; yerelden beslenip, yerele hizmet etmek. Yerel lezzetleri bilen insanlar olarak ürün çıkartıyoruz. Örneğin baklava ve lokumu biz biliyoruz, Avrupada'daki meslektaşlarımız bilemez. İran'da safranlı ürünler önem kazanıyor. Biz de buradan hareketle, Ar&Ge merkezimize önerilerde bulunuyoruz.

Aslında üreticiye hizmet versek de son tüketicinin ihtiyacını anlamak bizim için oldukça önemli. Uygulama merkezlerimize davet ettiğimiz müşterilerimizi, tüketicie sunacakları ürün konusunda uygulamalı olarak bilgilendiriyoruz.

Bölge ülkelerinde mevzuattan kaynaklanan sorunlar yaşıyor musunuz?

Teknik ekip olarak; Türkiye & İran (TII), Arabistan ve Kuzey Afrika & Levant bölgeleri (NAL) olmak üzere üç bölgede hizmet vermekteyiz. Gıda sektöründe çeşitli kategorilerde 30 yılı aşkın tecrübesi olan İmad ElRafei'nin yönetimindeki ekip üyelerinden her biri, Cargill'in portföyündeki ürünler için teknik destek verilmesinden ve müşterilerimizle ortaklaşa yeni projeler yürütülmesinden sorumlu. Müşterilerimize daha iyi hizmet vermek amacıyla farklı ürün gruplarındaki bu sinerjiyi işbirliği içerisinde tüm kategorilerde yaratmak, gerek müşterilerimiz gerekse bizim için oldukça önemli.



Öncelikli hedefimiz; iş ortağımız dediğimiz müşterilerimizin ihtiyaçları ve pazarın talebi birbiriyle örtüşecek şekilde, onlarla birlikte ilerlemek. Cargill, geniş gıda ve gıda bileşenleri ürün portföyü, dünya geneline yayılmış Ar&Ge ve Uygulama merkezleri ile sektörde aranan bir partner. Bunu müşterilerimizin geribildirimleri ile daha da iyi anlıyoruz.

Cargill'in globalde üzerinde çalıştığı projeleri takip edip, müşterilerimize fırsat yaratacağını düşündüğümüz yenilikçi ürün ve uygulamaları sunuyoruz. Lokal talep ve ihtiyaçları daha iyi anlayarak, gerektiğinde uygulama merkezleri ve müşterilerimiz arasında köprü görevi görüyor ve inovasyon çalışmalarına da destek oluyoruz.

Cargill globalde, bölgelere hizmet veren mevzuat ekipleri var. Türkiye'deki gıda mevzuatı genel hatlarıyla Avrupa Birliği mevzuatı ile uyumlu olsa da, METNA bölgesindeki diğer ülkelerde büyük farklılıklar olduğu bir gerçek. Bölgelerde bulunan ekipler, mevzuattan kaynaklanan bir problem olması durumunda globaldeki kontaklarla görüşüp, müşterilerimizle birlikte çalışarak bu problemleri büyük ölçüde çözebiliyor.

Cargill bölgede nasıl bir çalışma sistemi izliyor?



Zaim Türk - Distribütörlerden sorumlu Teknik Müdür

Cargill öncelikle konusunda uzmanlaşmış bir satış ekibi olan, mümkünse teknik ekibi bulunan ve müşterilerimizi sık aralıklarla ziyaret ederek ihtiyaçları anlayabilen distribütörleri tercih ediyor. Distribütörlerimizi gerek verdiğimiz ürün eğitimleri ile gerekse müşteri ziyaretlerine birlikte giderek

bilgilendiriyoruz. Verilen hizmet distribütörlerimiz aracılığı ile olsa da Cargill ürünlerini temsil eden kişiler olarak, doğru iletişimin sağlanması konusunda gereken tüm desteği distribütörlerimize vermek, bizim sorumluluğumuz.

İstanbul'daki uygulama mutfağında ne tür çalışmalar yapıyorsunuz?



Muzaffer Arı - Mutfak'tan sorumlu Gıda Teknikeri

Mutfakın kurulmasındaki ana hedef, önerdiğimiz ürünün son üründe nasıl reaksiyon verdiğini nispeten gösterebilmek, böylece projeye devam edilip edilmemesi veya hangi yönde ilerlenmesi gerektiği konusunda hem teknik ekibe hem de müşterilerimize yol göstermek.

Burada yeni ürünlerin uygulamadaki etkisini kolaylıkla gözlemleyebiliyoruz. Cargill Mutfak, uygulama merkezlerimizden getirdiğimiz prototiplerin tadımlarını müşterilerimizle birlikte yapabildiğimiz, yeni projeleri konuşabildiğimiz ve ürünlerle ilgili teknik eğitimleri gerçekleştirdiğimiz uygun bir ortam sağlıyor.

Cargill araştırmacılarının belirlediği gıdada yeni eğilimler neler?

Dünyada gıda ve içeceğe yapılan harcamalar, kişi başı tüketim harcamalarının %20'si ile 2. sırada. Avrupa'nın aksine Türkiye'de olduğu gibi dünyada da genç nüfus ve çalışan grup sürekli artıyor. Genç, orta yaşlı-çalışan ve 60 yaş üstü üç ana gruba baktığımızda hepsinin talepleri benzer yönde... Tüketecekleri gıdanın hangi şartlarda üretildiğini, içerisindeki bileşenleri ve geçtiği prosesleri, üretimde çevreye duyarlılığı, sürdürülebilir kaynaklar kullanılıp kullanılmadığını bilmek isteyen tüketici grupları ile karşı karşıyayız. "İyi gıdayı" (kalitesi ve lezzeti iyi, sağlıklı ve çevreye iyi) makul fiyattan almak isteyen, daha bilinçli bir müşteri segmenti oluştuğunu görüyoruz.

Dünya Sağlık Örgütü, obeziteye dikkat çekiyor. Türkiye'de obezite ile mücadele için farklı reçeteler; trans yağ içermeyen, kalorisiz, tuz oranı düşük ürünlerle çalışma talebi var. Cargill'de de kalori, şeker ve yağ oranını azaltmaya yönelik çalışmalar var. Birçoğu tamamlanmış ve son ürünler de piyasaya sunulmuş durumda.

Tüketici "önce lezzet" diyor. O lezzeti kaybetmeyecekse, "sağlık" diyor ve yeni formülleri benimsiyor. Lezzeti ile cezbeden farklı tat ve yapılarla gıdalar; doğal ve geleneksel bileşenler kullanılarak üretilmiş gıdalar; sağlıklı ve tüketiciye kendini iyi hissettiren, yağ, şeker, tuz azaltılmış, lifçe ve mineralce zenginleştirilmiş gıdalar; alerjen maddelere alternatif çözümler sunan gıdalarla birlikte; "Bize güven, çünkü doğadan sorumluyuz" imajı yaratan ürünler talep ediyor. Üreticiler, daha talepkar ve bilinçli bir tüketici grubunun olduğu bir pazarda markalarının konumlandırılmasında da daha dikkatli ve özenli olmak durumunda.

Cargill globalden aldığımız pazar araştırma verileri ve lokal trendler konusundaki bilgilerimizi harmanlayarak, müşterilerimize inovatif ürünler geliştirmeleri konusunda destek oluyoruz.

Burada Türkiye'de Gıda Ar&Ge'sinin henüz yeterli olmasa da geliştiğini söylemek lazım. Bundan 15 yıl önce yeni ürün geliştirmek için şirket sahipleri ile görüşüyorduk. Şimdi ise şirketlerde, bu işin eğitimini almış, ortak dili konuşabildiğimiz Gıda Mühendis'leri ile ilerliyoruz. Üniversite - sanayi işbirliklerinde de yeni örnekler görüyoruz.

İşinizin en keyifli tarafı diye sorsak, ne dersiniz?

Ortak proje yürüttüğümüz müşterilerimiz için bir fayda yarattığımızı görmek, Ar&Ge merkezlerimizde çalıştığımız ürünün ambalaja girip, rafa çıktığında, tüketicinin beğenisini kazandığını ve zevkle tüketildiğini görmek, yaptığımız işin en keyifli yanı...

Dünyanın gelişimi için, dünyayı koruyacak tedbirlerle yol alıyor...

Bu yıl kuruluşunun 150. yılını kutlayan Cargill, 2015 Yıllık Raporu'nda finansal alandaki gelişmeleri duyururken, 2015 Kurumsal Sorumluluk Raporu'nda da sürdürülebilirlik ve gıda güvencesini arttırmaya yönelik küresel faaliyetlerine yer verdi. Raporlar gösterdi ki Cargill, küresel tüm faaliyetlerinde, dünyanın gelişimi için dünyayı koruyacak tedbirlerle yol alıyor.

“Sürdürülebilirlik Sözümüzü İlerletmek...”

Cargill'in 2015 Kurumsal Sorumluluk Raporu, CEO ve İcra Kurulu Başkanı David W. MacLennan ile Yönetim Kurulu Başkanı Gregory R. Page'in imzasını taşıyan bu ifadeyle başlıyor. Geride bıraktığı 150 yıllık süreçte pazarda büyük değişikliklere tanıklık eden Cargill'in başarısının nedenlerinden birisinin de değişen iş koşullarına uyum sağlama ve ortaya çıkan fırsatları değerlendirme yeteneği olduğuna dikkat çeken MacLennan ve Page'den bazı satırlar şöyle:

Sürdürülebilirliğin önemini biliyor ve derin bir değişim ile cevap veriyoruz. Cargill olarak sürdürülebilir ürün ve hizmetlerin en güvenilir tedarikçisi olmak istiyoruz. Bu doğrultuda; sürdürülebilirlikle ilgili sorunları daha iyi nasıl ele alabileceğimizi, müşterilerimize nasıl daha verimli hizmet sağlayabileceğimizi ve daha sürdürülebilir tarımsal uygulamaları nasıl ortaya koyabileceğimizi değerlendirmek amacıyla 2015'te üst düzey Cargill yöneticilerinden bir grup oluşturduk.

Küresel ölçekte pozitif değişim yaratabilmek için uzmanlığımızı en iyi şekilde kullanabileceğimiz dört odak alanı tanımladık.

Bunlardan ilki arazi kullanımı. Tedarik zincirimizde orman alanlarının yok edilmesini engellemeyi ve bozulmuş, kapasitesinin altında kullanılan arazilerin kullanımını iyileştirmeyi hedefliyoruz.

İkincisi su kullanımı. Bu alanda hedeflerimiz; suyun az olduğu bölgelerin korunması, tarımdan etkilenen bölgelerde su kalitesinin iyileştirilmesi, içinde yaşadığımız ve beraber çalıştığımız toplumların temiz suya erişimini arttırmaktır.

Üçüncü konu iklim değişikliği. Bunun için sadece kendi işimizde sera gazı emisyonunu azaltmakla kalmayacak, çiftçilerle birlikte tarımın değişen iklime uyum sağlaması için de çalışacağız.

Dördüncü odak alanımız ise çiftçilerin refahı. Sürdürülebilir tarımsal uygulamalarla çiftçilerin verim ve gelirlerini artırmalarına yardımcı olabilir, tarım toplumlarının refahını daha iyi seviyelere taşıyabiliriz. Geleceğe ilerlerken bu dört alanda özel hedefler belirleyecek ve ilerlememizi ölçeceğiz.

Cargill'in gıda ve tarımdaki yaygın varlığını göz önünde bulundurduğumuzda, çevresel ve sosyal etkilerimiz konusunda önemli bir sorumluluğumuz olduğunu biliyoruz. Daha sürdürülebilir tedarik zincirleri oluşturma çabalarımızın yanında gıda güvencesini arttırmaya yönelik faaliyetlerimiz, gezegeni koruyarak dünyanın beslenmesinde oynadığımız ve gurur duyduğumuz rolle aynı denklemin bir parçasıdır.”



Sürdürülebilir tedarik zincirleri

Cargill'in, 10 yıldan fazla bir süredir devam eden daha sorumlu tedarik zincirleri kurma çabaları; güvenilir ve besleyici gıda üretimini, insanlara ve insan haklarına saygı duymayı, hayvanlara insanca davranmayı, sorumluluk sahibi tarımsal uygulamaları ve çevre üzerindeki etkinin azaltılmasını içeriyor. Sürdürülebilir ürün ve hizmetlerin en güvenilir tedarikçisi olmak hedefine ulaşmak için alt başlıklar da belirlenmiş durumda:

- Ormanların yok edilmesinin önüne geçmek
- Müşterilerimizin güvenilir tedarikçisi olmak
- Suyu korumak
- Emisyonları azaltmak ve enerji tasarrufu yapmak
- Yenilenebilir enerji kullanımını artırmak
- Koruyucu tarımı teşvik etmek
- Tarım alanında çalışan kadınları eğitim ile güçlendirmek

Dünyanın beslenmesi için çalışmak

Cargill, tarihi boyunca kendisini insanların beslenmesine adanmış bir şirket olarak güvenilir, besleyici ve uygun fiyatlı gıdalara erişimi arttırmaya çalışıyor. Bu şekilde dünya çapında insanların aktif ve sağlıklı bir yaşam sürebilmesi için yardımcı oluyor.

- Hayvansal protein verimliliğini artırmaya yönelik araştırmalara yatırım
- Gıda üretim kapasitesinin artırılması
- Depolamanın ve nakliyenin iyileştirilmesi
- Sürdürülebilir deniz mahsulleri yetiştiriciliğinin desteklenmesi
- Daha fazla süt üretimi
- Kötü beslenmenin nedenlerinin ortadan kaldırılması
- Verimliliği ve karlılığı artırmada çiftçilere yardım
- Pazar erişiminin sağlanması
- Küçük çiftlik işletmelerinin genişletilmesi
- Gıda atıklarının azaltılması
- İnovasyon ve teknolojinin desteklenmesi
- Gıda güvencesinin desteklenmesi

Tarım toplumlarında refah artışı

Cargill, iş yaptığı bölgelerde; açlığın azaltılması, eğitimin iyileştirilmesi ve çevrenin korunması için uzun vadeli çözümler geliştirerek hizmet verdiği toplumların sosyal refahını destekliyor. 150 yıldır, finansal desteği, işindeki uzmanlığı, çalışanlarının desteği ve ortaklarıyla işbirliği sonucu faaliyet gösterdiği toplumlarda pozitif, ölçülebilir gelişmelere imza atıyor.

- Daha iyi beslenmeyi yaygınlaştırmak
- Beslenmeyi anlamak ve gıda israfını önlemek
- Gıda bankalarına yardım
- Temiz suya erişimi desteklemek
- Açlıkla mücadele
- Hastalıkları önlemek için uygun tuz kullanımını yaygınlaştırmak
- Gıda işleme verimliliğinin artırılması
- Çocuk beslenmesini iyileştirmek
- Kakao yetiştiren toplumlarda sağlık hizmetlerinin ve eğitimin yaygınlaştırılması
- Çocuklara ve gençlere bahçe eğitimi vermek ve fırıncılık becerileri kazandırmak
- Sağlık ve beslenmenin iyileştirilmesi
- Afrika'da eğitim koşullarını iyileştirmek ve çocukların daha iyi okullara erişimini sağlamak
- Geleceğin liderlerinin yetiştirilmesi için mentörlük programlarının uygulanması

İş etiği

"İş etiği" bağlamında yüksek standartlara sahip olmak, kurulduğundan beri Cargill için büyük önem taşıyor. 150 yıldır dürüst çalışmayı işin temeli sayan Cargill'in İş Etiği Kuralları, 7 kılavuz prensip üzerine kurulmuştur:

- Kanunlara uyuyoruz.
- İşimizi dürüst bir şekilde yapıyoruz.
- Doğru ve dürüst kayıt tutuyoruz.
- İşle ilgili yükümlülüklerimizi yerine getiriyoruz.
- İnsanlara değer veriyor ve saygı duyuyoruz.
- Cargill'in bilgilerini, varlıklarını ve menfaatlerini koruyoruz.
- Sorumlu bir küresel vatandaşa olmaya büyük önem veriyoruz.



Çalışan bağlılığı %80

Güvenli, emniyetli ve sağlıklı iş ortamları sağlayan Cargill, 10 yıldan fazladır çalışan bağlılığını ölçüyor. 2013 yılında yaptığı son ankette bağlılık puanı %77'ydi. 2015 yılında ise çalışanlarının %90'ı küresel ankete katıldı ve skor %80'e yükseldi.

Kurumsal sorumluluk taahhüdümüz

Cargill 1865'te iş hayatına başladığında işlerimiz "sözümüz senettir" inancıyla yürütülmekteydi. Bu inanç, bugün hala güven ve saygı kültürü üzerine kurulu, farklı uzmanlıklarda küresel bir şirket olarak işlerimizi yürüttüğümüz standarttır. Dürüst ve güvenilir şekilde çalışırız. Dünyayı sorumluluk sahibi bir şekilde doyurmak, çevreye etkimizi azaltmak, yaşadığımız ve çalıştığımız yerlerde yaşayanları daha iyi şartlara ulaştırmak konusunda kararlıyız. İnsanları besleme ve hizmet verdiğimiz tarım, gıda, endüstri ve finans pazarlarında sorumluluk alarak çalışma hedefimiz konusunda arzuluymuz.

Dünyamız karmaşık sorunlarla karşı karşıya. İşimizin yaygınlığı ve konusu bize eşi bulunmaz bir görüş açısı sağlarken, bu geniş perspektif beraberinde sorumluluğu da getiriyor. Dünyanın artan nüfusunu beslerken gezegenimizi de korumaya kararlıyız. Çiftçilere daha fazla gıdayı daha sürdürülebilir şekilde üretmelerinde yardımcı olmak için yeni yöntemler geliştiriyoruz. Gıdaları arz fazlası olan bölgelerden arz açığı olan bölgelere nakletmek için daha verimli yollar bulmaya devam ediyoruz.

Şunu biliyoruz ki; çalışanlarımızın yeteneği ve kararlılığı ile tüm insanların güvenilir, besleyici ve hesaplı gıdalara ulaşmaları önündeki engelleri ortadan kaldırmamız. Bugünün ihtiyaçlarını dünyanın gelecek nesillere sunduğu kapasiteyi azaltmadan karşılamaya odaklanıyoruz. Cargill'in menfaatleri, kendi faaliyetlerinden öteye, tedarikçilere, ortaklara ve tedarik zincirimizdeki diğer paydaşlara uzanmaktadır.

Sorumluluk sahibi bir tedarik zinciri insanlara ve insan haklarına saygılıdır, güvenilir ve besleyici gıdalar üretir, hayvanlara insanca davranır, en iyi, en fazla sorumluluk sahibi tarımsal uygulamaları destekler, çevreye etkiyi azaltır, toprağı ve azalan kaynakları korur. Bu hedefe ulaşmak tüm paydaşlarla işbirliğini gerektirir. Kontrol edebildiğimiz ve yönlendirebildiğimiz tedarik zinciri konularında ölçülebilir ilerleme olduğunu gösterebilmek arzusundayız.

Şirket olarak; büyümemizin, insanlara karşı tavrımıza, yaşadığımız toplumlara kattığımız değere ve müşterilerimize nasıl hizmet verdiğimizle ilgili olduğunu biliyoruz. Çalışanlarımızın desteği ile Cargill karlı ve sorumlu bir şekilde büyüyerek çok yönlü, genişleyen dünyanın birbiri ile iç içe ihtiyaçlarını karşılamaya devam edecek.

Kurumsal sorumluluklarını bu şekilde belirleyen Cargill'in bazı sürdürülebilirlik girişimleri ve aldığı sonuçlar ise şöyle:

Hedef 2030'da sıfırlamak

Cargill, tedarik zincirleri boyunca ormanların yok olmasını engellemek için çalışıyor. Eylül 2014'te New York'ta toplanan BM İklim Zirvesi'nde 41 şirket, 32 hükümet ve onlarca sivil toplum kuruluşu ile birlikte imza attığı deklarasyonla, ormansızlaşmayı 2020'ye kadar yarılamayı, 2030'a kadar ise tamamen sıfırlamayı hedefliyor.

+Yenilenebilir, -sera gazları

Cargill, yenilenebilir enerji kullanarak 2015 yılında fosil yakıt kaynaklı 1 milyon ton sera gazı salınımını engelledi. Çevre konusundaki performansı ile 2015 hedeflerine ulaştı. 2010 mali yılına göre;

Enerji verimliliğinin iyileştirilmesi %5,1
Su verimliliğinin iyileştirilmesi %6,6
Sera gazı yoğunluğunun iyileştirilmesi %7,1
(2015 hedefi %5)
Enerji portföyünde yenilenebilir kaynaklar %14,1
(2015 hedefi %12,5)

İçme suyuna erişime destek

Temiz suya erişim imkanı olmayanlar için yatırımlar yapıyor, hijyen ve sterilizasyon uygulamaları konusunda eğitimler veriliyor. Farklı coğrafyalardaki birçok ülkede insanları temiz suyla buluşturmak için su kuyuları açılıyor, boru hatları döşeniyor.

Sosyal yardımlar

Cargill'in yaptığı bağışlar 2015 mali yılında 57 ülke genelinde 57,9 milyon doları aştı. 48 ülkedeki 364 Cargill Cares Konseyleri ile faaliyet gösterdiği toplumlarda önemli etkiye sahip sosyal sorumluluk çalışmalarını yürüttü. Cargill çalışanları ve emeklileri, 2015 yılında dünya genelinde gönüllü olarak 250.000 saatten fazla çalıştı.

Çalışmalarımız karşılık buluyor

Uluslararası Afrika Hakları Girişimi Gana'da CARE ve Kırsal Eğitim Projesi'yle birlikte yaptığımız çalışmalar için Cargill'e Küresel İletişim Etkisi Ödülü'nü verdi.

Aon Hewitt, dünyanın her yerinden en iyi yetenek yönetimi uygulamalarına sahip firmaları takdir eden Küresel Aon Hewitt En İyi Lider Firmaları® 2014 listesinde Cargill'e de yer verdi.

İnsan Hakları Kampanyası Kurumsal Eşitlik Endeksi, Cargill'i üst üste 11 yılda takdir etti.

"Dinle, öğren ve yol göster"

67 ülkede 155 bin çalışanı ile kendisini dünyayı sorumlu bir şekilde beslemeye, çevresel etkileri azaltmaya, içinde yaşadığı ve faaliyette bulunduğu toplumlarda geliştirmeye adanmış Cargill, 2015 Yıllık Rapor'da da finansal gelişmeleri ortaya koydu.

Raporda paydaşlara seslenen Cargill Başkan ve CEO'su David W. MacLennan ile Yönetim Kurulu Başkanı Gregory R. Page, 150. Yılıni kutlayan Cargill'in, yıllar içinde zaman zaman başarısızlıklar yaşasa da önemli başarılar elde ettiğini ve olağanüstü bir büyüme kaydettiğinin altını çizdiler. İşte MacLennan ve Page'in 2015 değerlendirmeleri:

"Cargill'in zengin tarihi geleceği düşünmek için bir katalizör olmuştur. Biz her zaman öğrenen bir kuruluş olduk ve dünyadaki hızla artan karmaşa ve değişiklikler göz önünde bulundurulduğunda, bu her şeyden önemli. Öğrenmek dinlemeyi gerektirdiğinden, gözlemlerimizi planlarımıza ve kararlarımıza yansıtık. Müşterilerimizin ve diğer ortaklarımızın bizden tedarik zinciri yönetimi, gıda güvenliği, beslenme, risk yönetimi ve sürdürülebilirlikte kendilerine rehberlik etmemizi istediklerini biliyoruz. Müşterilerimiz ve paydaşlarımız tıpkı bizim kendimizden daha fazlasını beklediğimiz gibi bizden çok daha fazlasını bekliyor.

Faaliyet alanları finansal performansı

Hayvan Beslenmesi & Protein platformunun kar oranında önemli artış yaşanmıştır.

Gıda Bileşenleri & Uygulamaları platformu kazançları geçen yıldan bu yana önemli ölçüde azalmıştır. Çin'deki ve diğer gelişmekte olan pazarlardaki ekonomik durgunluk sonuçları olumsuz yönde etkilemiştir.

Gelişmiş ülkelerde tüketicilerin hızla değişen gıda ve içecek tercihleri satışları etkilemiştir. Kar oranını artırmak ve daha yüksek performans amacıyla portföyü yeniden şekillendirmek için kapsamlı değişiklikler yapıyoruz.

Enerji alanında, özellikle de petrol kazançları tekrar normal seviyeye ulaşmıştır. Bu toparlanmanın asıl nedeni geçtiğimiz mali yılın yeniden yapılandırılması, 2014 yılı borç yönetimi ve ham petrol fiyatlarındaki keskin düşüştür.

Odak ve disiplin

Cargill, zorluklarla yükselen bir geçmişte sahiptir. Şirket genelinde kar oranını artırmak ve şirketi iyileştirmek için önemli olduğunu düşündüğümüz beş alana odaklanıyoruz.

• **Mükemmellik için çalışmak:** Tarımsal ürünlerde verimliliğini artırmak, tedarik zincirlerini optimize etmek ve pazarlama etkinliğini artırmak için işletmelerimizde çalışmalar devam etmektedir.

• **Mantıklı, ortak bir yaklaşımda bulunmak:** Arjantin, Brezilya, Bulgaristan, Çin, Kosta Rika ve Hindistan'da faaliyet gösteren Cargill Ortak Hizmet Merkezleri ile insan kaynakları, bilgi teknolojileri, finans, lojistik ve kaynak planlaması için ortak iş süreçlerini merkezleştirerek verimliliği artırıyoruz.

• **Müşterilerimize hizmet için yatırım:** Geçtiğimiz yıl müşterilerimiz için önemli olan konulara 3,43 milyar yatırım yaptık. Yatırım harcamalarının dağılımı; %25 satın almalar / ortak girişimler, %49 yeni / genişletilmiş tesisler, %26 güvenlik / enerji / çevre / diğer.

• **Güvenilir iş ortağı olmak:** Dünyanın dört bir tarafında 150 yıldır dünyanın daha iyi olması için çalışıyoruz.

• **Çalışanların potansiyelini ortaya çıkarmak:** "2014 Liderler İçin En İyi Şirketler" listesinde olmaktan memnunuz. Çünkü çevre hızla değişiyor ve biz tüm çalışanlarımızın başarılı olması için kapsayıcı ortamlar sağlayarak, çabuk karar veren ve etkili liderlerle güçlü ekipler kurmanın önemini farkındayız.

2015 mali yılında Çevre, İş Sağlığı ve Güvenliği kültürü sayesinde şirketin en düşük raporlanabilir yaralanma oranını elde ettik (200.000 çalışma saati için 1,47). Bin 425 iş yerimizden yaklaşık %74'ünde herhangi bir yaralanma olmamıştır. 1 Eylül'den 7 Mayıs'a kadar ölümcül bir kaza olmadan 257 milyon saat çalıştık. Sıfır ölümcül kaza hedefimize ulaşmakta kararlıyız ve bunu başarabileceğimizi biliyoruz.

Son olarak

Cargill ekibi ile gurur duyduğumuzu belirtmek istiyorum. İyi ve kötü zamanların yaşandığı bu yılda çalışanlarımız birbirinin güvenliğini sağlamış, şirketin yol gösterici ilkelerini izlemiş ve müşterilerimizin ve paydaşlarımızın başarılı olmasına yardım etme sözümüzü bir adım öteye taşımıştır.

Biz dinleyen, öğrenen ve yol gösteren bir şirketiz. Önceki nesillerin mirasının temsilcisi olmaktan ve bu mirası geleceğe taşımaktan gurur duyuyoruz. Faaliyette olduğumuz 150. yılı kutlarken Cargill'in insanların beslenmesinde dünya lideri olma hedefinin ne kadar önemli olduğunu farkındayız. Bu bizim, dünyanın sürdürülebilir bir biçimde beslenmesine yardımcı olmak için edindiğimiz görevdir."

Bütçesinde, zamanında “Sıfır İş Kazası” ile Endüstriyel nişasta üretiminde yeni yatırım

Cargill Endüstriyel Ürünler Türkiye, endüstriyel nişasta üretimine bundan tam 4 yıl önce odaklanır ve katma değerli bir ürün olan ilk modifiye nişasta üretimine mevcut TUNA hattı ile başlanır. Yapılan üretimle kağıt, tekstil, alçıpan ve inşaat sektörlerinde dikkate değer bir pazar payı elde edilirken, ARDA Projesi ile 2014 yılı sonunda inşasına başlanan yeni hattın ilk ürünün yüklemesi Haziran 2015’de yapıldı.

ARDA Endüstriyel Nişasta Üretim Projesi, özellikle oluklu mukavva pazarında daha aktif bir oyuncu konumuna gelebilmek ve büyümeyi sürdürebilmek için endüstriyel nişastada ayrı bir üretim hattına ihtiyaç olduğunun tespit edilmesi üzerine uygulamaya konuldu. 2014 yılı sonunda inşasına başlanan yeni üretim hattından ilk ürün, Haziran 2015’te yüklendi.

Yeni endüstriyel nişasta hattımız sayesinde, oluklu mukavva sanayinin en önemli girdilerinden biri, bir çeşit çapraz bağlı nişasta olan Cgum 5700’ü de üretebilir hale geldik. İş ünitemiz oluklu mukavva sektörüne yeni çapraz bağlı nişasta ürününü tanıtmaya çoktan başladı ve kısa süre içerisinde portföyümüze yeni müşteriler ekledik.

ARDA Projesi’nde elde edilen sonuçlar ve yaşanan ilerlemeleri konuşmak üzere Cargill Haberler olarak kapısını çaldığımız Cargill Gıda Türkiye Endüstriyel Nişastalar Ürün Müdürü Alper Yaraşık, önce endüstriyel nişastanın kullanımı ve Cargill’in üretimleri hakkında bizi bilgilendirdi:

“Endüstriyel nişasta ürünleri, en yoğun olarak kağıt ve oluklu mukavva sektöründe, bunlara ek olarak da tekstil, yapı ve yapıştırıcı (tutkal) sektörlerinde kullanılmaktadır.

Türkiye’de gıda dışı endüstriyel nişasta tüketimi, gıdadan daha fazladır. Ülkemizde yaklaşık olarak 230.000 ton endüstriyel nişasta kullanılmaktadır.

Amerika, Avrupa ve Asya’da endüstriyel nişasta üretimi yapan Cargill, dünyanın önde gelen nişasta üreticileri arasında yer almaktadır. Üretilen endüstriyel nişasta ürünleri, yukarıda belirttiğim sektörlerin kullanımına sunulmaktadır.

Cargill Türkiye olarak, Türkiye’deki en büyük nişasta üretim kapasitesine sahibiz. Pazar payımız 2016 yılında %25 civarında olacaktır.”

Uzun süredir endüstriyel nişasta pazarında yer alan Cargill’in, 2012 yılında pazar çalışmalarına daha stratejik bir yaklaşımla, uzun süreli bir strateji oluşturduğunun altını çizen Yaraşık, “Bu stratejilerden bir tanesi de tamamen endüstriyel pazara hitap eden bir nişasta hattıdır. İşte ARDA Projesi’ne ilişkin karar, bu stratejik yaklaşım temelinde alındı. Proje hayata geçirilirken de, Cargill proje yönetim metodları kullanıldı” dedi.



Öz kaynaklarımızı kullanacağız

“Ülkemize 80.000 ton ithal endüstriyel nişasta girmekte. Bu yeni hat ile öz kaynaklarımızı kullanarak ithalatı azaltmayı hedefliyoruz” diyen Yaraşık, ARDA Projesi ile geliştirilen yeni ürün Cgum 5700 için de şu bilgileri verdi:

“Cgum 5700, Cargill’in eskiden de ürettiği bir ürün. Ancak ARDA projesi dahilinde değişen üretim teknolojileri dikkate alınarak tekrar dizayn edildi. Ürünün teknolojisi tamamen Cargill’e aittir. Ürün geliştirme çalışmaları Amerika’daki Ar&Ge laboratuvarlarında, uygulama geliştirmeleri ise Almanya’daki uygulama laboratuvarlarında tamamlanmıştır. Bu ürün ile üretim verimliliğinde artışlar olacak. Ayrıca çalışma hızı, tüketim, kullanım süresi gibi konularda iyileşmeler bekliyoruz.”

ARDA Projesi ile artan endüstriyel nişasta ürünleri için öncelikle hedef, Türkiye pazarı. Amaç, söz konusu ürünlerde dışa bağımlılığı ortadan kaldırmak. Yaraşık, “Ancak MENA (Ortadoğu ve Kuzey Afrika) bölgesi de sorumluluğumuzda. Doğal olarak o bölgeye de hizmet vermek istiyoruz.” diye konuştu.

Cargill’in ARDA Projesi ile endüstriyel alandaki adımlarını sağlamlaştırdığını belirten Cargill Gıda Türkiye Endüstriyel Nişastalar Ürün Müdürü Alper Yaraşık, “Nihai hedefimiz ürünlerimiz ve servislerimizle hizmet verdiğimiz sektörlerde çözüm ortağı olmak. Hizmet verdiğimiz sektörlerle yönelik yeniliklerimiz devam edecek. Yeni projeler ile yeni ürünler üretmeyi hedefliyoruz” bilgisini paylaştı.

Bütçesinde, zamanında ve sıfır iş kazasıyla...

ARDA Projesi’nin Müdürlüğünü üstlenen Ercan Erdaş, 18 yıldır Cargill’de çalışan, 20 yıldan fazladır endüstrinin içinde yer alan deneyimli bir isim.

Cargill Orhangazi tesislerinde Proje Müdürü olarak çalışan Erdaş, Cargill Türkiye Orhangazi Mühendislik Bölümü koordinasyonunda, ticari ve teknik ekiplerin ortak çalışması ile yürütülen ARDA Projesi’nde izlenen aşamaları anlattı, projenin başarısının altını çizdi:

“ARDA Projesi’nin tüm aşamaları, Cargill Proje yönetim metodolojisi takip edilerek tamamlanmıştır.

Cargill Proje yönetim metodolojisine göre bir proje; fikir aşamasından başlayıp, uygulama ve kontrol aşamaları da dahil olmak üzere 4 ana fazdan oluşmaktadır.

Fikir geliştirme aşamasında proje ile ilgili İş Ünitesi stratejisine göre uygunluk, müşteri beklentileri, pazar, alternatifler gibi konuları incelenerek, çözüm üzerinde nihai karar alınır.

Planlama fazında detaylı mühendislik çalışmaları tamamlanarak, kullanılacak teknoloji seçimleri yapılır. Özellikle detaylı mühendislik aşamasında Proje ile ilgili tüm planlar, uygulamalar, akış şemaları, üretim yöntemleri, ekipman güvenilirlik, gıda güvenliği gibi detayları üzerinde çalışılarak bunlar dokümanite edilir.



Ercan Erdaş

Proje Müdürü

Arda Projesi; ön hazırlıkları, detaylı mühendisliği iyi hazırlanmış bir proje olarak, uygulama aşamasında bütçesinde, zamanında ve en önemlisi “Sıfır İş Kazası” ile tamamlanmış bir projedir. Ekipmanların birçoğu ve çelik yapı imatları yerel kaynaklar kullanılarak yapılmıştır. 19 Ocak 2015 tarihinde temel atılmış ve proje zaman planına uygun olarak Haziran sonunda üretime başlamıştır. Bursa Orhangazi Fabrikamızda tüm teknik ekiplerin katkısı ile proje altı ayda tamamlanmıştır.

İş güvenliğinde öncülük

Projenin başarısı, aynı zamanda doğru tedarikçi ile çalışmanın ne kadar doğru olduğunun bir göstergesi olmuştur. Proje inşaat montaj sırasında zaman zaman 100'e yakın insan kaynağı ile çalışılmıştır. Kısıtlı bir alanda farklı disiplinlerdeki ekiplerin tüm iş güvenliği kurallarına uyması ile sıfır iş kazası ile tamamlanmıştır. Cargill iş güvenliği kuralları tüm çalışmalar için birinci öncelikte olup, bu kurallar en ince ayrıntısına kadar uygulanmıştır. Özellikle ülkemizde son yıllarda yaşanan iş kazaları İş Güvenliği konusunda yeni yönetmelik ve kuralların çıkarılmasını gerektirmiştir. Projemiz yeni yönetmelik ve kuralların uygulanması açısından çalıştığımız yüklenici ve taşeronlar için öncü olmuş bir projedir. Çalışan tüm ekipler gerekli iş güvenliği eğitimlerini yetkili eğitim firmalarından uygulamalı olarak tamamlamışlardır. Bu da proje ekibi olarak bizleri aynı zamanda Türkiye’de bu konulara öncülük etmek açısından gururlandırmıştır.

Tam otomatik üretim hattı

Endüstriyel Nişasta Üretim Tesisi tam otomatik çalışacak şekilde tasarlanmıştır. Sistem; nişasta sütünün reaksiyon tanklarına girişine ve kurutucudan silolara iletimine kadar, Fabrika Otomatik Kontrol sistemine entegre olarak işlemektedir. Proses Kontrol ekranlarından tüm süreç izlenmekte ve veriler tarihsel olarak Fabrika İzleme Sistemine aktarılmaktadır. Sistemin tasarımı ve kontrolü, enerji verimli üretim teknolojileri dikkate alınarak yapılmıştır. Kurutucuda Fabrika Elektrik Üretim santralinden çıkan atık buhar kullanılarak çok düşük buhar sarfıyatı ile sistem çalıştırılmaktadır.

Sistemin projelendirme safhasında tüm inşaat, çelik, ekipman, boru ve enstrümantasyon yerleşimleri 3D olarak adlandırdığımız üç boyutlu olarak projelendirilmiştir. Bu, sistem üzerinde tüm ekipmanların prosese ve kullanım ergonomisine uygun olarak konumlandırılmasını kolaylaştırmıştır. Bu sayede sonradan ortaya çıkabilecek birçok problem öngörülmüş ve buna göre sistem projelendirilmiştir.

Nişasta Kurutucu, sistemin en önemli bileşenlerinden birisidir. Kurutucu seçimi yapılırken verim ve kullanım bakımından en efektif çözüm seçilmiş ve üretimi Türkiye’de gerçekleştirilmiştir.

Projenin tüm aşamalarında imal edilen tüm ekipmanlar konularında uzman teknik personel tarafından kontrol edilmiş ve standartlara uygunluğu belgelendirilmiştir. İmalatlar fabrika sahasına gelmeden kontrol edilmiş ve olası hataların önüne geçilmiştir. Bu sayede projede olabilecek herhangi bir problem veya olumsuzluk, zaman planını etkilemeden bertaraf edilmiştir.

Sistemin devreye alınması sırasında hem Orhangazi teknik ekibimiz hem de Cargill’in diğer lokasyonlarından (Amerika, Hollanda) bir ekip, ortaklaşa olarak bir araya gelmiş ve sistemin devreye alınması sağlanmıştır.

Bu projenin başarılı bir şekilde devreye alınması hem Orhangazi ekibimizin bu çapta bir projeyi bitirmesi açısından, hem de Cargill içerisinde diğer lokasyonlarda da bu ve benzeri projelerde görev alabileceğimizi göstermemiz açısından da önem arz etmiştir.”

ARDA Projesi ile birlikte Nişasta, ayrı bir departman oldu

ARDA Projesi’nde görev alan isimlerden Nişasta Proses Geliştirme Mühendisi Harun Ertürk ise henüz 2,5 yıllık bir Cargill çalışanı. Kimya Mühendisi olan Ertürk de, ARDA Projesi ile birlikte Orhangazi tesislerinde Nişasta’nın ayrı bir departman olarak organize olduğuna dikkat çekti ve şu bilgileri verdi:

“ABD ve Avrupa’daki R&D ve nişasta eksperlerinin yardımlarıyla oluklu mukavva üretiminde kullanılan yeni bir modifiye nişasta geliştirildi. Müşterilerden oldukça olumlu geri bildirimler aldığımız bu ürünün modifikasyon kimyasalı da başka bir Cargill tesisinde üretiliyor. Yani tasarımından üretime yüzde 100 Cargill ürünü olan bu nişasta ilk defa Orhangazi’de üretildi.

Artan üretimle birlikte verimlilik arttı, maliyetler azaldı. Bu yalnızca nişastada değil, fabrikanın geneli için de geçerli bir durum. Nişasta üretiminin artışı ile birlikte Orhangazi’de kırılan mısır miktarı da arttı. Artan toplam çalışma süresi çalışan motivasyonlarını da olumlu etkiliyor.

Üretim, Kalite ve Proje ekibi, ABD ve Avrupa’daki fabrikalara ziyaretler gerçekleştirdi. Proje hem fabrika içindeki hem de Cargill’deki nişasta fabrikaları arası sinerjinin artmasına olanak sağladı. Bu ziyaretlerde nişasta konusunda diğer lokasyonların tecrübeleri büyük ölçüde Orhangazi’deki ekibe aktarıldı.

Üretim ekibi inşa aşamasından devreye alınana kadar tüm birimleri ile sahada müteahhitleri yönlendirerek işin bir defada doğru yapılması için çalıştı. Oldukça zorlu geçen bir maratonun ardından kısa sürede sistemi devreye almayı başardık.

Son teknoloji ekipmanların kullanıldığı sistemimizde yüksek otomasyon ile eski hattımıza oranla daha verimli üretim gerçekleştiriyoruz. Enerji maliyetimizin düşmesinin yanında atıksu arıtma tesisimize daha temiz filtrant göndererek hem verimimizi artırıyor hem de karbon ayak izimizi azaltıyoruz.

Yeni hattımızda şimdiye kadar ürettiğimiz nişasta çeşitlerinin yanında birçok farklı nişasta türü de üretebiliyor olacağız. ARDA projesi ürün gamımızı genişletirken aynı zamanda yıllık üretim kapasitemizi de arttıracak. Bu durum şüphesiz ki Türkiye ve MENA (Ortadoğu, Kuzey Afrika) bölgesindeki rolümüzü daha da önemli kılacak .”



Yılın tedarikçisi ödülüne götüren farklı bir ortaklık

Cargill için Morrisons'un beyaz et tedarikçisi olmak, tüketiciye hizmet için rakiplerle beraber çalışmak anlamına geliyor.

İngiliz market zinciri Morrisons, eşsiz müşteri hizmetleri, keyifli alışveriş deneyimi ve uygun fiyatları ile gurur duyuyor. Tescilli markası olan ve marketlerin içinde özel ürün dükkanlarından oluşan Pazar Sokağı (Market Street) bölümünün geçmişi, William Morrison'un 1899'da İngiltere Bradford'daki merkez pazarda açtığı yumurta ve tereyağı standına uzanmakta.

O zamandan beri Morrisons büyüyerek, yerel bir marketten ülke çapında hemen hemen 600 şubesi olan bir işletme olarak, Birleşik Krallık'taki en büyük dördüncü perakende mağazasına dönüştü.

Ancak son on yılda Morrisons gibi önde gelen marketlerin pazar payı ve marjları, değişen tüketici davranışları, gıda fiyatlarının düşmesi ve indirim marketlerindeki büyüme nedeniyle erozyona uğradı.

Bunun üzerine Morrisons, yüksek oranda rekabetçi bu pazarda M Partner (M Ortak) konseptini oluşturdu. 2013'te başlatılan konsept, farklı tedarikçilerin bir ürün kategorisinde işbirliğini sağlamak için bir tedarikçi ile ortaklığı teşvik ediyor. Morrisons bu sayede ürün kategorisi hakkında deneyim kazandı, müşterilerine ürün sunumunda istikrar yakaladı ve tedarik zincirini etkin hale getirdi.

Morrisons, İngiltere'de en fazla tüketilen et türü protein olan taze ve pişmiş tavuğun tedarikini yönetmesi için Cargill'le çok yıllık bir sözleşme yaptı. Böylece merkezi Hereford'da bulunan ve Cargill'in Avrupa'da etle ilgili faaliyetlerini yürüten Cargill Meats Europe, ürün kategorisi sorumluluğunu alırken, Morrisons'ta alışveriş yapan tüketicilere kalite ve değer sunabilmek adına üç başka beyaz et tedarikçisi ile işbirliğine girdi.

Morrisons'un Taze Gıdalar Ticari Direktörü Andrew Garton, M Partner'in amacının çevik, hızlı ve verimli olmak olduğunu söylüyor ve ekliyor: "Cargill'in beyaz et kategorisinde büyüme momentimizi artırmada bize yardımcı olmasını istiyoruz."

Cargill 'Yılın Tedarikçisi' oldu

Cargill, M Partner'e ilk katılanlardan oldu ve Morrisons'a tedarik zinciri verimliliği yönünden ciddi tasarruf sağladı. Bu da Morrisons'un müşterilerine sunduğu değere yansdı. Cargill açısından bakıldığında ise Morrisons'a sattığı beyaz et miktarının önemli oranda arttığı görüldü. Bunun üzerine Morrisons, 2015 yılı başında Cargill'i fason üretim ve Unilever, Coca-Cola gibi marka tedarikçilerin önünde 'yılın tedarikçisi' olarak açıkladı.

Bu ödül, neredeyse 30 yıl önceye uzanan Morrisons - Cargill beraberliğinde önemli bir kilometre taşı oldu.

Eylül ayına kadar Cargill Meats Europe'un ticari birim liderliğini yapmış olan Pilar Cruz, bunun iki şirket arasındaki uyumu gösterdiğini ifade ediyor. Cruz; "M Partner'in parçası olmak, Avrupa'daki stratejik müşterilerimiz için aranan iş ortağı olma hedefimiz doğrultusunda akılcı bir adımdı." diyor.



Ürün kategorisinde farklı yaklaşım: Mini-işletme

Morrisons'un Pazar Sokağı bir çiftçi pazarı gibi çiçekten gıdaya her şeyi, her ürünün ayrı bölümü olacak şekilde içeriyor.

Morrisons'un beyaz et satın alma sorumlusu Robert Hofmann, "Fırıncınız, pastacınız, balıkçınız, şarküteriniz, manavınız, çiçekçiniz" diyor; "Her gün bir şeyleri mümkün olduğunca sıfırdan üretmeye çalışıyoruz."

Günlük olarak taze yiyecek hazırlamayla uğraşmak, Morrisons'u Birleşik Krallık'taki en büyük ikinci gıda üreticisi haline getirdi. Firma ayrıca sığır, domuz ve koyun eti alanında da entegre bir üretici. Ancak aktif olarak içinde olmadığı tek protein ürünü beyaz et.

İngiliz Beyaz Et Konseyi'ne göre uygun fiyatı, çok yönlü kullanımı ve sağlık algısı nedeniyle beyaz et, şu anda Birleşik Krallık'taki en popüler et konumunda. Konsey, nüfusun %95'inin haftada en az iki kere beyaz et yediğini tahmin ediyor. Taze ve pişmiş tavuk bölümü, Pazar Sokağı'nda yer alan bir düzineden fazla bölümden sadece ikisi olsa da beyaz et, kasada önemli kalemlerden biri olarak öne çıkıyor.

M Partner uygulamasında Cargill ve diğer üç tedarikçi, ambalajlı taze beyaz et yanında Morrisons mağazalarında pişirilmek üzere de piliç sağlıyor.

Tedarikçiler, Morrisons'un 600 civarındaki mağazaları arasında uyumu sağlamak üzere Cargill tarafından yönetilen bazı ortak çalışma grupları oluşturmuş durumdadır. Her ortak çalışma grubu, üç beyaz et tedarikçisinden kanatlı üretimi, inovasyon, tedarik, gıda üretimi ve tedarik zinciri gibi konularda uzman temsilciler içermekte.

Cargill'in Morrisons Kategori Müşteri Yöneticisi Pete Bufton, ortak çalışma gruplarının, birlikte müşterilere çok daha fazla değer sağlamanın anahtarı olduğunu vurguluyor.

İşbirliği sayesinde beyaz et tedarikçileri ve Morrisons, müşterilere kalite ve tasarruf sunabilir. Bunu yapmanın bir yolu da sağduyulu tedarikten geçiyor.

Cargill Ticaret Direktörü Simon Rhodes, Morrisons'un Birleşik Krallık'taki en büyük gıda üreticilerinden biri olduğunu söylüyor; "Bizim aldığımızın üç katı ambalaj malzemesi alıyorlar. Biz de kendilerine bunların hepsini birleştirip birleştiremeyeceğimizi sorduk. Şu anda ambalaj malzemesi için bir tedarik anlaşması hazırlıyoruz. Bu anlaşmayı kendine özgü yapan Morrisons'un ambalaj malzemesi alım hacmini Cargill ve muhtemelen diğer üç beyaz et firması sayesinde artıracak olması."

Diğer bir tasarruf fırsatı da Cargill'in yem maliyetlerinin yönetimi konusundaki ustalığı sayesinde doğdu. Tavuk yetiştirme maliyetlerinin %80'i İngiliz buğdayı ve Brezilya soyasını içeren yemden kaynaklanmakta. Küresel tahıl pazarının önemli oyuncusu Cargill, Morrisons için bir yem maliyet modeli geliştirdi. Morrisons, Cargill'in pazar değerlendirmelerini alır, riski yönetmek ve maliyetleri kontrol altında tutmak için yem bileşenlerinin fiyatlandırması konusunda kararlar verir. Daha sonra Cargill, yemi Morrisons adına üretir ve oluşan maliyet ürünün satış fiyatına yansıtılır.

Buften, yem maliyet modeline sahip olmanın konuyu tavuk fiyatından tasarruf edilebilecek diğer faktörlere kaydırıldığını söylüyor.

M Partner'in rolü, piliçler Morrisons'un mağazalarına ulaştığında bitmiyor. Cargill Pazar Araştırmaları Müdürü Rebecca Webb, aynı zamanda Morrisons'la çalışan ürün kategorisi odaklı bir ekibin parçası. Ekibin beyaz et trendleri konusunda mağaza ve sektör verileri ile tüketici tercihlerine odaklanarak Morrisons'un fiyatlarını, promosyonlarını ve yeni ürünlerini gözden geçiriyor.

Webb, bunun ürün kategorisine mini-işletme olarak bakmak olduğunu söylüyor ve bu konuda en bilgili olmayı amaçladıklarını belirtiyor.

Taze tavuk bölümü, bütün tavuk ve tavuk parçalarından fazlasını sunuyor. Limon-kışniş, sarımsak-yeşillik ve Meksika çeşnili ürünler var. Yemeğe daha fazla müdahil olmak isteyen aşçılar için ise baharat paketleri ön planda. Pişmiş tavuk bölümünde ise sadece bütün tavuk değil, sade ya da tuz, biber, acı veya baharatlarla çeşnilendirilmiş but, göğüs gibi parçalar da yer alıyor.

Webb, bunun amacını ailelere istediklerini vermek olarak tanımlıyor: "Yeni geliştirdiğimiz tüm ürünler tüketiciler hakkında edindiğimiz bilgilere dayanıyor."

Nereden geliyor, nasıl yetiştiriliyor?

Bu bilgiler İngiltere'deki tüketicilerin maliyet ve kalite konusunda bilinçli olduğunu, ancak değer kavramını İngilizlere özgü bir şekilde yorumladığını gösteriyor. Morrisons Taze Gıda Satış Direktörü Garton, insanların, gıdaların nereden geldiği konusunda çok ilgili olduklarını söylüyor. Morrisons'un M Partner uygulaması kaynaklı sığır, koyun ve kanatlı ambalajlarında bunların hepsinin İngiltere'de yetiştirildiği özellikle vurgulanıyor.

Nasıl yetiştirildiği de önemli. Bu doğrultuda Cargill, tavukların yüksek hayvan refahı standartlarına ve tüketicilerin beklentilerine uygun olarak yetiştirilmelerini garantilemek için sözleşmeli üreticileri her yönüyle değerlendiren bir tarımsal işbirliği grubunun liderliğini yapıyor.

Kırk yıldır canlı tavuk üretimi ile uğraşan hayvan yetiştiriciliği uzmanı ve Cargill Meats Europe Tarım Direktörü John Reed, yetiştiriciliğin kilit nokta olduğunu söylüyor.

Sözleşmeli üretim

Will Watkins, Cargill Meats Europe için sözleşmeli üretim yapan 100'den fazla üreticiden biri. Ailesi 1920'lerden beri Hereford yakınlarında çiftçilik yapmakta. Watkins, babasının yakın gelecekte emekliye ayrılmayacağını anlayınca kendi başına devam etmeye karar vererek Cargill'le sadece kendileri için tavuk yetiştirmek üzere sözleşme imzaladı.

Watkins'in üç adet kanatlı yetiştirme binası var, iki tane daha eklemeyi düşünüyor. Her bina 40 binden fazla tavuk alabiliyor. Bu yüksek bir sayı gibi durabilir ama işletmeyi gezenler, sakın tavuklar ve neredeyse kokusuz bir ortamla karşılaşılıyor. Watkins, tavukların kapalı ortamda tutulmaları ile yırtıcı hayvanlardan korunduklarını ve dışarıda yetiştirilen tavuklara göre daha düşük düzeylerde campylobacter bakterisi taşıdıklarını söylüyor.

Gündüz vakti güneş ışıkları çiftlik binasının yanındaki pencerelerden içeri süzülüyor. Cargill, Birleşik Krallık'ta çiftliklerine pencere takan ilk tavuk üreticilerinden biridir. Diğer Cargill üreticileri gibi Watkins'in çiftliği de folluk ve tünekler gibi tavukların zaman geçirdiği bölümleri içeriyor. Bir biyokütle fırını ve güneş panelleri, ihtiyaç duyulan gücün bir kısmını karşılayarak çiftliğin karbon ayak izini azaltıyor.

Watkins'inki gibi yeni çiftlikler tabandan ısıtmaya sahip. Watkins bunun kanatlı hayvanlar için daha iyi olduğunu hissettiğini söylüyor; "Elimde bunun daha fazla para kazandıracağını kanıtlayacak bir şey yoktu. Çiftlikte ideal koşulları oluşturmak istiyorum çünkü yapılması gereken doğru şey bu." diyor.

Watkins'in ürünleri, tavukların yüksek yaşam standartları sayesinde Morrisons mağazalarında satılan taze tavuk ambalajlarının üzerinde yer alan 'Kırmızı Traktör' etiketini almaya hak kazandı. Gıda sektörü tarafından daha anlaşılır etiketleme ve gıdanın daha güvenilir kaynaklardan gelmesinin garantilenmesi için 2000 yılında başlatılan Kırmızı Traktör uygulaması, Birleşik Krallığın önde gelen çiftlik ve gıda kalite güvence sertifikası konumuna yükseldi.

John Reed'e göre etiket, tüketicinin standartlar açısından daha fazla bilgi sahibi olmasını sağladı.

Beyaz ette M Partner uygulaması sayesinde çiftçilerden gıda üreticilerine, oradan da Morrisons'a ve nihayetinde tüketicilere kadar herkes kazançlı çıktı.

Cargill'den Buften, Morrisons'un, tüketicilere en iyi teklifi sunmasına yardımcı olduklarını gördüğünü söylüyor.

Morrisons'tan Gartons da ona katılıyor ve açık bir ilişkinin işleri yürütmek ve kazanmakta işe yarayan bir model olduğunu ekliyor.



Turyağ Puffya tanıtıldı İzmir ve İstanbul'dan tam not aldı

Cargill Turyağ Fabrikası devam eden yatırımların yanı sıra yeni ürünlerle müşterilerinin beklentilerine de hızla cevap olmaya başladı. Pastacılık alanında faaliyet gösteren pek çok müşterisinin, sıcak tüketilen tüm milföy hamurları, kuru poğaçaya, boyoz ve kruvasan çeşitleri için %100 susuz yağ ihtiyacına yönelik ürettiği “Turyağ Puffya”yı İzmir ve İstanbul’da basınla birlikte sektörün temsilcileri ve bayilerine tanıttı.

Bitkisel yağların asırlık markası Turyağ doğup büyüdüğü kentin efsane lezzeti “Boyoz” gibi %100 susuz yağ gerektiren, sıcak tüketilen tüm milföy hamurları, kuru poğaçaya, börek ve kruvasan çeşitleri için ürettiği Turyağ Puffya’nın ilk lansmanını İzmir’de gerçekleştirdi.

İzmir Wyndham Otel’de düzenlenen toplantıda boyoz ustalarına Turyağ Puffya’yı anlatan Turyağ Satış Müdürü Halit Görgülü; “Turyağ Puffya’nın tanıtımına İzmir’den başlamamızın elbette duygusal bir tarafı da vardı.” diyor ve ekliyor:

“Adını 1916 yılında kurulduğu İzmir’in Turan semtinden alan Turyağ, Cargill tarafından satın alındıktan sonra gerçekleştirdiği ilk ürün lansmanını İzmir’de yaptı. Bu yeniliklerin devamı da gelecek. Zaten yeni ürünümüz Turyağ Puffya’yı da boyoz, kuru poğaçaya ve kruvasan gibi ürünlerde kullanılmak üzere geliştirdik. Bu ürünlerin kalitesinin artırılmasını ve markalaşmasını hedefliyoruz. Bunun için hazırlıklarımız devam ediyor.”

Turyağ Puffya, İzmir’den sonra İstanbullu ustalara tanıtıldı.

Turyağ Puffya’nın İstanbul lansmanı 3 Aralık’ta The Marmara Otel’de gerçekleşti. Sabah saatlerinde basın kahvaltısıyla başlayan toplantıda Turyağ Ticaret Müdürü İnanç Işık, yerel ve yöresel lezzetlerin Türkiye için önemini vurgulayarak, yeni ürünler için de hazırlıkların devam ettiğinin altını çizdi. Eylül ayında İzmir’de gerçekleştirilen lansmanın ardından, İstanbullu lezzet ustaları ve sektör temsilcileriyle bir araya gelmekten mutluluk duyduklarını ifade eden Işık, Cargill’in bitkisel yağlar alanındaki küresel uzmanlığı ile Turyağ’ın bir asırlık deneyim ve yerel pazar bilgisinin birleşmesinden doğan sinerjinin sektöre yeni bir soluk getireceğine dikkat çekti.

TURYAĞ PUFFYA TANITILDI



Pastacılık Yağları grubunda, Turyağ Özel, Turyağ Krema, Turyağ Börek, NTY ve STY gibi pazarda yüksek performanslı ürünleriyle tanınan marka, endüstriyel yağlar ürün grubunda da araştırma & geliştirme faaliyetlerine paralel yeni ürünler geliştirmeye devam ediyor.

Müşteri odaklı hizmet ve ihtiyaca yönelik ürün geliştirme alanındaki yetkinliklerinin altını çizen Işık, "Gerek endüstriyel yağlar gerekse pastacılık yağları ürün gruplarında pazarın mevcut ihtiyaçlarını okuyarak geliştirmekte olduğumuz yeni ve inovatif ürünlerimizi müşterilerimizle buluşturmaktan heyecan duyuyoruz," dedi.

Cargill Gıda Ortadoğu, Türkiye & Kuzey Afrika Kurumsal İlişkiler Direktörü Dr. Ediz Aksoy ise, Cargill'in son birkaç yıl içerisinde Türkiye'de büyümeye yönelik attığı adımlara dikkat çekerken, Turyağ'ın Balıkesir'de bulunan üretim tesislerine yatırımlarının devam ettiğini kaydetti.

Büyüme hamlelerine paralel olarak sürdürülebilirliğin önemini de vurgulayan Aksoy, "Cargill olarak sürdürülebilir gıda, tarım, endüstriyel ürünler ve hizmetlerin en güvenilir tedarikçisi olma amacındayız.

Birlikte yaşadığımız ve çalıştığımız çiftçiler, müşteriler, yerel yönetimler ve toplumlar ile birlikte 150 yıllık deneyimimizi paylaşıyor, dünyanın sorumlu bir şekilde beslenmesi ve çevresel etkiyi en aza indirmek için var gücümüzle çabalyoruz. Bu doğrultuda küresel çözüme katkıda bulunabilmek için on yılı aşkın süredir sorumluluk sahibi tedarik zincirleri kurmak için çalışıyoruz. Çalışmalarımız güvenilir ve besleyici gıda üretimi, sürdürülebilir tarım uygulamaları ve çevre üzerindeki olumsuz etkinin azaltılması gibi pek çok girişimi içeriyor," dedi.



Bir İzmir sevdası: Boyoz

İzmirliilerin çok iyi bildiği, İzmir'e gidenlerin ise ilk duyduğu şeylerden biridir, boyoz... İzmir mutfağına ve kent kültürüne yerleşmesinin ise çok uzun bir tarihi var. Rivayetlere göre boyoz, 1492'de İspanya'dan Türkiye'ye yerleşen Sefaradlar tarafından İzmir mutfağına taşınmış. Yüzyıllar içerisinde İzmir'in damak tadı ile özdeşleşmiş.

Mayasız bir hamur işi olan boyozun isminin, İspanyolca'da "küçük somun" anlamına gelen bollo sözcüğünün çoğulu "bollos"tan geldiği bilinmekte; bununla birlikte İzmir Böreği olarak da anılmakta.

İzmir'de zengin, fakir herkesin gözdesi bir yiyecek. Adına son birkaç yıldır festivaller düzenleniyor.

Boyozun yapılışı da bir hayli enteresan. Öncelikle hamur yoğurulup top şeklinde 2-3 saat tavada dinlendiriliyor. Daha sonra elle tabak genişliğinde açılıp bir süre daha bekletilen hamur, yine elle sallanarak açıldıktan sonra rulo haline getiriliyor. 1-2 saat daha dinlendirilip kulak memesi kıvamına ve kopma noktasına getirildiğinde tavalara sıralanıp, küçük toplar halinde kesilerek yarım saat ile bir saat arasında nebati yağ içinde bekletiliyor. Son olarak da çok yüksek ateşte tepsi ile fırınlanarak pişiriliyor. Hamurun özelliği ise un, bitkisel yağ, tahin karışımı ve tuzlu olması. Şimdilerde içerisine değişik malzemeler katılarak yapılsa da boyozun hasının aslında sade olanı olduğu söyleniyor.

TURYAĞ PUFFYA

%100 susuz yağ gerektiren özellikle boyoz, kruvasan, kuru poğaç ve börek çeşitleri için idealdir.

Ürün özellikleri

- Esnek yapısı sayesinde hamuru merdane darbelerine dayanıklı kılar.
- Turlar arasında hamuru dinlendirme gereksinimini ortadan kaldırır.
- Hamurun kolayca şekil almasını sağlarken, açarken yırtılmasına engel olur.

ENVIROTEMP™ FR3™, CWIEME İstanbul'da görücüye çıktı

Cargill Türkiye Endüstriyel Ürünler İş Ünitesi, 18-20 Kasım 2015 tarihleri arasında gerçekleştirilen CWIEME İstanbul fuarında, dağıtım ve güç trafolarında izolasyon ve soğutucu sıvısı olarak kullanılan doğal ester dielektrik sıvımız ENVIROTEMP™ FR3™'ü tanıttı.



Türkiye'nin enerji ihtiyacının 2023'e kadar senede %7 oranında artış göstereceği tahmin edilirken, bu ihtiyacı karşılamaya yönelik yatırımların önümüzdeki 10 yılda 130 milyar doları aşması bekleniyor. Buna bağlı olarak trafo ve trafo yağı talebinin de ciddi oranda artacağı öngörüldü.

Öte yandan ülkemiz ihracatının %15'ini trafo, elektrik motoru ve jeneratörler oluşturuyor.

Eşsiz lokasyonu ile trafo imalatı için önemli bir merkez konumunda olan İstanbul, yıllardır Berlin, Chicago ve Shanghai'de düzenlenen Bobinaj, Elektrik Motoru ve Trafo Üretimi Endüstrileri Fuarı CWIEME'ye ilk kez bu yıl ev sahipliği yaptı.

Cargill Türkiye Endüstriyel Ürünler de, 18-20 Kasım 2015 tarihlerinde İstanbul Fuar Merkezi'nde düzenlenen fuarda, ENVIROTEMP™ FR3™'ün tanıtımını yaptı.

ENVIROTEMP™ FR3™, doğada tamamen çözünebilir, yangın güvenliği sağlayan, 5 ile 8 kat kadar daha uzun ömürde ve daha küçük tasarlanabilen, %20 daha fazla yüklenebilir, daha az bakım gerektiren, daha az maliyetli trafoların imalatına olanak sağlayan özelliği ile trafo üreticileri ile kullanıcılarını buluşturan fuarda büyük ilgi gördü.

CWIEME İstanbul, 2016 yılında 3-5 Kasım 2016 tarihleri arasında yapılacaktır.

Cargill Endüstriyel Ürünler İş Ünitesi; transformatör, boya ve yapı, yem, kozmetik, plastik, tekstil, kağıt ve oluklu mukavva, esnek poliüretan süngerlerde kullanılan polioller, fonksiyonel sıvılar ve yağlayıcılar ve asfalt gibi geniş bir yelpazede yenilikçi ürünler ve çözümler sunuyor.

Portföyümüzde bulunan ithal ürünlerin yanı sıra 2014 yılında satın aldığımız Alemdar Kimya'nın Gebze Dilovası'nda bulunan tesislerinde endüstriyel ürünlerin yerli üretimi de yapılıyor.

ENVIROTEMP™ FR3™ nedir?

Envirotemp™ FR3™, bitkisel yağlardan üretilen, doğada tamamen çözünebilir, zehirsiz doğal bir ester. Mevcut izolasyon sıvıları arasında en yüksek yanma ve parlama noktasına sahip K tipi sınıflandırmasıyla Envirotemp™ FR3™, farklı kimyasal yapısı ile mineral trafo yağlarına kıyasla pek çok açıdan avantajlar sunmaktadır.

ENVIROTEMP™ FR3™'ün en önemli avantajlarından biri, 360°C ile mineral yağların iki katından daha yüksek bir yanma noktasına sahip olmasıdır. Bu sayede FR3™ en üst düzeyde yangın koruması, can ve mal güvenliği sağlar. Diğer bir avantajı ise daha yüksek sıcaklıkta çalışabilmesi ile trafo dizaynı ve kullanımında hem üretici hem kullanıcıya optimizasyon imkanı vermesidir.

İş dünyasındaki genç adımların yanında...

Cargill Türkiye, Professional Women's Network (PWN) Global'in Türkiye ayağını oluşturan PWN İstanbul ağına katıldı, "İlk İzlenim" Projesi'ne destek verdi.



Demet Çaldağ
PWN İstanbul Başkanı

İş hayatına atılmanın eşiğindeki, ihtiyaç sahibi üniversite öğrencisi genç kızlara kullanılabilir durumdaki iş kıyafetleri sağlamayı hedefleyen projenin mimarı PWN İstanbul Başkanı Demet Çaldağ, "Cargill gibi çok uluslu, çeşitliliği kurum kültürüne katmış bir şirketin PWN İstanbul ağına katılması bizi çok mutlu etti" diyor.

PWN İstanbul, çalışma hayatında kadınların kalıcılığını ve yükselmesini desteklemek için 2013 yılında kurulmuş bir dernek. "İş hayatında çeşitlilik", "modern çalışma yöntemleri", "liderlikte cinsiyet dengesi", "mesleki koçluk" gibi başlıklar altındaki grup çalışmaları ve projeler ile kadınların iş hayatında edindikleri bilgi ve tecrübeleri paylaşmalarını ve birbirlerini desteklemelerini amaçlıyor.

PWN İstanbul ağına katılan Cargill Türkiye, derneğin gerçekleştirdiği "İlk İzlenim" Projesi'nin de ortaklarından birisi oldu. Çalışma hayatında kariyer basamaklarını tırmanan kadınların kullanılabilir durumdaki iş kıyafetlerinin, profesyonel kariyerlerinin arifesindeki ihtiyaç sahibi üniversite öğrencisi genç kızlar için toplandığı projeye Cargill Türkiye çalışanları da katılım gösterdi.

PWN İstanbul'un başında, Boğaziçi İşletme mezunu, 23 yıllık bankacı Demet Çaldağ bulunuyor. Kariyerine Saudi American Bank'ta başlayan Çaldağ, ABN AMRO, ING Bank, Royal Bank of Scotland'daki (RBS) görevlerinin ardından son bir yıldır ABank'ta Chief Risk Officer (CRO) olarak görev yapıyor. Çaldağ, 7,5 ve 14 yaşlarında bir kız ve bir erkek çocuk annesi.

Cargill Haberler olarak PWN İstanbul Başkanı Demet Çaldağ ile çalışmalarını, yürüttükleri projeleri konuştuk.

PWN ile nasıl tanıştınız?

PWN ile tanışmam 2012 yılında RBS'teki görevim sırasında oldu. RBS Diversity & Inclusion inisiyatifi kapsamında European Professional Women's Network'ün (EPWN) Global ortaklarından biriydi. İstanbul'u da ağa katmak isteyen EPWN yöneticileri, o dönem RBS'in bölgedeki en kıdemli kadın yöneticisi ve Diversity & Inclusion Bölge Lideri olmam dolayısı ile benimle bağlantıya geçtiler. Yönetim Kurulu üyelerinden biri İstanbul'a gelerek benim de içinde bulunduğum küçük bir grupla EPWN'in misyonu ve hedeflerini paylaştı.

EPWN; kadınlara profesyonel kariyerlerinde basamakları çıkarken, üst düzey yönetici seviyesinde ve karar mercilerinde daha çok yer almaları için destek vermek amacıyla kurulmuş bir sosyal ağ. Paris'te kurulan, 15-20 yıl içinde Avrupa'daki diğer ülkeler ile Amerika ve Ortadoğu'da şehir ağları ile büyüyen EPWN, geçtiğimiz yıl ismini PWN Global olarak değiştirdi ve global bir network halini aldı.

PWN'in beni en çok etkileyen tarafı; hem global hem de bütün şehir ağlarının birbirleri ile etkileşim halinde olması ve üyelerine geniş bir network sağlaması. Diğer şehirlerdeki know-how'dan faydalanarak benzer uygulamaları kendi network'ünüzde uygulayabiliyorsunuz. Örneğin, PWN Global'ın Mentoring programı, İstanbul'da da çok başarılı oldu.

Bir diğer konu da Yönetim Kurullarında Kadın. Avrupa Komisyonu seviyesinde Vivienne Redding liderliğinde başlatılan Global Board Ready Women (GBRW) projesine destek veren STK'lardan biri olan PWN, GBRW Database'ine direkt aday kaydedebiliyor. Bu yıl başlattığı Executive Programme ile üyelerinin visibilitesini arttırarak daha çok kadın profesyonelin GBRW'ye katılmalarını hedefliyor. Her geçen gün daha çok ülkede daha çok şirket, "diversity" konusunu gündeme alıyor.

Kısacası PWN'in en güzel tarafı; hiçbir kişisel beklentiye girmeden, diğer profesyonel ya da çalışmaya ara verip geri dönmek isteyen kadınlara destek olmayı amaçlayan gönüllülerden oluşması. Ben de 20 küsur yılda biriktirdiğim tecrübeyi, kariyerlerinin daha ilk yıllarında olan kadın profesyonellerle paylaşmak fikrini cazip bularak bu yola çıktım.

PWN İstanbul ağını kurmaya karar verdiniz, ya sonra?

Aslında başlangıçta biraz bocaladım. Daha önce kadın odaklı bir çalışmanın içinde olmamıştım ve dernek tecrübem de yoktu. Önce PWN'i Avrupa'daki şehirlerde kurma tecrübesi yaşamış liderlere danışıp hangi adımları attıklarını, ne gibi zorluklar yaşadıklarını ve bunları nasıl aştıklarını öğrenmeye çalıştım. Ardından kendi danışmanlık şirketinde başarılı işler yapan Üsküdar Amerikan'dan arkadaşım Zeynep Apaydın Kurmuş ile nasıl bir organizasyon olmak istediğimizi, nasıl insanlarla birlikte çalışabileceğimizi düşündük. Kesinlikle sonuç odaklı olmalı ve katma değer yaratabilmeliydik. Yaptığımız işler birilerine dokunabilmeli, kişisel ve samimi olmalıydı. PWN'in diğer global ortaklarından Mercer ve Schneider Electric'ten liderler Sibel Yücesan ve Aylin Satun Olsun ile PWN misyon ve değerlerini benimseyebilecek arkadaşların da katılımıyla 17 kurucu üyeye yola çıktık.

İlk bir yıl derneğin kuruluş süreci ile geçti. Bir yandan da Birsen Çevik liderliğinde Mentoring ve Müge Aypar liderliğinde Modern Çalışma Teknikleri gruplarına odaklandık. Bu yıl Sosyal Sorumluluk ve Erkek Profesyonellerin Desteği (Engaging Men) Çalışma Gruplarına odaklanarak etki alanımızı genişletmeye çalışıyoruz.



Peki ya diğer faaliyetleriniz?

PWN İstanbul'un en görünen yüzü; hem öğrenme/paylaşma hem de networking amaçlı her ay düzenlediğimiz etkinliklerimiz. Üyelerimiz aylık buluşmalarımızda ilgi duydukları konularda bilgi edinip uzmanlara sorular sorma şansını elde ederken, diğer üyelerle yeni ilişkiler de kuruyorlar.

Bu yıl oluşturduğumuz Danışma Kurulumuz ise etki alanımızı genişletme konusunda önerilerde bulunuyor, yol gösteriyor. Kurumsal üyelerimizden en az birinin desteği ve işbirliği ile büyük çapta ses getirecek, gerçek katma değer sağlayacak bir projeye imza atmak istiyoruz.

“İlk İzlenim” Projesi ile birlikte Cargill de ağınıza katıldı. Cargill, çeşitliliğe önem veren bir şirket. Bu işbirliği ile ilgili düşüncelerinizi alabilir miyiz?

Cargill gibi çok uluslu, çeşitliliği kurum kültürüne katmış bir şirketin PWN İstanbul ağına katılması bizi çok mutlu etti. Öncelikle kurum aracılığı ile aramıza katılan yeni üyelerimizi aylık toplantılarımıza ve çalışma gruplarına bekliyoruz. Bir STK'da çalışmanın bireyin liderlik gelişiminde ne derece etkili olduğunu ancak yaşayarak görebilirler. Ayrıca pek çok şirketten üyelerimizle bir araya gelerek, networklerini genişletmek ve farklı sektörlerden bilgi edinme fırsatları da onları bekliyor. Bu arada 'İlk İzlenim' projesine verdiğiniz destek için çok teşekkür ederiz. İnanıyorum ki ilerleyen günlerde pek çok farklı ortak proje ile işbirliğimizi daha da arttıracamız.

Üye yapınız hakkında bilgi verir misiniz?

Şu an 270 bireysel üyemize, kurumsal üyelerimiz aracılığı ile katılan bireyleri de eklersek sayı 370'e çıkıyor. PWN'in en hızlı büyüyen network'ü olduk. Cargill, Doğan Yayın Holding, British American Tobacco, TAV Havalimanları Holding, BKM, Nurolbank, Atlas Copco, Garanti Bankası, Baxter ve Nutricia dahil 10 kurumsal üyemiz var. Amacımız sadece bir kadın derneği olmak değil; hem kadın hem erkek profesyonel üyelere açığız.

Kurumsal üyelerimize en büyük değer katımız; çalışanlarına bir STK'da gönüllü görev alabilecekleri bir ortam sağlamak, diğer üyelerimizle birlikte çalışarak kişisel gelişimlerine katkıda bulunmak, yeni beceriler kazandırmak ve tabii ki profesyonel network'lerini genişletmek.

Biraz da genele bakalım. Ne dersiniz, toplumda kadınlar “anne, eş, melek” gibi kutsallık atfedilen bazı tanımlamalarla farklı bir yere mi konumlandırılıyor?

Anne ve eş olmak, kadını kutsal yapan çok önemli özellikler. Ama kadının rolü kesinlikle bununla sınırlı değil, bundan çok daha fazlası. Kadın birçok rolü bir arada götürebilecek yeteneğe sahip. Erkekten de bu anlamda ayrışıyor bana göre. Bu kesinlikle kadının ya da erkeğin üstünlüğü olarak algılanmamalı. “Bu farklılıklar daha yapıcı bir şekilde değerlendirilmeli” diye düşünüyorum. Kadının bu yeteneği değerli bir kaynak olarak görülmeli ve bu kaynaktan faydalanılmalı.

Eş ve anne olmak yanında kadının iş hayatında üstlendiği rollerle ekonomiye katkı sağlaması, çağdaşlaşmanın olmazsa olmazı. Kadını; anne, eş, melek olmadan önce erkek ile eşit bir birey olarak görmek gerekiyor. Çağdaşlaşma, ancak bu sayede mümkün olabilir. Cinsiyet eşitliği konusu okullara inmeden de, toplumda bu konuda bir gelişme sağlanabileceğine maalesef çok inanmıyorum.



Bu bizi cinsiyet eşitliği noktasına getiriyor...

Toplumsal yaşamda cinsiyet eşitliği ve çeşitlilik, dünyada ve Türkiye’de halen en önemli konuların başında geliyor. BM yeni bin yıl vizyonunda 17 temel başlıktan birisi olarak toplumsal cinsiyet eşitliğini belirledi. Nüfusun %50’sini oluşturan kadınların toplumsal yaşamda daha etkin olmaları için hükümetler, şirketler ve STK’lar bir araya geliyor. Rakamlar toplumsal yaşamda cinsiyet eşitliği için daha gidecek çok yolumuzun olduğunu gösteriyor. Eşitlikten söz edilebilmesi için eşit istihdam, yönetim kurullarında ve üst yönetimde kadın oranında eşitlik, aile yaşamında yasalar önünde eşit sorumluluk ve kadın işi / erkek işi ayrımının kalkması gerekiyor.

G20 tarihinde ilk kez İstanbul’da düzenlenen W20 Zirvesi, liderleri cinsiyet eşitliği ve kadınların ekonomik alanda güçlendirilmesi için daha çok çalışmaya çağırdı ve bir yol haritası belirledi. Bunu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Öncelikle Türkiye’nin ev sahipliği ve liderliği altında sadece kadına yönelik bir bölüm açılmış olması çok değerli. W20’nin, odağı kadının ekonomik alanda güçlendirilmesine taşınması ve 10 maddelik bir sonuç bildirisi yayınlaması, hükümetlerin bakış açılarını etkilemek adına önemli bir adım.

Aslında bildiriadaki konular son 10 yıldır pek çok kamu, sivil toplum ve bazı özel kuruluşların ajandasında yer almakta. Hükümetlere düşen görev, bu konuları ajandalarında liste başına taşımaları. Zira kadının ekonomik ve politik alanda güçlendirilmesi, tüm sorunların ortasında yer alıyor. Bu çözüldüğünde çevre, istihdam, barış gibi pek çok acil konuda iyileşme olacağına inanıyoruz.

Ülkemiz ile dünya kadınlarının sorunlarının benzeşen ve ayrılan yönleri için neler söylersiniz?

Türkiye’de kadının istihdama katılımı %27 iken, Avrupa ortalaması %60’lar civarında. İstihdama katılım sorununu ciddiyeyle ele almak gerekiyor. Özellikle çocuk bakımının yasalar nezdinde sadece anneye özel bir sorumluluk olması, şirketleri kadınları istihdam ederken daha tedbirli davranmaya sevk ediyor.

Bir başka sorun ise “2. jenerasyon ön yargılar” dediğimiz; toplumun, erkek ve kadınların farkında olmadan koydukları engeller. Ön yargılarımızın farkında olup, üstüne gitmemiz gerekiyor. İşe alımda kadın işi / erkek işi ayrımı yapıyor muyuz? İş yerlerimiz kadın çalışmasına ne derece uygun? Özellikle endüstriyel tesislerde erkek egemen kültürü değiştirmek için ne yapıyoruz? Şirket içinde kadın rol modeller var mı? Kadın yöneticilerin sayısını arttıracak sponsorlar oluşturuyor muyuz? Bu sorular aslında cevapları da içinde barındırıyor.



Gulfood Manufacturing İnovasyonu Dubai'ye taşıdı

Her yıl düzenlenen ve dünyanın en önemli fuarları arasında yer alan Gulfood Manufacturing 2015'e katılan Cargill Gıda Ortadoğu, Türkiye ve Kuzey Afrika (METNA), gıda ve içecek pazarlarına özel çözümler içeren 12 inovatif gıda uygulama prototipi ile katılımcıların ilgi odağı oldu.

Dünyanın en büyük gıda fuarlarından biri olan Gulfood, Ortadoğu ve Afrika pazarlarına açılan kapı olarak nitelendiriliyor. 1500'ün üzerinde katılımcının yer aldığı ve özellikle Körfez ülkelerinden çok sayıda ziyaretçi akınına uğrayan fuar, bu yıl Dubai Prensi Sheikh Hamdan Bin Rashid Al Maktoum tarafından açıldı.

Cargill Gıda Orta Doğu, Türkiye ve Kuzey Afrika (METNA), Dubai Dünya Ticaret Merkezi'nde 27-29 Ekim tarihleri arasında gerçekleştirilen Gulfood Manufacturing 2015 fuarına katıldı.

Bölge ülkelerinin gıda pazarlarının her yıl büyüdüğüne dikkat çeken Cargill Gıda METNA Yönetim Kurulu Başkanı Murat Tarakçıoğlu; pazardaki beklentilerin de farklılaştığını, lezzet, keyif, sağlık gibi beklentilerin her geçen yıl daha fazla ön plana çıkmaya başladığını gözlemlediklerini kaydetti.

Gıda ve tarım alanında köklü bir geçmişe sahip olan Cargill'in, beslenme ve sağlıklı iyileştiren yenilikçi çözümler bulmak ve geliştirmek için çalıştığını vurgulayan Tarakçıoğlu şöyle konuştu:

"Biz, tüketicilerin ürünün tadı, görünüşü, kolay hazırlanışı, raf ömrü, fiyatı ve besin değeri yönündeki olan ihtiyaçlarını ve tercihlerini karşılamaya çalışarak Cargill'in daha sağlıklı bir gelecek yaratmada önemli bir rol oynadığına inanıyoruz. Bu ancak, küresel anlayışla birleşen geniş bir portföy, dünya standartlarında tedarik zincirleri ve Ar&Ge ile mümkündür. Bu saydıklarımın tümü Cargill'de mevcut.

Bu nedenle Cargill'in sunduğu çözümler, dünya genelindeki müşterilerimiz tarafından gıda kalitesini ve gıdaya erişilebilirliği arttırmak için kullanılıyor. Sağlıklı tahıllar, yağlar ve şekerler, trans yağ ve sodyum miktarını azaltmak için seçenekler de dahil olmak üzere gıdaların besin içeriğini değiştirmek için bileşen çözümleri üretiyoruz. Ayrıca müşterilerimizi, bileşen seçimlerinin, üretim ve işleme yöntemlerinin, ürünün besin değerini ve diğer özelliklerini nasıl etkilediği konusunda da bilgilendiriyoruz."

"İnovatif çözümler üzerine çalışıyoruz"

Cargill Gıda METNA Ticaret ve Pazar Geliştirme Müdürü Nedim El Cheik de Gulfood 2015'te önceki yıllara göre daha büyük bir stand ve daha geniş bir ekiple yer aldıklarını belirterek; "Sunduğumuz inovatif çözümlerle müşterilerimizin her yıl daha sürdürülebilir gıda üretmeleri ve tüketicilerinin yaşam standartlarını arttırmaları için çalışıyoruz" dedi. Bölgedeki müşterilerine kakaodan nişastaya, tatlandırıcılara ve yağlara uzanan geniş bir ürün portföyü sunduklarını ifade eden El Cheik şöyle konuştu:

"150 yılı aşkın deneyimiyle Cargill, müşterilerini memnun edecek inovatif çözümler üzerine çalışıyor. Cargill'in İnovasyon Merkezleri, bölgede son yıllarda gördüğümüz belli başlı eğilimler üzerine yeni ürünler geliştirdi. Bu ürünler arasında; Truvia® stevia yaprağı özlü ilave şekerless çikolatadan, jelatinsiz şekerless çığnenebilen şekerlemelere kadar, tamamını sürdürülebilir kaynaklardan elde ettiğimiz geniş bir bileşen yelpazesi var."



“Refah arttıkça, beklentiler farklılaşıyor”

El Cheik, Cargill araştırmacılarının 2011 yılından bu yana bölge pazarındaki araştırmalarından elde ettikleri sonuçlara dayanan dört ana eğilimi de şöyle özetledi:

“Gelişmekte olan piyasalarda refah arttıkça, yüksek kaliteli bileşenlerden üretilen ve tamamen tüketicilerin tat ve damak tadıyla ilgili beklentilerini karşılamaya odaklanan ürünlere olan talep artıyor. Diğer yandan tüketiciler gittikçe artan bir şekilde daha sağlıklı yaşam tarzı arayışındalar ve biz geniş bir yelpazede, formülasyonlarının sağlık profilini iyileştirecek çözümler sunarak gıda üreticilerinin ihtiyaçlarını karşılamasına yardımcı oluyoruz.

Fuarda sunduğumuz 12 yeni prototip, Cargill’in en yeni bileşenleriyle hazırlandı. Biz, piyasaya ilk kez giren başarılı gıda konseptleri geliştirebilmeleri için müşterilerimizin yenilikçi fikirlerini tetiklemeyi, bunun yanında da tat veya kaliteden taviz vermeden üretim maliyetlerini yönetmelerini sağlamayı hedefliyoruz.”

İşinizi sürdürülebilir kılacak 12 yeni prototip

Yüksek kaliteli sütlü çikolata

Son yıllarda yüksek kaliteli ve özgün ürünler arayan, çikolata uzmanları olarak tanımlayabileceğimiz gittikçe büyüyen bir çikolata tüketici grubu oluştu. İşte özellikle bu çikolata sevenler grubu için Cargill, en kaliteli bileşenleriyle keyifli bir sütlü çikolata reçetesi geliştirdi. Fildişi Sahili orijinli kakao kitlesi ve kaliteli kakao yağının birleşimi ile çikolata sevenler hayranlık duyacakları, damak tatlarını şaşırtacak, iştah kabartan bir çikolata lezzetiyle karşılaşacaklar.



Truvia® stevya yaprağı özlü şeker ilavesiz çikolata

Bu çikolata konsepti, her iki dünyanın da en iyisini bir araya getirdi. Koyu bir çikolatadan beklediğiniz hazzı sağlayan bu çikolata, kalorilere de dikkat ediyor. Cargill’in stevya araştırma ve üretimindeki öncü konumu, stevya uygulamalarında rakipsiz bir teknik bilgi birikimi ile sonuçlandı ve bu lezzetli çikolatada gösterildiği gibi, artık çikolata üreticilerinin tat veya keyiften ödün vermeden şekerini tamamen ikame etme ve aynı zamanda doğal menşei profilini koruma olanağı var.



Uygun fiyatlı çikolata keyfi

Cargill hem lezzetli bir ikram olan hem de cüzdancınızı düşünen bir çikolata bileşimi yaratmak için yenilikçi ve maliyet bakımından verimli çözümler geliştirdi. Bu lezzetli çikolata bileşiminin esasını Gerkens® GD77 kakao tozu oluşturuyor. Bu toz hem renk hem de tat yönünden koyu bir profile sahip ve yerel tercihlere çok iyi uyuyor. Ancak gerçek hüner, Cargill’in kakao yağı ikamesi (SSSP) ile bu tozun birleşiminde. Düşük yağlı kakao tozu ile çok iyi bir karışım oluşturan bu ürün, çok daha pahalı kakao yağının kusursuz bir ikamesidir.

Şekersiz sakız

Bu konsept uzun süren nane aromasına ve harika bir tada sahip sakız üretmek için Cargill poliollerini ve Truvia® stevya yaprağı özünü kullanmaktadır. Poliollerimiz Truvia® stevya yaprağı özü ile sinerji içinde çalışarak gevrek ve tatlı bir kaplama yaratıyor. Truvia® stevya yaprağı özü, tüketicilerin sevdiği tatlı tadı oluşturmaya yardımcı olur ve doğal bir kaynak olan stevya yaprağının en iyi tada sahip kısmından elde edilir.



Jelatsiz ve şekeriz çığnenebilen şeker

Çığnenebilen şekerlemeler geleneksel olarak şeker ve jelatinle ilişkilendirilir. Ancak tüketiciler alternatiflerin peşinde koşuyor. Bu eski, gözde ürünün modern versiyonu, sahip olduğu düşük kalori içeriğinin

yanında ağız sağlığını sürdürmeye de yardımcı oluyor ve maliyet optimizasyonuna olanak tanıyor. Aynı zamanda helal ürünleri tercih edenler için de uygun olan bu ürün, gereken tüm özellikleri fazlasıyla taşıyor.

Hint sosu

Cargill'in optimize edilmiş Hint Sosu, tüketiciye yönelik albeni, yapı, işlenebilirlik ve maliyet arasındaki en iyi dengeyi yakalamak için sos üreticilerinin tariflerini nasıl optimize edebileceğinin harika bir örneğidir. Bu tarifin kahramanı, tüketime hazır gıda uygulamalarında kullanılan C*PulpTex™ 12931 modifiye nişastadır. Bu iri taneli, prejel nişasta, tarifteki soğanı azaltmaya olanak tanıyan pulplu bir yapı sağlarken, özgün tadı ve görsel cazibeyi sürdürüyor. C*PulpTex™ 12931 modifiye nişastayı eşsiz kılan sert pişirme koşullarına ve hatta uzun pişirme işlemlerine dayanabilen kullanıma hazır bir nişasta olmasıdır. Bu çok yönlü bileşenin asit, ısı ve dondurma-çözdürme stabilitesi oldukça iyidir ve üreticilerin birçok yapıyı oluşturmasına yardımcı olmaktadır.

Serinlemede yeni bir boyut

Sıcak havalarda serinlemenin en iyi yolu! Buzlu içecekler, herkes için yaz mevsiminin en popüler içecekleri. Cargill, bu ürünleri üst seviyeye taşıdı. Buzlu içeceklerin yapısı ve ağızda bıraktığı his, buzlu yapısından kaynaklanır. Ancak bu ürünler ağızda eridikten sonra "sade" ve "sulu" bir his bırakmaktadır. C*PulpTex™ 12931 modifiye nişastanın uygulamaya girmesiyle birlikte, buzlu içecekler de daha fazla pulplu yapı kazandı ve böylece Cargill son yuduma kadar zengin pulplu yapısı ile ağızda meyveli serin bir tat veren buzlu içecekleri üretmeyi başardı.

Bitter çikolatalı yumuşak dondurma

Cargill; sizlere saf, yoğun ve bitter çikolatalı dondurma sunarken, siyah kakao tozundaki uzmanlığına dayalı bir standart belirliyor. Yoğun ve baskın çikolata aroması, dünyanın en lezzetli ve en vazgeçilmez dondurmalarını yaratmak için iyi bir çıkış noktasıdır.

Cargill ürün ve süreçler üzerinde yıllar süren çalışmalar yürüttü ve bu kapsamlı araştırmalar sayesinde elde ettiği sonuçları birleştirerek harika renk ve son derece uygun tada sahip benzersiz bir kombinasyonda Gerkens DB82'yi geliştirdi. Gerkens DB82 mevcut siyah kakao tozları içerisinde mükemmel bir alternatiftir. Bu ürün kullandığınız tarifleri geliştirmenize ya da hem renk hem de tat açısından yüksek standartlara ulaşmanız ve yeni ürünler piyasaya sunmanız için fırsat yaratmanızda size yardımcı olacaktır.

Kakaolu Fındık Kreması

Bu koyu kahverengi, çikolata lezzetindeki kakaolu fındık kreması, Cargill'in Choco Creme bitkisel yağ karışımı ve Gerkens Ivory Coast (Fildişi Sahili) DB82 siyah kakao tozunun karışımından oluşuyor. Bu yeni buluş, lezzetli veya yoğun bitter çikolata tadı için benzersiz yoğun koyu bir renk kombinasyonudur.

Gerkens Ivory Coast (Fildişi Sahili) DB82, hoş ve kremi yapı, dayanıklılık ve buzdolabında saklandıktan sonra bile sürülebilir kıvam veren Cargill Choco Creme bitkisel yağ ile karıştırıldı. Cargill Choco Creme; trans yağ içermeyen, doymuş yağ oranı düşük ve linolenik asit içeriği yüksek bir üründür. Dahası Cargill'in birinci sınıf ayçiçeği lesitini olan Topcithin SF, ürün kıvamının doğru bir şekilde kontrol edilebilmesi için kullanılmaktadır.

Koyu ve lezzetli pralin

Bu lezzetli pralin, Cargill'in PF30 yağı ve Gerkens Ivory Coast DB82 koyu kakao tozu da dahil Cargill'in en iyi ham maddelerinden birkaçının karışımı sonucu ortaya çıktı. Bu lezzetli çikolatalar güzel, yoğun koyu rengi bitter çikolatanın lezzetli tadıyla benzersiz bir şekilde birleştiriyor. Bu lezzetli pralinlerdeki en önemli bileşen, ürünün ağızda erimesine ve harika bir tat bırakmasına olanak sağlayan Cargill PF30 yağıdır. Ayrıca bu yağ, çikolata tadını daha da belirginleştiren doğal bir tada sahiptir. Dahası bu birinci kalite yağ karışımı trans yağ içermemektedir. Bu pralinlerin çikolatalı tarafı Gerkens Ivory Coast DB82 koyu kakao tozu içermektedir.



Zengin, yumuşak, kakao tadı

Süt çabuk bozulabilen bir üründür dolayısıyla birçok ülkenin kendi süt ürünleri ya çok az sayıdadır ya da hiç yoktur. Rekombinasyon, ürünün orijinali olmadığında taze süte çok benzeyen bir ürün tedarikiyle alternatif oluşturan bir yöntemdir. Bu özel uygulamada Cargill emülgatör / hidrokoloid karışımı Lygomme ABN 622 R'yi sunuyor. Lygomme ABN 622 R rekombinasyon işlemini kolaylaştırmakta, ürünün raf ömrünü uzatmakta ve ağızda daha güzel bir his bırakmaktadır. Bu lezzetli içeceğin çikolata kısmı harika renk ve lezzetli çikolata tadıyla eşsiz koyu kakao tozu Gerkens DB82'den oluşmaktadır.

Taze ve gevrek

İster aile ziyareti sırasında çayla ikram edilsin ister işten eve geldiğinde açlığı bastırmak için atıştırılsın; kurabiyeler hepimizin tükettiği lezzetli atıştırmalıklardır. Ve şimdi Cargill, bu çıtır atıştırmalıkları daha da lezzetli hale getirdi.



Kurabiye tarifindeki en önemli bileşen, Cargill'in trans yağ oranı düşük, hidrojene olmayan margarinidir. Bu margarin, ürüne mükemmel dayanıklılık ve pişirme

özellikleri sağlamaktadır. Dahası trans yağ oranı düşük olduğu için tükettikleri gıdaların sağlıklı olmasına dikkat edenler için de harika bir seçimdir. Ayrıca bu margarin, sürdürülebilir ve izlenebilir kaynaklardan üretilebilmektedir. Cargill, hem margarin üretimi için hidrojene olmayan yağ hem de gıda üreticileri için nihai margarin tedarik etmektedir.

Bu kurabiyeler, Olinera™ Kakao Yağı İkamesi (CBR) içeren lezzetli kokolinle kaplandı. Bu yağ karışımı, ürüne parlaklık ve ince kaplamaların çatlamasını önleyen esneklik sağlamaktadır. Dahası fiyat avantajı yaratan bu yağ, yüksek miktarda kakao likörüyle de karıştırılabilir.

Pastacılık öğrencilerine Turyağ jesti!

Pastacılık sektörüne yönelik yeni ürünü Puffya'yı önce İzmir'de, ardından da İstanbul'daki lansmanlarda tanıtan Turyağ, önemli bir sosyal sorumluluk çalışmasına da imza attı. Turyağ, geleceğin pasta ustalarını yetiştiren İzmir Karabağlar Pastacılık Çıraklık Meslek Okulu'nun bir yıl boyunca ürün sponsorluğunu üstlendi.



İzmir Karabağlar Pastacılık Çıraklık Meslek Okulu, pastacılık sektörünün kalifiye eleman ihtiyacının karşılanmasında önemli rol üstlenen eğitim kurumlarının başında geliyor.

Turyağ, mezun ettiği öğrencilerle sektörde yetişmiş insan gücü eksiğinin kapatılmasına yardımcı olan İzmir Karabağlar Pastacılık Çıraklık Meslek Okulu ile sponsorluk anlaşması yaptı. Turyağ, bir yıl süreli sponsorluk kapsamında ürünleriyle, öğrencilerin becerilerini ortaya koymalarına yardımcı olacak.

Turyağ Satış Müdürü Halit Görgülü ve Turyağ Ege Bölge Müdürü Emrah Ergen, sponsorluk fikrinin nasıl ortaya çıktığını ve neler yaptıklarını şöyle anlattılar:

"Bugünün öğrenci ve çırakları, yarının büyük ustaları ve şefleridir" diyerek yola çıktık ve konu ile ilgili bir araştırma yaptık. Aynı zamanda müşterimiz de olan İzmir'in tanınan fırınlarından Beyaz Fırın'ın sahibi ve Fırıncılar Odası Üyesi Emre Demir Bey, odanın İzmir Karabağlar Pastacılık Çıraklık Meslek Okulu ile ortak bir projeye imza attığını söyledi. Turyağ olarak bu projeye sponsor olmamızdan memnuniyet duyacaklarını ifade etti.

Gerekli girişimlere başladık ve okul yöneticilerinin de konuya sıcak bakmalarıyla bir yıl süreli sponsorluk anlaşmasına Turyağ olarak imza attık. Sponsor olacağımız ürünleri; poğaçça, kuru pasta, pasta, kremabor, börek, boyoz ve unlu mamuller gibi tüm pastane ürünlerinde kullanılmak üzere "Turyağ ÖZEL - Turyağ BÖREK - Turyağ KREMA - Turyağ BAKLAVA ve Turyağ PUFFYA" olarak belirledik."

Turyağ'ın sponsorluğu İzmir Karabağlar Pastacılık Çıraklık Meslek Okulu'nun öğretmen ve öğrencileri tarafından memnuniyetle karşılandı. Fırıncılar Odası'nın projesine destek verilmesi de, odaya üye olan diğer sektör firmaları tarafından oldukça olumlu karşılandı.

Turyağ Satış Müdürü Halit Görgülü, bir yıl süreli sponsorluğun Turyağ'ın marka bilinirliğine şimdiden ciddi katkı yaptığını, okulda uygulama derslerinde kullanılan Turyağ ürünleri konusunda olumlu geri dönüşler aldıklarını, ürünlerin kalitesinden hem öğrenciler, hem öğretmenler hem de projeye destek veren ve odaya kayıtlı işletme sahiplerinin çok memnun olduklarını söyledi.

Cargill'de özel bir gün: “Dünya Gıda Günü”

Cargill Gıda Türkiye çalışanları, 16 Ekim Dünya Gıda Günü'nde farklı ve bir o kadar da renkli üç ayrı etkinlik gerçekleştirdi. Bu yıl Dünya Gıda Günü, Cargill'de 150. yıl teması ile birleşti ve özel bir gün oldu.

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü FAO'nun kuruluş günü olan 16 Ekim Dünya Gıda Günü, “Açlıkla mücadele etmek, gıda güvenliğini sağlamak, beslenme imkanlarını geliştirmek ve sürdürülebilir tarımı desteklemek” gibi her yıl farklı bir temada tüm dünyada kutlanıyor.

Gıda, Tarım ve Endüstriyel ürünler alanlarında sunduğu ürün ve hizmetlerle dünyanın beslenmesinde önemli bir rol üstlenen Cargill için bu nedenle Dünya Gıda Günü daha anlamlı.

Cargill bu yıl 16 Ekim Dünya Gıda Günü'nde yapılabilecek 150 etkinlik listesini, dijital ortamda tüm çalışanların katılımı ile oluşturdu. “Açlıkla Mücadele için 150 Yöntem” isimli listedeki iyi örnekler, neler yapılabileceği konusunda tüm Cargill Care Council (Cargill Yardım Konseyi) çalışanlarına ilham verirken, söz konusu liste, yeni uygulamalar ile de bir tür başucu çalışmasına dönüştü.

Cargill Gıda Türkiye de, son beş yıldır Dünya Gıda Günü'ndeki küresel etkinliklerde, aktif şekilde yer alıyor. Cargill'de Dünya Gıda Günü kutlamalarının ilk yılı, Bursa Orhangazi tesislerinde düzenlenen “Mısır Tanesinde Hayal Gücü” yarışması ile başladı. Hem çalışanlar ve aileleri hem de Cargill ilköğretimdeki öğrencilerde farkındalık yaratan bu etkinlikte, yarışmaya katılanlar kendilerine verilen mısır taneleri ile hayal güçlerini birleştirerek yaratıcılıklarını geliştirdiler. Ayrıca öğrenciler gıda güvenliği ve hijyen konularında bilgilendirildiler.

Orhangazi Kız Meslek Lisesi Yiyecek İçecek Bölümü öğrencileri ile yıllar içinde gelenekselleşecek bir organizasyonun ilk adımı ise ikinci yılı; Cargill Orhangazi Fabrikası'nda düzenlenen “Reçel Günü” yarışması ile atıldı. Bu yarışmayı sonraki yıllarda “Baklava Günü”, “Kestaneli Yemekler Günü” ve “Nişastalı Yemekler Günü” konulu yarışmalar takip etti.

2015'in Dünya Gıda Günü etkinliği ise “Meyveli Kup Günü” oldu. Cargill Orhangazi Tesisleri, Erenler Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi (Kız Meslek Lisesi) öğrencilerini, yenilenen fabrika yemekhanesinde ağırladı. Kız Meslek Lisesi öğrencileri, yarışmada Bursa'da yetiştirilen şeftali, çilek, kivi, incir gibi meyvelerle kestane kullanarak tatlı yapımındaki tüm hünerlerini sergilediler. Usta şeflerden meyveli kup hazırlığının püf noktalarını öğrenen ve fabrika kalite departmanı çalışanlarından hijyen eğitimi alan öğrencilerin hazırladığı birbirinden lezzetli tatlıların tadımlarını ise Orhangazi'deki basın kuruluşlarının temsilcilerinden oluşan bir jüri heyeti yaptı. Ayrıca yarışmaya katılan tüm öğrenciler için madalya ve sertifika töreni düzenlendi.

Aynı bir proje olarak Dünya Gıda Günü'nde küresel gıda bankacılığı network ağında yer alan Temel İhtiyaç Derneği yararına açlıkla mücadele için gönüllü bir kampanya başlatıldı. Tüm lokasyonlarındaki çalışanların dikkatleri “1 Kupa 1 Öğün” sloganı ile bir adet çay/kahve kupasını dolduracak bozuk paranın aslında bir aileye bir öğün olabileceği kurgusunda toplandı ve çalışanlar Dünya Gıda Günü'ne ortak katılıma davet edildi.

İstanbul merkez ofiste ise 15 günlük çay saati keyfi Dünya Gıda Günü için başlatıldı. Ofis çalışanları “Eat & Feed” projesinde birlik oldu. Önce çalışanlar arasından marifetli bay ve bayanlar tespit edildi. Sonra 1 Ekim'de başlayıp 15 Ekim'e kadar sürecek çay saati programlandı. Her gün 1 veya 2 çalışan kendi el yapımı kek-pasta-kurabiye gibi ürünleri hazırlayıp getirdiler ve açık mutfak alanında tüm ofise ikram ettiler. Yedikçe eller cüzdanlara gitti ve bağış kutusu son gününde tüm yüzleri güldürdü.

Her iki kampanyadan elde edilen gelirler ile Temel İhtiyaç Derneği'nin Maltepe'de bulunan ve ihtiyaç sahibi ailelere hizmet veren Maltepe Destek Marketi için 420 litre süt, 150 kg toz şeker, 217 kutu domates salçası, 37,5 kg çay alınarak raflara yerleştirildi.

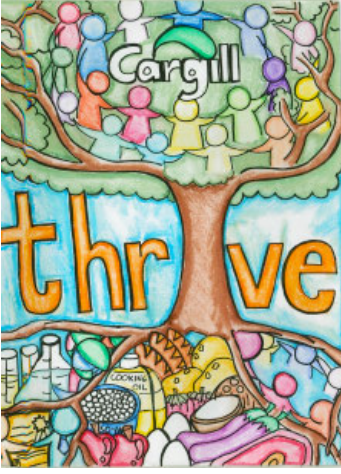


Biz bir aileyiz!

Cargill, dünyanın beslenmesi konusunda sorumluluğunun bilincinde olarak çalışmalarını sürdürürken, bu sorumluluğun yerine getirilmesinde en büyük paya sahip olan Cargill çalışanları ile büyük bir aile olduğunu şirket içinde yaptığı her çalışmasında gözler önüne seriyor.

Cargill çalışanlarının çocukları ellerine kalem ve boyalarını aldılar, ailelerinin Cargill'in dünyayı zenginleştirmeye yardımcı olma çalışmalarını nasıl gördüklerini kâğıda döktüler. 20 ayrı ülkeden 1-15 yaşları arasındaki çocuk ve gençlerden toplamda 240 resim toplandı.

Her bir yaş kategorisinden 20 finalistin eserleri; Cargill'in dünyaya ve insanlara nasıl yardımcı olduğunu anlatıp anlatmadığı, görsel netlik, kullanılan materyallerde yaratıcılık, genel yaratıcılık ve verilmeye çalışılan mesaja bakılarak seçildi. Kazanan eser Cargill'in yeni yaşını kutlayacağı hafta boyunca Minneapolis'te bulunan Cargill merkezinde sergilenecek ve ardından Cargill'in bulunduğu diğer şehirlerde gösterilmek üzere dünya turuna çıkacak.



Ana Melissa (15 Yaşında, Filipinler)

Cargill birçok milletten insana 150 yıldır hizmet etme başarısını kutluyor. Üretiminin kalite ve miktarını yükseltmek adına inovasyonlar yaratarak, ürünlerini çeşitlendirerek, insanlara saygı duyarak ve sahip olduğu kaynaklarına sahip çıkarak gurur duyduğumuz bir marka haline geldi. Dünya çapında Cargill ihtiyacı olan kişilere iş, ev ve eğitim olanakları sunmakta. 150. yıl kutlamalarına paralel olarak Cargill, firmanın büyümesinin nasıl devam ettirilebileceğini öğrenmeyi hedefliyor.

“Thrive” teması ile Cargill ayrıca rakiplerinden ayırt edilmesi için gereken üstünlüğü nasıl yaratabileceğini de araştırıyor.

Bu resim Cargill'in büyüme ve üstünlük sağlama çabalarının devam eden inovasyonlar ile gerçekleştirilebileceğini gösteriyor. Bir ağacın kökleri gibi Cargill de daha derinlere inerek toplumların nelere ihtiyaçları olduğunu araştırmalıdır. Bu piyasaya sunulan her ürünün ve piyasanın temelinde yatan kavramdır. Bu sayede Cargill insanları bir araya getirebilir. Cargill bir ağaç gibi büyümeye ve meyve vermeye devam ederek sadece kendisinin değil, tüm dünyanın gelişimine yardımcı olacaktır.



Zhenhao Liu (6 Yaşında, Çin)

Bu çalışma Cargill logosunu arka plan olarak kullanarak Cargill'in yeşil tarımı geliştirme faaliyetlerini ön plana çıkarmaktadır. “Benim babam Cargill'in hayvan beslenmesi sektöründe bir satıcı olarak çalışıyor. Bu resimde bir çiftlik hayal ettim. Meyve ile dolu tarlaları ve koyun, inek, tavşan, tavuk, domuz ve diğer hayvanların açık bir gökyüzü ve beyaz bulutlar altında nasıl yetiştirildiğini gösterdim. Babamın getirdiği aletler ise çiftçilere yardım ediyor.”



Addison (7 yaşında, ABD)

Addison, Cargill'in kendisini, ailesini ve dünyada diğer birçok çocuğu beslemek için gıdalar üreterek dünyanın gelişmesine yardımcı olduğuna inandığını bu resim ile sergiliyor!



Hanne-Roos (10 yaşında, Belçika)

Cargill dünya çapında birçok çiftçi ile birlikte çalışıyor ve onların ürünlerini, tohumlarını ve hayvanlarını satın alarak gelişmelerine yardımcı oluyor. Cargill yoksul insanlara da yardım ediyor. Birçok gıda Cargill ürünlerini içeriyor; yağlar, çikolata, şeker, tahıllar... Bu, dünyadaki birçok insanın her zaman yiyecekleri gıdalara sahip olmalarını sağlıyor.

Birleşik Arap Emirlikleri Bölge Ofisi

Jumeirah Lakes Towers
Saba Tower1, 23rd Floor
Office #2303, 204, P.O. Box 212453
Dubai-United Arab Emirates
Tel: +971 4 427 8500
Faks: +971 4 427 0593

Suudi Arabistan Anonim Ortaklığı - MEFSCO

Prince Sultan Bin Abdulaziz St P.O. Box 53858
Riyadh 11593, Saudi Arabia
Tel: +966 11 261 2275

Kuzey Afrika ve Levant Bölge Ofisi

DownTown Katameya Area A – Building S2A –
City CenterRoad 90 - 5th
District New Cairo 11835 - Egypt
Tel: +202 2598 3100
Faks: +202 2314 6171

Türkiye ve İran Bölge Ofisi

Palladium Tower
Barbaros Mah. Kardelen Sok.
Resepsiyon Lobi Apt. No: 2/4-5-6-7
35746 Atasehir, Istanbul-Turkey
Tel: +90 216 554 18 00
Faks: +90 216 474 98 17

Fas Ülke Ofisi

Rue El Gara (ex capitaine Vuillanier)
Aïn Sebaâ-Morocco
Tel: +212 22 459 000
Faks: +212 22 308 059

Cezayir Ülke Ofisi

Cargill Algeria E.U.R.L.,
32 rue Hadj Ahmed Mohamed
Hydra 16405 Algeria
Tel: +213 (0) 21 606 389 / +213 (0) 21 606 454
Faks: +213 (0) 21 606 454