

Beypiliç, Erpiliç, Banvit, Şenpiliç, Keskinoglu ve CP "GENÇLERİN Tercihli Markalar" ..

Gençlik Endeksi'ne Göre En Güvenilir Beyaz Et Markası

Oldular:

Beypiliç, Erpiliç, Banvit, Şenpiliç, Keskinoglu ve CP markaları; Türkiye'de 18-24 yaş arası gençlerin marka tercihlerinde yer aldılar...



Gençlik Endeksi G-250'nin sonuçları göre, gençlerin en güvendiği beyaz et markası olarak Beypiliç, Erpiliç, Banvit, Şenpiliç, Keskinoglu, CP markasının elde ettiği görüldü..

Türkiye İtibar Akademisi tarafından gerçekleştirilen 11. Türkiye İtibar Endeksi Araştırması'nın sonuçlarına göre de Beyaz Et sektöründe sıralamaya giren sektör markalarımız Beypiliç, Erpiliç, Gedik, Banvit, Keskinoglu, Mudurnu, Şenpiliç, CP. olmuştur..

Türkiye İtibar Akademisi'nin (TİA) yaptığı son araştırma olan Gençlik Endeksi G-250 araştırmasında da, Türkiye'de 18-24 yaş gençlerin en çok itibar ettiği, güvendiği ve tercih ettiği markalar sıralandı.



“Gençler, dinamik ve yenilikçi markalara daha çok güveniyor”



Türkiye İtibar Akademisi'nin (TİA) Yıldız Teknik Üniversitesi ve Bursa Teknik Üniversitesi öğretim üyelerinin akademik denetiminde gerçekleştirdiği TİA Gençlik Endeksi G-250, Türkiye'de 18-24 yaş arası gençlerin marka tercihlerini ortaya koyuyor. Bilgisayar destekli telefonla arama yani CATİ yöntemi kullanılarak gerçekleştirilen araştırmada yaklaşık 3500 genç ile görüşüldü.



Araştırma ile gençlerin en çok güvendiği ve zihinlerinde yer eden markalar belirlendi. TİA Başkanı Ertan Acar, “Araştırmada gördük ki; gençler, dinamik ve yenilikçi buldukları, teknolojiye yatırım yapmış markalara daha çok güveniyor ve onlardan alışverişe daha sıcak bakıyor” dedi.

Bu yıl ikincisi düzenlenen araştırmada 4 bin 800'ün üzerinde gencin fikirleri alındı. Yapılan görüşmeler sonucunda gençlerin en çok itibar ettiği, güvendiği ve tercih ettiği 250 marka sıralandı ve gençlerin gönlündeki değerleri lmlendi. Yapılan araştırmanın sonuçlarına göre beyaz et sektöründe ilk sıraları Beypiliç, Erpiliç, Banvit, Şenpiliç, Keskinoglu, CP markasının elde ettiği görüldü..



Beypi A.Ő. nin temeli Beyyem A.Ő. ile atılmıştır. Beyyem A.Ő. Ankara'nın Beypazarı İlçesinde karma yem üretmek amacı ile 1979 yılında kurulmuştur. Karma yem üretimi yapan fabrika, 1981 yılı Ekim ayında üretime başlamıştır. Beyyem A.Ő. nclğnde piliç eti üretimi yapmak üzere 1986 yılında Őirketimiz kurulmuştur. Beypi A.Ő. 1987 Ağustos ayında Bolu-Göynük'te kurduğu kesimhane ile piliç eti üretimine başlamıştır. Damızlık kümesleri, kuluçkahane ve üretim kümesleri yatırımları yapılarak faaliyetin tam entegre olması sağlanmıştır. Beypazarı İlçesinde başlayan yatırımlar daha sonraki yıllarda Bolu İlinde devam ettirilmiştir. Bolu İlinde, ikinci bir kuluçkahane, karma yem fabrikası ve kesimhane ile çok sayıda damızlık ve üretim kümesleri yatırımları gerçekleştirilmiştir. Piliç eti üretiminde pişirilmış ürünlere kadar geniş bir ürün portföyü sağlanmış, tam yağlı soya üretim gibi karma yem üretimine destek yan yatırımlarda gerçekleştirilmiştir. 1995 yılında Şirket merkezi Bolu'ya alınmıştır. 2004 yılında ise Beyyem A.Ő. tüm varlıkları ile Beypi A.Ő. ye katılmıştır. Böylece Beypi A.Ő. Çok güçlü bir yapıya kavuşturulmuştur. Sürekli ilk 100 kuruluş arasında yer alan ve sürekli büyümesi sonucu sektörde

Türkiye'nin öncü firmalarından biri olan Beypi A.Ş. sektördeki pek çok konuda ilk olmanın haklı gururunu yaşamaktadır.

Yapılan araştırma ile gençlerin en çok güvendiği ve zihinlerinde yer eden markalar belirlendiğini ifade eden TIA Başkanı Ertan Acar, "Araştırmada gördük ki; gençler, dinamik ve yenilikçi buldukları, teknolojiye yatırım yapmış markalara daha çok güveniyor ve onlardan alışverişe daha sıcak bakıyor" dedi.

Beyaz et sektöründe de her zamanki gibi ülkenin değerli markalarından olarak ilk sıralarda yerini alan başta Beypiliç, Erpiliç, Banvit, Şenpiliç, Keskinoglu ve CP firmalar da övgülere layık olduklarını gençler arasında da TERCİH EDİLEREK gösterdiler..

Türkiye'nin 'En İtibarlı Markaları' da geçtiğimiz günlerde belli olmuştu..Beypiliç, Erpiliç, Gedik, Banvit, Keskinoglu, Mudurnu, Şenpiliç, CP. yine listede yer almıştı..



Tüketicilere en kaliteli ürünleri sunarak dünyanın sayılı piliç üreticileri arasına girmeyi hedefleyen Erpiliç, 1969 yılında 200 civcivle başladığı üretim sürecine, 1991 ve 1994 yılları arasında Er Cıvcıv Şirketi kurarak devam ettirmiştir. Daha sonra 1995 yılında ERYEM SAN. ve TİC. LTD. ŞTİ. adı altında yem fabrikasını kurarak entegrasyonun ilk adımları atılmıştır. Şu anda 2300 çalışan, 1300 üreticisi ve 70 bayisi ile faaliyetine devam etmektedir. 2007 yılında %16 büyüme gerçekleştiren Erpiliç 2008 yılında da saatte 16.000 gün / 240.000 adet kesim kapasiteli kesimhaneye yeni makine yatırımları yaparak saatte 22.000 gün / 330.000 adet kesim kapasitesine ulaşmıştır. Ayrıca ileri işleme bölümünü şarküteri ve hazır gıda olarak ikiye ayırmış, takım çalışmaları yaparak kendine özgü yeni ürünler geliştirerek ülke ekonomisine katkıda bulunmaktadır. Üretim tesislerimiz HACCP Gıda Güvenliği belgesine sahiptir. Ayrıca ISO 9001-2000 Kalite Yönetim Sistemi Belgesi, ISO 22000-2005 Gıda Güvenliği Sistemi Belgesi, TSE Standartlarına uygunluk belgelerine ve İhracat Ön İzin belgelerine sahiptir. Yeni ürünler geliştirmeye büyük önem veren, pazarını genişletme ve geliştirme doğrultusunda piliç pane, piliç

nuget, piliç kroket hazır mutfak ürünleri ile marketlerde yerini almıştır. Bu tesiste şirket prensibi olarak en yüksek teknoloji kullanılmıştır. Tüketicisinin sağlıklı ve dengeli besleme arzusunda olan “ERPİLİÇ” tesislerinde, hijyenik ve islami kurallara uygun kesim yapılmakta olup ürünleri bütün piliç, parça ürünler, şarküteri ürünleri, tabaklı ürünler, sakatatlar ve işlenmiş ürünler olarak gruplandırılmıştır. Sürekli teknolojiye ve insana yatırım yaparak kalite anlayışından vazgeçmeyen Erpiliç istikrarlı büyüme trendinde pazar payını büyüterek yoluna devam etmektedir.

TİA Gençlik Endeksi G-250 ile ilgili açıklama yapan ve önceliklerinin her zaman kaliteli ürün ve hizmet olduğunu ifade eden listedeki isimlerden Şenpiliç Pazarlama Müdürü Fisun Aysu ise , alınan bu sonuçlardan dolayı gururlu olduklarını ifade ederek, “Şenpiliç olarak son derece insani bir iş yaptığımızın bilincindeyiz. Temel gıda maddesi üretmek halka hizmet ediyor, bu sorumlulukla ve elde edilebilecek en değerli kazancın güven olduğunun bilinciyle hareket ediyoruz. Gençlerimizin bu takdirini elde edebilmek, bu alanda başarılı olduğumuzu görmek bizi gururlandırıyor” dedi.

Araştırmanın Türkiye İtibar Akademisi ve Beykoz Üniversitesi tarafından ‘Türkiye Örnekleme’ kabul edilen 26 bölge ve 72 ilde 4 bin 800’ün üzerinde genç ile gerçekleştirildiğini belirten Fisun Aysu, bağımsız kuruluşlar tarafından gerçekleştirilen ve tutarlı istatistiksel verilerle gerçekleştirilen araştırmalara büyük önem verdiklerini ifade etti.



“Gençlerle ile aramızdaki bağ güçlü”

Fisun Aysu ayrıca ”Sloganımızda olduğu gibi ‘Güven ve Özeni’ 45 yıla yakın bir süredir boşa çıkarmadık. Söz verdiğimiz gibi bundan sonra da boşa çıkarmayacağız” şeklinde konuştu.

Türkiye’de yaşayan 18-24 yaş arası Z kuşağının marka tercihleri alfabetik sıralamaya göre G 250’de yer alan markalar ve BEYAZ ET FİRMALARIMIZ:

A101, Acer, Adidas, Ağaoğlu, Akbank, Aksigorta, Algida, Altus, Amazon, Anadolu Jet, Anadolu Sigorta, Apple, Aras, Arçelik, Arnica, Artema, Arzum, Asus, Audi, Avon, Axa Sigorta, **Banvit**, Bay Döner, Beaulis, Beko, Bellona, Bershka, **Beypiliç**, Bianchi, Bien, BİM, Binance, Bitcoin, Black Bruin, BMW, Bosch, BP, Bridgestone, BTC Türk, Burger King, Burn, Caddy, Can Yayınları, Carrefoursa, Casper, Cassio, Cengiz İnşaat, Civil, Coca Cola, Colins, Converse, **CP**, Cumhuriyet , Çanakkale, ÇBS, Çene Suyu, Çilek Mobilya, Damla, Dardanel, Defacto,

Denizbank, Dk Yapı, Dominos Pizza, Doritos, Dost, Dyo, E-Bebek , Ege Seramik , Ekrem Coşkun, Emotion, Enerjisa, **Erpiliç**, Espresso Lab, Eti, Etra, Etstur, Eyüp Sabri Tuncer, Faber Castell, Fakir, Fanta, Ferrari, Fiat, Filli Boya, FLO, Ford, Garanti, Getir, Gittigidiyor, Gloria Jeans, Goodyear, Gratis, Greyder, Gündoğdu, Güral, Halkbank, Haribo, Hayat, HDİ Sigorta, Head&Shoulders, Hepsiburada, HP, Hyundai, In-Street, İçim, İKEA , İKEA, İstegelsin, İstikbal, İş Bankası, JBL, Juss, Kahve Dünyası, Kale, Kamil Koç, Karaca, Kelebek, Kemal Tanca, Kent Yapı, **Keskinoğlu**, KFC, KİA, Kiğılı, Kinetix, Koç Allianz , Koç Holding, Koçtaş, Komagene, Korkmaz, Koton, Köfteci Yusuf, Kütahya Porselen, Kütahya Seramik, Lassa, Lay's, Lc Waikiki, Limak, Lipton, Little Ceasars, Luna, Marshall, Mavi, Mc Donalds, Media Markt, Mehmet Efendi, Mercedes, Metro, Michelin, Migros, Mitsubishi , MNG, Monster Notebook, Nescafe, Netflix, Nike, Opel, Opet, Oppo, Orkid, Osse, Otto, Palmolive, Pamukkale, Pandora, Paribu, Pasaport Pizza, Paşabahçe, Pegasus, Pepsi, Permolit, Petlas, Petrol Ofisi, Peugeot, Philips, Pınar, Piranha, Pirelli, Pizza Bulls, Playstation, Polisan, Popeyes, Praktiker, Pringles, Ptt, Puma, Qnb Finansbank, Ray Sigorta, Rayban, Redbull, Reeder , Renault, Rey Yapı, Sabancı, Sahibinden, Saka, Samsung , Sarar, Fruko, Sarıyer Gazoz , Sarıyer Limonata, Sepaş, Sera,Seramiksın , Shell, Sırma, Siemens, Snopy Pizza , So Chic, Sony ,Spotify , Sprite, Starbucks, Steam, Superfresh, Sur Yapı, Sürat ,Sütaş, **Şenpiliç** , Şok , Teka , Teknosa , Terra , THY , Tissot , Torku , Toyota, Trendyol , Trivago, Uber , Uludağ Gazoz , UPS, Urban , Ülker , Vakıfbank, Vakko, Vatan Bilgisayar, Vestel, Vitra , Volkswagen , Volvo, Watsons , Xbox, Xiaomi, Yalçınkaya , Yapıkredi , Yemeksepeti, Yurtiçi Kargo, Zara, Ziraat Bankası , Zorlu, Züber

Türkiye'nin 'En İtibarlı Markaları' da geçtiğimiz günlerde belli olmuştu..Beypiliç, Erpiliç, Gedik, Banvit, Keskinoğlu, Mudurnu, Şenpiliç, CP. yine listede..

Türkiye İtibar Akademisi tarafından bu yıl 11'incisi gerçekleştirilen Türkiye İtibar Endeksi Araştırması'nın sonuçları geçtiğimiz günlerde kurumsal sitesinden de yayınlandı..Türkiye İstatistik Kurumu'nun "Türkiye Örnekleme" kabul ettiği 26 bölge ve 72 ilde 15 Aralık 2021 – 25 Ocak 2022 tarihleri arasında yaklaşık 15 bin kişi aranarak gerçekleştirilen araştırmada; ana ve alt sektörleri ile toplam 34 farklı sektördeki markaların itibar derecelendirmesi yapıldı ve Türkiye'nin itibarlı markaları belirlendi.



Türkiye İtibar Endeksi Araştırması'nın sonuçlarına göre listede Beyaz Et sektörü kategorisinde sıralamaya giren GEDİKPİLİÇ, 1968 yılından bu yana kanatlı sektörünün lider beyaz et üreticilerinden... Gedik Piliç, her geçen gün ihracat alanlarını daha da genişleterek hem Ege Bölgesi hem de Türkiye ekonomisine katkı sunmaya devam ediyor. Korona virüs pandemisi ve dünya gelinde yaşanan ekonomik dalgalanmalara rağmen yaptığı yatırımlarla büyümeye devam eden Gedik Piliç, 2021 yılı verilere göre tavukçuluk sektöründe en fazla ihracat yapan Ege Bölgesi'nde 1'inci, Türkiye genelinde ise 2'inci marka olarak önemli bir başarıya imza attı. Rusya, Çin, Birleşik Arap Emirlikleri, Singapur, Venezüella, Maldivler, Kıbrıs, Libya, Fas, Irak, İran, Gürcistan, Kırgızistan, Türkmenistan, Özbekistan, Katar, Ürdün, Haiti, Mozambik, Gana, Demokratik Kongo Cumhuriyeti, Angola, Liberya, Moritanya, Kuveyt, Abazya, Kosova, Togo, Benin ve Sierra Leone başta olmak üzere dünyanın 70'e yakın ülkesine ihracat yapan Gedik Piliç, teknolojik yatırımları sayesinde ürün yelpazesine eklenen kaliteli ürünleriyle ihracat ağını her geçen gün daha da artırıyor.

Türkiye İtibar Akademisi tarafından gerçekleştirilen 11. Türkiye İtibar Endeksi Araştırması'nın sonuçlarına göre de Beyaz Et sektöründe sıralamaya giren sektör markalarımız: Beypiliç, Erpiliç, Gedik, Banvit, Keskinöglü, Mudurnu, Şenpiliç, CP...