

**BASIN BÜLTENİ Temmuz 2020**

**Türk kuruyemişini dünyaya tattırıyor**

**Türk kuruyemişine inovasyon katarak 50 ülkede tüketicilerle buluşturan Peyman, global arenada “güçlü bir Türk markası olma” hedefine hız verdi. Sektöründe ilk “Turquality” sertifikalı şirket olan Peyman, Türkiye’nin ‘gurme-doğal-sağlıklı atıştırmalık’ tedarikçisi konumuyla daha geniş pazarlara açılmayı ve 2020 yılını 100 milyon TL ihracat cirosu ile kapatmayı hedefliyor.**

Uluslararası pazarlarda markalaşmak için son yıllarda büyük yatırımlara imza atan Peyman, Türkiye kuruyemiş sektöründe Turquality sertifikasına sahip “ilk ambalajlı kuruyemiş markası” olarak, tüm tüketicilerine katma değerli ve inovatif ürünlerini tattırmayı hedefliyor. Bu hedef doğrultusunda ihracata odaklanarak, inovatif lezzetler geliştirmeye devam eden şirket, her ülkenin değişen ihtiyaçlarını, taleplerini ve alışkanlıklarını araştırarak yenilikçi ürünlere dönüştürüyor ve 50 ülkede tüketicilerle buluşturuyor.

**Hedef, dünyaya Türk kuruyemişini sevdirmek…**

Peyman’ın sürdürülebilirlik ve inovasyon odaklı bir şirket olduğunu ve dünya pazarlarında, bu yaklaşımla ürettiği ürünlerle güçlendiğini söyleyen **Peyman İhracat Direktörü Özlem Soysal**; “Global pazarda güçlü bir Türk markası olma yolundaki çalışmalarımız, inovasyona verdiğimiz önem ve inovasyonu tüm süreçlerimize entegre etmemizle paralel devam ediyor. Peyman olarak, dünyada ulaşabildiğimiz tüm ülkelerde tüketicilere özel ve katma değerli ürünlerimizi tattırmak gibi zorlu ama bir o kadar da heyecan verici bir hedefimiz var. Pazarın değişen dinamiklerine yanıt verecek güçte bir üretim altyapımız bulunuyor. Farklılaşan talepleri karşılayabilecek potansiyelimizle Türk kuruyemiş sektörüne de ivme kazandırıyoruz.” dedi.

**“Daha önceden tatmamış olanlara da kuruyemişi sevdireceğiz”**

Eskişehir’de 50 bin metrekarelik alanda yer alan yeni fabrikalarının ulusal ve uluslararası pazarlarda artan talepleri karşılayacak kapasitede, son teknolojiyle donatıldığını söyleyen **Özlem Soysal**, “Peyman’ın bir Türk markası olarak yer aldığı her yeni ülke, ürünlerimizi tattırabildiğimiz her yeni tüketici bizim için çok değerli kazanımlar. Ülke olarak kuruyemişte dünyada söz sahibi ülkelerden biriyiz. Türk kuruyemişini, daha önce hayatında tatmamış tüketicilere ulaştırmak istiyoruz. Bu stratejimiz bize rakamsal olarak büyümeyi ve başarıyı da beraberinde getiriyor. Yurtdışından gelen taleplere en hızlı şekilde yanıt vermeye devam ederek, önümüzdeki 5 yılda ihracatımızı 3 katına çıkarma hedefimiz var.” değerlendirmesini yaptı.

**Her ülkenin tüketici taleplerine özel kampanya**

Amerika’dan Avustralya’ya Avrupa’dan Ortadoğu’ya uzanan çok geniş bir coğrafyaya Türk kuruyemişini sevdiren Peyman; Peyman, Bahçeden, Dorleo, Çitliyo, Nutzz markalarıyla yeni pazarlara açılmaya devam ediyor. İhracatta özellikle Balkan ülkeleri, Irak, Gürcistan, Katar, KKTC, İngiltere ve ABD’de güçlü olan şirket, 2020 yılında Almanya, Rusya, Tayvan, Filistin, Çin, Sırbistan ve Cezayir’le birlikte 10’dan fazla ülkeye ilk kez ihracat gerçekleştirdi. Pazarlama faaliyetlerinde de hız kesmediklerini belirten **Özlem Soysal**, bulundukları pazarlarda, sağlıklı seçenekler arayan hedef tüketici kitlelerine, çeşitli mecralardan ve ağırlıklı olarak sosyal medya işbirlikleriyle ulaştıklarını ve son dönemde başarılı kampanyalara imza attıklarını belirtti. Her ülkede tüketicilerin farklı beklenti ve talepleri olduğunu söyleyen Soysal, her ülkeye özel araştırmalar yaptıklarını, farklı coğrafya ve kültürlerden tüketicilerin nabzını ölçerek kampanyalarını şekillendirdiklerini belirtti.