

**BASIN BÜLTENİ Ekim 2020**

**Bahçeden Ailesi inovasyonla büyüyor…**

**Sağlıklı yaşam ve beslenme konusundaki farkındalığın artmasıyla birlikte, ambalajlı ve güvenilir gıdaya talep de artıyor. Değişen ihtiyaçlara inovatif ve sağlıklı ürünleri ile yanıt veren Peyman, tüketicilerinden gelen talep doğrultusunda çiğ ve kavrulmuş kuruyemiş ile kuru meyve ürünlerini tek marka altında toplayarak, güçlü markası Bahçeden’i mega markaya dönüştürdü. Bahçeden Ailesini yeni inovatif ve gurme lezzetlerle büyüttüklerini söyleyen Peyman CEO’su Kaan Baral, bu büyük dönüşümle ambalajlı kuru meyve ve çiğ kuruyemişte pazar lideri olan Bahçeden markasının gücüne güç kattıklarını belirtti.**

Peyman’ın, çiğ ve kavrulmuş kuruyemiş ile kuru meyve ürünlerini bir araya toplayan yeni **Bahçeden**, gurme ve sağlıklı lezzetler tüketmek isteyen kuruyemiş severler için raflardaki yerini aldı.Bahçeden’in geçirdiği dönüşüm hakkında bilgi veren **Peyman CEO’su Kaan Baral**, “Sağlıklı beslenme bilinci arttıkça, sağlıklı atıştırmalık olarak kuruyemişe olan talep de artıyor. Yaptığımız araştırmalarda, tüketicilerimizin Bahçeden ürünlerini alırken çiğ, kavrulmuş ayrımı yapmadığını, tükettiği ürüne dair önemli sağlık ve fayda bilgilerini ambalajın üzerinde okumak istediğini gördük. Biz de tüketicilerimizin bu isteklerini ambalajlarımıza yansıttık, çiğ, kavrulmuş ayrımını ortadan kaldırarak, tüm doğal, sağlıklı ve gurme lezzetlerimizi güçlü markamız Bahçeden’in profesyonelliği altında toplamaya karar verdik.” dedi.

**Hammaddesi aynı “Bahçeden”**

Özellikle pandemi ile beraber tüketicinin, arkasında marka gücü olan, sağlıklı ve güvenilir ürünlere yöneldiğini söyleyen Kaan Baral, hanelerin yüzde 95’ine giren kuruyemişin ülkemizde çok sevildiğini, pandemi nedeniyle açıkta satılanlar yerine ambalajlı kuruyemişe ilgi ve talebin arttığını belirtti. **Baral**; “Peyman olarak tüketicilerimiz için en iyi, kaliteli, lezzetli ve gurme tatları sunma vaadimizi yeni Bahçeden Ailesi ile bir adım öteye taşıyoruz. Tüketicilerimizden aldığımız geri bildirimler bize, sağlıklı kavrulmuş kuruyemişi de Bahçeden ailesi altında görmek istediklerini gösterdi. Tüm hammaddelerimiz aynı bahçeden, doğal ve özel olarak seçilmiş ürünler olduğundan, bu ayrımı kaldırmaya karar verdik. Bir mega brand yaratarak, Bahçeden’in var olan gücüne güç kattık. Tazeliğini koruması ve hijyen için özel zipperlı ambalajlarda tüketicilerimizle buluşan Bahçeden Ailesi yeni inovatif Çiğ ve Ortaya Karışık Mix’lerle de zenginleşti.” diye konuştu.

**Ambalaj, içindeki ürünün kimlik kartıdır…**

Peyman olarak toplumda sağlıklı gıda okuryazarlığını artırma hedefiyle ambalajlarını da yeniden tasarladıklarını söyleyen **Kaan Baral**, “Sağlığına ve yaşam kalitesine değer veren tüketici artık ambalajın üzerindeki etiketi, uyarıları, sağlık bilgilerini inceliyor ve değerlendiriyor. Bu da sağlıklı gıda okuryazarlığının gelişimi adına bizi mutlu ediyor. Yeni ambalajlarımızda ürünün hangi besin değerlerini ve vitaminleri taşıdığı, glutensiz ve yüksek lif içerdiği gibi detaylı bilgiler yer alıyor. Ayrıca tüketicilerimizin aradıkları lezzetlere daha kolay ulaşabilmesi için ambalaj tasarımlarımızda çiğ ürünleri beyaz, kavrulmuş ürünleri ise yeşil renkle ayrıştırdık. Tüketicilerimizin karşısına inovatif ürünlerle çıkmaya devam edeceğiz.” dedi.

[**www.peyman.com.tr**](http://www.peyman.com.tr)