

Seranit Genel Müdürü
Hamdi Altunalan
Seranit General Manager



Krizden olumlu etkilendi, yüzde 30 büyüdü

Affected positively by crisis; grew by 30 percent

Dünyanın küresel ekonomik krizle boğuşan firmalarına karşılık, 2008'de olumlu bir dönem geçirdiklerini söyleyen Seranit Genel Müdürü Hamdi Altunalan, yüzde 30 büyüdüklerini ve 114 milyon avro ciro elde ettiklerini söylüyor.

Seranit General Manager Hamdi Altunalan, who says they had a positive period in 2008 despite the world firms' struggling with the global economic crisis, notes they grew by 30 percent with a turnover of 114 million Euros.

Türkiye'nin ilk "Teknik Porselen" üreten fabrikası olarak Bilecik Organize Sanayi Bölgesi'nde 1992'de kurulan Seranit Granit Seramik Sanayi Ticaret A.Ş., 1993 yılında üretime başlıyor. 55 bin metrekare kapalı olmak üzere toplam 102 bin metrekarelik bir alanda faaliyetini sürdüren Seranit, revize yatırımlar yaparak 1995'te 1 milyon metrekare ve 1998'de 2 milyon metrekarelik kapasiteye ulaşıyor. 2004 yılına gelindiğinde Seranit, kapasitesini 2,5 milyon metrekareye çıkartarak, Avrupa'nın sayılı üreticileri arasına giriyor. 2004'te alınan yatırım kararı ve 2005'in mart ayında atılan temellerle 36 milyon avroluk bir yatırımı hayata geçiren firma, kısa sürede bu yatırımın meyvelerini topluyor. Üretime geçtiği 1993'ten bugüne, aradan geçen on beş yılda kapasitesini 8,5 milyon metrekareye ulaştırmayı başarıyor. Bu yeni kapasitesiyle tek çatı altında Avrupa'nın en büyük teknik granit fabrikası olan firma, iç pazarda 50'si showroomlu 258 bayi ve yurt dışı pazarlar-

Seranit Granit Seramik Sanayi Ticaret A.Ş., set up in 1992 at Bilecik Organized Industrial Zone as Turkey's first "Technical Porcelain" manufacturing plant, started production in 1993. Seranit, pursuing its operations on grounds of 102,000 square meters in total, 55,000 of which is indoors, reached capacities of 1,000,000 square meters in 1995 and 2,000,000 square meters in 1998 through expansion investments. Come 2004, Seranit was among the top manufacturers of Europe with a capacity of 2.5 million square meters. The firm, launching an investment of 36 million Euros after the investment decision adopted in 2004 and foundations laid in 2005, started to reap the fruits of this investment in a short time. The firm had the accomplishment of bringing its capacity up to 8.5 million square meters during the 15 years since 1993 when it started production. Becoming Europe's largest technical granite factory under a single roof with this new

da, 21 ülkede 82 satış noktasından oluşan bir dağıtım kanalına sahip oluyor. Seranit'in ihracat yaptığı ülkeler arasında Fransa, Romanya, Macaristan, Almanya, Belçika, İsviçre gibi Avrupa ülkeleri, Rusya, Azerbaycan, Ukrayna, Türkmenistan, Moldova gibi yakın Asya ülkeleri, İsrail, BAE, Lübnan, Suudi Arabistan gibi Orta Doğu ülkeleri ile Amerika ve Kanada bulunuyor.

“2008’de yüzde 30 büyüdük”

Seranit'in başında genel müdür olarak Hamdi Altunalan görev yapıyor. Dünyanın küresel ekonomik kriz yaşadığı, üretim ve dolayısıyla ihracatta sıkıntı yaşanan 2008 yılının Seranit için olumlu bir yıl olduğunu belirten Seranit Genel Müdürü Hamdi Altunalan, 2007'ye oranla yüzde 30 büyüdüklerini ve 114 milyon avro ciro elde ettiklerini söylüyor. Altunalan, “Seranit olarak, son dönemde popüler olan alışveriş merkezlerinin sayısının artmış olması ve toplu konut segmentindeki özel projeler ile oldukça verimli bir yıl geçirdik. Yurt içinde yaşanan olumlu gelişmelere paralel olarak yurt dışı faaliyetlerimizde de 2008’de 45 ülkede 254 satış noktasına ulaştık. 2008’de de dünyanın önde gelen tasarım ofisleri ile çalıştık, ürün gamımızı genişlettik. Kalite ve tasarım farklılığımızı artırarak faaliyetlerimize devam ettik. Avrupa’da bazı seramik fabrikalarının kapanması ve Çin’deki durgunluk nedeniyle özellikle Avrupa pazarından ciddi oranda pay aldık. Krizden dolayı ihracat yaptığımız ülkelere olan siparişler arttı” diyor.

Küresel ekonomik kriz nedeniyle ihracatta yaşanan sıkıntıları aşmaya çalışan seramik sektörü, rotayı yeni pazarlara açılmakta bulmuştu. Seranit de bu stratejiyi uygulayan firmalar arasında yer alıyor. Yeni pazar açılımları konusunda Altunalan şunları ifade ediyor: “Kuzey Avrupa, Arap Yarımadası ve Körfez’e yönelik ciddi satışlarımız bulunuyor. Irak’a önemli oranda sevkiyat yapmakla birlikte, Türk Cumhuriyetleri ve Doğu Bloku ülkelerindeki ihracat çalışmalarımızı tamamlayarak, tespit ettiğimiz yeni ihracat pazarlarıyla ilgili çalışmalarımızı da sürdürüyoruz.”

“Sektördeki en büyük sorun fazla kapasite”

“Seramik Kaplama Malzemeleri (SKM) sektöründe yaşanan daralma ve global ekonomik konjonktürleri dikkate alarak 2009 yılı faaliyetlerimizde azalan pazarlara alternatif oluşturacak yeni alanlara yönelme stratejileri oluşturduk” diyen Altunalan, bu stratejileri de “geniş bir ürün portföyü, ebat çeşitliliği, özel projelere olan esnek yaklaşım ve zamanında kaliteli hizmet anlayışı” olarak açıklıyor.

“Sektördeki en büyük sorun fazla kapasite” diyen Altunalan, sözlerine şöyle devam ediyor. “Fazla kapasiteyi ihracat yoluyla çözmek, kapasitenin tamamını bitirebilmek mümkün değil. Türkiye olarak Avrupa’nın üçüncü, dünyanın altıncı büyük üreticisiyiz; fakat fiyat olarak İtalya, İspanya gibi ülkelerin bizden daha yukarı seviyelerde olduklarını görüyoruz. Bu sebeple, talebe uygun kapasite ile üretim yapılması ve sektörümüzde kaliteye daha fazla önem verilmesi gerekiyor. Seranit olarak, Türkiye seramik sektörünün sahip olduğu gücü kuvvetlendirmek için inovatif yaklaşımımız ve asla vazgeçmediğimiz kalite politikamız ile teknoloji, araştırma-geliştirme ve üretim-geliştirme yatırımlarımızla, dünya trendlerini takip ederek geliştirdiğimiz tasarımlarla sektöre öncü oluyoruz. Türk kalite algısını mümkün olduğu kadar yukarılara çekebilme gayreti içindeyiz.”

capacity, the firm has a distribution channel comprising e258 dealers, 50 of which with showrooms domestically and 82 sales of point in 21 countries in international markets. Among Seranit’s export destination countries are European countries like France, Rumania, Hungary, Germany, Belgium and Switzerland; near Asian countries like Russia, Azerbaijan, Ukraine, Turkmenistan and Moldova; and Middle Eastern countries like Israel, UAE, Lebanon, Saudi Arabia; and USA and Canada.

“We grew by 30 percent in 2008”

Hamdi Altunalan served as general manager at the head of Seranit. Noting that 2008, in which the world went through a global economic crisis facing problems in production and consequently exports, was a positive one for Seranit; General Manager Hamdi Altunalan said that they grew by 30 percent over 2007, achieving a turnover of 114 million Euros. Altunalan said, “As Seranit, we have a rather productive year as the number of shopping centers, which became popular recently, grew and thanks to the special projects in the mass housing segment. In parallel with the positive developments domestically, we reached 254 points of sale in 45 countries in 2008 in our international operations, too. We worked with the world’s leading design offices, enlarging our product range, in 2008. We continued our operations increasing our distinctiveness in quality and design. We got a serious share of the European market especially, due to closure of certain ceramic factories in Europe and the recession in China. Our orders to our export countries grew due to the crisis”.

The ceramics industry, which is trying to overcome the difficulties experienced in its exports due to the global economic crisis, had opted for opening to new markets. Seranit is one of the firms implementing this strategy. On new market initiatives Altunalan says: “We have significant sales to North Europe, Arabian Peninsula and Gulf. We have an important share of shipments to Iraq and we are completing our export activities oriented to Turkish Republics and the Eastern Block also pursuing studies relating to the new export markets we identify”.

“Biggest problem in the industry is excess capacity”

Altunalan, who says; “Considering the contraction experienced in the ceramic tile sector and the global economic conjuncture, we created strategies of moving towards new areas to serve as alternatives to the markets where our activities decreased in 2009, adds that these strategies comprise “a broad product portfolio, size diversity, a flexible approach to special projects and timely high quality service concept.”

“Altunalan, who says; “The greatest problem in the industry is excess capacity”, remarks; “It is not possible to solve excess capacity through imports to consume the entire capacity. As Turkey, we are the largest manufacturer in Europe and sixth in the world but price-wise we see that countries like Italy and Spain are at higher levels than us. Therefore, one has to produce with capacity in line with demand and to emphasize quality more in our sector. As Seranit, we are the leader of the industry with our designs we develop by our innovative approach to strengthen the power of the Turkish ceramics industry, our quality po-



Seramik sektörü için teşvik sisteminin açıklanmasını yerinde bulan Altunalan, “Hükümetin açıkladığı teşvik paketinin kapsamı konusunda belirsizlikler ve eksikler vardı” diyerek, konuya açıklık getirdi. Altunalan, “Seramik sektöründe önemli kapasiteleri olduğu halde desteklenecek iller listesinde olmayan, Aydın, Denizli, Muğla, Zonguldak, Karabük, Bartın, Samsun, Tokat, Çorum, Amasya, Kayseri, Sivas ve Yozgat illerinin üretimde teşvik edilecek bölgeler arasına alınması sevindiricidir. Ancak bu olumlu adımların çözümün tamamı olduğunu söyleyemeyiz. Teşvik sisteminin sektörde kapasite artırıcı değil, katma değeri daha yüksek üretimi özendirici olması gerektiğini düşünüyorum” diyor.

“Avrupa’da en pahalı doğal gazı kullanıyoruz”

Türk seramik sektörünün enerjiye bağımlılığı, daha doğrusu yüzde 90'lara varan doğal gaz kullanımı bilinen bir gerçek. Doğal gazı 2008 içinde gelen zamları eleştiren Seranit Genel Müdürü Hamdi Altunalan, “Türkiye’de geçen yıl doğal gaz fiyatlarının yüzde 82 düzeyinde artması da sektörü çok zor durumda bıraktı” diyor. 2009’da doğal gaz fiyatının biraz düştüğünü, ancak İtalya’dan sonra Avrupa’da en pahalı doğal gazı Türk sanayicilerinin kullandığını altını çizen Altunalan, en yakın rakibimiz olan İspanyol üreticilerin, Türk üreticilere göre doğal gazı yüzde 15 daha ucuza kullandıklarını belirtiyor. Altunalan’ın sektör için enerji konusunda hükümetten beklentileri bulunuyor. Buna göre Altunalan, “Enerji, sektörümüz için hayati önemde olduğundan, rekabet dezavantajımızın giderilmesinde de ek destekler olabileceğini düşünülüyor” diyor.

Yüksek enerji maliyetleri ve küresel ısınma firmaları hem ürün, hem de üretim bandı olarak tasarruflu ürünlere yöneliyor. Enerji tasarrufu sağlayan porselen karo üretme çalışmalarına 2009 yılı ile birlikte başladıklarını söyleyen Altunalan, ürünlerin araştırma ve geliştirme çalışmalarına devam ettiklerini aktarıyor. Altunalan, “Bu yıl içerisinde istediğimiz Seranit kalitesine ulaşacak bu ürünleri piyasaya sunacağız. İki yıldır üzerinde çalıştığımız bu ürünler dünyada ilk olacak. Bu ürünler, iç, dış ve her mekânda kullanılacak. Bu ürünleri dünya pazarlarına da ihraç edeceğiz” diyor.

Seranit olarak, teknoloji, tasarım, renk gibi dünya trendlerini her zaman takip eden ve bu trendlere uygun ürünler geliştiren öncü bir firma olduklarını sözlerine ekleyen Altunalan, İtalyan Gamma gibi dünyanın sayılı tasarım ofisleriyle birlikte çalıştıklarını ve her yıl zengin bir ürün portföyü ile tüketicinin karşısına çıktıklarını belirtiyor. Altunalan, bu konudaki ilkelerini de şöyle açıklıyor. “Bizim için en önemli konulardan biri de, her yeni geliştirilen ürünün, Seranit kalite standartlarına ulaşmadan pazara sunulmamasıdır. Bunun için yeni bir ürünün piyasaya sunulması araştırma-geliştirme ve üretim-geliştirme çalışmaları dâhil iki-üç yıllık bulabilmektedir.”

licity which we never give up, our investments in technology, R&D and production development and following world trends . We are in an effort to bring the perception of Turkish quality as high as possible”.

Altunalan, who thinks that the announcement of an incentives system for the ceramic sector is warranted, says; “There were ambiguities and shortcomings as regards the scope of the incentives package announced by the government”, clarifying the matter. Altunalan says, “It is pleasing that Aydın, Denizli, Muğla, Zonguldak, Karabük, Bartın, Samsun, Tokat, Çorum, Amasya, Kayseri, Sivas and Yozgat provinces, which were not among the provinces to be supported despite having significant capacities in the ceramics industry are placed among the areas to be encouraged as far as production is concerned. However, we can’t say that these positive steps are the whole solution. I believe that the incentives system should not be capacity increasing in the industry but should encourage production of higher added value goods”.

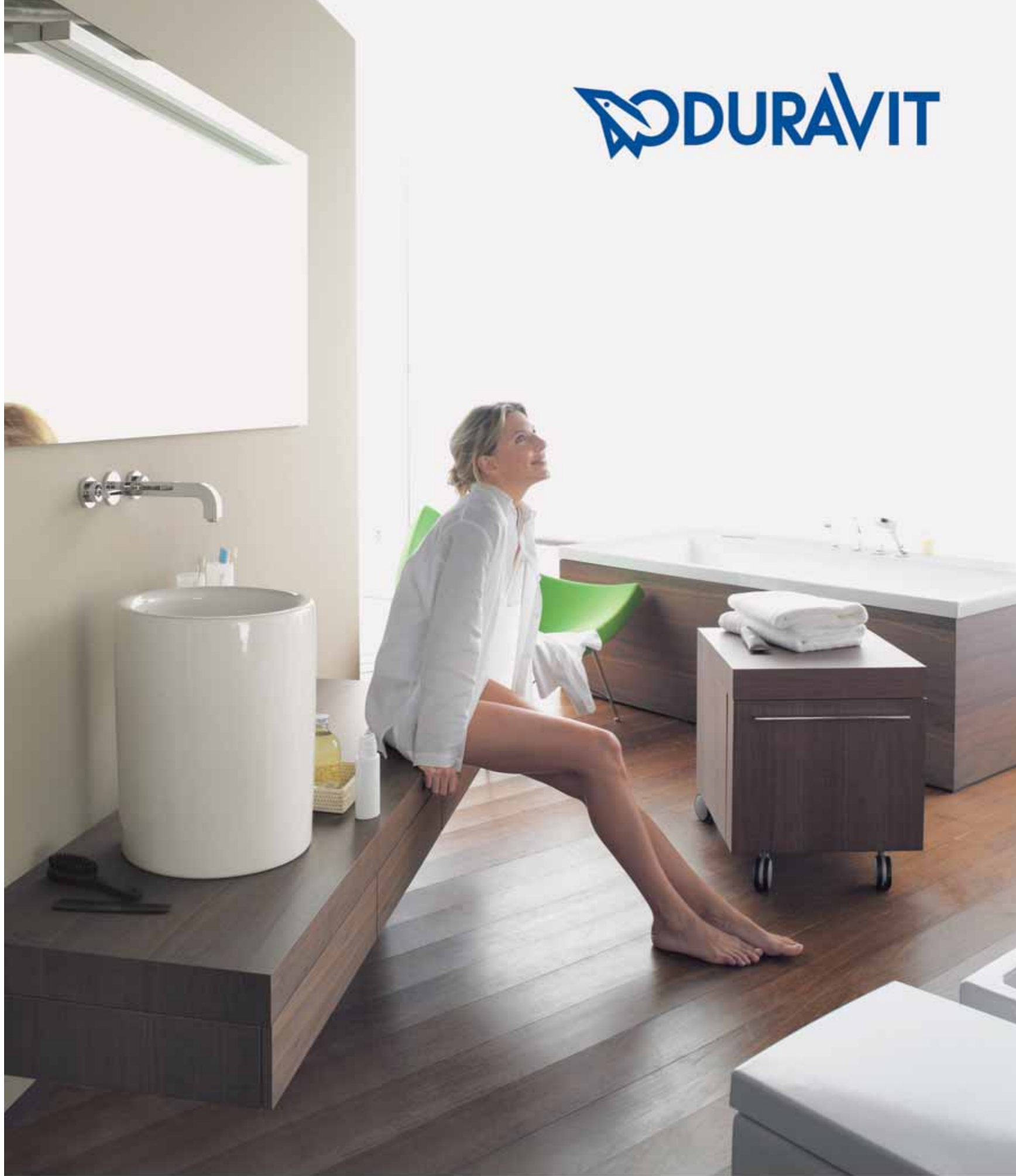
“We use the most expensive natural gas in Europe”

It is a well known truth that the Turkish ceramics industry is energy dependant or that it uses natural gas up to 90 percent levels. Criticizing the price increases of natural gas in 2008, Seranit General Manager Hamdi Altunalan says; “The increase in natural gas prices last year in Turkey at the level of 82 percent put the industry in great difficulty”. Noting that the price of natural gas went down a little in 2009 but that Turkish industrialists are using the most expensive natural gas in Europe after Italy, points out that Spanish manufacturers, who are our closest competitors, use natural gas at a rate 15 % cheaper compared to Turkish manufacturers. Altunalan has expectations from the government for the industry as regards energy. Altunalan says; “Since energy is of vital importance for our industry, there may be additional support for relieving our competitive disadvantages”.

High energy costs and global warming move firms towards wares affording savings both in terms of product and also production line. Noting that they started producing energy saving porcelain tile in 2009, Altunalan notes that they are continuing the research and development efforts for products. Altunalan says; “This year, we will launch these products which will reach our desired Seranit quality. These products we have been working on for two years will be a first in the world. They can be used in all spaces; interior or exterior. We will export these products to world markets, too”.

Adding that as Seranit, they are a leading firm always following trends like technology, design and color, developing products conforming to such trends, Altunalan says that they are working with the world’s significant design offices like Italian Gamma and come to the market each year with a rich product portfolio. Altunalan describes their principles in this field as follows; “For us, one of the most important points is that each newly developed product is not launched to market unless it meets Seranit quality standards. Therefore, launching of a product may take two-three years including research, development and production development efforts”.

DURAVIT



Yaşayan banyolar. Vitrifiye, Banyo Mobilyası, Duş Tekneleri, Akıllık Kuvetler, Hidromasaj Sistemleri ve Banyo Aksesuarları: bir banyo için gereksiniminiz olan her şey Duravit'te. Bilgi almak ister misiniz? Lütfen Duravit'le temasa geçiniz. DURAVIT Yapı Ürünleri San. ve Tic. A.Ş., 34956 Tuzla/İstanbul, Telefon +90 216 458 51 51, Fax +90 216 458 51 95, info@tr.duravit.com

Living bathrooms | www.duravit.com.tr