

## “Temizlik kağıtlarına 10 yıldır ‘Hayat’ veriyoruz”

Temizlik kağıdı tüketiminin son on yılda iki katına çıktığı Türkiye’de, sektörde yeniliklere öncülük eden Hayat Kimya, kağıt kategorisindeki markalarını 10. yılında zirveye taşımayı başardı. Temizlik kağıdı pazarında, yılın ilk çeyreğini yüzde 19 pazar payı ile lider kapatan Hayat Kimya, sektörün büyümesinde en büyük pay sahiplerinden biri oldu. Her dört evden birinde Hayat Kimya markalı tuvalet kağıtlarının tercih edildiğini belirten Hayat Kimya Genel Koordinatörü Orhan İdil, “Hayat Kimya, yeniliklere öncülük ettiği kağıt kategorisindeki markalarını, 10. yılında zirveye taşıdı” dedi.

Bingo, Molfix, Molped, Papia, Familia, Focus ve Joly markalarıyla girdiği tüm pazarlarda öncü konumda olmayı başaran Hayat Kimya; ürünlerinin kalite ve güvencesini 100’e yakın ülkede dünyanın dört bir yanına taşıyor. 2015 yılında global cirosunu yüzde 10 büyümeye ile 1.3 milyar dolar seviyesine taşıyan Hayat Kimya, dünya genelinde 8 bine yakın çalışanı ve 2012 yılından beri üretimde sahip olduğu hız rekoruyla kağıt üretimini 10 yıldır başarıyla sürdürüyor.

Temizlik kağıdı üretim faaliyetlerine 2006 yılında İzmit Kağıt Fabrikası’nda başlayan Hayat Kimya; **Papia, Familia, Teno** ve ev dışı kullanıma yönelik **Focus** markası ile sektörde 10 yılını geride bıraktı. Sahip oldukları teknolojik altyapı ve yenilikçi anlayış ile temizlik kağıdı sektörüne yön verdiklerini belirten **Hayat Kimya Genel Koordinatörü Orhan İdil** “Hayat Kimya olarak Temizlik Kağıdı Sektöründe başarıyla geçen 10 yılı geride bırakmanın gururunu yaşıyoruz. Türkiye’den doğan markalarımızı globalleştirme vizyonuyla hızlı tüketim ürünleri sektöründe hızla büyümeye devam ediyoruz. İzmit’te başladığımız üretim faaliyetimize İran, Rusya ve yıl içerisinde açmayı planladığımız Mersin Kağıt Fabrikası ile devam ediyoruz. ‘Ortadoğu, Balkanlar ve Doğu Avrupa’nın en büyük temizlik kağıdı üreticisi’ ünvanı ile dünyanın dört bir yanına Hayat Kimya kalitesini ulaştırıyoruz” dedi.

### “Sektörden daha hızlı büyüyoruz”

Temizlik kağıdı sektöründe, bugüne kadar pazar penetrasyonunun üzerinde bir büyüme gerçekleştirdiklerini belirten **İdil**, “Son 10 yılda temizlik kağıdı tüketimi 2 katına çıktı, tuvalet kağıdı kullanım oranı ise yüzde 22 artarak yüzde 81 seviyesine ulaştı. Bu alanda talep artarken Hayat Kimya, tüketiciyi anlayarak, onların istek ve ihtiyaçlarına yönelik geliştirdiği yenilikçi ürünlerle pazar payını her geçen gün daha da arttırdı. Yüzde 1’in altında olan parfümlü tuvalet kağıdı pazarı, Hayat Kimya’nın Papia ve Familia parfümlü tuvalet kağıtlarıyla pazara girişinden sonra büyüyerek yüzde 7’ye yaklaştı. Yüzde 7’lik pazar içinde yüzde 80 paya sahip olarak parfümlü tuvalet kağıdı pazarını domine ediyoruz. Sektör 2015 yılında yüzde 4 büyümeye gerçekleştirirken, Hayat Kimya’nın büyümesi sektörün üzerinde bir artışla yüzde 10 olarak gerçekleşti. 2023 yılına kadar yüzde 40 oranında büyüme öngördüğümüz bu pazarda, Hayat Kimya olarak X oranında büyüme hedefliyoruz” dedi.



Bugün Türkiye’de her dört evden birinde Hayat Kimya markalı tuvalet kağıdı tercih edildiğini belirten **İdil**, “*Papia ile Türkiye’de ilk 3 katlı tuvalet kağıdı lansmanını yaptık. 4 ve 6 katlı tuvalet kağıdıyla kat lideri olduk. Kalıcı parfümlü temizlik kağıdı ürünlerimiz ve ‘sektörünün en iyi Ar-Ge merkezi’ seçilen merkezimizde geliştirdiğimiz B-side teknolojisi ile benzerlerinden daha yumuşak temizlik kağıtları geliştirdik.*

#### **“Bulduğumuz pazarlarda ilk üçte yer alıyoruz”**

Tüketiciyi doğru analiz ederek, faaliyet gösterdikleri pazarın ihtiyaçlarına uygun ürünler sunmaya çalıştıklarını belirten **İdil** “*Global bir marka olma hedefiyle çıktığımız yolculuğumuzda, faaliyette bulunduğumuz ülkelerde yükselişimizi sürdürdük. 2015 yılında giriş yaptığımız Rusya’da çok kısa süre içinde temizlik kağıtları kategorisinde pazar ikincisi olduk. Farklı coğrafyalarda yaptığımız yatırımlarla, bugün dünya genelinde her dakika 300 kg Papia, Familia, Teno satış gerçekleştirerek milyonlarca eve hijyen ve temizlik sağlıyoruz. Yenilikçi anlayışımızı daha da ileri taşıyarak, insan kaynağına ve teknolojiye yatırım yapip sektördeki faaliyetlerimize hız kesmeden devam edeceğiz” dedi.*

Ülkelerde gözlemledikleri tüketici alışkanlıklarına değinen Orhan İdil “*Irak, Rusya, Pakistan, Mısır, Nijerya ülkelerindeki gözlemlerimiz bize ilginç detaylar sunuyor. Ekonomik, coğrafi ve kültürel öğeler temizlik kağıdı ürünlerinin kullanım alanını belirliyor. Bu ülkelerde ürünlerin ortak kullanım alanları el kurulama ve dökülen bir şeyi temizleme olarak öne çıkarken, sıcak ülkelerde bunlara ek olarak ter silme motivasyonu görülüyor. Pakistan’da ise peçete ve kutu mendilin çocuklar için resim kağıdı olarak kullanılması dikkat çekici sonuçlar arasında. Tüm bu verileri doğru okumak yeni girilen pazarlarda bize başarıyı getiriyor” dedi.*

#### **“Çevreci ve sürdürülebilir bir anlayışla üretim yapıyoruz”**

Çevreye ve insana katma değer sağlayacak ürünler için çalıştıklarını belirten **İdil**, “*Şirketimiz endüstriyel ağaçlandırma yapmak üzere kurulan ilk şirket olan ENAT’ın kurucusudur. Üretim faaliyetlerimizde minimum kaynak kullanımıyla maksimum verim elde ediyoruz. Temizlik kağıtları üretiminde 1 ton kağıt üretmek için 6 ton su kullanılırken, biz bu oranı yaklaşık 1’e 4 seviyesine çekerek, Türkiye’de en az su kullanımı ile temizlik kağıdı üretimi gerçekleştiren şirket olurken, Avrupa’da ise 3. sırada yer alıyoruz. Kojenerasyon teknolojisi sayesinde doğalgazdan elde ettiğimiz enerjide yüzde 70’lere varan enerji tasarrufu sağlıyoruz. Kağıt üretiminde kullanılan suyun miktarını ise yarıya indiriyoruz. Aynı zamanda çevreye olduğu kadar tüketicinin cebine de dost olan ürünler geliştirmeye çalışıyoruz. Familia tuvalet kağıdı ile benzerlerine oranla yılda 5 rulo, Papia tuvalet kağıdı ile 3 rulo, Familia Jumbo Havlu ürünü ile normal kullanımın 6 katı avantaj sağlıyoruz. Geleceğimize yaşanabilir bir dünya bırakma vizyonuyla üretim faaliyetlerimizi gerçekleştiriyoruz” dedi.*