



bölgelerinde yatırımlarımızı genişleteceğiz. Yurt dışı ve yurt içi satışlarımız günden güne artıyor. Bu durum yeni pazarlar hedeflerken ve ihracat stratejimizi oluştururken bizim için itici güç oluyor. Aynı li-derliği PVC ihracatındaki yüzde 8'lik payla sürdüren bir firma olarak 15 bin ton ihracat hedefimiz var.

Proje bazlı çalışmalarınız var mı? Yer aldığınız projeler hakkında bilgi verir misiniz?

Teknolojiye yaptığımız yatırımlar, kalite anlayışı, sürdürülebilirlik politikaları ve Türkiye'deki geniş bayi ağı ile birbirinden başarılı projelere imza atıyoruz. İnşaat projelerinde yüksek teknolojik performans ve tasarımı sahip ürünlerimizle öne çıkıyoruz. Bayilerimizle yürüttüğümüz güçlü iş birliği ve hızlı aksiyon kültürü sayesinde sektörümüzde fark yaratıyoruz. Bu çerçevede, Uluslararası Derecelendirme Kuruluşu tarafından ısı, ses ve hava yalıtımında en etkili ürün seçilen Legend sistemimiz sayesinde inşaat projeleriyle başarılı iş birlikleri yapmaktan büyük mutluluk duyuyoruz.

Bu başarılı projelerden bazılarına örnek vermek gerekirse; İzmir bölgesinde Urla Casamirin, Çiğli Olive Park Evleri, Golden Towers Turgutlu, Çiğli Pruva 35, Bornova Huban Golden Life, Menemen Ulukent Flora Evleri, Dikili Seymen Konakları, Menemen Martı Residence ve Karşıyaka Palmiye Park Sole projesini sayabilirim. Ayrıca, Ankara'dan Yıldız Park, Polsan Prestij, Vadi konutlar, TOKİ Sincan, Batı Vizyon,

Kardelen Prestij; İstanbul'dan İstanbul Sarayları, Bosphorus City, Tual Bahçekent, Kelebekia, Fuaye Evleri, Küçükköy, Halkalı ve Alibeyköy'de inşa edilen Serenitiy, Oyak Kent, Solar Kent, Elit Kent, Tual Bahçekent projeleri, Konya'dan Parkmahal, Panorama Evleri, Diyarbakır'dan Mega Evler, Gaziantep'den Antepia, Mersin'de GM Blue İnşaat, Erzurum'dan Yaprak Residence da çok sayıda ilde yer alan projelerimizden bir kaçını oluşturuyor.

Sektörün sorunlarına dair değerlendirmeleriniz, çözüm önerileriniz nelerdir?

Sektörümüzün en önemli problemlerinden biri, kaçak yapılaşmaya bağlı olarak ortaya çıkan merdiven altı üretim. Bu durum, kaliteden ve teknolojiyen ödün vermeyen bizim gibi markalar için bir risk teşkil etmiyor olsa da, merdiven altı üretim sorununun, ancak teknoloji ve tasarımındaki üstünlükle aşılması gerektiği kanaatindeyiz. Öte yandan, PVC sektörü hammadde ithalatındaki yüksek vergi ve enerji maliyeti, sektörün büyümesini olumsuz yönde etkileyen sorunların başında geliyor. Bu sorunlar, üretim ve ihracatta katma değeri yüksek inovatif ürünler üretme imkanının da önünü tıkamaya devam edebilir. Bu açıdan hammaddede dışa bağımlılığı azaltmak için yerli hammadde kullanımını teşvik etmek, desteklemek ve enerji maliyetini en aza indirebilmeye yönelik atılan adımlar, büyüyen PVC sektörünü daha da geliştirecektir.

Firmanız ve sektör açısından 2018 yılı nasıl geçmekte? Yıl sonuna dair öngörüleriniz nelerdir?

Türkiye PVC sektörü üretiminde dünyada altıncı, Avrupa'da ise ikinci sırada yer alıyor. PVC tıptan, kozmetiğe, inşaatın tekstile, otomotivden ilaç sanayisine kadar pek çok sektörde kullanıldığı için her zaman geleceği olan bir sektör olacak. Kent-sel dönüşüm çalışmaları sektördeki büyümeyi etkileyen etkenlerin başında gelmeye devam edecek. Sektör üretimi, 2017'de yaklaşık yüzde 10'luk bir artışla 9,7 milyon tona yükseldi. 2018'de de Türkiye'de geniş potansiyeller barındırmayı sürdüreceğiz. 2018'de de yaklaşık yüzde 5'lik bir büyümeyi öngörüyoruz. 2018 yılının ilk yarısını tamamlarken, **Egepen** Decouinck olarak şunu rahatlıkla söyleyebiliriz ki hedeflerimizi tutturduğumuz ve buna devam ettiğimiz bir dönem yaşıyoruz.

Son olarak kısa ve uzun vadeli hedefleriniz nelerdir?

1.200 kişilik istihdam yapımızla Türkiye ekonomisine katma değer sağlamaya devam ederken, kapasite artışı ve ihracat hedeflerimizle 2018'de de büyümeyi ve yatırımlarımızı sürdüreceğiz. ◀

