

ASAŞ, 2016 Yılında da Büyüme Trendini Sürdürüyor



ASAŞ Alüminyum San. ve Tic. A.Ş. Genel Müdürü Bülent Akif ATABAY ile gerçekleştirdiğimiz söyleşide “2016 Yılı Yarı Yıl Değerlendirmesi” ile ilgili sorularımızı şu şekilde yanıtladı;

2016 yılının ilk yarısını geride bıraktık. Yılbaşında belirlemiş olduğunuz hedeflerin ne kadarını gerçekleştirdiğinizi düşünüyorsunuz?

2016 yılı ASAŞ için önemli ölçüde büyümenin hedeflendiği bir yıl olarak planlandı. İlk yarı itibarı ile üretimini yapmış olduğumuz alüminyum profil, levha, folyo ve kompozit panel ile birlikte PVC profil ve panjur/kepenkte hedeflerimiz paralelinde bir performans göstermiş durumdayız.

2016 yılının ikinci yarısı ve sonrasındaki döneme ait hedefleriniz hakkında bilgi alabilir miyiz?

Hedeflerimizde ve ekonomide bir bozulma olmamak kaydıyla 2. yarıda da büyüme trendimizin devam edeceğine kuvvetle inanıyoruz. Planladığımız yatırımların devreye girmesi ile gelecek dönemde de büyüme hedefleri içinde olacağız.

“Planladığımız yatırımların devreye girmesi ile gelecek dönemde de büyüme hedefleri içinde olacağız,,

2015 yılı ile kıyasladığınızda 2016 yılının ilk yarısı hakkında neler söylemek istersiniz?

Öyle görünmese de istatistiki olarak sanayi sektörünün 2015’e göre üretimini artırdığı bir gerçek. ASAŞ’ta üretimini bir önceki yıla göre önemli ölçüde artırdı.

2016 yılı içerisinde piyasaya sunduğunuz veya sunmayı planladığınız yeni ürünleriniz bulunuyor mu?

2016 yılında alüminyum mimari sistem serilerimize ek olarak; sistemlerimize değer katan ve sektörümüzde sadece dekoratif görünüm ile yetinmeyen, güvenliği ön plana çıkarttığımız ürünlerimiz üzerinde çalışıyoruz.

Bu ürünlerin öne çıkanları ise; geniş manzaralı alanlarda kullanılacak olan Yalıtımsız Sürme Serisi RS 83 ve Yalıtımlı Sürme Serisi RST 83, dekoratif korkuluk olarak Kare Küpeşte AS 40, cam yüzeylerin öne çıktığı Cam Küpeşte ve yeni yüzey alternatifli cephe kaplama sistemleri olacak.

Geniş bir ürün yelpazemiz olan PVC pencere, kapı ve panjur sistemlerimizde; bu yıl dış cephelerde son zamanlarda talebi bulunan Dış Perde ürünümüzü portföyümüze ekleyerek 2016 yılı sonunda, tüketicilerle buluşturmayı hedefliyoruz.

Panjur ürünlerimizde, mevcut lamel ürünlerimizin dışında yeni lamel seçenekleri ile de ürün yelpazemizi genişleteceğiz.



“Türkiye’de ekonominin lokomotifinin inşaat olduğu hepimizce bilinen bir gerçek. Dolayısı ile bu konuda bir yavaşlama olmaması için gerekli tedbirler alınmalı ,”

Pencere sistemlerimizde, 2016 yılında 80 mm’lik oval serimizi satışa sunduk, 120 mm’lik Hollanda serimizi ise alüminyum kapaklı olarak ürün gamımıza dahil ettik.

Alüminyum yassı mamuller üretim tesislerimizde; esnek ambalaj sektörü için Türkiye’de düzenli üretimi bulunmayan 6,35 µm ambalaj folyosu ve daha kalın grupta 1200 mm üzeri yüksek kaliteli ambalaj folyosu üretimlerimiz devam ediyor. Ayrıca 0,2 ile 2 mm arası, 2.100 mm en boyalı ürünümüzle Avrupa’daki alternatif üretici ihtiyacını gideriyoruz.

2016 yılında katıldığınız ya da katılmayı planladığınız fuarlar var mı? Tanıtım konusunda gerçekleştireceğiniz faaliyetler hakkında bilgi alabilir miyiz?

2016 yılı Mart ayında dünyanın en büyük pencere fuarı olan Almanya Nürnberg’te gerçekleşen Fensterbau Frontale Fuarı’na, Mayıs ayında ise Türkiye’deki İstanbul Yapı Fuarı’na katıldık. Şu anda Kasım ayındaki alüminyum sektörünün en büyük fuarı olan Almanya Düsseldorf’ta gerçekleşecek olan Aluminium 2016 Fuarı’na hazırlanıyoruz.

Önümüzdeki yıllarda da sektörde önemli bir yeri olan fuarlara katılarak ürünlerimizi ve firmamızdaki yenilikleri müşterilerimize tanıtmaya devam edeceğiz. Sektöründe önemli yeri olan son kullanıcıya ulaşan ürünlerimizin bu başarısını desteklemek amacıyla bu yılsonuna



doğru başlayacak olduğumuz tanıtım faaliyetlerinin hazırlıklarını şu anda yapıyoruz. Bu konuda basılı ilan çalışmalarından çizgi üstü tanıtım faaliyetlerine kadar önemli bir hazırlığımız var. Hedefimiz önümüzdeki yıl itibarıyla hazırlamakta olduğumuz program çerçevesinde gerek firmamızın gerekse markalarımızın olumlu olan imajını daha da güçlendirmek.

Son olarak neler söylemek istersiniz?

Türkiye’de ekonominin lokomotifinin inşaat olduğu hepimizce bilinen bir gerçek. Dolayısı ile bu konuda bir yavaşlama olmaması için gerekli tedbirler alınmalı.

Diğer taraftan gelişmiş ülkelere göre kişi başı kullanımı hala çok düşük olan ambalajın önemi vurgulanmalı, tüketimi mevcut regülasyonların daha işlevsel hale getirilmesi, gerekirse yenilerinin devreye alınması ile artırılmalıdır.