



Suzi Matat:

Ambalaj sektörünün talep ettiği karton, oluklu mukavva ve diğer kâğıt ürünlerinin taleplerinde bir artış olduğunu görebiliriz.

Yazı tabı grubu aynı kalmakta hatta belki de biraz azalmaktadır.

Suzi Matat Türkiye Kâğıt Pazarını Değerlendiriyor

1996 yılında kurulan Korda Kâğıt, Merkezi Portekiz'de bulunan INAPA Investimentos, Participações e Gestão şirketinin 2013'de %100 hissesini alması ile Türkiye kâğıt pazarındaki yerini sağlamlaştırmıştı. Korda, kurulduğu günden bu yana kâğıt ticaretinin başarılı ve dürüst tüccarı olarak ilk sıraya konulan şirketlerden biri olarak değerlendirilir. Bugün şirketin sahibi olan INAPA, 205 milyon Euro sermayeli, Portekiz, Almanya, Fransa, İspanya, İsviçre, Belçika, Lüksemburg ve Angola' da satış organizasyonları bulunan ve yaklaşık 850 bin ton satışa sahip bir şirket. Korda Kâğıt aynı zamanda kâğıt ticaretinde e-satışın önderlerinden ve en başarılı kullanıcılarından biri olarak da biliniyor. Korda Kâğıt Genel Müdürü Suzi Matat, kâğıt pazarını geçtiğimiz yıl ve 2018 beklentileri açısından dergimize şöyle değerlendirdi:

MATBAA&TEKNİK: 2017'yi kâğıt tüketimi, pazarın kâğıt talepleri ve şirketinizin odaklandığı hizmet ya da ürünler açısından değerlendirebilir misiniz?

Suzi Matat: Türkiye'de durumu değerlendirmek için önce Dünya'ya sonra Avrupa'ya bakmakta fayda olduğunu düşünüyorum. Şöyle ki 2017'de çeşitli faktörlerin birbirini tetiklemesiyle birlikte arzdaki kısıtlı imkânlar Avrupa başta olmak üzere tüm dünyada fiyatların artmasına neden oldu. Bu durumun en tetikleyici unsuru hammadde tarafında yaşanan gelişmeler oldu. Doğal afetler nedeniyle zaten önemli miktarda azalan selüloz kapasitesinin üzerine bir de Çin'in çevre kirliliği nedeniyle aldığı önlemler sonucunda milyon tonluk kapasitelerin kapatılması eklendi. Böylece Çin'in selüloz bazlı üretiminin artması, söz konusu selüloz miktarının büyük ölçüde bu ülke tarafından tüketilmesine yol açtı. Dolayısıyla arzda oluşan daralma Avrupa'da ve dünyada hammadde fiyatlarının sürekli olarak yukarıya doğru tırmanmasına yol açtı. Hammaddedeki bu durum kısa sürede kâğıt fiyatlarına yansırken, talep artışı bazı ürün gruplarında önemli sıkışıklıklara sebep oldu.

Kâğıt ve selüloz üreticilerinin taviz vermeyen kararlı ve istikrarlı duruşları sayesinde tam bir "satıcı pazarı" tabirine uygun geçen 2017 yılı sona erse de bazı beklentilerin aksine aynı trendin, içinde bulunduğumuz yılın en az ilk yarısında da devam edeceği öngörülmektedir. Böylece uzun bir süredir kârlılık konusunda ciddi sorunlar yaşayan kâğıt sektörü, yükselen pazarın katkısıyla biraz nefes alma fırsatı bulmuş oluyor.

Ülkemizde ise tüccarlar ve basım-ambalaj sektörü tedarik tarafında kısıtlı miktarlarla yetinmek zorunda kalırken yerli fabrikalar da dahil olmak üzere ithalata dayalı olan sektör bir yandan da kurdaki dalgalanmaların etkisinde kaldı.

2017 yılında, I. Hamur kâğıtların ithalatına uygulanan koruma kararı da sektörde tedirginliğe sebep olmuştu. Bu uygulamadan vazgeçilmiş olmasını özellikle tüccarların omuzundan kalkan ağır bir yük olması nedeniyle olumlu bir gelişme olarak değerlendiriyoruz.

Korda her zaman olduğu gibi geçen sene de hizmet kalitesinden ödün vermeksizin pazarın talep ettiği ana kategori ürünleri tedarik etmeye devam etti. Yukarıda belirttiğimiz gelişmeleri de göz önünde bulundurarak stratejimizi volümden çok verimlilik ve kârlılık üzerine kurduk. Ve bunda da oldukça başarılı olduk.

Ayrıca biliyorsunuz kâğıdın yanı sıra Marathon markasıyla kendi baskı kalıplarımızı da pazara daha önce sunmuştuk. Markamızın pazar tarafından kabul gördüğünü ve hedeflenen doğrultuda gittiğimizi görmek bizi ayrıca sevindiriyor.

MATBAA&TEKNİK: Ülkemiz basım endüstrisinin kâğıt taleplerini sınıflandırabilir misiniz? Bunu fiyat, kalite, kâğıt cinsi açılarından değerlendirmenizi rica ederiz.

Suzi Matat: Ambalaj sektörünün talep ettiği karton, oluklu mukavva ve diğer kâğıt ürünlerinin taleplerinde bir artış olduğunu görebiliriz. Yazı tabı grubu aynı kalmakta hatta belki de biraz azalmaktadır. Genel itibari ile kâğıt talebinin fiyat esnekliğinin yüksek olduğunu söyleyebiliriz. Matbaalar genellikle düşük maliyetli, uzun vadeli alımlar yapmak istemektedir. Bu da ister istemez kaliteden ödün anlamına geliyor. Çünkü kullandığınız malzeme, kalitenin çok önemli bileşeni... Üreticiler de bu durumun farkındalar. Türk pazarı Avrupa ve Amerika ile karşılaştırıldığında hâlâ doymamış bir pazar olarak değerlendirildiğinden üreticiler de fiyat rekabeti ile burada yüksek tonajlara ulaşabileceğini düşünüyor.

MATBAA&TEKNİK: Kâğıtta e-ticaret konusunda şirketinizin geldiği nokta, Matbaacıların satın alma biçimlerine ilişkin yorumlarınızı alabilir miyiz?

Suzi Matat: Türkiye’de tüm satışların %3,4’ü online ticaretten yapılıyor. Dünya’da bu oran %10 düzeyinde. Kordashop’u faaliyete geçirdiğimizde bu sektörün online ticarete uygun olup olmadığı konusunda şüpheler vardı. Geldiğimiz noktada bu şüphelerin dağıldığını memnuniyetle görüyoruz. Matbaacıların satın alma alışkanlıklarına gelince, fiyata odaklı bir yaklaşımlarının olduğunu daha önce belirtmiştim. Bununla beraber, bir müşteri temsilcisinin kendileri ile ilgilenmeleri, onların sorularına ve sorunlarına çözüm aramaları hala matbaacılar için vazgeçilmez gibi görünüyor. Tabii ki bu şimdiki durum. Dünya hızla değişiyor. Bir sonraki kuşağın satın alma alışkanlıklarının da farklılaşacağını gençlere bakarak kestirmek zor olmasa gerek. Artık ayakkabısını da telefonunu da parfümünü de internetten alan bir nesil ile karşı karşıyayız. Geleceğin satın alma yöneticileri bu gençler olacak. Korda yalnızca bugünü değil geleceği de düşünerek karar almalıdır. Bu nedenle bu değişime ayak uydurmaya devam edeceğiz. Bu sene, satışlarımızın %4’ünü e-ticaret üzerinden yapmayı hedefliyoruz ki bu oran Türkiye ortalamasının üzerindedir. Uzun dönemli olarak bu hedefimiz Dünya ortalaması olan %10’dur.

MATBAA&TEKNİK: INAPA'dan bahsedebilir misiniz? Satın alma sonucu şirketinize ve ülkemiz kâğıt tedarikine katkıları neler olmuştur?

Suzi Matat: Inapa bilindiği gibi merkezi Portekiz'de olan, Portekiz, Fransa, Almanya, İspanya, Belçika, Lüksemburg, Türkiye ve Angola olmak üzere 8 ülkede faaliyet gösteren, yıllık 850 bin ton kâğıt satışı yapan, ambalaj sektöründe yatırımları olan ve bu yatırımlarından yıllık yaklaşık 70 milyon euro ciro üreten, görsel iletişim konusunda yatırımlara devam eden toplam cirosu yaklaşık 900 milyon Euro olan, Avrupa'nın en büyük kâğıt tüccarlarından birisidir.

Satın alma sonrasında Inapa'nın önemli katkıları oldu. Dünya ile entegre olan bir yapı getirdi. Ana tedarikçilerimizle direkt olarak çalışabilme fırsatımız oldu. Klasik kâğıt satış zihniyeti dışına çıkmamız, yönetim ve iş yapış tarzı konularında yenilikler, farklı bakış açıları sundu. Risk yönetimine ciddi katkıları oldu. Çeşitlilik konusu üzerinde durarak farklı alanlara doğru yönelmemizi sağladı. Kalıp satışına başlamamız bu yönlendirmenin sonucu olarak ortaya çıktı. Bundan sonra da çeşitlilik konusunda çalışmalarımız devam edecek.

MATBAA&TEKNİK: 2018 beklentileriniz, matbaacılara yönelik mesajlarınız ve pazarın tüketim yönelimine ilişkin yorumlarınız nelerdir?

Suzi Matat: 2018'in ilk yarısının 2017'den çok farklı olacağını düşünmüyoruz. İkinci yarısında ise gelişen veya değişen koşullara göre piyasa kendini ayarlama sürecine girecektir. Kurdaki dalgalanmalar, politik ve bölgesel gelişmeler piyasa için önemli olacaktır.

Ürün tedariki konusunda yine sıkıntılar yaşanabilir. Bu durum fiyatlar üzerinde baskı oluşturabilir. Matbaacıların ve yayıncıların tüm bu koşulları dikkate alarak hareket planı oluşturması gerekir diye düşünüyorum.

Özellikle uzun dönemli ve yüklü bağlantılar konusunda sorunlar yaşanabilir. Ancak bu dönemler çoğu zaman fırsat da olabilir. Bu koşullarda kısıtlı imkânları dikkate alıp, çabuk karar verip, olan miktarları doğru bir şekilde değerlendirmek gerekiyor.

Müşterilerimizi elimizden geldiğince tedarik konusunda bilgilendiriyoruz. Bazen de gerektiğinde çabuk karar verebilmeleri için kendi çıkarları doğrultusunda bilinçli bir şekilde sıkıştırıyoruz.

Ancak bu yıl yine her anlamda tedbirli ve temkinli olmak gerekiyor kanımca. Kontrollü stok, dikkatli risk yönetimi, hizmet kalitesi, verimlilik ve tabii ki en önemlisi müşteri memnuniyeti hepimiz için odaklanmamız gereken unsurlar.

Korda Ana ürün gruplarında, güçlü bir şekilde devam edecektir. Hizmet kalitesinden de ödün vermeyecektir. Bunun yanında henüz var olmadığımız ürün gruplarında da bazı atılımlar yapmayı planlıyoruz. 2018'in ülkemiz, bölgemiz ve pazarımız için iyi bir yıl olmasını dilerim.