



PİMAPEN								PVC PROFİL ÇEŞİTLERİ / PVC PROFILE TYPES					
S-7500 FARKLI		S-7000 FARKLI		S-7500 FARKLI		S-6000 FARKLI		S-6000 FARKLI		SÖRME / SLIDING		CİTALAR / GLZ. BEADS	
						<							



Pimaş'ı satın alan Deceuninck yerelleşme yatırımlarını pekiştirdi

Pimaş'ı satın alarak Türkiye'deki ağırlığını artıran Belçikalı Deceuninck Grubu, Pimapen markasını daha da güçlendirmeyi hedefliyor. Pimaş Satış ve Pazarlama Grup Müdürü Cem Korkmaz, "Deceuninck Türkiye'de yatırımları ile bir yabancı değil aslında yerel bir oyuncu, bir Türk şirketi gibi oldu" diyor.

Türk insanını PVC pencere sistemi ile tanıştıran Pimaş, dünyanın en büyük PVC profil üreticilerinden biri olan Belçikalı Deceuninck Grubu'nun çatısı altına girerek, hedef büyüttü. Ege Profil Ticaret ve Sanayi A.Ş. ve Winsa'nın ardından Türkiye'de büyümeyi sürdüren Deceuninck NV, Pimaş hisselerini Enka Holding'den satın alarak güçlerini birleştirdi. 15 Ekim 2014 tarihinde imzalanan anlaşma sonrası, şirket hızlı bir şekilde yeniden yapılanma sürecine girdi. Pimaş'ın satın alınmasıyla Deceuninck NV'nin Türkiye'deki ağırlığının arttığını belirten Pimaş Satış ve Pazarlama Grup Müdürü Cem Korkmaz, "Deceuninck Türkiye'de yerel yatırımları ile bir yabancı değil aslında yerel bir oyuncu oldu. Adeta bir Türk firması oldu. Pimaş'ın gruba katılması da bunu pekiştirdi" dedi. Pimaş Satış ve Pazarlama Grup Müdürü Cem Korkmaz ile Deceuninck'in Pimaş'ı satın almasını ve Pimaş'ın bundan sonraki hedeflerini konuştuk.

"İLK"LERİN FİRMASI PİMAŞ

Pimaş firması ne zaman kuruldu? Sektördeki gelişimini kısaca anlatır mısınız?

Pimaş, 1963 yılında PVC boru üretmek

amacıyla kuruldu. O zamana kadar gerek içme suyu getirmek için gerek sıhhi tesisat borusu olarak veya sulama yapmak amacıyla kullanılan borular asbest veya demirden yapılırdı. Bunlar ağır, taşınması ve döşenmesi zaman alan, çabuk işlevini yitiren, tamiri zor ve sağlık açısından olumsuz borulardı. PVC esaslı boruları Pimaş'ın Türkiye'de imal etmeye başlaması ile köylere süratle içme suyu getirmek mümkün oldu. Kısa sürede binlerce köy içme suyuna kavuştu. Binalarda sıhhi tesisat işleri daha kısa zamanda, dolayısıyla daha ucuza, üstelik daha sağlıklı yapılmaya başlandı. Pimaş PVC esaslı borularıyla tarım sektöründe de devrim yaptı. Geleneksel "Salma Sulama"nın yerini alan "Yağmurlama Sulama Sistemleri", suyu tarlaya kolay ve çabuk getirip ürüne ihtiyacı olduğu kadar su vermeyi sağladı. Verimlilik arttı; çiftçi, yılda birkaç kez ürün almaya başladı. Damlama Sulama Sistemleri, sulaması zor olan muz, narenciye gibi bitkilerin sulanmasını, hatta dondan korunmasını sağladı. Ve PVC boru Türkiye'de Pimaş adı ile anılır oldu. 70'li yılların sonunda Ar-Ge faaliyetleri ile Pimaş, 1982 yılında "Pimapen" markasıyla ilk PVC Pencere Sistemi'ni Türk insanına tanıttı. Pimapen, mükemmel yalıtım özelliği ile enerji sorununa çözüm getirirken, aynı



zamanda isin-tozun, hava kirliliğinin içeri girmesini önleyerek, ev kadınının işini kolaylaştırıyordu. Pimapen, uzun ömürlü bir malzemeydi, boya bakımı gerektirmediği için kısa zamanda kendini amorti ediyordu, dolayısıyla ekonomikti. Pimapen, kalabalıklaştıkça gürültüsü artan kentlerde, ses yalıtımı ile de insan sağlığına yararlıydı. 1988 yılına kadar pencere üretimini kendi yapan Pimaş, bayileri kanalıyla PVC pencere sektörünü tek başına oluşturdu. Pimaş'ın yan sanayileri ve on binlerce insanın çalıştığı üretici ve satıcı bayilik ağı ile hızla büyüyen Pimapen yapısı, bütün kurumları ve işleyiş ile sektöre yeni yatırımları çekti. 100 binden fazla insanın istihdam edildiği, Pimapen adından kaynaklanan bir benzetme ile "pen sektörü" diye adlandırılan dev bir sektör doğdu.

"PİMAPEN'İN, RAKİPLERİMİZİN ELİNE GEÇMESİNİ İSTEMEDİK"

Türkiye'de PVC pencere sektörü ne durumda? Türkiye'nin bu alanda dünyadaki yeri nedir?

Türkiye'de PVC pencere sektörünün kurucusu olan Pimapen, dünyadan gelen talepleri, oluşan trendleri ve teknolojinin gittiği noktayı mercek altına alarak, küresel oyuncu kimliği ile hareket etti. İhracatta yeni pazarlar ve yeni fırsatlar yaratma kabiliyetini geliştirerek sektörde sürdürülebilir bir büyüme elde etti. 51. yılını kutlayan Pimaş'ın 2014 yılı 9 aylık cirosu, 10,1 milyon doları ihracat olmak üzere toplam 54,6 milyon dolar seviyesinde bulunuyor. Sektörde profil üreticisi firma sayısı yaklaşık 75, marka sayısı ise 130'un üzerinde. Oyuncu sayısının bu denli fazla olması sektörde, tam rekabetçi piyasa koşullarının geçerli olmasına neden oluyor. PVC pencere profili üretiminde Türkiye, yaklaşık yıllık 550 bin ton üretim kapasitesi ile Avrupa Birliği ülkelerinde en büyük ikinci, dünyada ise yedinci pazar.

Belçikalı Deceuninck NV, Pimaş hisselerini ekim ayında Enka Holding'ten satın alarak pazardaki gücünü artırdı. Bu satın alma sürecine nasıl gelindi?

Deceuninck grubu, bugün Türkiye'de binin üzerinde satış noktası ile tüm



yurda yayılmış kurumsal bayi ağı bulunan güçlü marka Pimapen'i yakından takip ediyordu. Enka'nın asıl faaliyet konusuna göre Pimaş'ın payı küçüktü. Ege Profil A.Ş. ve Sabancı Grubu'ndan satın alınan Winsa ile Türkiye'de önemli bir yapılanması olan Deceuninck NV, bu süreçte Pimaş'a talip oldu. Açıkçası Pimapen gibi güçlü bir markanın bizim grubumuzda olmasını istedik. Bu satın alma ile dünyada 14 üretim üssü olan Deceuninck, Türkiye'deki ağırlığını artırdı. Yıllık 230 bin ton üretim ve satış kapasitesi ile 550 milyon Euro'luk ciroya sahip olan Belçikalı firmaya Pimaş'ın da katılması ile, Deceuninck'in Türkiye'deki iştiraklerinin grup içindeki payı yüzde 25'lere ulaşıyor. Deceuninck, Türkiye'de yerel yatırımları ile bir yabancı değil aslında yerel bir oyuncu, bir Türk şirketi gibi oldu. Pimaş'ın gruba katılması da bunu pekiştirdi.

"HEDEF, YENİLİKÇİ ÜRÜNLERLE PİMAPEN'İ İLERİYE TAŞIMAK"
Pimaş'ın önümüzdeki dönem hedefleri nelerdir?

Söz konusu birleşme Pimaş'a güç kazandırdı. Yurt dışındaki teknolojinin Türkiye'de de kullanılacak olması ile hedefimiz; Pimapen'in üretimden satışa, ürün yapısına kadar her alanda lider konumunu

sürdürmesini sağlamak ve markayı ileri taşımak. Birleşmeden hemen sonra İstanbul, Ankara, İzmir ve Adana'da küçük gruplar halinde bütün bayilerimizle buluştuk. Böylece bayilerimizi dinleme, ihtiyaçlarını ve beklentilerini öğrenme fırsatımız oldu. Bayilerimizin önerilerini aldık. Bundan sonraki çalışmalarımızı bu öneriler ve pazar beklentilerine göre planlayacağız. Bunun için Ar-Ge çalışmalarımızı hızlandırdık. Yenilikçi ürünler geliştirmeye devam edeceğiz. Ayrıca, Pimapen'i sadece PVC pencere profili markası olmaktan çıkarıp pencere, kapı kolu, ispanyoleti, kilidi ile birlikte kompakt bir pencere sistemi markası haline getirmek istiyoruz. En kısa sürede Pimapen Panjur ve Kepenk Sistemi'ni satış programımıza almayı planlıyoruz. Cepheye açılan kanatları, isteğe bağlı katlanır olma ve kanat içi kanat yapılabilme özelliği ile Pimapen Kepenk'i tüketicilerin beğeneceğine inanıyoruz. Ürün gamımızda yer alan Camoda Camlama Sistemleri'nde de yenilikçi ürün politikamızı sürdüreceğiz. Bu ürünümüzün satış ağını büyütme hedeflerimiz arasında. Ayrıca Pimawood markalı dış mekan zemin kaplaması ürünümüzdeki eksikliklerimizin farkındayız ve yeni ürünlerle eksikliklerimizi tamamlayacağız.