

# Sektörde tonaj bazında %13 büyüme...

## %33

Sektörün son 5 yıllık tonaj büyümesi %33'tür.

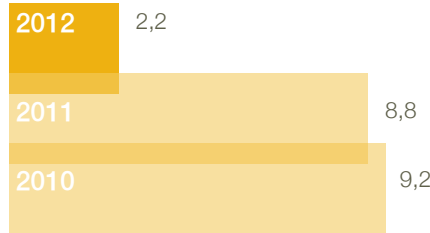
## 2012 Yılında Türkiye Ekonomisi ve Sektör

Gerçekleşen kapasite artışları ve talep koşullarına bağlı olarak 2012 yılı sonunda Türkiye temizlik kağıtları sektörü tonaj bazında %13 büyüme kaydetmiştir.

## %2,2

Türkiye ekonomisi 2012 yılında %2,2 oranında büyümüştür.

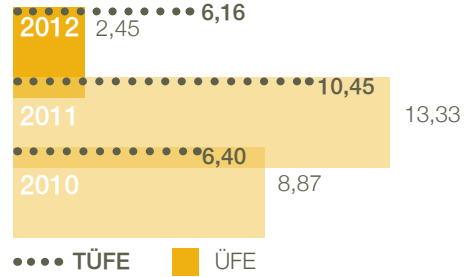
### GSYH Gelişme Hızı – Sabit Fiyatlarla (%)



Türkiye ekonomisi 2012 yılında %2,2 büyümüştür.

2011 yılında %8,8 büyüme gösteren Türkiye ekonomisi 2012 yılında %2,2'lik bir büyüme sergilemiştir.

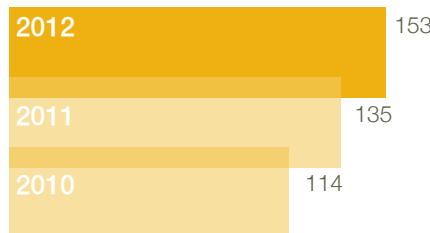
### Enflasyon (%)



Enflasyonda azalma eğilimi görülmektedir.

2012 yılı sonunda 2003 Temel Yıllık Tüketici Fiyatları Endeksi'nde (TÜFE) 2011 yılsonuna kıyasla %6,16 artış gerçekleşmiştir. 2011 yılı sonunda %13,33 olan Üretici Fiyatları Endeksi (ÜFE) enflasyon oranı ise 2012 yılı sonunda %2,45'e düşmüştür.

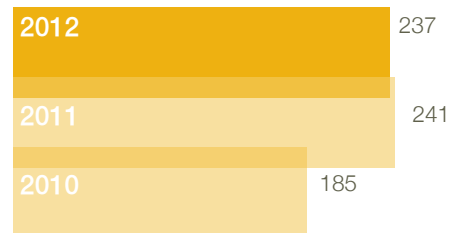
### İhracat (milyar ABD doları)



İhracattaki artış göstergelere olumlu yansımıştır.

2012 yılında toplam ihracat %13,1 oranında artarak 153 milyar ABD dolarına yükselirken, ithalat %1,8

### İthalat (milyar ABD doları)



düşüş sergileyerek 237 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir. 2011 yılı sonunda %56 olan ihracatın ithalatı karşılama oranı, 2012 yılı sonunda %64,5'e yükselmiştir.

### Sektör Değerlendirmesi

#### Türkiye temizlik kağıtları sektörü 2012 yılında büyümesini sürdürmüştür.

Gerçekleşen kapasite artışları ve talep koşullarına bağlı olarak 2012 yılı sonunda Türkiye temizlik kağıtları sektörü tonaj bazında %13 büyüme kaydetmiştir. Sektörün son 5 yıllık tonaj büyümesi ise %33'tür.

Türkiye temizlik kağıtları sektörü;

- güncel teknolojiyi yakından takip etmekte,
- gelişmiş üretim metotları kullanmakta,
- yüksek ihracat potansiyeli ile öne çıkmaktadır.

Sahip olduğu bu güçlü yönleri ile Türkiye temizlik kağıtları sektörü, 2012 yılında ciro anlamında önemli bir büyümeye sahne olmuştur. Türkiye'deki birçok sektör küresel ekonomik krizin süregelen etkileri nedeniyle zorluklar yaşarken, temizlik kağıtları pazarının tüketici ürünleri segmenti 2011 yılı sonuna göre ciro bazında %14,3'lük bir büyüme sergileyerek 920 milyon TL'lik büyüklüğe ulaşmıştır. Bu rakam, enflasyonun üzerinde bir büyümeyi işaret etmektedir.

Cirodaki yükseliş ürünler bazında incelendiğinde en büyük pay sahibinin %49 ile tuvalet kağıdı ve %24,7 ile kağıt havlu olduğu görülmektedir. Peçete grubu ise 2012 yıl sonu itibarıyla %6'lık bir büyüme kaydetmiştir.

Sektörün 2012 yılı kurulu üretim kapasitesi 2011 yılına kıyasla %11 artış göstererek 630.500 tona ulaşmıştır.

Türkiye temizlik kağıtları pazarının 2012 yılı ihracatı 152.410 ton, ithalatı ise 7.106 ton olarak gerçekleşmiştir.

#### Ülkemizde temizlik kağıtları tüketim seviyeleri birçok Batı Avrupa ülkesinin altında seyretmektedir.

2006 yılında Türkiye'de kişi başı temizlik kağıdı tüketimi 2,8 kg iken, 2012 yılı sonunda 5 kg'a yükselmiştir. Bu rakam, kişi başı tüketimin yıllık 13,8 kg olduğu birçok Batı Avrupa ülkesinin ve Türkiye'nin yakın coğrafyasında yer alan ülkelerin halen oldukça gerisinde kalmaktadır.

2012'de dünya geneline bakıldığında ise temizlik kağıtları pazarının son 5 yılda yıllık bazda ortalama %3 büyüdüğü görülmektedir. Dünyada kişi başı ortalama tüketim miktarı ise 3,9 kg olmuştur.

#### Sektör, piyasayı yakından takip eden, maliyetlerini azaltırken yeni teknolojilere yatırım yapan oyuncular için güçlü bir büyüme potansiyeli sunmaktadır.

Türkiye'de kişi başına düşen yıllık temizlik kağıdı tüketiminin halen düşük olması yatırımcıları bu potansiyeli değerlendirmeye yöneltmekte, bu durum beraberinde yeni kapasite yatırımları getirmektedir. Bu yatırımlar pazarı büyümeye devam ederken, arz fazlasının yarattığı baskı nedeniyle fiyatlardaki artışın sınırlı kalmaya devam edeceği beklenmektedir.

Sektörde, harcamaların kayda değer bir kısmını oluşturan enerji maliyetlerini ve nakliye masraflarını düşürmeye yönelik çalışmalar devam etmektedir.

Atık kağıt alanındaki teknolojiler ve gelişmeler de sektöre gelecekte yön verecek ve sektörün gündemini meşgul edecek en önemli unsurlar arasındadır.

Cirodaki yükseliş ürünler bazında incelendiğinde en büyük pay sahibinin %49 ile tuvalet kağıdı ve %24,7 ile kağıt havlu olduğu görülmektedir. Peçete grubu ise 2012 yıl sonu itibarıyla %6'lık bir büyüme kaydetmiştir.

