



Dünyayı "kaplayan" Türk şirketleri

Bu şirketlerin ev, okul, hastane gibi mekanların yerlerinde ve duvarlarında izi var. Türkiye, seramik ve karo üretiminde Avrupa'nın dördüncü büyük üreticisi. Türkler dünyaca ünlü firmaları satın alıyor, tasarım ve Ar-Ge'ye büyük yatırım yapıyorlar. İşte, Türkiye'nin hızlı büyüyen seramik şirketlerinin gelecek planları...

RAHİME BAŞ UÇAR | rahime.bas@paradergi.com.tr

SERAMİĞİN tarihi çok ama çok eskilere dayanıyor. İnsanoglu göçebe hayattan yerleşik hayata geçtikten sonra seramik üretmeye başlamış. İlk seramiklerin M.O. 6000'li yıllarda üretildiği tahmin ediliyor. Kayaların dış etkiler sebebiyle parçalanmasıyla oluşan kil, kaolen ve benzeri maddelerin yoğurulup, yüksek ateşte pişirilmesiyle seramik elde ediliyor. Önceleri sadece eseri haline dönüşmüş. Hitit Uygarlığı döneminde üstün bir teknikle yapılan kırmızı siyah Hattî seramikleri, Miken, Antik Yunan ve Mısır uygarlıklarının zarif tarzlarını yansıtan vazoları, Selçuklu ve Osmanlı İmparatorlukları döneminde camilerden saraylara tüm mimari

eserleri süsleyen seramikler, binlerce yıl kalite sembolü olarak ünlenen Çin seramikleri birer şaheser olarak insanlık mirasına armağan edilmiş. Günümüzde yalnızca estetik değil hijyen amaçlı olarak da modern mimarinin vazgeçemediği bir malzeme olan seramik ve karoların teknolojisini her geçen gün geliştiriyor.

Türkiye bu konuda son 10-15 yılda büyük mesafeler kat etti. Bugün dünyaya seramik modasını ve teknolojisini ihraç eden bir ülke konumunda. Türkiye'de modern anlamda ilk seramik fabrikasının kuruluşu 1950'lerin ikinci yarısına rastlıyor. Yarım asrı aşkın sürede Türkiye, Avrupa'nın dördüncü büyük üreticisi oldu.

28 ÜRETİCİ VAR

Türkiye'de 2014 yılı sonu itibarıyla se-

Seramik nerelerde kullanılıyor?

- Banyolar
- Mutfaklar
- Laboratuvarlar
- Yüzme havuzları
- Gıda fabrikaları
- Hastaneler
- İlaç fabrikaları
- Arıtma tesisleri
- Mandıralar
- Hayvan barınakları
- Mezbahalar
- Terminaller
- Banka, mağaza gibi hizmet binaları



Yıl

1957, genç sanayici İbrahim Bodur, Çanakkale'nin Çan ilçesinde bir seramik fabrikası kurmaya karar veriyor. Kapı kapı dolaşarak halkı



fabrikaya ortak ediyor ve 750 bin TL'lik yatırımla ilk tesis kuruluyor. 58 yıl önce fitilli ateşlenen bu yatırım bugün dev bir sanayi grubunun doğmasına vesile oldu. Bugün Türkiye'nin en büyük, Avrupa'nın üçüncü, dünyanın 12'nci seramik karo üreticisi konumuna ulaşan Kale Seramik'in Çan'daki fabrika alanına ve bölgeye yapılan yatırım tutarı 1.5 milyar dolara yaklaşmış durumda. Çanakkale Seramik, Kalebodur, Kale, bu alandaki en bilinen markaları ama Kale Grubu bugün savunmadan kimyaya enerjiden turizme farklı alanlarda faaliyet gösteren bir dev. Grubun amiral gemisi olan Kale Seramik çatısı altında Çanakkale Seramik, Kalebodur ve Kale'nin yanı sıra İtalyan markaları Edilcoughi ve Edilgres bulunuyor. Aynı çatı altında üretim yapan dünyanın sayılı büyük seramik tesislerinden birine sahip olan Kale Seramik Fabrikalarında seramik ve porselen karo, seramik sağlık gereçleri, akrilik ürünler, armatür ve banyo aksesuarları, banyo mobilyaları, duş ve küvet kabinleri üretimi yapılıyor. Bugün Türkiye'de her üç projeden birinde Kale Seramik ürünleri kullanılıyor. 2014 yılında yüzde 14 büyümeye yakalayan firma, 2015'i 1



milyar TL ciroyla tamamlamayı hedefliyor. Kale Seramik global bir oyuncu olma yolunda da ilerliyor. Bunun en önemli kanıtı ise

2012'de İtalya'nın önde gelen markaları Edilcoughi ve Edilgres'i üreten Fincoughi şirketini satın alması. 1962'de Türkiye'nin ilk seramik duvar karosunu ihraç eden Kale Seramik bugün ihracatının yüzde 50'sini Avrupa Birliği ülkelerine, yüzde 20'sini ise Ortadoğu'ya yapıyor. Avrupa'dan Amerika'ya, Ortadoğu'dan Afrika pazarlarına kadar 100 ülkedeki 400'ü aşkın ihracat noktasında Kale markalı ürünler satılıyor. Şirket ana pazarı Avrupa'da büyümeye devam ederken, Asya, Afrika ve Ortadoğu'da, hatta Uzakdoğu'da yeni showroom'lar açıyor. Kale Seramik Yurtiçi Perakende Piyasalar Başkan Yardımcısı Timur Karaoğlu, "Fincoughi şirketinin satın alınmasıyla Avrupa'nın seramik üssünde çok önemli bir hamle yaptık. Seramik sektörü için bir lojistik üs, teknoloji ve tasarımda tartışmasız lider olan Sassuolo bölgesinde üretim yaparak, bu bölgenin bir parçası olduk. İtalya'da bir seramik tesisinin yüzde 100 Türk sermayeli yabancısı bir şirket tarafından satın alınması, daha birkaç yıl öncesine kadar sektör tarafından neredeyse imkansız görünüyordu. Gerçekleştirdiğimiz bu satın alma, İtalyan seramik endüstrisi için de bir ilk oldu" diyor.



ramik sektöründe seramik kaplama üreticisi 28 firma bulunuyor. Ülkemizdeki kurulu kapasite 432 milyon metrekare iken, fiilen 300 milyon metrekare üretim gerçekleştirildi. Yaklaşık 377 bin kişinin çalıştığı sektör, üretiminin 200 milyon metrekaresini iç piyasaya satarken, 84.7 milyon metrekaresini ihraç etti. 2014'te bir önceki yıla göre iç satışlarda yüzde 9, ihracatta ise yüzde 3.5 oranında daralma gerçekleşti 2014 yılında ise ihracat geliri, pazar konusunda yaşanan sıkıntılar nedeniyle yüzde 1'lik gerileme ile 599 milyon dolara düştü. Buna karşın dünyada seramik kaplama malzemesi tüketimindeki artışın sürdüğünü belirtelim.

İNŞAATIN KATKISI

Yalnızca dünyada değil iç piyasada da seramik sektörünün büyüyeceği öngörülmüyor. Bu büyümeyi konut inşaatları ve

kenel dönüşüm projeleri tetikliyor. 2015 yılında genel seçimin de etkisiyle oluşan belirsizlik ortamında inşaat projelerinde azalma olsa da 2016 yılında inşaat sektöründeki hareketin artması ve kenel dönüşüme hız verilmesiyle sektörün iç piyasada ciddi bir büyüme yakalayacağı öngörülmüyor. Ancak üretici firmalar dünya pazarlarında rekabet gücünü arttırmak için sektörün desteğe ihtiyacı olduğu kantsında.



Kale Seramik Yurtiçi Perakende Piyasalar Başkan Yardımcısı Timur Karaoğlu, "Dünya pazarlarında rekabet gücümüzü arttırmamız için üretimde ve iç pazarda güçlü olmamız şart. Oysa enerji, hammaddeye erişim ve haksız rekabet gibi önemli sorunlarımız var. Enerjiye arz güvenliğinin sağlanması ve verimliliğin teşvik edilmesine ihtiyaç duyuyoruz. İnşaat Türkiye ekonomisi için önemli bir sektör ve önümüzdeki dönem reel talebin sürmesini öngörüyoruz. Sektör adına Türkiye pazarında yoğun ve kaliteli bir rekabet olacak. Ama bu pazar kurulu kapasitelerimizin kullanımını için yeterli değil" diye konuşuyor.

İTHALAT ARTIYOR

Türkiye önemli bir üretici konumunda olsa da dünyada rakibi olan İtalya ve İspanya gibi ülkelere getirilen ürünler de iç piyasada kendine yer buluyor. Tür-

NG KÜTAHYA
SERAMİK

Dünyanın en büyük seramiklerini üretiyor

NG Kütahya Seramik'i Kütahya'nın önde gelen sanayicilerinden Nafi Gürel ve ailesi 1989 yılında kurdu. Aile zaten seramik ve porselende yarım asırlık tecrübeye sahipti. 1989 yılında 1 milyon metrekare üretim kapasitesi olan şirketin tesisleri şimdi 30 milyon metrekareye ulaştı. Hem yurtiçinde hem de yurtdışında büyüyen şirket üretiminin yüzde 75-80'ini iç piyasaya satıyor. NG Kütahya Seramik'in teknolojik bir üretim tesisi var. Dünyanın en büyük ebatlı seramiklerini üreten bu fabrika alanında bir ilk olma özelliğine sahip.

NG Kütahya Seramik Yönetim Kurulu Başkanı Erkan Gürel, "En büyük yeniliğimiz, dünyada da bir 'ilk olma' özelliğini taşıyan yeni fabrikamız ve burada üretilen inovatif ürünlerimizdir. Kütahya'da faaliyete geçen yeni fabrikamızda dünyanın en büyük ebatlı karolarını üretmeye başladık. Fabrikamız 77 bin metrekare kapalı alan olmak üzere, toplam 320 bin metrekare arsa üzerine kuruldu. 225 milyon TL'lik yatırım bedeli olan fabrika, dünyada bugüne kadar üretilebilen en büyük pres makinelerine sahip. 300 kişinin çalıştığı fabrika, günde 25 bin metrekare büyük ebatlı teknik granit seramik üretimi yapabiliyor. Yılda ise 8,5 milyon metrekare teknik granit seramik üretim kapasitesine sahip. Lamina, granit seramik ve sırlı porselen ürünler üretebilen son teknolojiye sahip bu fabrikamızda 120x240 cm, 120x120 cm, 80x160 cm, 80x80 cm, 60x120 cm ve 60x60 cm ebatlarda granit seramik



Erkan Gürel

üretiliyor. Granit seramik, her geçen gün büyüyen bir pazar. Dolayısıyla orada da yine farklı, özel, yapılmayan ürünleri yapma hedefiyle, dünyada ilk kez uygulanan bir teknolojiyi aldık ve ülkemize getirdik. Dünyada ilk kez adı geçen ürün grupları bu ebatlarda Türkiye'de, NG Kütahya Seramik tesislerinde üretilmeye başlandı. Burada sadece Türkiye'de her 'ilk'ten bahsetmiyoruz, dünyada da bir 'ilk'ten bahsediyoruz" diye bilgi veriyor.

NG Kütahya Seramik'in yurtiçinde 191 mağazası var. Şirketin yılsonuna kadar mağaza sayısını 200'e çıkarma planı var. Erkan Gürel, dünyada Türk seramiğinin iyi yerlere gittiğini belirtiyor ve ardından ekliyor: "Çok daha iyi bir yerde olmamız gerekir. Türkiye Avrupa'da kapasite açısından dördüncü büyük üretici ama nitelikli ürün üretme açısından baktığımız zaman maalesef bu başarıyı yakalayabilmiş değiliz. Artık dünya pazarlarında rekabet edebilmek için dünya pazarlarının beneğeneği tarzda, nitelikte ürünler üretme mecburiyetimiz var. Türkiye'de ne yazık ki 'ne kadar çok üretirsem üretiyim, hangi pazar olursa olsun, hangi fiyata satarsam satayım' gibi bir algı var. Bu doğru bir yatırım planı değil. Çünkü o yatırımın karşılığını alabilmek katma değerli ürünlerle mümkün olabilir. Çok üretmek, iyi üretici olmak anlamına kesinlikle gelmez. NG Kütahya Seramik ise bu anlayıştan uzak, yenilikleri yakından izleyen, yeni ve teknolojiye uygun yatırımlarıyla uluslararası pazarda rakiplerine meydan okuyan, ülkemizin gururu haline gelmiş bir marka."



kiye'de 10'a yakın ithalatçı firma var. İç pazarda İtalyan seramikçilerin yıllık satışları 200-300 bin metrekare civarındayken, İspanyol markaları 1 milyon metrekare civarında satış rakamına sahip. Uzakdoğu hariç ithal seramik pazarının hacmi yaklaşık 15-20 milyon euro'yu buluyor.

İspanyol Apavisa, Hollanda merkezli Mosa markalarının Türkiye Temsilcisi KibriD Material'ın ortağı Yusuf Çağlar Deveci, Türkiye pazarında her yıl yüzde 10-15 civarında büyüme hedefi koyduklarını belirterek, "Sektör gelişim göstermeye devam ediyor. Sunduğumuz markaların kaliteleri, özellikleri, tasarımları ve buna bağlı olarak da fiyatları yüksek. Bu nedenle yerli ürünlerle rekabet etmekte zorlanıyoruz. Buna karşın



Yusuf Çağlar Deveci

markalarımız çerçekten tanınıyor ve tercih ediliyor. En azından üst segment projelerdeki payımız rakiplere göre tatmin edici düzeyde yüksek. En büyük avantajımız hızlı tedarik imkanı. Lokal firmaların bile veremediği teslim süreleriyle ürün satışı gerçekleştirebiliyoruz. Teknik avantajlarımız ise bir hayli fazla" sözle-



riyle ithal ürünlerin piyasasının artacağına inancını belirtiyor.

2023 HEDEFİ: 3.5 MİLYAR DOLAR

Seramik ve karo sektörü yalnızca iç pazarı dikkate alarak yatırım yapıyor. Yakın coğrafyamızdaki potansiyel pazar da üreticileri yeni yatırımlar için cesaretlendiriyor. Orta Anadolu İhracatçı Birliği verilerine göre, Türkiye'nin seramik ve karo ihracatı 2014'te bir önceki yıla göre yüzde 2 artarak 1.1 milyar dolar olarak gerçekleşti. Irak ve Rusya pazarındaki daralma ihracatı hedeflere ulaşmakta zorluk oluştursa da en büyük pazarlarımız olan İngiltere ve Almanya'ya ortalama yüzde 10, ABD'ye yüzde 22, İsveç ve Hollanda'ya ise yüzde 35'e varan oranlarda ihracat artışı gerçekleşti. Sektör 2015'te yüzde 12 artışla 1 milyar 250 milyon dolar ihracat hedefliyor. 2023 hedefi ise 3.5 milyar dolar. Bu da

4 ülkede 16 üretim tesisi var

Eczacıbaşı Yapı Ürünleri Grubu, kaplama malzemeleri üretmeye 1997 yılında başladı. İlk yurtdışı üretim yatırımını 1997'de İrlanda'da karo üretim tesisi kurarak yaptı. Grubun yurtdışında şirket satın alarak büyüme stratejisi de yine karo alanında oldu. 2005'de Almanya'nın tanınmış seramik kuruluşlarından Engers Keramik'ti, 2007'de ise dünyanın en köklü seramik markalarından Villeroy&Boch AG'nin karo bölümünü bünyesine kattı. Aynı dönemde Rusya'da yatırım yapma kararı alan grup, hem mağaza açarak hem de üretim tesisi kurarak ülkedeki varlığını kuvvetlendirdi. Rusya'daki karo üretim tesisini 2011'de seramik sağlık gereçleri fabrikasını da Mayıs 2014'te de açan grup, dört ülkede 16 üretim tesisiyle faaliyet gösteriyor. Grubun, yıllık üretim kapasitesi, 5 milyon seramik sağlık gereci, 35 milyon metrekare seramik kaplama malzemesi, 3 milyon armatür, 350 bin küvet ve duş teknesi, 340 bin modül banyo mobilyesinden oluşuyor. Çok kültürlülüğün katkısına inanan Eczacıbaşı Yapı Ürünleri Grubu, 34 farklı ülkedeki 6 bin 500 çalışanı; Türkiye'de



Zeki Şafak Ozan

19 İntema mağazası, 88 yetkili satıcısı, 3 bin 300 tali satıcısı ile hizmet veriyor. Türkiye dışında ise 21 bin satış noktası bulunuyor.

Eczacıbaşı Yapı Grubu, 2014 yılında bir önceki yıla göre satışlarını yüzde 17 artıran toplam 2.8 milyar TL satış elde etti. Grup cirosunun yüzde 70'ini Türkiye'nin dışındaki 75'ten fazla ülkeden sağlıyor. Eczacıbaşı Yapı Ürünleri Grubu Başkan Yardımcısı Zeki Şafak Ozan, Vitra Karo'nun, Avrupa Birliği ülkelerine yapılan ihracatta birinci sırada yer aldığını belirterek, büyüme hedeflerini şöyle açıklıyor: "Vitra Karo yüksek kalite beklentisi olan Almanya'nın karo

ihracatının yüzde 83'ünü yapıyor. Türkiye'de karo pazarında 2. sırada, diğer tüm kategorilerde pazar lideri olan grubumuz, Türkiye'nin toplam seramik sağlık gereçleri ihracatının yüzde 50'sinden fazlasını gerçekleştiriyor. 2015'te, büyüme stratejilerimiz doğrultusunda, Türkiye'de ve hedef ülkelerde pazardan daha hızlı büyüyerek payımızı artırmaya hedefliyoruz. Türkiye'de sektörün en geniş ürün yelpazesine ve üretim kapasitesine sahip grubumuz, büyüme stratejisini çok markalı, çok üretim merkezli ve çok pazarlı bir yapıda geliştiriyor."



her yıl ihracatın yüzde 12 civarında artması gerektiği anlamına geliyor.

HEDEF PAZARLAR

Seramik Tanıtım Grubu sektörün yurtdışı tanıtım faaliyetlerini yürütmesi ve hedeflerine ulaşabilmesi için yuğun bir faaliyet içinde. Sektördeki 30 firma-

nin yer aldığı Seramik Tanıtım Grubu, Ekonomi Bakanlığının denetimi ve TIM'e (Türkiye İhracatçılar Meclisi) bağlı olarak Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri'nin bünyesinde 1997 yılında kuruldu.

Seramik Tanıtım Grubu Başkanı Bahadır Kayan, "Halen 1.1 milyar dolar olan ihracat rakamını 2023 yılında 3.5 milyar dolara çıkarmayı planlıyoruz. Bu nedenle katma değer yaratan, yenilikçi, çevreye duyarlı ve sürdürülebilir tasarımlarımızla hedeflerimize ulaşmayı ve aynı şekilde Türkiye'nin 2023 ihracat hedefine ulaşmasına katkı sağlamayı planlıyoruz" diyor. Kayan, Seramik Tanıtım Grubu'nun



Bahadır Kayan

bu yılki ajandasını ve hedeflerini ise şöyle anlatıyor:

"Bu yıl tanıtımlar yaparak büyümeyi sürdüreceğimize pazarlar ABD, İngiltere, Almanya ve Fransa olacak. Bu kapsamda Haziran ayında 50'nin üzerinde Amerikalı distribütörü Türkiye'de ağırladık. Dünya seramik endüstrisi işlerinin üçte birinin gerçekleştirdiği Proje Pazarı'nda da faaliyetlerimiz söz konusu olacak. Geçen yıl Londra'daki başarılı tanıtım faaliyetlerimizden yola çıkarak, yakın coğrafyada proje pazarına hakim olan müsavirlik, mimarlık ve müteahhittik firmalarla yönelik etkin iletişim faaliyetlerimiz olacak. Ay-





Sinpaş Grubu ile büyüdü

Seranit, 1992'de 13 ortakla yola çıktı. Bilecik Organize Sanayi Bölgesi'ndeki fabrikasında 1993'te sektöre adım atan firma bugün dünyadaki önemli oyuncular arasında yer alıyor. Firma, 2001 krizinden olumsuz etkilenince kurucu ortaklar tüm hisselerini Sinpaş Grubu'na sattı. Sinpaş Grubu, 2011'de 145 milyon dolarlık yatırım yaparak Serra markasını oluşturdu. Seranit Yapı Grubu halen, porselen karolarda Seranit, seramikte Serra, mutfakta Vanucci markalarıyla rekabetini sürdürüyor. Seranit Grup Başkan Yardımcısı Ece Ceylan Baba, "Eskişehir'in İnönü ilçesindeki tesislerimiz büyümeye gayet uygun. Şu an 500 dönümlük alanın sadece beşte birini kullanır durumdayız. Vanucci'yi oraya yönlendirip, orayı büyük bir sanayi alanına çevireceğiz. Tesisimizin fizibilitesini tamamladık. Yatırım kararını aldıktan sonra yaklaşık 100 milyon TL'lik bir yatırım yapmış olacağız" diyor. Seranit Yapı Grubu'nun 2014 yılında satışları bir önceki yıla göre yüzde 11 artarak 397 milyon TL ciroya ulaştı. Aynı yıl 32 milyon dolar ihracat gerçekleştiren firma, bu yılsonunda toplam satışlarını 2014'e göre yüzde 15 artırmayı hedefliyor. "Şirketimizin hedefi sadece ürün kalitesinde ve satış hacminde değil, tasarımı da yenilikçilikte de liderlik" diyen Baba, "Sektörün kalibinin attığı İtalya ve İspanya'da



Ece Ceylan Baba

kaynağın 'insan' olduğunun unutulmaması ve çok üretmek yerine kaliteli üretme vurgusunun yapılması gerekiyor. Yurtiçi piyasalarda tüm markalar arasında fiyatla rekabete ön planda. Grup olarak asla fiyatla rekabete girmedik. Her zaman ürün ve hizmetlerimizin kalitesine güvendik. Dolayısıyla fiyat indirime uğruna malzemeden asla kıstlamaya gitmeyiz. Seramikte dünya liginde Türkiye ilk üç arasında yer alıyor. Pazarın ilk iki sırasındaki İspanya ve İtalya'daki üreticiler tesislerini kapatmaya ve daralmaya başladılar. Bu nedenle gözler tamamen Türkiye'ye



çevrilmiş durumda. Türkiye'nin seramik sektöründeki başarısı ile 'Türk Malı' damgası dünyada giderek daha fazla kabul ve talep görecektir."



ni şekilde en büyük pazarlarımızdan İngiltere'ye yönelik projelerimiz sürecektir. Bu kapsamda ülkenin en prestijli sanat platformu olan Royal Academy'nin yaz sergisine sponsor olduk. Royal Academy'nin kurucu ve daimi üyesi olan ve dünya genelinde en nitelikli projelere imza atan mimarların teklifiyle hayata geçecek sponsorluk projesiyle Türk seramiklerinin kalitesini tüm dünyaya duyurmak istiyoruz."



ması sonucu ortaya çıkıyor. Türk firmaları yurtdışında firma satın alarak bu alanlardaki know-how'ı da ülkemize transfer etmeye çalışıyorlar.

Örneğin, 2011'de İtalya'nın önde gelen markaları Edilcuoghi ve Edilgresi'yi üreten Fincuoghi şirketini satın alan Kaleseramik, İtalya'daki Ar-Ge merkezine Türkiye'deki Ar-Ge merkezi arasında da bir sinerji oluşturdu. Kaleseramik'in yaklaşık 30 milyon TL'lik yatırımla kuru-

TASARIM VE AR-GE BELİRLİYİCİ

Seramik sektörünü dünyada sürükleyici olması için üretim gücünün yanı sıra tasarımdan Ar-Ge'ye kadar birçok konuya önem vermesi şart. Bunun bilincinde olan Türk firmaları Ar-Ge ve tasarımı yatırımlarına önem veriyor. Parlak, leke tutmayan, bakteri barındırmayan nano teknoloji ürünlerin üretilmesi Ar-Ge merkezlerindeki mühendislerin çalış-

İSO 500'deki seramik üreticileri (2014)

Şirket adı	2014 üretimden satışlar	İSO 500'deki sırası
Kaleseramik Çanakkale San.	783.424.688	114
Vitra Karo Sanayi	404.544.285	248
Ege Seramik San. ve Tic. A.Ş.	278.911.543	381
Seranit Granit Seramik San. ve Tic. A.Ş.	247.509.926	432

Türkiye'nin seramik kaplama üreticileri

Firma adı	Üretim yeri	Markası	Web adresi
Akgün Grup	Bilecik; Eskişehir, Kütahya	Duratiles	www.duratiles.com.tr
Altın Çini	Kütahya	Altın Çini	www.altincini.com.tr
Anka Seramik	Eskişehir	Anka	www.seramikanka.com.tr
Ege Seramik	İzmir	Ege Seramik	www.egeseramik.com
EKS Eczacıbaşı Karo	Bilecik	Vitra	www.vitra.com.tr
Bien (Ercan) Seramik	Bilecik	Bien	www.bienseramik.com.tr
Graniser	Manisa	Graniser	www.graniser.com.tr
Granist	Eskişehir	Granist	www.granist.com
Granito	Çankırı	Granito	www.granitogirarto.com.tr
Hitit Seramik	Uşak	Hitit	www.hititseramik.com.tr
Kaleseramik	Çanakkale	Kalebodur, Çanakkale Ser.	www.kale.com.tr
NG Kütahya Ser.	Kütahya	NG Kütahya	www.ngkutyahaseramik.com.tr
Pera Seramik	Çanakkale	Pera Seramik	www.peraseramik.com
Seramiksan	Manisa	Seramiksan	www.seramiksan.com.tr
Seranit	Bilecik	Seranit	www.seranit.com.tr
Söğütsen Seramik	Bilecik	Söğütsen	www.sogutsenseramik.com.tr
Tamsa Seramik	İzmir	Tamsa	www.tamsa.com.tr
Termal Seramik	Bilecik	Termal	www.termalseramik.com.tr
Toprak Seramik	Eskişehir, Bilecik	Toprak	www.toprakseramik.com.tr
Umpaş Seramik	Uşak	Tile Studio, Roccoocer	www.umpasseramik.com.tr
Uşak Seramik	Uşak	Uşak Seramik	www.usakeramik.com
Yurtbay Seramik	Eskişehir	Yurtbay	www.yurtbay.com.tr
Yüksel Seramik	Aydın	Yüksel	www.yukselseramik.com

lan Kaleseramik Ar-Ge Merkezi Çanakkale Çan'da bulunuyor. Bu merkezi Kale İtalia bünyesindeki Ar-Ge merkezi ile birleştirilen şirket, 2015 yılında cirounun yüzde 2,2'sini Ar-Ge'ye ayırmayı planlıyor. Teknoloji ve tasarımı birbirini besleyen unsunlar olarak gören şirket, çok sayıda ünlü Türk ve yabancı tasarımcı ile işbirliği yapıyor.

YÜKSEK TEKNOLOJİ

Seramik ve karo sektörü 'yüksek teknoloji' ürünler üreten pazarlama ve satışta da teknolojinin sunduğu tüm olanaklardan yararlanıyor. Birçok firma kendisi için özel geliştirilen yazılım programlarıyla müşterilerine banyo-mutfak gibi mekanlarını kendi markalarıyla sanal alemde dizayn edip, gerçek halyle görüntüleyebilme imkanı sunuyor.

Sektör açısından nihai tüketici kadar mimar ve iç mimarların kararlarını etkileyebilmek de önemli. Dekorasyonda en son trendler ve teknoloji ile üretilen ürünlerin iş ortaklarına sunmak için adeta birbirleriyle yarışan firmaların son yıllarda showroom yatırımlarını artırdıkları görülüyor.

"TÜKETİCİ ARTIK ÇOK BİLİNÇLİ"

NG Kütahya Seramik Yönetim Kurulu

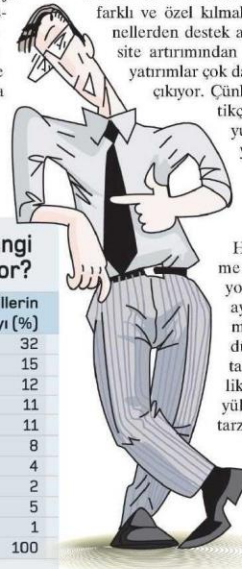
Başkanı Erkan Güral, sektörde kapasite artırımından ziyade teknolojik yatırımların ön plana çıktığını belirterek, şu değerlendirmeyi yapıyor: "Bugün tüm sektörlerde olduğu gibi seramik sektöründe de arz talep dengesi tamamiyle tersine dönmüş durumda. Metrelerle ölçülen seramiklerin konuşulduğu, beğeni ve tasarıma odaklanmış, çok daha bilinçli bir tüketici grubu ile karşı karşı-

yayız. Mimarlar artık tüketici için son derece önemli. Herkes projesini daha farklı ve özel kılmak adına profesyonellerden destek alıyor. Artık kapasite artırımından ziyade teknolojik yatırımlar çok daha fazla ön plana çıkıyor. Çünkü teknoloji geliştiğik, rekabetin boyutu bu yönde artıyor ve firmalar doğal olarak kendilerini yenileme ihtiyacı hissediyorlar.

Herkes bu değişime ayak uyduramıyor. Bu değişime ayak uyduran firmaların kendilerini dünya pazarlarına taşıyacak olan nitelikli, katma değeri yüksek, tamamiyle tarza ve beğeniye hitap eden ürünler ürettiyor. Üretmeyenler de kendi kategorilerinde tamamiyle fiyat

Seramik sektörü hangi illerde üretim yapıyor?

İller	Kapasite (m ²)	İllerin Payı (%)
Bilecik	138.900.000	32
Çanakkale	63.000.000	15
Eskişehir	50.500.000	12
Manisa	49.500.000	11
İzmir	46.000.000	11
Uşak	32.400.000	8
Kütahya	18.700.000	4
Aydın	8.000.000	2
Çankırı	20.000.000	5
Yozgat	5.000.000	1
Toplam	432.000.000	100





Üçüncü fabrikasını kuruyor

Yurtbay Seramik'in kuruluşunun temelinin işadamı Zeki Yurtbay atması. Tuğla kiremit ocağı kurarak üretime giren Yurtbay, karo üretimine 1996'da başlamış. Eskişehir'de 3.5 milyon metrekare kapasiteli olarak kurulan tesis her yıl üretim gücünü artırmış. Bugün toplam 85 bin metrekare kapalı alan üzerinde kurulu tesislerinde yıllık 9 milyon metrekare yer karesi, sırlı granit ve teknik granit, 7 milyon metrekare ise duvar karesi ürettiyor. Kendi enerji üretim tesisini de kuran şirket şu andaki ihtiyacından fazla olan 4 megavatlık elektrik enerjisi üretimine, 2002 yılında başladı. Yurtbay Seramik, ürünlerini Avrupa ile uyumlu olan TS EN standartlarında ürettiyor. Bugün Yurtbay Seramik'in amiral gemisi olduğu Yurtbay Şirketler Grubu'nda; Yurtbay Seramik Sanayi, Yurtbay Seramik Pazarlama, Yurtbay Yapı Kimyasalları, Delta Toprak Sanayi, Yurtbay Yapı ve Yurtbay Yem Sanayi bulunuyor. Yurtbay Seramik Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı İler Yurtbay, 2016 yılı başında faaliyete geçecek üçüncü fabrikaları ile üretim kapasitelerinin 22 milyon 500 bin metrekareye çıkacağını söylüyor. Üçüncü fabrika Eskişehir'deki mevcut fabrikalarının içerisinde 34 bin 500 metrekare kapalı alanda kuruluyor. Yurtbay, "Eskişehir ve



Bozüyük bölgesinden 880 çalışanımızın yanı sıra 150 kişiye daha bu yatırımla birlikte istihdam olanağı sağlayacağız. İki adet kojenerasyon tesisimiz ile hem kendi elektriğimizi üretiyor hem de açığa çıkan sıcak havayı üretimde kullanarak önemli oranda doğalgaz tasarrufu sağlıyoruz. Üçüncü fabrikamızla birlikte kojenerasyon tesislerimizin sayısını üçe çıkarmayı planlıyoruz" diyor.

Firma halen toplam satışlarının yüzde 38.3'ünü yurtdışına yapıyor. Bu yılsonunda ihracatın satışlardaki payını yüzde 43-45 bandına taşımayı hedefleyen şirketin şimdilik yurtdışında yatırım yapma ya da şirket satın alma planı bulunmuyor. İler Yurtbay, şirketinin güçlü yönlerini şu cümlelerle özetliyor: "Sektörde yoğun emekle oluşan 20 yıllık birikimimiz, yenilikçi yaklaşımlarla birleştirilerek, gelecek için çalışıyoruz. Önceliğimiz, ürün kalitemizin dünya standartlarında olması ve yüksek müşteri memnuniyetinin sağlanması. Kalite güvence sistemimizi etkin bir şekilde çalıştırıyor, ürünlerimizin üretim tüm aşamalarından sorumsuz geçmesini sağlıyoruz. Tasarım ekibi ve teknik altyapısına yaptığımız yatırımlarla, yeni ürünlerin geliştirilmesi ve pazara sunum süresinin kısaltılmasını, dolayısıyla bayi ve tali bayilerin beklenti ve taleplerinin hızla karşılanabilmesi diğer güçlü yönlerimiz."



endeksli rekabet içerisinde bir piyasaya buluyor."

VİTRİFİYEDE İKİNCİYİZ

Türkiye seramik kaplama malzemele- rinde Avrupa'nın dördüncü büyük üre- tici olmasının yanında "seramik sağlık gereçleri" olarak da adlandırılan banyo, tuvalet, mutfak gibi alanlarda kullanılan lavabo, eviye, klozet, rezervuar, bide he- la taşı, pisuar, duş teknesi gibi vitrifiye ürünlerinde de Avrupa'da İtalya'nın ar- dından ikinci sırada yer alıyor. Seramik kaplama üreticilerinden bazıları (Vitra, Ege Seramik, Toprak vb) aynı zamanda iddialı birer seramik sağlık gereçleri üre- ticisiysen, yalnızca vitrifiye alanına yö- nelmiş firmalarımız ise çoğunlukta. Örneğin Çorum'da tesisleri bulunan Ece Banyo, Zonguldak merkezli Çanakçılar ve Kayseri merkezli Turkuaz Seramik gi- bi firmalar hem Türkiye'de hem de dün-

yada bu alanda önde koşan firmalardan. Türkiye'de halen 33 tane seramik sağlık gereçleri üreticisi bulunurken bunların yıllık üretim kapasitelerinin yaklaşık 24 milyon adet olduğu biliniyor. Bu kapak haberimizde seramik kaplama malzeme- lerine odaklandığımız için seramik ve karo üretmeyen firmaların detaylı bilgi- lerine yer vermediğimizi de belirtelim. İşte, Türkiye'den çıkıp dünyayı kaplayan seramik kaplama şirketlerinin başarı öy- külerini ve gelecek planları:

BIEN SERAMİK Dijital teknolojiyi kullanıyor

Ercan Ailesi 1980'li yıllardan beri se- ramik işiyle uğraşı- yor. Ercan Sera- mik adıyla faali- yetlerini yürü- ten Aile, Bozü-

yük Seramik Fabrikası'nın yerine 1988 yılında Bien Seramik Fabrikası'nı kurdu. Halen Bilecik ve Bozüyük'te fabrikası bulunan Bien Seramik, 800'ü aşkın üre- nünü beş katadaki 66 ülkeye ihraç ediyor. Bien, duvar kolonları üretiminde Türki- ye'de dijital teknolojiyi kullanarak üretim



İSO İkinci 500'deki seramik ve karo üreticileri (2013)

Şirket adı	2013 üretimden satışlar	İSO İkinci 500'deki sırası
Yurtbay Seramik San. ve Tic. A.Ş.	186.066.819	7
Graniser Granit Seramik San. ve Tic. A.Ş.	166.796.703	59
Uşak Seramik Sanayi A.Ş.	143.310.806	153
Gizem Ser. Frit ve Glazür San. ve Tic. A.Ş.*	139.507.240	163
Söğütsen Ser. San. İnş. Mad. İth. İhr. A.Ş.	132.858.223	199
Hitit Seramik San. ve Tic. A.Ş.	104.353.725	371

*Hammadde üreticisi



yapan ilk marka olduğu iddiasını taşıyor. Firma yaptığı yeni yatırımlarla yılda ortalama 25 milyon metrekare yer ve duvar karo, porselen karo ve teknik porselen üretimi gerçekleştiriyor. Şirket, 2011'de seramik sağlık gereçleri (SSG) alanında da yatırıma girerek karo üretimine, vitri- fiye üretimine de ekledi.

Bien Seramik Operasyon Grup Başkanı Mehmet Soyancı, "2014 yılında artan üretim kapasitesinin de etkisi ve etkin satış-pazarlama faaliyetleri sonucunda inşaat sektörü genel büyümesinin üzerinde yüzde 50 büyüdü. 2014'te üretim ve pazarlama gamına Türkiye'de ilk defa üretilen 20 mm kalınlığında fulbody teknik porselen karoları ile

45x90 ebadında parlak ve mat karoları kattık. Marka olarak tasarıma önem verdiğimiz gibi daha iyi tasarımlar için Ar-Ge alanında yatırım yapıyoruz. Türkiye'deki ilk dijital duvar karolarının üreticisi olarak tasarıma öncülük etmeyi amaçlıyoruz. Bir önceki yıla göre yurtiçi pazar payımızı yüzde 20 artırdık. 2015 genel büyüme hedefimizi yüzde 20 olarak belirledik" diyor.



Mehmet Soyancı

500 bin TL'lik yatırım



Seramik sektöründe üretim gücü kadar son yıllarda teşhir de çok önemli hale geldi. Türkiye'nin önde gelen markaları son yıllarda modern showroom'lar açmak için adeta birbirleriyle yarışıyor. Özellikle iç piyasada büyümek isteyen şirketler her ay birkaç showroom açılışı yapıyor. Şirketlerin yönetim kurulu başkanlarının bizzat kurdelesinin kestiği bu açılışlarda üç farklı yatırım modeli var. Kimi zaman yatırımın tamamını bayi üstlenebiliyor, kimi zaman da en az yüzde 30 ana firma katkısı olmak üzere bayi-üretici firma birlikte showroom yatırım yapıyor. Bazı firmalar büyük potansiyel gördükleri illerde ve

noktalarda kendi showroom'larını da kurabiliyor. Bir seramik showroom'u için en az 500 metrekare yer olması öneriliyor. Son zamanlarda birkaç katlı binalarda 1000-1500 metrekarelik showroom yatırımlarının yapıldığına şahit oluyoruz. Sektör temsilcileri bir showroom'da mülk hariç metrekare başına ortalama bin TL yatırım gerektiğini belirtiyorlar. Bu da demek oluyor ki, 500 metrekarelik bir showroom minimum 400-500 bin TL'ye kurulabiliyor. Burada mekan çözümleri uygulamalı olarak sunuluyor. Ayrıca modern showroom'larda müşterilere bilgisayar ekranında üç boyutlu dijital sunumlar da yapılıyor.



Soyarıcı'ya göre, sektörün dünyada daha rekabetçi olabilmesi için en çok iki konuda desteğe ihtiyaç var. Soyarıcı, bunları şöyle anlatıyor: "Hammadde, seramik sektörü için büyük bir girdidir. Hammadde ocaklarının sürekli açılıp kapanması gibi durumlar bizim reçetelerimizi zorluyor. Çünkü üretim anlamında hammadde kaynağının keskinleşmemiş olması ve istikrarlı olması reçeteye etki ediyor. Sektörümüz açısından bir diğer kaynak ise enerji. Doğalgaz fiyatlarının Avrupa ve Çin'deki üretici rakiplerimize oranla desteklenmesi gerekiyor. Enerji maliyeti yüksek bir sektörde dünyada rekabetçi olmaya çalışıyoruz."

EGE SERAMİK 43 yıllık geçmişi var

Ege Seramik, sektörün köklü kuruluşlarından biri. İbrahim Polat Holding çatısı altında bulunan şirket, 1972'de kuruluş, 1975'te üretime başlamış. Sektörde 40 yılı geride bırakan Ege Seramik, İzmir Kemalpaşa Organize Sanayi Bölgesi'ndeki yaklaşık 350 bin metrekare alan üzerine kurulu tesislerinde üretim yapıyor. Son yıllarda üretim tesislerine yenileme yatırımları



rumları yapan firma, kapasite artırımından ziyade, pazanın beklentilerine uygun, katma değerli ürün üretimine yönelik yatırımlara ağırlık veriyor.

Tesisleri yıllık 24 milyon 500 bin metrekare üretim kapasitesine sahip. Sektörde pazar payı sıralamasında üçüncü olan firma, 2014'teki yükselen performansını

2015'te de sürdürüyor.

İbrahim Polat Holding CEO'su ve Ege Seramik Yönetim Kurulu Başkan Vekili Baran Demir, "2014 yılında iç ve dış satışlarda toplam ciromuzu bir önceki yıla



göre yüzde 11 oranında artırırken, vergi öncesi karımızı yüzde 35 oranında artırmıştık. 2015'te mevcut performansımıza daha da ileriye götürmeyi hedefliyoruz" diyor. Demir sözlerini şöyle sürdürüyor: "Pazara sunduğumuz ürünlerimizde ve hizmetlerimizde uyguladığımız kalite parametrelerindeki standartlar üstü hedefimiz ödün vermeden uyguladığımız ilkimizdir. Ege Seramik sektörde bir nevi akademik görevi görüyor. Birçok konuda sektöre yenilik getirdik. Enerjimizi kendimiz üretiyoruz. Kesintisiz kaliteli enerji ürün kalitemizi en üst seviyede tutmamıza imkan veriyor."

GRANİSER Genç ve hızlı bir şirket

Graniser, seramik sektöründe genç ve hızlı büyüyen firmalarından biri. 1999 yılında hazır giyim markası Rodi Mood'un sahibi olan Çetin, Fatih, Fettah ve Fetin Kazancı kardeşler tarafından kuruldu. Kardeşler seramik ve granit üreticisi Graniser'in yüzde 75 hissesini Londra merkezli özel yatırım fonu Bancroft'a sattırlar. 2013 yılında ise kalan yüzde 25 hisseyi Avrupa Yerel İşletmeler Destekleme Fonu EDBR'ye devrettiler. Manisa Akhisar'da 275 dönüm alan üzerine kurulu fabrikasında, 17 milyon metrekare üretim kapasitesi olan şirket, bine yakın çalışını ile duvar ve yer karosu, sırlı granit, dekor, bordür üretiyor. 60'dan fazla ülkeye ihracat yapan Graniser, 2016 yılının ikinci yarısında devreye almayı planladığı 2.8 milyon metrekarelik sırlı porselen



yatırımı ile yüzde 65-70'i ihracata yönelik ürünler üreterek ihracatını 65 milyon dolar seviyelerine çıkarmayı planlıyor. Bu yatırımla 200 kişiye daha ek istihdam sağlamayı planlıyor. Şirket 2015 sonunda 230 milyon TL ciroya ulaşmayı hedefliyor. İhracat hedefi ise 44 milyon dolar.

Graniser Genel Müdürü Erol Hacıoğlu, seramik sektörünün uzun vadede büyüyeceğine inanıyor. Hacıoğlu, kendi büyüme stratejilerinin

ipuçlarını ise şöyle veriyor: "2006'da aldığımız kararlar daha çok ihracat odaklı çalışmaya başladık. O tarihten bugüne ihracatta yüzde 300 büyümeye kaydettik. Bugün 60'tan fazla ülkeye aktif ihracatımız var. İnovasyonu kurumsal bir yapı taşı olarak benimsemiş bir firmayız. Üretimde çevre dostu yeni malzeme, süreç ve teknolojilere yönelik araştırmalar, tasarlama, geliştirme ve üretim çalışmalarını yürüten Ar-Ge ve Ür-Ge departmanlarımız, geleceğin yaşam şekillerine ve beklentilere uygun çözümler üretmek amacıyla çalışıyor."



Erol Hacıoğlu

FANTASIA SERAMİK İtalyanların temsilcisi

Fantasia Seramik, Türkiye'nin dış açılıma yıllarında Ceki Kıymaz tarafından kuruldu. Kıymaz, "1985 yılında Türkiye'de ithalatın başlamasıyla yurtdışından ithal seramik ve ona bağlı banyo malzemelerini getirdik. Bu işi yapan ilk şirket olduk" diyor.

Fantasia Seramik'in İstanbul Mecidiyeköy'de bin metrekarelik bir showroom'u var. Ayrıca Antalya, İzmir ve Ankara'da şubeleri ve diğer illerde de bayileri bulunuyor.

Firma, seramikten vitrifiyeye, banyo dolaplarından jakuzi, küvet ve duş sistemlerine kadar birçok ürün satıyor.



Ceki Kıymaz



Bunların tamamını ithal ediyor. Seramikte Sant Agostino, Venis, Pettracer's gibi İtalyan markalarını, vitrifiyede ise Art Cream, Hidra, Gentry Home İtalyan menşeli markaların Türkiye temsilcisi... Üst gelir grubuna hitap eden Fantasia Seramik, geçen yıl 12 milyon TL ciro

FANTASIA

yaptı. Fantasia Seramik

Yönetim Kurulu Başkanı Ceki Kıymaz, 2015 yılında satışlarını yüzde 20 artırmayı hedeflediklerini belirterek, rekabette güçlü oldukları yönleri şöyle açıklıyor: "Şirket politikamız gereği, rekabete yönelik standart malları ithal edip satmayı hiçbir zaman düşünmedik. İthal ettiğimiz tüm ürünler, belirli bir standarda sahip olup Türkiye'de yerli sanayi tarafından üretilmeyen özel ürünler. Bu nedenle kendimizi butik bir firma olarak tanımlayabiliriz."

SERAMİKSAN

Dünya devinin yarısını aldı

Seramiksın, Manisa Turgutlu'da doğup büyümüş bir şirket. 1990'da kurulan firmada hakim Aile Demirdöver'ler. 1994 yılında 1.5 milyon metrekare yıllık kapasite ile üretime başlayan şirket, 2011'de 28 milyon metrekare üretim kapasitesine ulaştı. Seramiksın, yer karo, duvar karo, sırlı granit, teknik granit, dış cephe kaplaması ve yapı kimyasalları ürünleri üretiyor. Seramiksın üretimini halen 340 bin metrekare açık, 44 bin metrekare kapalı alanda Turgutlu Organize Sanayi Bölgesi'nde sürdürüyor. Firma geçen yılı adet satış ve ciroda yüzde 30'a yakın bir artışla ge-



cirdi. 2013'te vitrifiye alanına da yatırım yapan Seramiksın, el değmeden vitrifiye üreten dünyanın nadir fabrikalarından birini kurdu. Yeni fabrika tamamlandığında yıllık 2 milyon parça kapasiteye sahip olacak.

Seramiksın Türkiye Satış Müdürü Süreyya Çağlar, "2015 yılı pazarda Seramiksın için bir atılım yılı olacak. 2015'te seramik ve granit portföyüne yeni girecek dünyadaki en son trend ürünlerin



seramiksın

yanı sıra özellikle vitrifiye grubu ürünleri kullanıcıların beğenisine sunacağız" diyor.

Seramiksın geçen yıl yurtdışında bir şirket satın almıştı. Bu satın almanın detaylarını Çağlar şöyle anlatıyor: "2014'te dünyanın seramik başkenti İtalya'nın en büyük

üreticilerden Rondine Group'un yüzde 50'sini satın aldı. Bu yatırımla uzun vadede sadece Seramiksın'ın önemli kazanımlar elde edeceğini düşünüyoruz."



Süreyya Çağlar

Seramiksın'ın Türkiye'de 215 ana bayi ve 500 tali bayi var. Showroom'larında ücretsiz sunulan üç boyutlu çizim programı SeraCAD ile müşterilerine, banyolarını 3D olarak Seramiksın ürünleri ile döşenmiş olarak görme imkanı sunuyor.

YÜKSEL SERAMİK

Önce ihracat, sonra iç piyasa

Yüksel Seramik, 1996'da Sazak Ailesi (Gün ve Güven Sazak), Sert Ailesi (Mehmet Sert) ile Hanifi Mutlu tarafından yüzde 33'er eşit payla kuruldu. 1997'de Söke'deki fabrikasında yıllık 3.5 milyon metrekare yer ve duvar karo üretim ka-



Hanifi Mutlu



pasitesi vardı. İhracata odaklı kurulan şirket Avrupa'dan Körfez ülkelerine, ABD'den Kanada'ya birçok ülkeye ihracat yaparken iç piyasa ihmal edildi ve 2008'de ortaklar bir yıl ayrıma geldiler. "Fabrikayı ya satalım ya da devralmak isteyene devrelelim" denildiği noktada Hanifi Mutlu diğer ortakların hisselerini alarak Yüksel Seramik'in tamamını sahibi oldu. 2009'dan sonra iç piyasaya da yönelen firma kapasitesini 3.5 milyon metrekareden 12 milyon metrekareye çıkardı. Halen üretimin yarısını iç pazara sunan firma 2013'te 30 milyon dolar ciro yaptı. Tanzanya, Libya ve Almanya'da kendi showroom'ları olan Yüksel Seramik, 52 ülkeye ihracat yapıyor. Mutluhan Grubu bünyesinde bulunan Yüksel Seramik'in Yönetim Kurulu Başkanlığı, SERKAP (Seramik Kaplama Malzemeleri Üreticileri Derneği) Başkanı da olan Hanifi Mutlu yürütüyor.

UŞAK SERAMİK

40 ülkeye ihracat yapıyor

Çok ortaklı bir şirket olarak 1972'de temelleri atılan Uşak Seramik, 2004'te Tanırlar Grup bünyesine katıldı. Uşak'ta 220 bin metrekare alan üzerindeki kurulu olan şirket, bugün Türkiye'nin en büyük seramik üretimi şirketi. Uşak Seramik, 18 milyon metrekare üretim kapasitesi bulunan şirket, bu üretimin önemli bir kısmını başta ABD, Almanya, İtalya ve Kanada olmak üzere 40'tan fazla ülkeye ihracat ediyor. 700 kişinin istihdam edildiği tesislerde duvar karo, yer karo, bordür, dekor ve porselen üretimi gerçekleştiriliyor.

