

Assan Alüminyum'dan ambalajda düşük karbonlu üretim hamlesi

Kibar Holding çatısı altında 37 yıldır yassı alüminyum üretimi yapan Assan Alüminyum, Dilovası, Tuzla'daki tesisleriyle ABD'nin Batı Virginia eyaletine bağlı Fairmont'taki Kibar Americas tesislerinde yıllık 410 bin tona ulaşan üretim kapasitesiyle ambalajdan otomotive, inşaatın dayanıklı tüketime kadar geniş bir sektör yelpazesine hizmet veriyor. Bu kapsamda toplam 180 bin tonluk folyo üretim kapasitesi sayesinde Avrupa'nın en büyük iki üreticisinden biri konumunda bulunan şirket, toplam satışlarının yüzde 75'ini 70'ten fazla ülkeye ihraç ediyor.

Şirket, en güçlü büyüme alanlarının başında gelen ambalaj sektöründe, alüminyumun bariyer özelliklerinden yararlanarak gıdadan ilaca kadar geniş bir yelpazede ürünlerin raf ömrünü uzatan ve hijyeni koruyan çözümler sunuyor. Esnek ambalaj, buruşuk ve düz kenarlı kap, mutfak folyosu, düz kapak folyosu ve sıvama kapak folyosu gibi ürün gruplarıyla gıda sektörünün önemli tedarikçileri arasında yer alan şirket, ürünlerini uluslararası sertifikalarla güvence altına alıyor.

Sonsuz kez geri dönüştürülebilir malzeme

Tüketicilerin çevreye duyarlı ürünlere yönelmesi ve regülasyonların sürdürülebilir ambalajları teşvik etmesiyle alüminyum ambalaja olan talep hızla artıyor. Sonsuz kez geri dönüştürülebilir malzeme özelliği sayesinde döngüsel ekonominin en güçlü malzemelerinden biri olan alüminyum, hem çevresel hem ekonomik açıdan avantaj sağlıyor. Küresel alüminyum sektöründe otomotiv, yenilenebilir enerji ve ambalaj gibi alanlar talep yönünde canlılığını korurken, Assan Alüminyum bu büyüme alanlarındaki yatırımlarıyla rekabet gücünü ve pazar konumunu güçlendiriyor.

‘Geleceği Tüketmeden Üretiyoruz’ anlayışını benimseyen Assan Alüminyum, sürdürülebilirliği yalnızca bir hedef değil, tüm üretim süreçlerini kapsayan bir dönüşüm anlayışı olarak konumlandırıyor. Şirketin Ar-Ge çalışmalarıyla geliştirilen düşük karbon ayak izine sahip ürün portföyünde, rulo ve levha ürünlerinde ise 8026 geri dönüşümlü alaşım çözümleri öne çıkıyor. Bu ürünler, yüksek oranlarda geri dönüştürülmüş malzeme kul-

Ambalaj sektöründe sürdürülebilirlik ve döngüsel ekonomi gündemi alüminyuma olan ilgiyi artırırken, Assan Alüminyum da düşük karbonlu ürünleri ve yenilenebilir enerji yatırımlarıyla bu dönüşüme yanıt veriyor. Yıllık 410 bin ton üretim kapasitesine sahip şirket, toplam 180 bin tonluk folyo kapasitesiyle Avrupa'nın en büyük iki üreticisinden biri olarak ambalajdaki büyüme alanına odaklanıyor.



“Alüminyum, ambalajda güçlü avantajlar sunuyor”

Assan Alüminyum Genel Müdürü Gökşal Güngör, ambalaj sektöründeki büyümeyle ilişkin değerlendirmesinde, “Alüminyum ambalaj, yüksek bariyer özelliği sayesinde gıda ürünü ambalajlarının pek çok alanında güçlü avantajlar sunuyor. Ürünlerin raf ömrünü uzatarak gıda israfının önlenmesi ve hijyen koşullarını koruması önemli tercih nedenleri. Şirketimiz için stratejik öneme sahip ambalaj sektörü, alüminyumun yüzde 100 ve sonsuz geri dönüştürülebilirliğinden ürünlerin sürdürülebilirliği açısından da ayrıca katma değer elde ediyor” ifadelerini kullandı.

Üreticileri Başkanlığı'na seçilen Güngör ile Türkiye'yi ve sektörü uluslararası arenada temsil eden Assan Alüminyum, ambalaj başta olmak üzere hizmet verdiği tüm sektörlerde düşük karbonlu üretim, yüksek katma değerli ürün geliştirme ve döngüsel ekonomi ilkeleriyle büyümesini sürdürmeyi hedefliyor.



İtimat Kutu Ambalaj'da yeni hedef: Daha fazla değil, daha değerli üretim

ERHAN BEDİR / BURSA

Oluklu mukavva ve karton ambalaj sektöründe faaliyet gösteren İtimat Kutu Ambalaj, artan maliyetler ve belirsizlik ortamında büyüme anlayışını yeniden tanımlıyor. Otomotiv başta olmak üzere e-ticaret, gıda, tekstil ve inşaat sektörlerine üretim yapan şirket, esnek makine parkı ve teknoloji yatırımlarıyla maliyet baskısını yönetirken, ikinci kuşak yönetiminde katma değeri yüksek ürünlere odaklanıyor.

Sanayide büyümenin artık yalnızca üretim ve ciro artışıyla ölçülemeyeceğini belirten İtimat Kutu Ambalaj Genel Müdürü Uğur Özçağlar, asıl göstergenin yaratılan katma değer ve karlılık olduğunu söyledi. Özçağlar, “Sanayide büyümeyi uzun yıllar daha fazla üretmek, daha fazla satmak ve daha yüksek ciroya ulaşmak üzerinden konuştuk. Bugün ise şartlar farklı. Artık rakamların büyümesi her zaman gerçek bir büyüme anlamına gelmiyor” dedi.

Maliyet zinciri baskı yaratıyor

Hammadde, enerji, işçilik ve lojistik giderlerinin aynı anda yükselmesinin üreticiler üzerindeki baskıyı artırdığını belirten Özçağlar, finansmana erişimdeki zorlukların da yatırım kararlarını etkilediğini ifade etti. Özçağlar, “Cironuz artabilir, daha fazla satış yapabilirsiniz. Ama önemli olan bunun size ne kadar değer bıraktığı. Ambalaj sektöründe hammadde, enerjiye, lojistikten iş gücüne kadar birçok maliyet aynı anda değişiyor. Bunları yönetirken müşterinin kalite, fiyat ve hızlı teslimat beklentilerine de cevap vermek zorundasınız” diye konuştu.

Şirketin geçmiş yıllarda yaptığı makine yatırımlarının bugün önemli bir avantaj sağladığını dile getiren Özçağlar, farklı ürün gruplarına yönelik üretim yapabilen esnek makine



parkının hareket kabiliyetini artırdığını söyledi.

Fiyat yerine verimlilik ve teknoloji

Artan maliyetler karşısında fiyat rekabetinin sürdürülebilir olmadığını vurgulayan Özçağlar, sektörün rekabeti verimlilik, kalite ve teknoloji üzerinden kurması gerektiğini belirtti. “Maliyetlerin arttığı bir ortamda maliyetin altında kalan fiyatlarla iş almak kısa vadede satış getirebilir ama uzun vadede sürdürülebilir değil. Rekabetin yalnızca fiyat üzerinden değil; verimlilik, kalite, teknoloji ve yeni ürünler üzerinden ilerlemesi gerekiyor” ifadelerini kullandı.

2026'nın son çeyreğinde daha temkinli bir piyasa görünümü bulunduğunu belirten Özçağlar, şirketin önümüzdeki dönemde kapasite artışından çok mevcut üretim gücünü daha verimli kullanmaya ve katma değeri artırmaya odaklanacağını söyledi. “Sanayicinin gündemi sadece ‘ne kadar büyüyeceğiz?’ değil, ‘nasıl doğru büyüyeceğiz?’ olmalı” dedi.